



Educação Unisinos

E-ISSN: 2177-6210

revistaeduc@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Brasil

Azevedo Rodrigues, Luciana; Norberto Farias, Márcio; Sandim de Castro, Camila
A atenção nas malhas dos ininterruptos gozos proporcionados pela indústria cultural
Educação Unisinos, vol. 17, núm. 1, enero-abril, 2013, pp. 11-18
Universidade do Vale do Rio dos Sinos
São Leopoldo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449644345003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

A atenção nas malhas dos ininterruptos gozos proporcionados pela indústria cultural¹

The attention to meshes of uninterrupted enjoyment provided by the cultural industry

Luciana Azevedo Rodrigues
luazevedo@ded.ufla.br

Márcio Norberto Farias
marxio@def.ufla.br

Camila Sandim de Castro
sandimcamila@hotmail.com

Resumo: Ao considerar que a expansão do uso das novas tecnologias no processo educativo ocorre num contexto histórico e social norteado cada vez mais pelo e para o modo de produção de mercadorias, este artigo aborda como a utilização desses aparatos no processo de ensino e aprendizagem vem atuando sobre a capacidade das pessoas de direcionarem e conservarem sua atenção para o que estudam. Ao basear-se na Teoria Crítica da Sociedade, levanta-se a hipótese de que a ligação cada vez mais intensa das pessoas a esses aparatos vem redundando, entre outras coisas, no enfraquecimento da capacidade de direcionar e governar a própria atenção durante um determinado tempo. Nesse sentido, o artigo retoma as explicações de Marx sobre o conceito de mercadoria, relacionando o que ele denominou de Fetichismo com a ideia do Soberano, discutida por La Boétie; aborda como o modo de produção de mercadorias no capitalismo subordina progressivamente a cultura e os espaços de produção autônoma do espírito à lógica da troca, configurando o que Adorno e Horkheimer chamaram de indústria cultural. Partindo da compreensão de que os produtos da indústria cultural exploram a percepção proporcionando vivências sadomasoquistas, obtidas ao custo da imobilização do exercício da representação e do pensamento, o artigo finaliza com apontamentos sobre como essas experiências vêm prejudicando a capacidade das pessoas de dedicarem e dirigirem a sua própria atenção e concentração.

Palavras-chave: Indústria Cultural, atenção, processo educativo, gozos.

Abstract: Considering that the expansion of the use of new technologies in the educative process occurs in a historical and social context each time more guided by and for the mode of production of goods, this article approaches how the usage of these apparatuses in the process of education and learning have been acting on the people's capacity to direct and keep their attention to what they study. Being based on the Critical Theory of Society, there is a hypothesis that claims that the very intense bond between people and these apparatuses has

¹ Este artigo é fruto do projeto de pesquisa intitulado "Novas tecnologias e desatenção no processo de formação docente", financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG.

been redounding, among other things, in the weakening of the people's capacity of directing and controlling their own attention during certain period of time. This way, the article resumes Marx's explanations on the concept of goods, associating what he defined as Fetishism with the Idea of Sovereign, discussed by La Boétie; approaches like the mode of goods production in the capitalism progressively subordinates the culture and the autonomous spaces of production of the spirit to the logical exchange, shaping what Adorno and Horkheimer called Cultural Industry. From the understanding that the products of the Cultural Industry explore the perception providing, obtained at the cost of immobilization of the exercise representation and thought, the article ends with notes about how these experiences have been impairing people's capacity of dedicating and conducting their own attention and concentration.

Key words: Cultural Industry, attention, educative process, enjoyment.

Introdução

As novas tecnologias, tais como a rede de computadores *Internet*, os celulares, os projetores multimídia conectados à rede, se fazem cada vez mais presentes no cotidiano das escolas e das universidades, dentro e fora das salas de aula. Como veículos considerados atraentes e dinamizadores do tratamento dos conteúdos pedagógicos no processo de ensino e aprendizagem, tornam-se objetos de investigação de um número crescente de estudiosos nas áreas de Educação e afins. Alguns autores, como Cantalice (2002), Wu (2007) e Pereira (2002), concordam que o uso das novas tecnologias no processo educativo, além de serem exigências de uma sociedade cada vez mais informatizada, são benéficas por permitirem o acesso ilimitado de conhecimentos e informações aos estudantes. O computador, nesses termos, é referido como um mediador privilegiado de relações e de comunicações, que fornece uma multiplicidade de formas e de conteúdos ao processo de ensino e aprendizagem; enquanto o professor é geralmente mencionado como alguém fundamental, que facilita a referida mediação, devendo saber pesquisar, planejar e, sobretudo, operar os aparatos que portam os conteúdos a serem adquiridos.

