

NOVOS DESAFIOS PARA A EDUCAÇÃO: INDEPENDÊNCIA, ALIENAÇÃO, DEPENDÊNCIA ECONÔMICA E PADRONIZAÇÃO CULTURAL

Davidson José de Sousa Oliveira¹

¹ Mestrando em Ciências da Educação pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias - ULHT- Lisboa - Portugal. Professor licenciado em educação infantil pela UNIPAC – Barbacena-MG, Pós-graduado em Orientação Escolar, Supervisão Escolar e Psicopedagogia pela Faculdade Castelo Branco - Colatina-ES

RESUMO

O presente artigo tem a intenção de angariar subsídios para a reflexão sobre os modernos papéis da escola, diante de um contexto social de tendências alienatórias. Discutir-se-á as relações entre o saber e a liberdade humana, num debate voltado para as novas correntes doutrinárias que se cruzam quando procuram compreender a função da educação no processo de libertação humana. Procurar-se-á saber quais são as correntes que defendem a reforma na maneira de se pensar em educação como meio de se conquistar a autonomia. As ideias de liberdade e autonomia serão postas frente a frente para possibilitar a discussão sobre como o agir da escola interfere nestes processos.

Palavras-chave: Alienação, dependência econômica, ditadura da moda, padronização cultural.

ABSTRACT

This article intends to raise subsidies for reflection on modern school papers, before a social context transferee trends. Discuss It will be the relationship between knowledge and human freedom, a debate focused on the new doctrinal currents that cross when seeking to understand the role of education in human liberation process. Search will be wondering what are the current defending the reform in the way we think of education as a means to gain autonomy. The ideas of freedom and autonomy are put face to face to enable discussion on how the act of school interfere in these processes.

Keywords: Alienation, economic dependence, fashion dictatorship, cultural standardization.

1. INTRODUÇÃO

A maioria dos discursos sobre a independência humana trata de independência financeira. A liberdade de se comprar, gastar com recursos próprios. As escolas tratam de maneira irresponsável esse assunto. Primeiro por que focam a profissão futura como mecanismo que leva ao sucesso ou ao fracasso. Claro que, no capitalismo, o médico é muito mais respeitado que o gari; porém, deve-se ressaltar que o principal motivador desta reflexão é justamente o papel do saber na libertação do homem. Portanto, é prudente voltar na história e rever alguns conceitos de posição social relacionados com o conhecimento. Veja o caso do escriba “[...] era uma pessoa educada nas artes

da escrita, usando tanto escritas hieroglíficas e hieráticas, e a escrita demótica da segunda metade do primeiro milênio, antes de Cristo, que foi usada também, além da aritmética. Filhos de escribas eram educados na mesma tradição escriba, enviados à escola e, ao entrarem no serviço civil, herdavam as posições de seus pais. Muito do que é sabido do Antigo Egito provém das atividades dos escribas. Edifícios monumentais foram erigidos sob suas supervisões, atividades administrativas e econômicas eram documentadas por eles [...] Escribas também eram considerados parte da corte real e não eram obrigados a pagar taxas ou se juntarem às forças armadas. A profissão do escriba possuía profissões similares, como os pintores e artesãos que faziam decorações e outras

reliquias com pinturas e textos hieróglifos. Um escriba era eximido do trabalho manual pesado exigido às baixas classes”.¹ Não é algo novo essa relação de conhecimento com posição ou consideração social. Porém, vale lembrar que a transmissão de conhecimento aos escribas era realizada de maneira igual à das escolas em alguns aspectos e diferentes em outros. Eles recebiam dos pais o saber e repassavam aos filhos por gerações. Existia uma relação muito parecida com a de professor e aluno nos dias de hoje, com a diferença de os alunos serem preparados exclusivamente para uma função, algo semelhante ao tecnicismo, orientados por quem já a exercia, enquanto hoje o aluno tem o direito de escolher entre centenas de profissões. O que realmente difere é a significação da escolha. Observando-se bem, é possível perceber que, se por um lado o escriba já era motivado a se preparar para a função, por outro os jovens de hoje não sabem quais são seus reais objetivos, e a escola não sabe que tipo de cidadão pretende produzir. Na verdade, ela nem mesmo sabe “se” quer produzir um cidadão. Sendo assim, a criança, adolescente ou jovem que vai à escola escuta o tempo todo que esta é a garantia de seu futuro; esse discurso parece até ser decorado; mas não sabe como a escola fará isso, ou mesmo como ele próprio administrará a situação. O resultado são escolas superlotadas e sucateadas, favorecidas pelo descaso do poder público; ambientes que não favorecem a aprendizagem ou mesmo a socialização.

