

---

## Formação do cidadão: mídia e cultura na sociedade do consumo

**Fernanda Cristina de Brito**

Psicóloga Cognitivo Comportamental, atua no segmento atendimento clínico e como professora em cursos de Pós-Graduação Latu Sensu.

[fernandabritopsique@hotmail.com](mailto:fernandabritopsique@hotmail.com)

**Vanderlei Balbino da Costa**

Doutor em Educação Especial. Docente do curso de Pedagogia UFG Regional Jataí.

[vanderleibalbino@gmail.com](mailto:vanderleibalbino@gmail.com)

---

### Resumo

O presente artigo tem como objetivo principal refletir sobre a influência da educação, da mídia e da cultura na formação do cidadão na sociedade do consumo. O problema de pesquisa que norteou este estudo foi: até que ponto a mídia enquanto instituição influencia no poder de decisão pessoal do cidadão? A opção foi pela pesquisa qualitativa, ancorada na produção bibliográfica que discute educação, mídia, cultura e Indústria cultural. Para essa finalidade, apresentamos alguns referenciais que dão ênfase às teorias críticas sobre a indústria cultural vivenciada no cotidiano. Dessa forma, compreendemos que, para exercer sua influência, a mídia segue por caminhos diversos que perpassam as várias relações humanas, alcançando os cidadãos desde a infância até a terceira idade. Os resultados nos fizeram perceber que a mídia não é a única instituição que atua na formação do sujeito, uma vez que as características humanas são moldadas na interação dialética e no meio sociocultural que estamos inseridos. As considerações não conclusivas nos fizeram refletir sobre a necessidade de se investir na formação dos cidadãos, no sentido de torná-los mais críticos, quando ouve e assiste os discursos veiculados nos meios de comunicação.

**Palavras-chave:** Educação e cultura. Mídia. Sociedade do consumo. Indústria cultural. Teoria crítica.

### *Citizen training: media and culture in the consumer society*

#### *Abstract*

*The main objective of this article is to reflect on the influence of the education, media and culture in the formation of the citizen in the consumer society. The research issue, which guided this study, was: to what extent does the media, as an institution, influences the personal decision-making power of the citizen? We*

*opted for the qualitative research, anchored in the bibliographic production that discusses education, media, culture and cultural industry. For this purpose, we presented some references that emphasize the critical theories about the cultural industry that are experienced in everyday life. Thus, we understood that, in order to exert its influence, the media follow different paths that pass thru the various human relations, reaching citizens from childhood to old age. The results made us realize that the media is not the only institution that acts in the subject formation, since the human characteristics are shaped in the dialectical interaction and in the sociocultural environment that we are inserted in. Inconclusive considerations have made us reflect on the need to invest in the formation of citizens, in order to make them more critical when listening and watching the speeches carried out in the media.*

**Keywords:** Education and culture. Media. Consumer society. Cultural industry. Critical theory.

## **Introdução**

O referido estudo tem como objetivo principal refletir, com base nas teorias críticas, a influência que a educação, a cultura e a mídia exercem na vida do cidadão, visto que as mesmas estão presentes diariamente em nosso cotidiano. Entende-se por mídia toda e qualquer forma de comunicação, quais sejam: TVs, rádios, revistas, jornais, computadores, propagandas, celulares e aparelhos eletrônicos em geral. Estas, de certa forma, determinam nossas escolhas, como o que vestir, o que dizer, como agir, o que comprar e até mesmo em nossas opiniões. Além disso, a mídia pode apresentar relevância ímpar para a manutenção ou não de uma democracia.

Nesse contexto, os recursos de comunicação usados não são apenas instrumentos de organização, mas também instrumentos de debate e de manifestações globais. Isso não significa que, às custas deste argumento, a mídia não possa manipular, ainda que de forma velada, tudo aquilo que é veiculado, a fim de movimentar a massa social num determinado caminho. Ou seja, a mídia faz com que o indivíduo não pense, não exista, só assista às regras serem impostas, ocasionando o que podemos chamar de "atrofia cultural".