Contudo, é preciso refletir que a expansão do uso das novas tecno-

logias no processo educativo vem ocorrendo num contexto histórico e social determinado pelo e para o modo de produção de mercadorias. Nunca se “produziu” tanto nas Universidades: artigos, livros, materiais pedagógicos publicados em formatos impressos e muito mais em formatos *on-line*; o número de alunos e professores efetivamente aumentou. Estes últimos, com seus títulos de mestres e doutores, assumem uma quantidade crescente de disciplinas a ministrar, mesmo que essas, muitas vezes, não integrem o horizonte de suas trajetórias formativas, percorridas muito rapidamente, na maior parte dos casos. Os grupos de estudos e de pesquisas, que também se expandem velozmente, só o fazem à medida que ampliam sua capacidade produtiva, confirmando que estudar já não basta, não inquieta mais, e que o urgente é publicar artigos a partir desses estudos, apresentá-los em congressos, mesmo que nesses a participação e a interação já não se façam tão relevantes. Enfim, estudos, pesquisas, reflexões assumem um valor apenas quando são vertidos em produtos que possam ser contabilizados como indicadores de produtividade das instituições de ensino.

Ao considerarmos que, apenas lidando com esse contexto, a discussão do uso, do não uso das novas tecnologias e de seus impactos sobre o processo educativo adquire um sentido formativo, nos propomos a

pensar em conjunto a “valorização” das coisas do espírito e os efeitos reproduzidos pela utilização desses aparatos no processo de ensino e aprendizagem, especificamente no que concerne a capacidade das pessoas de direcionarem e conservarem sua atenção para o que estudam. Ao recorrermos ao referencial da Teoria Crítica da Sociedade, levantamos a hipótese de que a ligação cada vez mais intensa das pessoas a esses aparatos vem redundando, entre outras coisas, no enfraquecimento da capacidade de direcionar e governar a própria atenção durante um determinado tempo.

Assim, na primeira parte deste trabalho, recuperamos as explicações de Karl Marx sobre o conceito de mercadoria de modo a nos aproximarmos do que ele denominou de Fetichismo. A partir de sua compreensão, sinalizamos algumas relações entre a ideia do Soberano, referida por La Boétie e a da soberania do valor de troca, promovida no capitalismo tardio. Na segunda parte, nos reportamos ao modo de produção de mercadorias no capitalismo que avança sobre os produtos do espírito, subjugando a cultura e os espaços de produção autônoma do espírito à lógica da troca, às leis do mercado, configurando o que Adorno e Horkheimer chamaram de Indústria Cultural. A partir desse conceito, utilizado pelos filósofos frankfurtianos para se referirem ao

processo de massificação e mercadorização da cultura, efetivado com os veículos de comunicação de massa, tais como o rádio, o cinema, a televisão, os jornais, as revistas e, mais recentemente, a *Internet* e os celulares, evidenciamos as vivências sadomasoquistas e a exploração da percepção por elas efetuada, as quais oferecem uma espécie de gozo a ser alcançado ao custo da imobilização do exercício da representação e do pensamento. Por fim, apontamos como essas experiências vêm prejudicando a capacidade das pessoas de dedicarem e dirigirem a sua própria atenção e concentração.

Mercadoria, servidão e fetichismo

Ao discorrer sobre as relações de produção da sociedade capitalista, Marx (1994) permite compreender que o desenvolvimento dessa se baseia na expansão do trabalho abstrato, trabalho reduzido a mero tempo de desgaste de energia de músculos e cérebros humanos. Trata-se de um modo de produção que conserva a força de trabalho separada dos meios de produção e, com isso, converte o trabalhador num produto reificado do trabalho humano, passível de mensuração como qualquer outro; que o reduz cada vez mais a um acessório do aparato tecnológico que se aperfeiçoa; que o submete a relações que o tornam um objeto junto aos demais produtores da mercadoria, tomados pelo trabalhador também de forma objetificada, e que, sobretudo, o impele a voltar-se exclusivamente para seu salário como se esse fosse o produto de seu trabalho, provocando a perda da possibilidade de identificar as origens da sua exploração.

