

G. Ciências Humanas - 7. Educação - 18. Educação

Gozo e Indústria Cultural: tecendo algumas relações para pensar a desatenção no processo educativo.

Camila Sandim de Castro ¹

Luciana Azevedo Rodrigues²

Márcio Norberto Farias³

1. Departamento de Educação Física - UFLA

2. Profa. Dra. - Departamento de Educação - UFLA - orientadora

3. Prof. Dr. - Departamento de Educação Física - UFLA - co-orientador

RESUMO:

Este trabalho visa analisar a falta de atenção e de envolvimento dos estudantes universitários com o estudo de textos no processo de formação docente estruturado no contexto social mediado pelos produtos da Indústria Cultural. A parte inicial do trabalho reflete como a lógica do fetichismo da mercadoria se realiza como servidão voluntária e se entrelaça ao imperativo do gozo, característico da sociedade contemporânea. Para tal discussão faz-se uso dos estudos de Karl Marx (1994) e Etienne La Boétie (1999). Na segunda parte, discute-se o conceito de gozo promovido pelos produtos da Indústria Cultural, tecendo algumas relações com a desatenção observada dentro das salas de aula. Especialmente a segunda parte, além de Adorno e Horkheimer, aborda a compreensão de gozo desenvolvida por Charles Melman (2003), psicanalista contemporâneo. A terceira e última parte, discorre sobre como a docência se subordina à operosidade presente nos veículos da Indústria Cultural para lidar de modo não reflexivo com seu enredamento aos modelos idealizados. Nesse contexto, observa-se que a falta de atenção dos alunos encontra seus fundamentos na lógica fetichista das mercadorias, reproduzida pelos aparatos tecnológicos na sociedade do consumo, embora eles sejam abordados apenas como mais uma ferramenta pedagógica. Desse modo, sem uma reflexão quanto ao seu papel na sociedade moderna e contemporânea, as novas tecnologias podem contribuir para o enfraquecimento da capacidade atenta dos estudantes, especialmente no que se refere ao exercício da leitura. Por fim, o trabalho considera que o modo como a atual Indústria Cultural se faz presente na promoção da desatenção exige a oferta permanente de produtos que promovam o gozo, marcado pela repetição de doses cada vez mais fortes de choques imagéticos, que afastam toda possibilidade de pensamento, representação e percepção de si mesmo. Esse processo de falta de atenção e envolvimento encontra mais espaço para se proliferar, à medida que a vida se subordina à lógica da produtividade, à escassez do tempo, à lógica fetichista de mercadorias, ao consumo de informações e imagens espetaculares, ao servir voluntário e ao enaltecimento do medo.

Instituição de Fomento: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais - FAPEMIG

Palavras-chave: desatenção, Indústria Cultural, gozo.

