



## MISCELÂNEOS

**Fermentario N. 8, Vol. 2 (2014)**  
ISSN 1688 6151

Instituto de Educación, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación,  
Universidad de la República. [www.fhuce.edu.uy](http://www.fhuce.edu.uy)

Faculdade de Educação, UNICAMP. [www.fe.unicamp.br](http://www.fe.unicamp.br)

### “ALIENAÇÃO SOCIAL” E “SOCIEDADE DO ESPETÁCULO”: OS PROCESSOS DE FORMAÇÃO DO JOVEM NO ENSINO MÉDIO

*Juliana Janaina Tavares Nóbrega<sup>1</sup>*

#### RESUMO

A alienação é um dos instrumentos para a naturalização da desigualdade e da exploração do homem pelo homem, e esconde os verdadeiros motivos da divisão de classes sociais. Partindo deste pressuposto teórico, a pesquisa tem como problema a questão: Como a “alienação social” pode influenciar no processo de formação escolar dos jovens? De abordagem qualitativa, o trabalho constitui-se de pesquisa bibliográfica. Com o objetivo de investigar a alienação social e a sociedade do espetáculo e sua influência no processo de formação escolar dos jovens, a pesquisa tem por aporte teórico as leituras de Marx (1989), Severino (2003), Belloni (2003), Debord (2003), Chauí (2008), Chauí (2010) dentre outros autores. Os resultados apontam para o contexto de alienação do jovem como um complicador para a aprendizagem, mas principalmente aponta para a falta de sentido e interesse atribuídos à escola na espetacularização da sociedade atual.

**Palavras-chave:** alienação social; aprendizagem; jovens.

"SOCIAL ALIENATION" AND "SOCIETY OF SPECTACLE": PROCEDURES FOR THE  
FORMATION OF YOUTH IN SECONDARY EDUCATION

<sup>1</sup> Bacharel e Licenciada em Filosofia pela Universidade Católica de Santos; Licenciada em Pedagogia pela UFSCar; Pós graduada em “Ética, valores e cidadania na escola” pela USP; Mestre em Educação pela Unisantos e atualmente cursando da pós-graduação “Ensino de Filosofia” pela UFSCar. Trabalha desde 2009 como professora efetiva do Ensino Médio na rede estadual de São Paulo e é professora e coordenadora do curso de Licenciatura em Filosofia da Universidade Metropolitana de Santos, na modalidade a distância. Endereço eletrônico: [jujatn@ig.com.br](mailto:jujatn@ig.com.br) .

## ABSTRACT

The alienation is an instrument for the naturalization of inequality and exploration of man by man, and hide the real reasons for the division of social classes. Based on this theoretical assumption, the research aims to answer the following issue/question: "How can Social Alienation influence on the education process of young people?" Of qualitative approach, the work is primarily bibliographic research. With the objective of investigating the social alienation and society of the spectacle and its influence in the education process of young people, the research has by theoretical readings of Marx (1989), Severino (2003), Belloni (2003), Debord (2003), Chauí (2008), Chauí (2010), Saints (2005), among other authors. The results point to the context of alienation of the young as a complicating factor for learning, but mainly points to the lack of meaning and interest attributed to school in this current "society of spectacle".

**Keywords:** Social alienation; young people; learning.

## "ALIENACIÓN SOCIAL" Y "SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO": PROCEDIMIENTOS PARA LA FORMACIÓN DE LOS JÓVENES EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

### RESUMEN

La alienación es uno de los instrumentos para la naturalización de la desigualdad y la explotación del hombre por el hombre, y ocultar los verdaderos motivos de la división de las clases sociales. A partir de este supuesto teórico, la investigación tiene el problema de la pregunta: ¿"alienación social" puede influir en el proceso de escolarización de los jóvenes? Enfoque cualitativo, el trabajo consiste en la investigación bibliográfica. Con el objetivo de investigar la alienación social y la sociedad del espectáculo y su influencia en el proceso de escolarización de los jóvenes, la investigación cuenta con el apoyo teórico para las lecturas de Marx (1989), Severino (2003), Belloni (2003), Debord (2003), Chauí (2008), Chauí (2010), entre otros autores. Los resultados apuntan a la contexto de la alienación de la juventud como un factor de complicación para el aprendizaje, pero principalmente apunta a la falta de sentido y el interés asignado a la escuela en el espectáculo de la sociedad contemporánea.

**Palabras clave:** aprendizaje, la alienación social; los jóvenes.

### Introdução

As críticas contrárias ao sistema não são de hoje, dentre elas, a divisão desigual de classes sociais e o uso de meios de comunicação para desinformação e manipulação de uma classe sobre outra, com o advento da ideologia, que "mascara" a realidade e, junto à alienação, auxilia no processo de dominação. Não só torna desiguais os homens, como desumaniza a grande maioria deles, tirando-lhes os adjetivos da racionalidade, consciência e liberdade, tornando-os coisas, passíveis de dominação e (des) construção por outrem.