Embora se admita cada vez menos, ainda hoje, nesse modo de produção, quanto mais os trabalhadores produzem, vendendo sua força de trabalho ao capitalista, menos se

reconhecem no que fazem; e, como frutos de muitas mãos, que não se tocam, que não se reconhecem, os produtos do trabalho socializado assumem cada vez mais complexidade, sendo percebidos como extraordinários, constituindo o que Marx denominou de fetiche da mercadoria. O fetiche da mercadoria, conforme Marx (1994), é produzido pelas mãos dos homens, socialmente organizados como objetos, como coisas que, ao produzirem valor, também adquirem a condição de expressarem seus valores e se tornarem componentes do mundo das mercadorias. Marx (1994) compreende o fetiche da mercadoria, sua dimensão misteriosa a partir da forma como a mercadoria é produzida, a partir da conversão do trabalho humano concreto em trabalho humano abstrato, passível de ser medido, em horas, em minutos, em segundos, e por isso passível de ser usado tanto para reproduzir a força que o substancia, quanto para produzir mais e mais valores; tempo que se corporifica em coisas e assim pode ser trocado com outras coisas, que não passam de tempo de trabalho não pago.

A equivalência dos valores, produzida pela conversão dos diferentes trabalhos em trabalho abstrato, oculta a desigualdade da relação de produção entre aquele que produz valor e aquele que se apropria do tempo dos produtores da mercadoria. Tal modo de produção separa cada um dos produtores, faz com que todos e cada um estejam ocupados com a venda de sua própria força de trabalho, isolados no interior do processo produtivo, não se relacionando com os outros, senão como concorrentes. Eles se ligam tão somente por meio dos produtos de seus trabalhos, representados pelo dinheiro, e estão exclusivamente ocupados com sua parte, com a obtenção do seu próprio salário, que dá acesso aos bens que lhes aparecem de forma fetichizada.

Como enfatiza Adorno, ao discutir o conceito de sociedade

nas formas sociais em vigor os homens individuais procuram o lucro, procuram a sua vantagem individual, de que precisamente através dessa insistência no princípio de individuação o todo se conserva vivo e se reproduz (Adorno, 2008, p. 128).

O isolamento no âmbito da produção, o enredamento de cada um na “sua” parte produtiva – no salário –, extinguem as condições para o exercício de atividades e trabalhos com outros, e prolongam-se para todos os âmbitos da existência. Enfraquecidas na capacidade de se distinguirem e, ao mesmo tempo, movidas pela necessidade de impressionar, como argumenta Türcke (2010). Ao dependerem cada vez mais do dinheiro que permite a compra, as pessoas vendem seu tempo para outro, sua força de trabalho, e reproduzem a exploração dissimulada.

Assim, quanto mais expandem as relações de troca, mais os seres humanos necessitam produzir valor para viver, mais têm a sensação de que podem tudo tendo dinheiro; e, com ele, consideram ser mais independentes, mais livres, mais fortes, mais belos.

Quanto mais coisas podem ser convertidas em dinheiro, maior, contudo, a expressão do seu valor, maior a subordinação da vida a ele. O avanço da subordinação da existência à produção do valor, expresso pelo dinheiro atualiza aquilo que La Boétie denominou de servidão voluntária. Para o filósofo francês do século XVI, a servidão não deriva da força presente no corpo físico do tirano, mas da transferência de poder dos próprios servos para aquele. Nesse sentido, o fim da servidão, para ele, não depende da eliminação do tirano, mas da eliminação da própria condição de servir, da recusa em transferir poder, confiança, força,

afeto, olhos, mãos; dos quais, fisicamente, o corpo do tirano não dispõe.

Como se pode notar, em vez de ser eliminada, a condição de servidão tem se proliferado com o modo de produção capitalista, sob a ilusão de cada um ter obtido, enfim, o senhorio. Nascidos sob o jugo do valor de troca, os indivíduos tomam-no como condição natural da sua existência, reproduzindo o que há tempos indicou La Boétie.