Sugerimos que o acesso aos meios de comunicação e à tecnologia tem ganhado força entre a população, sendo que, nos últimos anos, impulsionados pela disseminação dos meios de comunicação, em especial dentre as classes sociais ditas de menor predomínio econômico, a supremacia da mídia ficou ainda maior. Assim, toda essa

influência que ela possui, especialmente na parte mais pobre da sociedade, formada, na sua maioria, por pessoas com pouca instrução, acaba tomando como verdade absoluta tudo que é veiculado. Isso porque elas não possuem meios ou condições de discordar daquilo que é declarado. Diante do exposto, pretendemos, por meio de um estudo bibliográfico, refletir sobre a influência da mídia na formação do cidadão, sobre a sociedade do consumo e a indústria cultural e, por fim, sobre a teoria crítica social e mídia.

Considerando que a educação pode se tornar uma importante aliada no processo de “libertação humana”, decidimos investigar nesse estudo o seguinte problema de pesquisa: até que ponto a mídia influencia no poder de decisão do cidadão, quando nos referimos à indústria cultural propagada diariamente nos meios de comunicação?

Nossa opção metodológica nessa reflexão foi a pesquisa qualitativa. Para tanto, apoiamos-nos em Lüdkee e André (1986, p. 11), que assinalam que “a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento”.

Nossas reflexões também se apoiaram em referenciais bibliográficos que discutem os preâmbulos da educação, cultura, comunicação, mídia e indústria cultural. Frente à temática proposta, buscamos nas pesquisas bibliográficas elementos que nos possibilitaram entender como se constitui a educação, a mídia e a indústria cultural na atualidade.

Partindo dessa premissa, Severino (2007, p. 123) acentua que “nas investigações bibliográficas, o pesquisador parte das pesquisas já existentes para fundamentar seu trabalho”. Nesse sentido, esses referenciais nos fizeram perceber que há diversas correntes de pensamentos que, por meio das propagandas, influenciam de forma negativa ou mesmo positiva nossas ações sociais diante daquilo que nos é apresentado.

### **A sociedade do consumo e a indústria cultural**

Historicamente, a sociedade da qual fazemos parte sofreu profundas transformações. Nessa perspectiva, Bauman (1999) afirma que enquanto nossos antepassados viviam em uma sociedade de produtores, a sociedade atual configura uma sociedade de consumo. Esta última molda seus membros para desempenhar o papel de

consumidor. No entanto, o autor supracitado pontua que em ambas as sociedades sempre existiu a produção de bens de consumo.

A diferença entre os dois estágios da modernidade é 'apenas' de ênfase e prioridades, mas essa mudança faz uma enorme diferença em praticamente todos os aspectos da sociedade, da cultura e da vida individual. [...] O consumidor em uma sociedade de consumo é uma criatura acentuadamente diferente dos consumidores de quaisquer outras sociedades até aqui [...] o dilema sobre o qual mais se cogita hoje em dia é se é necessário consumir para viver ou se o homem vive para consumir. Isto é, se ainda somos capazes e sentimos a necessidade de distinguir aquele que vive daquele que consome (BAUMAN, 1999, p. 88).

Assim, na sociedade atual muitos indivíduos priorizam o TER e não o SER. Para muitos, o poder de consumo torna-os mais completos, ou seja, empoderados. É mais importante "viver para consumir", pois o interesse configura a sensação do novo. Bauman (1999) pondera que o desejo pelo novo é mais forte do que o gosto de adquirir aquilo desejado. Todavia, quando o indivíduo adquire bens de consumo, o sujeito tem uma satisfação imediata, podendo, posteriormente, sentir-se insatisfeito, desejando outra novidade.

Sob esta ótica, o novo, com o passar do tempo, torna-se velho e deixa de ser atrativo. Com isso, surge um movimento cíclico de renovação em que algo novo tomará lugar daquele que, um dia, já foi desejado. O consumidor ideal é aquele que está sempre em busca do novo, não estando satisfeito com o que possui. Portanto, o desejo do consumidor é fundamental para manter a sociedade de consumo viva.

A indústria cultural, na concepção de Maar (2000, p. 26), "surgiu a partir da tendência de valorização do capital". O sujeito, nessa perspectiva, é entendido como instrumento de trabalho e de consumo, isto é, um objeto. A referida indústria desenvolveu-se com base na lei de mercado, buscando se adequar aos consumidores. Isso porque a sociedade requer padrões novos, sendo a oferta do "sempre igual" não desejada pelos sujeitos.

A indústria cultural tem justamente a função corruptora de criar tais "falsos" sujeitos. Estes são "verdadeiros" sujeitos cuja sujeição portanto é voluntária. Mas são falsos na medida que são objetivamente sujeitados pela estrutura social. A indústria cultural, longe de se referir só à chamada "indústria do entretenimento" na sociedade, diz respeito à situação onde esse "entretenimento" é constitutivo da sociedade (MAAR, 2000, p. 27).