O cidadão procura a tal independência, sem saber, realmente, do que se trata. Afinal pode ser que, na sociedade capitalista, as pessoas a entendam como a conquista do primeiro automóvel, muitas vezes, financiados a se perder de vista, o mesmo acontece com a aquisição da casa própria, ou “ao se ter o dinheirinho para não se faltar a carne na mesa ou coisa parecida”. O conhecimento fica, muitas vezes, à margem desse

conceito, já que o mundo interpreta independência como condição financeira. Compactando, as pessoas concluem que não há necessidade de escola, ou conhecimento acadêmico para se conquistar bens materiais, já que estes são acessíveis a qualquer um que tenha CPF registrado e nome limpo. As consequências vêm depois, quando por falta de educação financeira, as dívidas se tornam uma “bola de neve” incontrolável, fazendo com que o cidadão mergulhe em um poço sem fundo.

Traçando um paralelo entre educação e independência o que se tem é um mecanismo muito bem elaborado para controlar as massas. A mente já debilitada da população crê que a independência é algo que existe única e exclusivamente para o indivíduo e não para a sociedade. Uma vez centralizado no “eu”, o indivíduo passa a tentar satisfazer os seus desejos particulares como se estes fossem os únicos anseios humanos. E aqui entra o egocentrismo, o materialismo e a passividade. Em seguida, a propaganda das grandes marcas e mídias e as ideologias dominadoras entram para fazer o mais fácil: dar a este cidadão individualista aquilo que mais lhe satisfaz o ego. Assim ocorre a manipulação com base na dependência, destruindo o poder coletivo e arrasando a criticidade de modo sutil e mascarado. A dominação com base na dependência possibilita padrões de controle baseados na alienação, dependência econômica, tendencialismo e ditadura da moda.

Para uma reflexão bem fundamentada sobre educação e independência, como sugere o título deste artigo, será feito um estudo breve sobre seis mecanismos: Alienação, dependência econômica, tendencialismo, ditadura da moda, publicidade e propaganda e padronização cultural. Conhecendo-os, será possível entender os caminhos aqui sugeridos para que a educação seja a libertação da sociedade das amarras da dominação promovidas, não somente pela ignorância da sociedade, mas pela astúcia dos dominadores e suas ferramentas de controle.

¹ "Scribes", *Life in Ancient Egypt*, Carnegie Museum of Natural History. 2009.

2. A ALIENAÇÃO: Os resultados da submissão

O Dicionário Aurélio define alienação como "... perda da razão, loucura: alienação mental. / Estado da pessoa que, tendo sido educada em condições sociais determinadas, se submete cegamente aos valores e instituições dadas, perdendo assim a consciência de seus verdadeiros problemas".

Essa definição ilustra perfeitamente o propósito desta discussão. Quanto mais o aparato de controle trabalha a favor da manutenção do poder, mais a população fica sob o jugo de seus algozes. A mídia, munida de grande conhecimento sobre formas de controle de massas, busca meios de tornar cada vez mais normal a vivência do ambiente de comando. Isso faz com que as pessoas não se vejam dominados, pelo contrário, elas até se sentem livres dentro de um plano de democracia e liberdade, e acabam submetidas se acostumando a consumir o que os dominadores apresentam.