Karl Marx (1818 – 1883) descreve a sociedade capitalista e seus processos produtivos, o engendramento para que tudo funcione como parece genuinamente ser. A ascensão da burguesia, a propriedade privada, a exploração do proletariado, a mais-valia, as diversas formas de alienação, o fetichismo da mercadoria, a ideologia, dentre outros aportes constitutivos do sistema que vem garantindo sua quase hegemonia no século XXI.

Depois de Marx, muitas foram as transformações, principalmente no âmbito tecnológico e da comunicação, e pensadores de diversas áreas beberam na fonte marxista para

compreensão do que seriam essas “novas realidades”. Como na construção do conceito de *Indústria Cultural e Comunicação de Massa* por Theodor W. Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973) na escola de Frankfurt. Ou ainda no conceito de *Sociedade do Espetáculo* anunciado por Guy Debord, que ainda reflete uma relação bastante atual dos indivíduos com a imagem, com os meios de comunicação e com o consumo.

De lá para cá, aqui no Brasil, construímos um Estado democrático, em que diversos direitos foram conquistados, principalmente com a Constituição de 1988. Uma situação mais estável e propensa a construção de um jovem crítico se apresenta, bem informado e politizado, já que a maioria possui acesso a educação, aos meios de comunicação/informação e a cultura, sem falar nos bens de consumo. Certamente temos que considerar que esta realidade não é igualmente vivida nos estados brasileiros também por se tratar de um país capitalista e com classes e realidades econômicas e sociais distintas.

Vemos também como processo desta construção do jovem, o retorno das disciplinas de Filosofia e de Sociologia como obrigatórias no Ensino Médio em âmbito nacional, com a aprovação da lei 11.684/08 que altera o artigo 36 da LDB de 1996. Disciplinas que outrora foram retiradas por instigar a questionamentos ou posturas ideológicas e políticas contrárias a vigência de determinado poder em contextos históricos diferentes.

Com tantas transformações sociais, políticas e econômicas, podemos observar hoje, que grande parte dos discursos e algumas práticas dos jovens revelam alienação e comodismo; a imagem pronta substituiu o pensamento, e a ideologia tem corpo e maior desempenho ainda nos meios de comunicação.

Neste contexto, diversas questões se colocam: com tanto acesso a informação e cultura, os jovens podem de fato estar alienados? Qual tipo de informações temos e será que de fato tem informado? Será que somente os jovens se encontram em estado de alienação na sociedade atual? Em sala de aula, a construção do conhecimento é necessariamente desalienante? A formação de professores nas diversas áreas do conhecimento garante tal construção? Construímos conhecimentos críticos em sala de aula? Se não, o que impede? E os professores, são necessariamente críticos?

Assim, o problema desta pesquisa se apresenta da seguinte forma: em quais aspectos a alienação social pode influenciar no processo de formação escolar dos jovens? A proposta é trazer os conceitos de *alienação social* associado ao de *sociedade do espetáculo* e investigar quais influências exercem no processo de formação dos jovens. De abordagem qualitativa, o trabalho constituiu-se primeiramente de pesquisa bibliográfica, seguido de aplicação de questionário para alunos do 3º ano do Ensino Médio, sendo uma sala de escola pública Estadual e outra de escola particular, ambas na cidade de Santos, estado de São Paulo.

## **1. Alienação e espetacularização da sociedade: alguns conceitos**

Ao longo da história da humanidade as formas como os homens produzem coletivamente os bens necessários à sua sobrevivência foram se transformando, criando diferentes *modos de produção*, desde o modo de produção primitivo ao capitalista. Em geral,

os *modos de produção* são constituídos por dois elementos fundamentais: as *forças produtivas* e as *relações de produção*. Como *forças produtivas*, entendem-se os instrumentos (meios) e a força de trabalho (energia física e mental dos trabalhadores) necessários para produtividade. Já as *relações de produção* são as relações que os homens estabelecem entre si e com a natureza no processo produtivo. Em sua maioria determinadas pela forma de propriedade dos meios de produção e a divisão do trabalho.

E, justamente os modos de produção, divisão do trabalho e a propriedade privada que determinam as relações sociais humanas em todo decorrer de sua história. Quando os meios de produção são de propriedade privada ou particular e seus proprietários se apropriam do produto do trabalho dos não proprietários, as relações sociais predominantes são de conflito e desigualdade. Assim, institui-se uma sociedade de classes: a dos proprietários e a dos não proprietários dos meios de produção. Portanto, pode-se afirmar que a origem da sociedade de classes, ou da desigualdade social-econômica, está na propriedade privada dos meios de produção.