Desse modo, nota-se que o grande objetivo da indústria cultural é o de encobrir a percepção de todas as pessoas, mais especificamente dos formadores de opinião. Os valores são regidos por tal indústria. Além disso, sua grande força é a de criar ao homem necessidades. Entretanto, as necessidades não são aquelas consideradas básicas para se viver, mas sim as que dizem respeito ao sistema vigente. Isso faz com que o consumidor esteja sempre insatisfeito, desejando sempre consumir, o que torna o campo de consumo crescente.

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto àquilo que está a lhes prometer. A promissória sobre o prazer é prorrogada indefinidamente [...] Ao desejo excitado por nomes e imagens o que se serve é o simples encômio cotidiano. A indústria cultural não sublima, mas reprime. Expondo repetidamente o objeto do desejo, o busto no suéter, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado que o hábito da renúncia há muito mutilou (ADORNO/HORKHEIMER, 1971, p. 125; ADORNO/HORKHEIMER, 1985, p. 130-131 apud MAAR, 2000, p. 17).

Em suma, a sociedade atual tem como principal característica o consumismo. Logo, os sujeitos buscam consumir, mesmo que sem necessidade. Com isso, a indústria cultural provoca o consumo em massa por meio da mídia e sua tecnologia, a saber: rádio, televisão, internet, entre outros. Nesse contexto, pode-se inferir que a finalidade da indústria cultural está aliada à publicidade, fazendo com que os indivíduos apresentem uma falsa necessidade de consumo.

### **A formação do cidadão e o papel da mídia**

A formação da criança é definida por vários fatores; um desses, senão o mais importante, é o convívio com os adultos. Por meio desse convívio, a criança tende a seguir o modelo presente através de imitações, como a fala, a postura, o comportamento etc. Com isso, os valores serão introjetados e arraigados nesse indivíduo, juntamente com sua cultura (HELLER, 2004).

Para exercer sua influência, a mídia segue por caminhos variados que perpassam as diversas relações humanas, alcançando os cidadãos da infância à terceira idade. De acordo com Míguez (2002, p. 63), as crianças são consideradas alvos privilegiados, visto que não possuem poder aquisitivo, influenciados pela mídia, ou seja, são a "voz da

publicidade no ouvido dos pais". Assim, na sociedade, todos estão sujeitos a uma formação com base no consumo desnecessário, motivado pela mídia, cuja influência chega ser avassaladora na vida das pessoas em qualquer idade.

A mídia configura-se em um meio de comunicação que faz parte da rotina das crianças e pré-adolescentes. Para Jorge (2004), o tempo gasto pelas crianças que assistem televisão é cerca de 50% maior do que o tempo dedicado para se fazer a lição de casa, brincar, conversar com amigos, ler, entre outros. A internet e a televisão trazem para dentro das casas programas ou propagandas que incitam o consumo. Isso porque despertam nas crianças, adolescentes e adultos o desejo de possuir algo para se sentir satisfeito.

Aranha e Martins (1993, p. 15) asseveram que

No ato de consumo partimos como pessoas inteiras, movidas pela sensibilidade, imaginação, inteligência e liberdade. Por exemplo, quando adquirimos uma roupa diversos fatores são considerados: precisamos proteger nosso corpo; ou ocultá-lo por pudor; ou "revelá-lo" de forma erótica; usamos a imaginação na combinação de peças, mesmo quando seguimos as tendências da moda; desenvolvemos um estilo próprio de vestir; não compramos apenas uma peça, pois gostamos de variar as cores e os modelos.

No que se refere ao papel cultural, Eagleton (2011, p. 13) defende a ideia que "cultura também é uma questão de seguir regras, e isso também envolve uma interação entre o regulado e o não regulado, seguir uma regra não é similar a obedecer a uma lei física". No entanto, muitos indivíduos, desde sua infância, são cegados nas suas próprias escolhas. A manipulação está nos mínimos detalhes. Os olhos aprisionados nessa cultura ou nessa alienação são impossibilitados de ver a democracia, as possibilidades, a liberdade. Indubitavelmente, defendemos a necessidade de formar cidadãos críticos capazes de discernir o que é bom ou ruim para nossa formação social.