O termo alienação advém do pensamento de Hegel, mas sua raiz também está em Ludwig Feuerbach, que formulou uma teoria do paradoxo da alienação humana a partir da religião. Em Hegel, este é um processo essencial pelo qual a consciência é ingênua e acaba se convencendo de que há um mundo independente, teoria desenvolvida na obra *Fenomenologia do Espírito* (1807)²

Por conta da subjetividade, a religião é considerada, em Feuerbach, como alienadora visto que em seu entendimento

o homem é fruto de um acidente pecaminoso que o levou a depender diretamente da misericórdia de um ser superior, criador de tudo, que estaria na regência de sua vida até que todo o plano de libertação fosse cumprido. Certamente este texto poderá levantar hipóteses de que o autor deste artigo seja ateu ou mesmo inimigo da religião. Não é o caso. Aqui se expõe um pensamento do século XIX, época em que Feuerbach escreveu baseado na teologia humanista e, logo após seu rompimento com a teologia teocêntrica, sobre aquilo que lhe convenceria de que a religião e o teocentrismo seriam invenções de grupos humanos para explicar o inexplicável ou para facilitar a compreensão daquilo que a filosofia e as ciências físicas, exatas e biológicas não conseguiam provar. A religião seria, então, uma criação humana que teria o objetivo de alienar e controlar por meio de deus. Provavelmente a vinda à tona das atrocidades e das falcaturas cometidas pela igreja medieval possa ter sido a principal motivação de Feuerbach para publicar seus escritos sobre alienação humana a partir da religião.

A alienação é um fenômeno caracterizado pela dependência econômica, psíquica ou orgânica de algum produto ou subproduto de trabalho ou ideia, feito para causar ou sanar alguma dependência.

A alienação em Marx é entendida como a relação contraditória do trabalhador com o produto de seu trabalho e a relação do trabalhador ao ato de produção, um processo de objetivação, tornando o homem estranho a si mesmo, aos outros homens e ao ambiente em que vive³

² João Carlos da Silva UNIOESTE, Cascavel, PR. Revista HISTEDBR On-line. Revista HISTEDBR On-line, Campinas, n.19, p.101 - 110, set. 2005 - ISSN: 1676-2584 101

³ MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Hucitec, 1986.

Para Marx o domínio vem da relação entre a alienação e a dependência, ambos produzidos e enraizados nas relações de trabalho e produção. Consiste na destruição da natureza liberta do homem, e gera a conformidade com a realidade de produção e consumo. Como supracitado, a alienação torna o homem estranho a si mesmo. Ainda pode-se entender, em Marx, que as relações de trabalho são contraposições de forças desiguais que resultam em dependência direta entre patrão e proletariado. É como se não houvesse possibilidade de vida sem a divisão entre as classes. Há até mesmo a ideia de que é necessária a existência do patrão para que o trabalhador não sucumba. Como a grande maioria da população se destina a atuar na força de produção, é prudente, no mínimo, desconfiar que haja um grande interesse das classes dominantes em manter a divisão social de classes, já que isso significa sua permanência no poder de dominação.

A apropriação torna as massas parte de um processo de comando planejado, sendo o indivíduo uma peça de reposição com alta oferta. Marx afirma que a apropriação surge como alienação, e a alienação como apropriação. MARX (2002). Um dos fenômenos da revolução industrial que pode ilustrar esta análise é a criação das condições de dependência direta do empregado para com o patrão na forma de prestação de serviços de aluguel, venda de gêneros alimentícios, remédios e vestuário a preços exorbitantes que eram feitos na forma de venda a prazo para o trabalhador, que só com o salário não conseguia cumprir seus débitos com os patrões a acabavam trabalhando na condição de devedor do empregador, que lucrava muito mais mantendo o trabalhador preso a uma espécie de dependência que era

característica desse tipo de sociedade dividida em patrão e proletário.

3. A DEPENDÊNCIA ECONÔMICA

Nota-se que as grandes potências econômicas produzem propagandas com forte apelo cultural e social para criar um vínculo de dependência que favorece a dominação. Os recursos de produção e infraestrutura necessários para se manter um padrão de consumo de primeiro mundo geram a necessidade de recorrência aos cofres de financiadores interessados diretamente na popularização do consumo. Isso gera a dependência econômica.