No caso do sistema capitalista e seu modo de produção, a divisão de classes se dá justamente pela separação dos proprietários e não proprietários dos meios de produção: a burguesia ou classe capitalista (proprietária), a minoria, e o proletariado ou classe trabalhadora, isto é, os “não proprietários” que para garantir sua sobrevivência, vendem sua força de trabalho à burguesia em troca de um salário.

Com o poder econômico e, conseqüentemente, o poder político, a burguesia se instituiu como classe dominante desde o fim do feudalismo, ao passo que o proletariado se configurou como classe dominada. O principal objetivo do capitalista como classe social é a obtenção de lucro (capital), isto é, uma soma de dinheiro superior à que ele investiu na produção de mercadorias. O capital é o dinheiro utilizado para adquirir mercadorias e gerar lucro.

Para tal obtenção do lucro, o capitalista adquire os meios de produção: mercadorias (máquinas) já produzidas pelo trabalho de outrem, cujo custo será repassado paulatinamente para os produtos vendidos, permitindo que o capitalista recupere o investimento realizado num primeiro momento, mas inviabilizando a criação de mais valor do que aquele que possuía originalmente (lucro) (MARX, 1998).

Para o desenvolvimento do capital, entra a produção da força de trabalho, mercadoria cujo valor está representado pelo salário. Como qualquer outra mercadoria, o valor do salário é determinado pelo tempo de trabalho socialmente necessário à sua produção que deve garantir as condições necessárias à subsistência do trabalhador, mas, por ser um *trabalho vivo*, produz excedentes que refletem diretamente no acúmulo de bens do capitalista. Gera, então, para o capitalista um valor maior do que o do salário que ele paga, por isso tal capital investido diz-se capital variável. Tal processo é denominado por Marx de *mais-valia*.

Esse processo de extração da mais-valia constitui a essência do modo de produção capitalista, sua lógica interna de funcionamento. Assim, por mais bem remunerado que seja um trabalhador, seu salário será sempre inferior ao valor total produzido ao longo de sua jornada

de trabalho. Assim, a sociedade capitalista é, por natureza, fundada na exploração do trabalho e geradora de desigualdade.

É nesse sentido em que a mercadoria produzida pelo trabalhador cria um novo sentido, já que supera o valor do próprio trabalho e existência de criador. O que se denomina *fetichismo da mercadoria*. Etimologicamente, a palavra fetiche vem do francês e está ligada a feitiço: do ponto de vista místico e religioso significa um artefato com forças estranhas capaz de exercer poder sobre os crentes e adoradores. A mercadoria surge não como resultado das relações sociais de exploração do trabalho, mas com um valor próprio, como realidade autônoma e como determinante da vida dos homens.

Gera-se uma inversão: o homem, que devia ser senhor soberano do seu produto, passa a ser comandado e dirigido pelo que produziu. Por um lado, a mercadoria se "humaniza", para isso o próprio homem se "desumaniza", se reifica (*res*, em latim, significa "coisa"). A reificação é, então, a transformação dos seres humanos em coisas, o indivíduo é transformado em mercadoria.

Isso se dá devido à característica peculiar que as mercadorias possuem no sistema capitalista: além do valor de uso, como há em qualquer produto, há o valor de troca. O valor de uso é a utilidade ou propriedade material que um produto possui para satisfazer as necessidades humanas, já o valor de troca, é uma relação quantitativa de troca de valores de usos diferentes que abstrai esses valores. Que ocasiona uma camuflagem no modo operacional das relações de produção, pois simplifica o processo de produção e de consumo das mercadorias, pela qual se opera a exploração do trabalho alienado e desse modo a obtenção do lucro por parte do capitalista, sobre o valor de uso e, conseqüentemente, a ocultação do mediato pelo imediato.

O trabalho alienado, por sua vez, se dá justamente quando o produto do trabalho deixa de pertencer a quem o produziu. De forma geral, quando os homens não se reconhecem num "outro" que eles mesmos criaram, eles se alienam, em latim, "outro" se diz *alienus*.

No livro *Convite à Filosofia*, Chauí (2008) nos aponta para três grandes formas de alienação nas sociedades modernas ou capitalistas: alienação econômica, alienação intelectual e alienação social. Tanto a alienação econômica quanto a intelectual estão diretamente ligadas ao trabalho e a propriedade da mercadoria no sistema capitalista. Por alienação social, entende-se:

A alienação social, na qual os humanos não se reconhecem como produtores das instituições sociopolíticas e oscilam entre duas atitudes: ou aceitam passivamente tudo o que existe, por ser tido como natural, divino ou racional, ou se rebelam individualmente, julgando que, por sua própria vontade e inteligência, podem mais do que a realidade que os condiciona. Nos dois casos, a sociedade é o outro (*alienus*), algo externo a nós, separado de nós, diferente de nós e com poder total ou nenhum poder sobre nós (Chauí, 2008:173).