Neste sentido, o curso do paradigma da ideologia em questão é que os indivíduos podem estar sendo alienados ou alienando alguém. A palavra alienação vem do latim "alienus", que significa "o que pertence a um outro". A esse respeito, Mészáros (1981, p. 16) acentua que

Dessa forma entende-se que a alienação decorre de quatro "momentos" que resultam em uma forma de auto-alienação: perda do controle do

processo de trabalho, "o operário perde-se como homem e torna-se coisa, no acto econômico da produção" (CALVEZ, 1962: 359); perda do controle do produto do trabalho, os produtos de seu trabalho tornam-se objetos estranhos que o dominam e sua atividade torna-se alheia a si; perda efetiva de si, de forma que o trabalho (atividade propriamente humana) escapa ao operário, expulsando sua humanidade e reduzindo a sua liberdade a funcionalidade animal ou maquinal, alienando-o; e a perda da civilização humana (essência humana), alienação do homem em relação à sociedade e a outro homem, quando "na proposição de que a natureza da espécie do homem está alienada significa que um homem está alienado do outro, significa que todos eles estão alienados da essência humana".

Na literatura, o conceito de alienação é discutido por Marx no conjunto dos Manuscritos Econômico-Filosóficos (1844). Para Serra (2003, p. 8), o conceito supracitado configura "fecho da abóboda da crítica Marxiana da sociedade capitalista e da sua expressão teórica, a economia política". Assim, uma sociedade, alienada pela mídia, produz uma vida cotidiana alienada, determinando, pois, o esvaziamento individual das pessoas, ou seja, impede o desenvolvimento dos indivíduos.

Na perspectiva de Vygotsky apud Andrade (2006, s/p), "as características humanas não estão presentes desde o nascimento do indivíduo nem são meros resultados das pressões do meio externo. Elas resultam da interação dialética do homem e seu meio sócio-cultural". Portanto, não podemos julgar a mídia como prejudicial ao desenvolvimento humano. Isso porque os meios de comunicação não são os únicos fatores que determinam a formação do sujeito. A escola, a família e o Estado também exercem influência na formação crítica do ser humano, bem como podem auxiliar as crianças no uso da mídia. É nesse contexto que vemos a educação como a mola-mestre no processo de conscientização política dos cidadãos.

Enfim, a mídia apresenta algumas funções primordiais, a saber: informar, entreter, expandir cultura, educar, entre outras. Existem programas educativos que contribuem significativamente para o desenvolvimento do aluno. Logo, na escola, a criança aprende a selecionar, criticar e interagir com todas as informações a que é exposta todos os dias, uma vez que os meios de comunicação estão presentes no dia a dia de cada indivíduo. Nesse sentido, Orozco (1997) afirma que na polêmica televisão versus criança, em vez de proibir, ralar ou consentir pacificamente, o docente e a escola devem preparar-se para

assumir o papel de mediadores críticos dos processos que envolvem a recepção das informações.

## **A Teoria Crítica**

É necessário assinalar que a Teoria Crítica surgiu em 1925, na Escola de Frankfurt. Teve como principais representantes Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Walter Benjamin, Erich Fromm e Jürgen Habermas. Os referidos teóricos voltaram suas pesquisas para Sociologia, Filosofia da História, Estética, Economia e Filosofia da Ciência. Para tanto, objetivavam apresentar uma crítica das estruturas epistemológicas contemporâneas e da organização da sociedade. Além disso, acrescentaram análises sobre o capitalismo do século XX, a situação dos trabalhadores, a família e sua estrutura na sociedade, a música contemporânea, a literatura do ocidente e a indústria cultural.

Chama-se de Escola de Frankfurt ao coletivo de pensadores e cientistas sociais alemães formado, sobretudo, por Theodor Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm e Herbert Marcuse. Devemos aos dois primeiros a criação de um conceito que se tornou central para os estudos culturais e as análises de mídia: o conceito de indústria cultural. Walter Benjamin e Siegfried Kracauer, embora situando-se na periferia daquele grupo, não são menos importantes, podendo ser contados, junto com os demais, entre os criadores da pesquisa crítica em comunicação (RÜDIGER, 2007, p. 131).

Desse modo, cumpre-nos ressaltar que Rüdiger (2007, p. 132) pondera que "os frankfurtianos trataram de um leque de assuntos que compreendia desde os processos civilizadores modernos e o destino do ser humano na era da técnica até a política, a arte, a música, a literatura e a vida cotidiana". Assim, com base nessas concepções, "vieram a descobrir a crescente importância dos fenômenos de mídia e da cultura de mercado na formação do modo de vida contemporâneo".