Quanto à dependência econômica, ela pode ser entendida como a incapacidade de gerenciar um mecanismo independente de manutenção econômica. A dependência política e econômica continuada poderá esclarecer em parte o subdesenvolvimento do mundo latino-americano e afro-asiático (a despeito da defasagem entre ambos os processos), condicionados aos mecanismos de apropriação e acumulação do excedente econômico, pelo crônico endividamento externo, pelas relações de trocas desiguais, pela dominação do capital financeiro e bancário, com a complacência e convivência inicialmente das classes senhoriais, das oligarquias agroextrativistas exportadoras e, posteriormente, dos agentes da subeconomia industrial, os quais tradicionalmente exerceram o controle do poder estatal. (MACHADO)⁴

O subdesenvolvimento compreende o efeito causado pela dependência econômica e a fragilidade do poder político. Este último refere-se às fraquezas do poder político dos países

⁴ MACHADO, Luiz Toledo : **A teoria da dependência na América Latina.** (Artigo científico)

subdesenvolvidos em lidar com a dominação capitalista imposta como condição de relacionamento entre eles e as grandes potências. É como se a condição para se manter relações diplomáticas e econômicas fosse a submissão dos mais pobres aos mais ricos, causando assim um cenário de desigualdade que só favorece os países ricos. O subdesenvolvimento social acaba por ser o resultado da ignorância dos povos com relação aos mecanismos de dominação. A história mostra que os povos técnica e academicamente despreparados foram sempre economicamente extorquidos por nações que detinham poder ideológico. Tudo isso seria evitado, ou dificultado, se a pauta de discussões históricas e sociológicas nos meios acadêmicos fosse suficientemente séria no que diz respeito à resistência aos mecanismos ideológicos de dominação e controle.

4. O TENDENCIALISMO

Quem inventou a tendência? De onde vêm os padrões? O que leva o ser humano a seguir algo criado sem sua participação?

O tendencialismo é a incapacidade de se proteger ou ficar exaurido de algum modismo. É uma condição de fraqueza humana e, sobretudo, incapacidade de produzir pensamento próprio. É, ainda, uma ausência de convicção e criticidade.

O indivíduo que é reprodutor do tendencialismo é conformado, não tem perspectiva de crescimento, é facilmente confundido com alguém de personalidade não muito marcante. Fixa suas raízes culturais nas febres momentâneas produzidas pelos controladores.

No campo da produção cultural, a disseminação de tendências é demasiadamente lucrativa. As grandes

mídias trabalham a favor do crescimento do aparato de controle ideológico:

A sociedade de controle, por paradoxal que possa parecer, produz, ao mesmo tempo, desterritorialização contínua e subjetivações serializadas e homogeneizadoras. Cria a necessidade de acompanhamento contínuo das últimas novidades tecnológicas, de busca de imagens de competência, de roupas de grife, do carro da moda, da leitura do livro mais recente, [...] laminando os sujeitos no campo da falta, da desqualificação e segregação cotidianas. Produz subjetividades solitárias, cada vez mais voltadas para dentro de si, magnetizadas com suas imagens nos espelhos fornecidos pelo capital. Subjetividades, estas, que retiram os homens da história circunscrevendo seu conhecimento a “seu interior”, “a busca de si mesmo” e têm como um dos seus efeitos a produção de distância, paralisia e individualização.”(NEVES, 1997)⁵

Essa sociedade de controle, fortemente munida de artifícios que a mantém no topo da rede de comando, é a mesma que garante má qualidade da educação, má distribuição de renda (não gratuita) e impedimentos diversos de que as pessoas se sintam parte de um organismo chamado sociedade democrática.