Nas palavras do filósofo:

os homens nascidos sob o jugo, mais tarde educados e criados na servidão, sem olhar mais longe, contentam-se em viver como nasceram; e como não pensam ter outro bem nem outro direito que o que encontraram, consideram natural a condição de seu nascimento (La Boétie, 1999, p. 20).

A tirania – aqui tomada como o valor de troca – continua se sustentando na condição em que cada um se percebe participando da tirania, reverberando o poder do soberano: a mercadoria percebida como independente de seus produtores. Nas palavras de La Boétie, aqueles que servem “[...] ficam contentes de suportar o mal para fazê-lo, não àquele que lhes malfez, mas àqueles que suportam como eles e que nada podem fazer” (La Boétie, 1999, p. 33).

Com a forma dissimulada de exploração e dominação do modo de produção capitalista e sua reprodução gradativa da substituição universal do que é particular e singular, cada uma das pessoas que não dispõem de condições subjetivas e objetivas para responder ao mal que sofrem, diante dos processos sociais que provocam tais sofrimentos, encontram momentos de satisfação em fazer outros sofrerem, os quais suportam, assim como elas, e também nada podem fazer numa sociedade que continua apoiada na coação. O ato de servidão é percebido como um ato de escolha e de querer individual, como liberdade

que se expressa quando se participa do poder, tal como vem acontecendo com o consumismo, quando o indivíduo se vê diante de um leque de produtos que prometem satisfazer seus desejos. Como lembra Ramos (2008), quanto maior o poder de compra de um indivíduo, maior é a sensação de sua liberdade. Consumindo, cada um participa e protege a tirania sobre si e sobre os outros.

Indústria cultural, gozo e desatenção na sociedade administrada

Quando Adorno e Horkheimer (1985), na obra *Dialética do Esclarecimento*, cunharam o conceito de Indústria Cultural, referiram-se a um abrangente sistema de massificação da cultura, comprometido em prolongar a lógica da produção do valor de troca por todos os cantos da vida social, mediante a reprodução tecnológica de vivências sadomasoquistas, com ritmos acelerados, que afastam o pensamento e promovem a insensibilidade dos sujeitos frente ao sofrimento e a violência perpetrada socialmente. Com o seu apoio, o indivíduo se convence de que precisa se mostrar mais produtivo e se esforça em ajustar-se à produção flexível, desenfreada e em grande escala. Esse impulso produtivo, que continua exigindo o fortalecimento da indústria cultural, também é vivido na universidade, que impele cada vez mais os estudantes a “ler” e “redigir” mais e mais textos, de preferência artigos científicos, a “participarem” de um maior número de projetos de pesquisas, eventos e outros.

Com o aumento do ritmo de produção acadêmica, vêm se tornando comuns apresentações de trabalho em que se fazem presentes tão somente os apresentadores, voltados para seus trabalhos e devotados para o comprovante de suas apresentações. A inexistência de leitores, de

pessoas que simplesmente assistam, conheçam e discutam o trabalho se acentua, e a intensidade de materiais, matérias que se fragmentam tem tornado o turbilhão de produtividade da universidade a outra face de um turbilhão ainda maior, a *internet* e os demais produtos da indústria cultural.

Nela, se torna possível consumir de tudo, encontrar tudo, pois tudo é oferecido para que todos encontrem o que procuram de modo rápido, fácil, sem esforços, de preferência sem elaboração e pensamento. Como observa Conrado Ramos, “quaisquer porcarias, inutilidades, besteiras, futilidades, superfluidades e coisas ruins poderão ser produzidas porque serão consumidas se oferecidas ao gozo” (Ramos, 2008, p. 80).

Melman (2003), psicanalista francês, discorre que nesse contexto se desenvolve uma nova economia psíquica baseada não mais no recalque, mas na ultrapassagem de todos os limites tendo em vista a busca pelo gozo, pela satisfação a qualquer custo. A satisfação que não tem fronteiras, que não recua nem mesmo diante do sofrimento, pode ser encontrada no consumo dos produtos da indústria cultural, expandidos na forma dos celulares e computadores conectados à *Internet*. Mesmo desconhecendo o que desejam, os sujeitos têm suas vidas norteadas por objetos de desejo, oferecidos a eles nos veículos da atual Indústria Cultural, que os mobilizam numa busca incessante pela satisfação. Conforme Melman (2003), uma das características dessa nova economia psíquica é o desconhecimento daquilo que deseja, porque foi desenvolvida a partir de condições que instigam a busca imediata do prazer máximo, sem obrigações ou restrições. Sem uma referência, sem a autoridade paterna, Melman aponta que vêm se produzindo sujeitos perdidos em relação ao seu próprio desejo e nesse sentido, muito mais vulneráveis aos produtos da indústria cultural. Ressalta,