Na perspectiva de Adorno e Horkheimer, a teoria crítica é caracterizada como uma ferramenta que visa analisar os problemas sociais apontados não só pela cultura de massa, mas também o papel da ciência e da técnica; os sentidos implícitos nos meios de comunicação e a deformação da consciência crítica da sociedade.

Os estudos da Teoria Crítica, influenciados por Adorno, se desenvolveram em vários países da Europa. Assim, dos diversos temas elencados pela Escola de Frankfurt, alguns se destacaram ao serem relacionados à Teoria Crítica, dentre eles: o autoritarismo, a cultura de massa, o papel da ciência e da técnica, os sentidos implícitos na modernização dos meios de comunicação, escola/educação/as teorias, entre outros.

Os escritos de Guareschi (1991, p. 54) asseveram que "as teorias críticas dão um passo atrás e passam a examinar as 'configurações de mundo' que podem ser utilizadas para legitimar instituições sociais repressivas". Na concepção do autor supracitado, "não haveria libertação verdadeira enquanto não houvesse consciência da figuração de mundo ideológico e enquanto essas instituições coercitivas básicas estivessem imunes à livre discussão e à crítica".

Nessa mesma direção, Cirino, Tuzzo e Temer (2014, p. 164) sintetizam o conceito da teoria crítica. A esse respeito os autores esclarecem que

a teoria crítica prevê uma desalienação ou iluminação dos indivíduos sobre sua característica de controlado para que se possa obter a libertação e outro caminho possível por meio da reflexão. A Escola de Frankfurt não é pessimista para ser pessimista, mas sim tem uma visão crítica da realidade social com o propósito de imaginar uma outra situação possível e não só o que está em vigência. É a prática do pensar fora da caixa, tão difícil nos dias atuais. Talvez por isso seja uma escola de pensamento extremamente criticada, a maioria das pessoas não conseguem se imaginar fora desse sistema e por isso é quase não crível ver uma alternativa de sobreviver fora dele.

No Brasil, a teoria crítica foi introduzida na década de 1960 e 1970, momento em que a sociedade brasileira vivenciava a Ditadura Militar. Dessa forma, com a repressão surgiu a necessidade da crítica e do desejo de emancipação. Os principais pensadores brasileiros seguidores da reflexão crítica foram Paulo Freire e José Marques de Melo.

A aceitação da perspectiva frankfurtiana no campo da comunicação no Brasil passou por diversos períodos. Após uma primeira fase de descoberta e incorporação desses teóricos nos anos 1970, os mesmos foram sendo relegados a segundo plano, recebendo inclusive a alcunha de apocalípticos. Posteriormente, na década de 1980 – tendo como ponto de referência a obra de Adorno -, seriam tachados de pessimistas, e a crítica à indústria cultural, esvaziada de seu conteúdo. [...] A partir de uma revisão bibliográfica, vimos alguns dos pontos mais polêmicos que cercam a dialética do esclarecimento e as críticas em relação à indústria cultural, especialmente na visão de dois autores, Umberto Eco e Jesus

Martín-Barbero, um com um olhar europeu e o outro com uma visão latino-americana. Ao pensarmos o legado da Escola de Frankfurt, é interessante sempre retomar o ponto de partida dos próprios teóricos, seu contexto social e histórico, para entender como é possível que, prestes a completar 90 anos da inauguração do Instituto de Pesquisas Sociais, seus textos continuem sendo estudados com tanta atenção (MOGENDORFF, 2012, p. 159).

Cabe destacar, aqui, que os estudos de base frankfurtiana não elencaram a TV ou a internet. Na verdade, os seus construtos teóricos se moldam para uma análise contemporânea, assim como para uma leitura crítica da mídia. "Nesse contexto os veículos de comunicação passam a ser vistos como meios de dominação e poder, elementos inseridos na indústria cultural e com capacidade de violência simbólica com o receptor [...] O indivíduo deixa de ser sujeito e torna-se objeto" (TEMER; NERY, 2009, p. 90-93).