Como características marcantes, podem-se destacar, no tendencialismo, três divisões: A pesquisa mercadológica; a produção ideológica e a ocupação das mídias com a implantação do produto, não

⁵ NEVES, Cláudia E. Abbês Baêta. Sociedade de Controle, o neoliberalismo e os efeitos de subjetivação. In: SILVA, André do et al. (Org.). Subjetividade: questões contemporâneas. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 84-91. Ano: 1997.

como tal, mas como representação social desse ou daquele grupo. Analisando as três, será possível iniciar as reflexões sobre o domínio a partir do estudo de possibilidades de implantação de um sistema onde se criam tendências.

- *A pesquisa mercadológica*

Em publicação no ano de 1978, Boyd e Westfall relatam a pesquisa mercadológica é a busca e análise objetiva e sistemática de informações relevantes para identificação e solução de qualquer problema no campo mercadológico (BOYD e WESTFALL, 1978). As tendências não são uma herança cultural e sim um mecanismo, ou estratégia, criadas pelo estudo de mercado para movimentar uma legião de consumidores. Elas não nascem do povo, mas sim das estratégias de marketing. São frutos diretos da pesquisa mercadológica. As empresas, a mídia e as indústrias procuram formas ideológicas de fazer com que os cidadãos se sintam inseridos num contexto social. Exemplos disso são as propagandas tendenciais de natal, que levam o povo a consumir alimentos específicos, usar roupas tidas como ideais para cada ocasião, ou mesmo adquirir hábitos de outros países de regiões totalmente opostas em clima, cultura, sociedade e pensamento. É a pesquisa mercadológica que determina as formas de produção e os padrões propagandísticos que serão usados para descobrir, elaborar meios e dominar através do consumo. Em outras palavras, é preciso saber o que produzir, como conquistar mercado e para quem vender. Isso se sabe através do conhecimento de perfis. Portanto, onde há conhecimento de mercado há grande possibilidade de sucesso de vendas.

- *A produção ideológica*

Os conceitos de ideologia, filosoficamente, estão embasados em análises de autores como Engels, Marx, Durkheim e Lacan, que a observam dos pontos de vista das classes dominantes e dominadas, bem como nas relações de produção e consumo. Nesse caso, a ideologia é observada do ponto de vista psíquico, levando ao entendimento de seu poder para a dominação. A relação existente entre ideologia e inconsciente torna-se evidente se aceitarmos que o sujeito inconsciente é, em grande parte, o sujeito da ideologia, e vice-versa, não sendo possível compreender um sem o outro (Sousa Filho, 2003).

Invadir o subconsciente, que não é dominado pelo sujeito consciente, é a forma mais cruel e eficaz de se implantar a semente da dominação. O poder da ideologia sobre a psique é estudada e aplicada em efeito contínuo, como uma série de ligações em linha que terminam com o funcionamento do mecanismo por completo. Ou seja, não existe uma invasão completa, de uma só vez. O que se tem é uma série de pequenas descargas ideológicas que, com o passar do tempo, resultam no condicionamento do sujeito como objeto da passividade. É o que se discutiu anteriormente nesta obra.

Os indivíduos não percebem, por que não são capazes, que existem grupos aos quais o domínio interessa e isso os faz serem inertes ao poder da ideologia dominante, sendo esta uma forma que passa despercebida e coexistente no meio social com os cidadãos, tornando-se parte integrante da própria cultura destes. Tomando Marx e Engels em *A ideologia alemã*, é através de uma tal representação da realidade social que se torna possível que a dominação – vista aqui como a realidade do *assujeitamento* na cultura, um dado antropológico – não

seja experimentada como tal, mas vivida pelos sujeito simplesmente como “cultura”: costumes, padrões, moral, direito, etc. Isso reflete a normalidade dos padrões ideológicos dentro da vivência social dos grupos. Não é a ideologia que é imperceptível; são as pessoas que se mostram incapazes de diferenciá-la dos padrões sociais que determinam as particularidades de cada grupo, para cada qual existem ideologias de controle social, cuidadosamente elaboradas, para garantir o sucesso da dominação. Isso mostra que não é possível aplicar padrões ideológicos iguais em grupos sociais diferentes.