assim, que a difícil condição subjetiva diante do próprio desejo resulta do esfacelamento do pai enquanto outro responsável por ajudar o filho a renunciar ao seu desejo imediato para torná-lo central na construção de sua própria subjetividade.

Tal esfacelamento, de acordo com Melman, expressa a regressão cultural marcada pela passagem de “[...] uma cultura fundada no recalque dos desejos e, portanto, na cultura da neurose, a uma outra que recomenda a livre expressão e promove a perversão” (Melman, 2003, p. 15). Desse modo, os indivíduos não mais norteados pela própria consciência, desenvolvida pela lei da cultura, em que o pai é responsável por inserir o filho, após fazê-lo renunciar ao incesto, se tornam ainda mais mobilizados pelas convocações externas de ultrapassagem dos seus limites pelos produtos da Indústria cultural. Nesse sentido, ao apoiar-se em Adorno e Horkheimer, Lastória diz:

as formas de socialização impostas pelo capitalismo tardio conduziriam, na perspectiva de Adorno, mutações tóxicas do eu e do supereu. O primeiro se debilitaria, enquanto o segundo passaria às mãos da indústria cultural, pois: “Na época das grandes corporações e das guerras mundiais, a mediação do processo social através de inúmeras mônadas mostra-se retrógrada. A decisão que o indivíduo deve tomar em cada situação não precisa mais resultar de uma dolorosa dialética interna de consciência moral, da autopreservação e das pulsões. [...] As associações e as celebridades assumem as funções do ego e do superego, e as massas, despojadas até mesmo da aparência da personalidade, deixam-se modelar muito mais docilmente segundo os modelos e palavras de ordem dadas, do que os instintos pela censura interna” (Lastória, 2008, p. 72-73).

O eu debilitado com o enfraquecimento das relações que permitiam

uma superação do complexo edípico adere cada vez mais aos choques imagéticos oferecidos pela indústria cultural, mantendo distante da consciência toda sensação de angústia e, por isso mesmo, permanecendo incapaz de reconhecer seu próprio desejo. Os choques imagéticos passam assim a ser buscados como objetos de consumo do eu e, como neles, tudo é apresentado para ser imediatamente consumido, torna-se dispensável aquela instância voltada para o esforço do pensamento. Os indivíduos passam a ser orientados pelas associações e celebridades que desempenham a função antes desempenhada pelo superego. São eles que punem, fazendo o indivíduo sentir culpa e oferecendo “bodes expiatórios” na tela, os quais permitem que tal culpa não se delongue, se convertendo no despertar de algum tipo de reflexão.

Para evitar a acusação de ser considerado leve demais, de não ser como os outros e, por isso, não se integrar e ser integrado, o sujeito consome imagens já marcadas pela integração, sejam elas de beleza, de vigor físico, de sucesso e, sobretudo, de sujeito flexível. O caminho composto por esses estereótipos também é marcado pela ênfase na ultrapassagem de todos os limites, com a exceção da ultrapassagem dos limites do sistema econômico produtor de mercadorias.

Nesse sentido, o gozo experimentado com o consumo dos produtos da indústria cultural é marcado pelo sadomasoquismo. Nele, o prazer se realiza em comunhão com a dor, ocultamente produzida nas relações de produção capitalista. Isso pode ser percebido quando Adorno e Horkheimer (1985) se referem ao discurso vazio que caracteriza a ideologia da indústria cultural. Destacam que as personagens de sucesso não devem ser mais que um exemplar das pessoas comuns, tais como

a secretária de escritório, o professor ou, ainda, a empregada doméstica, a fim de que os espectadores possam se identificar com essas figuras, se verem neles, ao mesmo tempo em que reconhecem a distância existente entre eles, uma vez que apenas um adquiriu a fama. Nas palavras dos frankfurtianos,

a *starlet* deve simbolizar a empregada do escritório, mas de tal sorte que, diferentemente da verdadeira, o grande vestido de noite já parece talhado para ela. Assim, ela fixa para a espectadora, não apenas a possibilidade de também vir a se mostrar na tela, mas ainda mais enfaticamente a distância entre elas. Só uma pode tirar a sorte grande, só um pode se tornar célebre, e mesmo se todos têm a mesma probabilidade, esta é para cada um tão mínima que é melhor riscá-la de vez e regozijar-se com a felicidade do outro, que poderia ser ele próprio e que, no entanto, jamais é (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 136).