Sobre a Indústria Cultural, Rüdiger (2007, p. 138) atribui a ela um conceito mais amplo, qual seja: "Horkheimer, Adorno, Marcuse e outros referiram-se com o termo indústria cultural à conversão da cultura em mercadoria, ao processo de subordinação da consciência à racionalidade capitalista". Assim sendo, além de estabelecer uma crítica à industrialização do processo de trabalho e produção, a crítica da Escola de Frankfurt à indústria cultural volta-se para o pensar, ou melhor, para a castração do pensar. Com isso, a racionalidade absoluta do capitalismo seria proposta, o que para os pensadores criaria a estagnação ideológica da sociedade.

Não podemos cair no erro de que conferir à televisão ou à internet o título de indústria cultural. Isso porque ambos configuram instrumentos e ferramentas para a disseminação dos produtos da indústria cultural, sendo, portanto, considerado um de seus usos. "Noutras palavras, a expressão designa uma prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado", esclarece Rüdiger (2007, p. 138-139). O autor assevera, ainda, que

a prática da indústria cultural converte-se porém em sistema que a tudo abarca e em que todos os setores se harmonizam reciprocamente. [...] aparecem poderosas empresas multimídia e conglomerados privados, que passam a conferir um poder cada vez maior às tecnologias de reprodução e difusão de bens culturais. [...] Dessa forma, os pensadores do grupo foram os primeiros a ver que, em nosso século, a família e a escola, depois da religião, estão perdendo sua influência socializadora

para as empresas de comunicação. O capitalismo rompeu os limites da economia e penetrou no campo da formação da consciência, convertendo os bens culturais em mercadoria.

No modelo no qual estamos inseridos, o modo de produção capitalista, é comum a crença de que a indústria cultural tem como pretensão mudar gostos ou implantá-los na sociedade visando comercializar não só produtos, mas também ideologias. No entanto, tal crença não pode ser assim entendida, visto que a "prática da indústria cultural segue a linha da menor resistência, não deseja mudar as pessoas: desenvolve-se com base nos mecanismos de oferta e procura, explorando necessidades e predisposições individuais que não são criadas por ela" (RÜDIGER, 2007, p. 143).

Enquanto educadores, formadores da consciência política, a grande crítica que fazemos aos meios de comunicação consiste no fato da transmissão de conhecimento e preocupação em manter o silêncio tão necessário e defendido pelos frankfurtianos. Ao preencher todo o silêncio e vazio do espaço de tempo dos indivíduos, a mídia proíbe que ele possa e consiga pensar sobre outros assuntos que não estão ali mencionados" (CIRINO; TUZZO; TEMER, 2014, p. 168). Os autores pontuam que a mídia está no seu direito de liberdade de expressão ao pautar futilidades, sensacionalismos e inutilidade, mesmo que isso não seja algo apropriado. Dessa forma, no momento em que determinados assuntos são priorizados, outros deixam de ser veiculados. Para os estudiosos citados, o fato de não dizer configura uma forma de dizer algo; com isso, fica evidente que o sujeito não pode pensar sobre o que não é dito.

As comunicações são importantes não porque veiculem ideologias, mas sim porque, se de um lado fornecem as informações que colaboram para seu esclarecimento, de outro proporcionam entretenimento que elas procuram com avidez e sem o qual talvez não pudessem suportar o crescente desencantamento da existência. [...] Também neste aspecto, porém, conviria observar que o principal não está no conteúdo dos meios mas no fato de as pessoas estarem a eles ligados como bens de consumo. [...] A programação transmitida, muitas vezes avaliada criticamente, é bem menos importante do que suas funções de preencher um ambiente, matar o vazio ou entreter o indivíduo com o equipamento (RÜDIGER, 2007, p. 142-143).

Frente ao exposto, Temer e Nery (2009) esclarecem que o acesso à informação deveria ser entendido como instrumento da modernidade para libertar a consciência humana do medo. No entanto, a informação deixa de cumprir sua missão, tornando-se

um instrumento de dominação. No cotidiano, é possível observar que, nos produtos midiáticos, há uma mistura nos gêneros do discurso, ou seja, as novelas buscam debater fatos reais, matérias trazem opiniões e julgamentos, entre outros.

Partindo dessa premissa, entende-se que a mídia transmite de forma intencional uma única realidade. Ela se estabelece como dominadora, pois as informações que chegam aos indivíduos já estão moldadas. Em muitos casos, pessoas sem instrução/educação formal crítica não conseguem distinguir entre o que é real e o que é fabricado. Nesse sentido, vemos na educação a possibilidade de formar cidadãos críticos, libertadores, humanos e humanizantes. Para públicos mais exigentes, a mídia pode passar de dominadora para dominada. Dessa forma, a crítica pode ser entendida como um processo de libertação humana, desalienada das amarras que os oprime.