Para Marx, a alienação se apresenta com duplo sentido, de “estranhamento” e perda de consciência. Tudo o que fragmenta o ser humano, que o aparta do mundo e de si mesmo, das coisas criadas por ele; o que o separa desta construção de consciência e da práxis; tudo que coloca o homem em uma espécie de sono do qual parece ser impossível despertar, remete-se ao conceito de alienação.

Ao discutir o processo de alienação social, o filósofo tentou compreender quais as razões que fazem o homem ignorar que é criador da sociedade, da política, da cultura e que, portanto, são agentes da história (o que Marx denominou de práxis: a ação sociopolítica e histórica). Que não há, portanto, uma vontade divina ou natural para a criação e manutenção das instituições ou relações sociais como se apresentam.

Em que esbarra na ferramenta de manutenção e naturalização de tal estrutura e realidade: a ideologia. “A alienação social exprime uma ‘teoria’ do conhecimento espontânea, formando o senso comum da sociedade” (Chauí, 2008: 174). Porém, tal teoria do senso comum social, na verdade é produto da elaboração de ideias sobre a realidade de grupos de intelectuais, que descrevem e explicam o mundo sob a perspectiva da classe dominante a qual pertencem, a ideologia dominante. Em que um ponto de vista e ideias de uma determinada classe torna-se hegemonicamente de todas as classes.

A classe que dispõe dos meios da produção material dispõe também dos meios de produção intelectual, de tal modo que o pensamento daqueles a quem são negados os meios de produção intelectual está submetido igualmente à classe dominante. Os pensamentos dominantes nada mais são do que a expressão ideal das relações materiais dominantes; eles são essas relações materiais dominantes consideradas sob forma de ideias, portanto, a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante; em outras palavras, são as ideias de sua dominação (Marx, Engels, 1989: 47).

A função da ideologia é ocultar e dissimular as divisões sociais e políticas, dando a falsa aparência de igualdade e naturalidade nas desigualdades produzidas historicamente, ideias bastante difundidas também com o neoliberalismo atual.

Assim, um dos procedimentos da ideologia é justamente o processo de alienação social, quando: 1. Coloca os efeitos no lugar das causas e transformam estas últimas em efeitos, naturalizando (ou divinizando) toda construção social; 2. Produz o imaginário social por meio da imaginação reprodutora, recolhendo imagens da experiência social, transformando-as em um conjunto coerente, lógico e sistemático, e reproduzindo ao senso comum representações, normas e valores que explicam e prescrevem o comportamento social aceitável. 3. O uso do silêncio, sobre as regras e ideias sociais suas verdadeiras razões não são ditas, mas silenciadas (Chauí, 2008).

Assim, os conceitos estão imbricados, e tal processo de alienação social, reforçado pela ideologia dominante se observa no contexto do individualismo e imediatismo da imagem e da informação trazidos pelo desenvolvimento dos diversos meios de comunicação (que

comunicam também ideias) que, associados à alienação no consumo, traz aspectos para discussão da espetacularização da sociedade.

No livro *Simulacro e poder: uma análise da mídia*, Marilena Chauí (2010) discute o reducionismo romano da palavra imagem à *imago*, quando na língua grega três eram as possibilidades de dizê-la e compreendê-la: *eidolon*, *eikon* e *phantásma*.

A imagem (*eidolon*) é uma representação, uma percepção da ideia (*eidós*), em que há um intermediário, um meio:

Em latim, meio se diz *médium* e, no plural, *media*, os meios. É essa a palavra latina que aparece na expressão inglesa *mass media* (cuja pronúncia, em inglês, é *mídia*), que, literalmente, significa dar a perceber as coisas por intermédio de imagens visuais e sonoras, isto é, por meio de signos ou sinais (Chauí, 2010: 80).

É esta concepção de imagem a que Guy Debor (2003) se refere logo no início de sua obra *Sociedade do Espetáculo*, quando cita Feuerbach: “nosso tempo, sem dúvida [...] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser [...]. O que é sagrado para ele, não passa de ilusão, pois a verdade está no profano [...]”, é então do *eidolon* que se constitui e instaura a espetacularização do *eidós*, com todos os aparatos da sociedade de classes capitalista. Assim, a imagem, a mídia e a condição humana de espectador se acrescentam as críticas marxistas da sociedade de classes.

A palavra “espetáculo” deriva do latim *spectāre*: “olhar, observar atentamente, contemplar”, e tem a mesma raiz de *speculum*, “espelho”, derivado do verbo *specere*, “olhar, observar”. Então, todo espetáculo, por apresentar-se como reflexo do real, como espelho, é sempre uma imagem invertida do real. Por mais parecidas que sejam, a imagem e a realidade não são a mesma coisa. São, antes, o inverso ou reverso uma da outra (Debord, 2003).