O regozijo com a felicidade do outro, não percebido como outro e sim como si mesmo, torna o consumo dos produtos da indústria cultural um momento marcado pelo sadomasoquismo, que ao mesmo tempo atualiza a repressão, afasta o próprio sofrimento de qualquer impulso de representação e oferece o prazer do outro, que apesar de ser percebido como do próprio sujeito, jamais é.

Adorno e Horkheimer (1985) abordam os filmes de animação para ilustrar a identificação dos espectadores com os personagens. O elemento da hilariedade/riso do sujeito ao ver a personagem passar por uma situação constrangedora não está relacionada a um riso de alegria, mas de sofrimento, de soberba e de escárnio, no qual se expressa a necessidade de exercitar a humilhação sofrida no outro para não deixar que venha à tona a própria humilhação, vivida outrora. Assim se experimenta um gozo nos filmes

de animação, uma satisfação ao ver a personagem passar por todo esse sofrimento. Desse modo, os sujeitos evitam o reconhecimento do próprio sofrimento mediante o consumo dos produtos da indústria cultural, que oferecem um prazer e uma sensação de prazer apoiadas no silenciamento da dor. Desses produtos, os sujeitos também extraem os traços para atender a urgência de inserção social que pressiona a todos, de todos os lados no sentido de ultrapassarem todos os seus limites, ao mesmo tempo em que os levam a se reconhecer como capazes de determinar os objetos dos seus próprios desejos.

Gozo, choques imagéticos e desatenção

O consumo dos choques imagéticos e do gozo proporcionados pelos produtos da indústria cultural se torna indispensável para a adaptação social dos indivíduos que se mostram cada vez mais interessados em fazer somente coisas que proporcionem uma satisfação e ressonâncias imediatas, corroborando a compreensão de Ramos (2008) de que o ato de consumir, atrelado à ideologia, não mais se utiliza do discurso, do pensamento, do poder de convencimento, operando diretamente no corpo dos indivíduos, reafirmando ainda mais o existente, e direcionando os sujeitos à impulsividade, à pulsão. O gozo, nesses termos, nos parece com o que Freud chamou de *acting out*, e sua repetição no ato de consumir permite ocultar o que não encontra espaço para se realizar no clima cultural contemporâneo: o pensamento.

Tais produtos promovem uma satisfação que contém um elemento inerente ao sofrimento, já que não é capaz de satisfazer verdadeiramente. A indústria cultural atua no sentido de levar os indivíduos a satisfazerem seus desejos e, para isso, o objeto do

desejo é repetidamente apresentado ao sujeito. Contudo, no lugar da satisfação acontece a repressão. Consumir tais produtos é contribuir para que o pensamento, a elaboração e a representação não encontrem espaço para existirem. Cada vez mais esse espaço de representação se esvai, não existindo, portanto, lugar para que a atenção se manifeste. Como os produtos da indústria cultural são produzidos de forma a exigir cada vez menos o esforço do pensamento, mais os indivíduos são distanciados do exercício do raciocínio, do se deter sobre algo.

Na vida cada vez mais orientada pelos produtos da indústria cultural, que atuam onde antes havia um eu e um supereu, se solidifica a imagem de um sujeito em cada caso, em cada emoção, em cada situação, incapaz de refletir sobre sua existência, incapaz de se autocriticar, tendo em vista a constituição de sua própria subjetividade. Tal imagem vem se impondo no interior das universidades, na figura de estudantes que manifestam uma falta de interesse e de envolvimento duradouro com os estudos, que comparecem às aulas só para obter a presença, que demonstram indisposição em ler e escrever, que durante a apresentação de trabalhos não fazem perguntas ou tiram dúvidas com os expositores e até com o próprio professor para que a apresentação e a aula não se delonguem.