### **Considerações finais**

Com base na tradição crítica, sucintamente abordada, buscamos refletir sobre a influência da mídia na sociedade, mais especificamente na formação da consciência crítica do cidadão. Não há como negar a existência de uma sociedade de consumo estimulada pelo poder da mídia. Todavia, esta não é totalmente negativa. Isso porque a sociedade pode fazer uso de informações construtivas e verdadeiras. No entanto, é preciso saber "filtrar" aquilo que é ouvido. O cidadão não pode deixar-se impregnar pela imposição, pelo olhar e pelo querer do outro, sem levar em consideração o querer, o sentir e o pensar.

Pensar, analisar e refletir criticamente são atos de libertação, uma vez que a mídia, em muitos casos, estabelece essas ações como meio de dominação e poder. Desse modo, não existe um modelo a ser seguido, mas sim um processo de desenvolvimento crítico, em que nem tudo que é exposto nos meios de comunicação possam ser tomados como verdades absolutas. Frente a essa assertiva, pensamos que por meio da educação emancipadora o cidadão precisa se assumir como sujeito e não um mero objeto de alienação, facilmente moldado pelos meios de comunicação que adentram nos nossos lares a cada segundo.

Em síntese, pensamos ser necessário assinalar que as características humanas resultam da interação dialética do homem e seu meio sociocultural. Dessa forma, a mídia

não pode ser julgada como o único elemento prejudicial ao desenvolvimento humano, pois não é o principal fator que determina a formação do sujeito. Assim sendo, há outros componentes sociais, como a escola, a família e o Estado, que exercem grandes influências na formação crítica do ser humano. Além disso, estes três grandes fatores podem influenciar de forma positiva e auxiliar crianças, jovens e adultos no uso correto do conteúdo que é veiculado nos meios de comunicação em nosso cotidiano.

## Referências

ANDRADE, Eva. **A influência da mídia no desenvolvimento psicológico infantil**. Disponível em: <<http://www.unicentro.br/proec/publicacoes/salao2006/artigos>>. Acesso em: janeiro de 2018.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Temas de Filosofia**. São Paulo: Moderna, 1993.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

CALVÉZ, Jean-Yves. A alienação econômica. In: \_\_\_\_\_. **O pensamento de Karl Marx**. Porto: Livraria Tavares Martins, 1962. p. 339 - 464.

CIRINO, José Antonio Ferreira; TUZZO, Simone Antoniacci; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Teoria crítica social para leitura crítica da mídia. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 17, n. 2, p. 155-174, jul./dez. 2014.

EAGLETON, Terry. **A idéia de cultura**. Tradução de Sandra Castello Branco; Revisão Técnica de Cezar Mortari. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

GUARESCHI, Pedrinho A. Comunicação e Teoria Crítica. In: \_\_\_\_\_. **Comunicação & Controle Social**. Rio de Janeiro: Vozes, 1991. p. 52-71.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

JORGE, Wanda. Mídia para criança e o adolescente. **Revista Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 56, n.1, p. 55-56, jan./mar. 2004.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MAAR, Wolfgang Leo. A produção da sociedade pela indústria cultural. **Revista Olhar**, ano 2, n. 3, jun. 2000.

MOGENDORFF, Janine Regina. A Escola de Frankfurt e seu legado. **Verso e Reverso**. v. 23, n. 63, p. 152-159. 2012.

MÉSZÁROS, István. **A teoria da alienação em Marx**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

OROZCO, Guillermo Gomez. Professores e meios de comunicação: desafios e estereótipos. **Comunicação & Educação**, n. 10, p. 57-68, set./dez 1997.

MÍGUEZ, Ignacio Ramonet. **Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: Hohlfeldt, A.; Martino, L. C.; França, V. V. (orgs). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 131- 150.

SERRA, Joaquim Mateus. **Alienação**. 2003. Disponível em: <[http://www.lusosofia.net/textos/serra\\_paulo\\_alienacao.pdf](http://www.lusosofia.net/textos/serra_paulo_alienacao.pdf)>. Acesso em 30 dez. 2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: EDUFU, 2009.

**Submissão: Nov. 2017**

**Aprovado: Dez. 2018**