As ideias produzidas pela ideologia, alienação e fetichismo da mercadoria não só são reproduzidas como verdadeiras, mas transformadas em imagens contempladas: o espetáculo é “[...] a reconstrução material da ilusão religiosa” (Debord, 2003: 14). Por meio de aforismas, o autor vai delineando características que definem paulatinamente o conceito de espetáculo, dentre elas:

O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo. A produção econômica moderna estende a sua ditadura extensiva e intensivamente. (Debord, 2003: 24).

A cada aforisma o conceito de espetáculo vai sendo desmembrado e descoberto, remonta cada processo produtivo alienante a que se refere às relações de produção e divisão social, mediadas por imagens criadas ideologicamente para representar a realidade, quando

esta não se acessa diretamente, mas sempre por intermédio (médium- mídia) reflexo da classe dominante. O espetáculo é então o coração do sistema, é a transformação do acúmulo do capital em imagem:

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. [...] Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o *modelo* presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e no seu corolário — o consumo (Debord, 2003: 9).

Assim, é “pelo princípio do fetichismo da mercadoria, a sociedade sendo dominada por ‘coisas supra-sensíveis embora sensíveis’, que o espetáculo se realiza absolutamente” (Debord, 2003: 21). O consumo (de mercadorias, de ideias, de valores, etc.) e alienação é que viabilizam a espetacularização. Tal consumo desenvolvido das mercadorias multiplicou na aparência os papéis a desempenhar e os objetos a escolher. Assim, “o espetáculo na sociedade representa concretamente uma fabricação de alienação” (Debord, 2003: 20).

O espectador se aliena ao objeto contemplado (fruto de sua própria atividade inconsciente) e quanto mais contempla, menos vive de fato; quando aceita cada vez mais reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e desejo.

A ditadura da economia burocrática unida ao espetáculo não pode deixar às massas exploradas nenhuma margem notável de escolha visto que ela teve de escolher tudo por si própria, e que toda outra escolha exterior, quer diga respeito à alimentação ou à música, é já a escolha da sua destruição completa. E, assim, para construção de uma pseudo-liberdade e escolha, “[...] do mesmo modo que apresenta os pseudobens a cobiçar, ela oferece aos revolucionários locais os falsos modelos de revolução” (Debord, 2003:32). O que podemos ver nos jovens atuais que, dotados de ideias que avaliam ser suas originalmente, tentam ser individualmente “revolucionários” sem teor algum de revolução, mas de reprodução pré-estabelecida pelo espetáculo. Afinal, se “as pessoas admiráveis nas quais o sistema se personifica são bem conhecidas por não serem aquilo que são [...]” (Debord, 2003: 35), que modelos teriam de humanos e ideais?

Neste aspecto, a ideologia dominante vem cumprindo seu papel. A ideologia é a base do pensamento em uma sociedade de classes, nos conflitos decorrentes na história. Os fatos ideológicos longe de utopias, sempre foram a consciência deformada das realidades, e, enquanto tais, fatores reais exercendo uma ação deformada; na medida em que a materialização da ideologia na forma do espetáculo se confunde com a realidade social, essa ideologia pode talhar todo o real segundo o seu modelo.

É mister remeter tal ideologia a dois fatores históricos e sociais correntes que auxiliam a expansão da espetacularização e submissão do homem: as relações materiais e a informação. O primeiro escravizando o homem aos bens para consumo e as relações de



trabalho e exploração; e o segundo, criando as necessidades de consumo e falsos valores e ideias que constituem “a opinião pública”, o que há de maior poder para alienação e controle de consciências.

Debord denuncia a nova unidade básica do capitalismo a que tudo se resume: a informação. A informação secreta, dos “serviços de inteligência”, e a informação pública, construída e difundida pelos meios de comunicação de massa para formar a “opinião pública”, essa última tendo como função principal a desinformação (Belloni, 2003).

Os meios de comunicação de massa têm como principal função massificar a cultura e informação para ser transmitida a uma sociedade de massa.

A chamada cultura de massa se apropria das obras culturais para consumi-las, devorá-las, destruí-las, nulifica-las em simulacros. Justamente porque o espetáculo se torna simulacro se põe como entretenimento, os meios de comunicação de massa transformam tudo em entretenimento (guerras, genocídios, greves, festas, cerimônias religiosas, tragédias, política, catástrofes naturais e das cidade, obras de artes, obras de pensamento). Visto que a destruição dos fatos, acontecimentos e obras segue a lógica do consumo, da futilidade, da banalização e do simulacro, não espanta que tudo se reduza, ao fim e ao cabo, a uma questão pessoal de preferência, gosto, predileção, aversão, sentimentos. (Chauí, 2010: 22).