A produtividade na universidade, orientada por ritmos cada vez mais intensos associados ao oferecimento de imagens, informações, modelos encontrados pela *Internet* e, sobretudo, articulados à negação irritada diante de toda manifestação de medo vem constituindo um clima em que os sujeitos também encontram mais dificuldades de desenvolver o pensar, tornando-se ainda mais submetidos ao medo, o qual não conseguem sequer representar. Para não

lidar com a sensação de insegurança permanente, com o medo de algo que sequer conseguem compreender, os indivíduos se submetem cada vez mais aos choques imagéticos.

Nesse sentido, Ramos (2008) observa que o receio nutrido pelo isolamento e a solidão reproduzidos tecnologicamente inibem o contato e a manutenção de relações com o outro e, “por vezes, as angústias e sofrimentos vêm à tona, mas são prontamente desviados de suas origens e cristalizados como deficiências internas ou problemas de adaptação” (Ramos, 2008, p. 85). Nesses termos, docentes e alunos se esforçam para evitar a todo custo qualquer manifestação que não seja a de felicidade, saúde, integração e capacidade produtiva e de prestar atenção. Tais esforços, contudo, ocorrem no mesmo compasso de fragilização de suas formações e capacidades. Para demonstrarem o contrário, aderem cada vez mais à potência expressa e encontrada seja na rede de computadores ou em outros aparatos tecnológicos, realizando o que discutimos no início deste trabalho. Assim, cresce o medo de não conseguirem ensinar ou aprender, o medo de se exporem em público, o medo de fracassarem nas avaliações, de não terem seus nomes e seus emails cadastrados na instituição, enfim, de não estarem integrados e serem considerados “leves demais”, como observaram Adorno e Horkheimer (1985).

Nesse contexto, consideramos fundamental observar a desatenção presente nas salas de aulas como algo que cresce com a intensificação do medo, da pressão por produtividade, devido à aniquilação de momentos que admitiam a desatenção como um momento de relaxamento, que permite ao sujeito não simplesmente capturar dados e imagens, mas estar capturado pelo movimento do mundo, das impressões e das

marcas e mobilizado pelo exercício das representações. Desse modo, o consumo de imagens espetaculares na forma de choques audiovisuais exercita respostas pontuais e desconexas aos conteúdos exibidos de maneira incoerente, ao mesmo tempo em que toda a representação do medo é evitada. Com ela se esvai o pensamento, único que poderia ajudar a lidar com o medo. Para Ramos,

o ritmo do videoclipe da vida contemporânea impede a percepção e a compreensão paciente e reflexiva do todo, o que caracterizaria a experiência particular e mediada. Ao contrário, o indivíduo é submetido ao esforço de absorção de fragmentos, estímulos desconexos e sem sentido (Ramos, 2008, p. 90).

Em vez do exercício dessa compreensão paciente e reflexiva também nas salas de aula, o que vem sendo exercitado é uma atenção voltada para a apreensão rápida do fragmento desconectado e sem sentido com a totalidade que o constitui. O tratamento acelerado e desarticulado de conteúdos com a presença de imagens espetaculares faz com que os exercícios de se ater vagarosamente, de prestar atenção, de construir significados sejam considerados motivos de vergonha.

Enquanto a atenção é exigida cada vez mais para acompanhar o fluxo de imagens e as informações na tela, apresentadas na forma de *slides ou de imagens*, menos ela é experimentada para retornar às imagens e informações antes exibidas, para associá-las, para refleti-las. Na medida em que os alunos reconhecem que não conseguem relacionar conteúdos, projetados em recursos multimídias, com aquilo que já foi apresentado ou ainda com as características e eventos que aconteceram em sua própria existência, sentem-se mais e mais vulneráveis quanto àquilo que sabem. Assim, cada olhar parece

não destinar mais nada à imagem e à informação observada que um breve olhar. Conforme Zuin (2006),

são patentes os efeitos [...] das novas formas de percepção que são estimuladas na medida em que os indivíduos não só se acostumam, como também exigem o contato com choques imagéticos numa frequência cada vez maior. As pontas dos dedos, os movimentos oculares e até mesmo a postura corporal são “atados” a equipamentos microeletrônicos, de tal modo que se realiza uma espécie de exploração da capacidade de concentração (Zuin, 2006, p. 54).