Adentramos junto com Chauí, em um novo conceito: *simulacro*. Da escrita de Debord para a de Chauí se vão algumas décadas e uma “revolução” tecnológica e social. Revoluções que nada negaram as premissas “debordianas”, mas que trouxeram mais refinamento (ou o contrário disso?) aos meios de comunicação e manipulação de massa. Assim, “a passagem do espetáculo ao simulacro, a nulificação do real e dos símbolos pelas imagens e pelos sons enviados ao espectador” (Chauí, 2010: 16). Quando antes o evento acontecia independente da transmissão e o espetáculo fazia o recorte ideológico, agora o evento é preparado para ser transmitido. Em outras palavras, o espetáculo não se refere mais ao acontecimento e sim à encenação do acontecimento, ao seu simulacro (Chauí, 2010).

Sendo os meios de comunicação tradicionais, propriedades privadas de indivíduos e grupos, certamente representam seus interesses e vendem imagens, simulacros que representam o real desejado para o consumo de seus espectadores. Cabe então a ideologia, além de transmitir o que se quer (valores, ideias, gostos, etc.) camuflar o real papel da informação transmitida pelos meios de comunicação de massa: desinformar e alienar.

## **2. E a escola?**

Depois da revisão dos conceitos descritos no item acima, é possível viabilizar um diálogo com o que ocorre hoje nos diversos espaços de formação que, diferente do que comumente se pensa, não se dá somente no espaço e tempo escolar, mas em todo processo

de experiência de vida humana. Assim, certamente as ideias e valores que habitam um determinado sujeito, foram constituídas durante séculos e repassadas pelas diversas ações educativas a que estamos sujeitos a cada dia: no convívio com os pais e comunidade; numa relação afetiva; no frequentar de uma determinada Igreja ou religião; no assistir de uma novela ou programa televisivo; ou na leitura uma notícia no jornal, na internet, ou mesmo de um livro, etc.

Assim, nunca deveríamos estar certos de que o que estamos vendo ou lendo de fato condiz com o *eidós* ou é uma imagem-representação, o *eidolón* do real. O que a alienação e ideologia fazem questão de suprimir: a dúvida.

Neste processo de alienação, em que lugar se encontra a escola? A escola de verdade... A escola é um espaço para a construção (ou, em alguns casos, imposição) do conhecimento, que viabiliza o aprendizado e contato com ideias e pessoas que provavelmente fora dela não aconteceriam, ainda mais na faixa etária a que se destina a Educação Básica, fase em questão. O que se coloca ainda mais evidente nas classes sociais mais baixas.

Há quem critique sua forma arcaica de lidar com o conhecimento, seu insucesso nos resultados que se pretende com os longos anos dispostos dos alunos dentro dela, mas no decorrer da história, em muitos períodos não foram claros seus objetivos. Ou foram quando se identificava a formação da elite intelectual para mandar e a criação da escola para os pobres saírem das ruas e evitar os roubos e violência.

Neste aspecto, podemos também lembrar o filósofo Louis Althusser e os *Aparelhos Ideológicos do Estado*<sup>2</sup>, em que a instituição escolar se configura como mais um aparelho disseminador da ideologia dominante, já que atinge diretamente a formação das massas:

[...] a sociedade capitalista encarrega a escola da inculcação ideológica, embutindo-a nos conhecimentos e valores que transmite. [...] a instituição educacional preserva a hegemonia burguesa. Ao fazê-lo, reproduz as relações de domínio e exploração da sociedade capitalista (Severino, 2003: 74).

Porém, é este o espaço mais propício de possibilidade de sistematização e divulgação da contra ideologia.

De um lado, a educação contribui para a reprodução de uma sociedade mediante a produção, sistematização e divulgação de uma ideologia; de outro, pode assumir a transformação dessa sociedade, por meio da produção, sistematização e divulgação de uma contra-ideologia. Pode criticar a ideologia vigente, desmascarando-a em seus compromissos com os interesses dominantes e gerar uma nova consciência entre os cidadãos. Evidentemente, isso depende do esclarecimento crítico dos agentes educacionais e de seu compromisso político (Severino, 2003: 76).

---

<sup>2</sup> ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

Atualmente quase 100% das crianças e jovens brasileiros estão nas escolas, teoricamente um primeiro passo para a construção da chamada cidadania é dado: “garantir a todos os indivíduos, sem discriminação, condições de serem produtores e fruidores dos bens naturais, sociais e simbólicos de sua sociedade” (Severino, 2003: 90). Porém, na prática, a garantia de vaga em uma escola não tem sido suficiente nem para a construção cidadã, nem para a produção de uma contra ideologia. Tal situação se dá por diversos fatores, um deles, apontado por Severino, pode ser de fato o esclarecimento crítico e compromisso político (ou falta de) dos agentes escolares.