O consumo das imagens e informações espetaculares reproduz assim a ideologia que oculta a continuidade da reprodução do medo e do sofrimento, que perpassam a existência das pessoas e cada vez mais atingem os estudantes. A dificuldade de elaborar textos, analisar e compreender leituras e articular conteúdos se torna ainda maior com a relação fetichizada que as pessoas estabelecem com os equipamentos audiovisuais, que exploram também a sua capacidade de concentração. Conforme Ramos, a angústia da solidão fomentada também por esse sofrimento é convertida em vontade de pertencer ao sistema e o consumismo funciona “colocando-se e repetindo-se como remédio, sendo, porém, o veneno” (Ramos, 2008, p. 85).

Desse modo, o medo de se perceber e ser percebido como improdutivo e incapaz leva professores e alunos ao turbilhão de imagens e informações que compõem a *Internet*. O desgaste da atenção, reduzida à capacidade de responder às exigências de capturar imagens apresentadas num tempo cada vez menor, se sustenta, portanto, na intensificação da urgência das pessoas em esquecer o sofrimento vivido e preservado pelas relações de troca. Para se resignarem às condições de

produção, à dor que elas produzem como se ainda não pudessem ser superadas, estudantes e professores exercitam sua percepção nos trilhos oferecidos pela indústria cultural. Neles, assistem ao sofrimento de personagens para distanciarem da consciência a sua própria dor; ao mesmo tempo, se percebem como pessoas que, velozes e eficientes, podem, sabem e fazem o que querem.

Nesse processo em que o sofrimento consumido na tela impede o reconhecimento do vivido fora dela, as pessoas vivenciam momentos em que a felicidade e o prazer se apoiam no sofrimento e na crueldade. Desgastados tanto pela velocidade quanto pelo sofrimento, os sentidos e a atenção se afastam do exercício de pensar e se rendem à exploração cada vez mais pontual e irrefletida das novas tecnologias e das imagens difundidas pela indústria cultural contemporânea.

Referências

- ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. 1985. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro, Zahar, 254 p.
- ADORNO, T. W. *Introdução à sociologia*. São Paulo: Editora Unesp, 2008, 358 pp.
- CANTALICE, L.M. de. 2002. Tecnologia na educação. *Psicologia Escolar e Educacional*, 6(2):187. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572002000200010&lng=es&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 08/12/2010.
- LABOÉTIE, É. 1999. *O discurso da servidão voluntária*. São Paulo, Brasiliense, 240 p.
- LASTÓRIA, L.A.C.N. 2008. Uma nova economia psíquica ou mutações tóxicas? In: F.A. DURÃO; A. ZUIN; A.F. VAZ (orgs.), *A Indústria Cultural hoje*. São Paulo, Boitempo, p. 65-77.
- MARX, K. 1994. A mercadoria. In: K. MARX, *O Capital: crítica da economia política – Livro I – O processo de produção do capital*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil SA, p. 41-79.
- MELMAN, C. 2003. *O Homem sem gravidade: gozar a qualquer preço*. Rio de Janeiro, Companhia de Freud, 211 p.

- PEREIRA, A.K.N. 2002. As novas tecnologias e a aprendizagem. *Psicologia Escolar e Educacional*, **6**(1):83-84. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572002000100010&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 08/12/2010.
<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-85572002000100010>
- RAMOS, C. 2008. A Indústria cultural, consumismo e a dinâmica das satisfações no mundo administrado. In: F.A. DURÃO; A. ZUIN; A.F. VAZ (orgs.), *A Indústria Cultural hoje*. São Paulo, Boitempo, p.79-93.
- WUO, M. 2007. Tecnologia de informação e comunicação no processo educacional. *Psicologia Escolar e Educacional*, **11**(2):405-407. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572007000200018&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 07/11/2010.
<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-85572007000200018>
- TÜRCKE, C. 2010. *Sociedade excitada: filosofia da sensação*. Campinas, Editora da Unicamp, 323 p.
- ZUIN, A. 2006. Educação e comunicação: uma abordagem histórico-filosófica. *Educação e Realidade*, **31**(2):43-60. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/viewFile/6844/4115>. Acesso em: 11/12/2010.
- Submetido: 20/12/2010
Aceito: 02/01/2013