Outros fatores lhes são externos e podem estar associados a espetacularização e a alienação promovida por diferentes meios de comunicação. Um exemplo bastante profícuo a ser citado é descrito por Chauí (2010), quando afirma que dentre os efeitos da comunicação de massa em nossas mentes estão a infantilização e a dispersão. Sendo a infantilização<sup>3</sup> o processo pelo qual os meios de comunicação prometem e oferecem gratificação instantânea, pois criam no espectador o desejo, a necessidade, e oferece o produto para satisfazê-lo, “os meios satisfazem imediatamente nossos desejos porque não exigem de nós atenção, pensamento, reflexão crítica, perturbação de nossa sensibilidade e de nossa fantasia” (Chauí, 2010: 53).

Já a dispersão pode ser compreendida ao acompanhar a programação da televisão, que se divide em blocos interrompidos pelos comerciais. O que nos leva a concentrar a atenção durante sete ou dez minutos de programa e a desconcentrá-la nas pausas para propaganda e publicidade para os patrocinadores. Resultado: pouco a pouco isso se torna um hábito e vê-se que ao assistir um filme no cinema, uma peça de teatro, mesmo ao ler um livro, os “espectadores” não conseguem permanecer mais de dez minutos com atenção por vez, com a ausência de imagens e distrações. A autora, então, “conclui”, com uma questão: “Como esperar que possam desejar e interessar-se pelas obras de arte e de pensamento?”

A escola pode atender a esta demanda? Não satisfaz desejos imediatos de seus “espectadores-alunos”, cobrando a responsabilidade da não-infantilização e pretende que este fique atento e concentrado por várias horas seguidas. O contrário disso, a escola seria mais um produto do mercado (em mais um aspecto dentre tantos que já se tornou) e contribuiria tão somente para a espetacularização da sociedade. Assim, os aspectos políticos e midiáticos, portanto, ideológicos, fazem uso da escola para reprodução de ideias e valores, mas retiram dela todo valor e significado de ser no contexto atual.

A escola deixa de ter sentido e de ser um valor para os que dela participam, principalmente os jovens.

A escola teria deixado de ser um valor, de ter sentido de existência pela sua estrutura arcaica ou pela intensificação da alienação da sociedade de massa e do espetáculo? Ou ainda, por ambas as coisas? E os educadores, estariam preparados para a desconstrução ideológica dominante? E os educandos, estariam dispostos a sair do conformismo confortante do senso

---

<sup>3</sup> “Segundo Freud, ser infantil é não conseguir suportar a distância temporal entre o desejo e a satisfação dele.” (CHAUÍ, 2010, p.52)

comum? Teria a escola seus dias contados ao ser substituída pelo universo de informações disponibilizados nos meios de comunicação? Como transformar esta realidade?

Para encerrar, em busca de dados que possam trazer possibilidades de respostas a parte das diversas questões presentes até aqui, Severino (2003, p. 154) aponta para algumas reflexões: “A escola não pode ser substituída pelos meios de comunicação de massa, pois toda relação pedagógica depende de um relacionamento humano direto”.

### **Considerações finais**

O entretenimento é uma dimensão da cultura tomada em seu sentido amplo e antropológico, pois é a maneira como uma sociedade inventa seus momentos de distração, diversão, lazer e repouso. No entanto, por isso mesmo, o entretenimento se distingue da cultura quando entendida como trabalho criador e expressivo das obras de pensamento e de arte.  
(Chauí, 2010: 21)

Ora, talvez seja uma conclusão deveras precipitada aos resultados apresentados, mas as considerações finais do trabalho começam justamente com a citação de Chauí sobre **entretenimento**, não só porque este define muito bem como uma finalidade para a massa na Indústria Cultural ou a Sociedade do espetáculo, mas estes momentos de distração, diversão e lazer são os constantes nas aspirações e ações dos jovens. Mesmo a busca por “informação” ou estudos tem como finalidade a distração e não a produção de conhecimento ou cultural.

Em questionário aplicado a alunos do Ensino Médio de duas escolas de Santos - SP (uma pública e outra privada) foi possível observar que as redes sociais são consideradas maior fonte de informação e também como presente na vida e cotidiano dos jovens, muitas vezes representando o tempo total de conexão à internet, em especial atualmente, o facebook. Tal site de serviço de rede social, em nenhuma definição encontrada em pesquisa tem por objetivo “informar”, mas sim viabilizar a comunicação de grupos com algum interesse comum, jogar, marcar encontros, etc.

Também a televisão, em que buscam em sua maioria informações mais confiáveis, filmes, novelas ou programas humorísticos, ainda que seja menos significativa do que a internet em seu cotidiano está bastante presente.

Os telejornais e novelas fazem parte da programação dos brasileiros diariamente, ambos são diversas vezes citados por Chauí (2010) acerca de sua montagem estrutural e ideológica. Quando, por exemplo, a telenovela aparece em sua estrutura e diálogo com o espectador como relato do real, enquanto o noticiário aparece como narrativa irreal, distante do cotidiano de quem assiste. Por sua vez, que informação transmite a novela? “Opera reforçando o senso comum social, mantendo a suposta clareza da distinção entre o bem e o mal, a naturalização da hierarquia social e da pobreza, o desejo de ‘subir na vida’, a recompensa dos bons e a punição dos maus” (Chauí, 2010: 51, 52). Enquanto o telejornal faz os recortes necessários para “in-formar” o telespectador.

Mesmo com acesso a leituras, pesquisas e depois de anos na escola, percebe-se que ainda não reconhecem a origem das ideias, seja na educação, na família, nas instituições, na

religião ou através da mídia. Os jovens acreditam que as ideias e escolhas fluem de cada ser humano e para cada ser humano, independente do que veem, ouvem, etc. Não conseguem criticamente observar, por exemplo, que os comerciais, novelas e jornais que bombardeiam seu cotidiano, não vendem mercadorias simplesmente, mas imagens, signos, valores e ideias, conforme o interesse ou representação da realidade contextualizado de quem o produz. “A classe ideológica totalitária no poder é o poder de um mundo reinvertido: quanto mais ela é forte, mais ela afirma que não existe, e a sua força serve-lhe acima de tudo para afirmar a sua inexistência” (Debord, 2003: 68).

O fato de substituirmos a arte pelo entretenimento, o conhecimento a produção cultural e intelectual pela diversão superficial e massificada, passamos a uma alienação subordinada aos interesses do espetáculo e seus agentes produtores.

Afinal, o que tudo isso pode influenciar no aprendizado do jovem em sala de aula, o que a escola pode oferecer dentro deste contexto senão um ambiente para bater-papo (cada um em seu celular) e burlar regras para se divertir?

Muitos alunos afirmam que não tem interesse ou não consegue se concentrar nas aulas. De fato, quase nada em seu cotidiano exige concentração e descobertas para criação de coisas novas, tudo está pronto e se repete. E então eles apontam que uma dificuldade para aprender na escola é a falta o humor e divertimento que buscam e estão condicionados.

Em contrapartida temos a escola completamente fora do contexto histórico e tecnológico em que se encontra com práticas de décadas ou séculos atrás, muitas vezes sendo precursora do os quietismo e conformismo dos futuros adultos.

A escola não é o espetáculo e entretenimento que querem os alunos e nem pode ser, mas deveria promover uma discussão do contra-espetáculo, para isso precisa de agentes conhecedores e críticos da realidade, o mais libertos possível das amarras da alienação, do fetichismo da mercadoria, da ideologia dominante e conhecedores dos processos da Indústria Cultural e da Sociedade do espetáculo. Não dos conceitos, como meras ideias filosóficas, mas como compreensão e crítica do mundo que os cercam. Porém, estes agentes são também frutos deste contexto, são os jovens de ontem espetacularizados, todavia mais moralistas e complexos em suas supostas certezas e ideias fixas. Desta forma, apesar de ficarem diversas reflexões e perguntas acerca do tema central desta pesquisa: sobre a influência da alienação social dos jovens no processo de aprendizagem escolar, acrescentaria mais uma questão para encerrar este trabalho e propor ainda novas inquietações: e os professores?

## Referências

- BELLONI, Maria Luiza. (2003) **A formação na sociedade do espetáculo: gênese e atualidade do conceito**. Rev. Bras. Educ., no.22, pp.121-136.
- CHAUÍ, Marilena. (2008) **Convite à Filosofia**. 13ª edição. Ática São Paulo.
- CHAUÍ, Marilena. (2010) **Simulacro e poder – Uma análise da mídia**. Ed. Fundação Perseu Abramo. São Paulo.

DEBORD, Guy. (2003) **A Sociedade do Espetáculo**. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e eBooks Brasil.

GALLO, S.; KOHAN, W. O. (Orgs) (2000) **Filosofia no ensino médio**. 2º edição. Vozes. Petrópolis.

GHEDIN, Evandro. (2009) **Ensino de Filosofia no Ensino Médio**. Cortez. São Paulo.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. (1989) **A ideologia alemã**. Martins Fontes. São Paulo.

MARX, Karl. O capital, livro I, vol. 1. (1998). Civilização Brasileira. Rio de Janeiro.

Severino, Antonio Joaquim. (2003) **Educação, sujeitos e história**. Olho D'Água. São Paulo.

**Recebido em setembro de 2014.**

**Aprovado em outubro de 2014.**