-
- **A ocupação das mídias com a implantação do produto**

A proposta não é discutir propaganda somente. Não basta divulgar. É preciso implantar o produto. Fazê-lo necessário, transformá-lo em objeto de desejo, criar um símbolo de diferenciação, ou mesmo *status social*. O papel das mídias é reunir condições para que isso aconteça. Para isso, antes de tudo, a própria mídia teve de se transformar no que foi acima dito. Isso ocorreu; e ocorre; desde que os primeiros exemplares de jornais impressos passaram a ser objeto comum nas casas. Ele se tornou fonte de lazer e informação. Aqueles que perceberam nisso um grande potencial de propaganda, perceberam também que poderia se fazer uso deste potencial a favor do consumo. A continuidade veio com o rádio, TV e, por último, com a internet. É praticamente impossível a não existência de algum desses meios de comunicação em algum lar. A popularização desses mecanismos, apesar de não terem sido o início da história da propaganda, foi o meio que tornou possível a formação dos poderes das mídias. Buscando compreender este poder, percebe-se que as mídias são tão comuns na sociedade que ela própria não

pode mais existir da maneira que se conhece. A mídia e as tecnologias que ostentam manifestações de poder inerentes aos interesses capitalistas produziram, de acordo com Kincheloe (in GOMES), uma era de consumo.

Observando algumas propagandas de cigarros das últimas décadas, percebe-se a intenção sistematizada de convencer de um status envolto no uso do produto. Nesse caso o vício e a dependência química e psíquica são mecanismos que possibilitam o processo. A passividade do cidadão faz o resto. Todas as imagens de belas mulheres, homens jovens e saudáveis e cenários estonteantes são, categoricamente, armadilhas propagandísticas. Faz-se do produto uma necessidade ou mesmo uma marca de *status*. É como se o consumo fosse o resultado de uma cadeia de armadilhas. Assim, alienação, produção e consumo são interligados por uma relação íntima que objetiva a implantação de tendências de consumo cada vez mais presentes no cotidiano da sociedade. Por sua aparente normalidade e disposição inofensiva, tornam-se invisíveis aos olhos desatentos das pessoas, que não as percebem como influências das tendências de consumo em suas vidas. É a manutenção do ímpeto de consumo.

5. DITADURA DA MODA

Pode-se entender ditadura da moda como uma tática de alienação, baseada nas relações de consumo. O sujeito que segue a moda é aquele que rege, de acordo com o gosto do momento, a maneira de viver, de vestir etc. Também pode ser entendida como fantasia, gosto, maneira ou modo segundo o qual cada um faz as coisas.⁶ Os movimentos da moda são carregados de falsas sutilezas

⁶ www.dicionariodoaurelio.com/Moda.html.
Consulta em 04/2013

que dificultam o desvendar de suas intenções. Não se percebe, por trás da moda, a intenção de escravização. Brilhantemente, no prefácio da obra *Moda do Século*, François Baudot (2002) descreve essa aparente e perigosa sutileza dizendo que “às vezes os movimentos da moda dificilmente se deixam perceber. De repente, crescem. Depois, extinguem-se progressivamente. São fósforos que riscam. Às vezes queimando os dedos. Quase sempre acendendo um fogo que o ar atíça e que o tempo desfaz, com o peso dos hábitos, do enfatiamento e da indiferença.”⁷ A referida obra é muito mais do que uma análise da moda da alta costura mundial, sobretudo europeia. Ela discorre sobre uma visão sociológica completa e complexa de aspectos que passam desde os interesses elitários até os confrontos entre culturas no que diz respeito à ditadura da moda. Sua abordagem histórica leva o leitor a compreender como as ideologias contidas na propaganda, sobretudo iniciada no século XIV na Europa, influenciou o que hoje se entende ser o posicionamento da moda como referencial de estilo e status na sociedade. Baudot ainda escreve que “dotada de perfeita má fé, mas de entusiasmo indomável, a moda, a partir do final do século XIX, não deixou de ampliar, irreversivelmente seus domínios. Governando as aparências, alimentando paixões, catalisando toda uma economia, ela associa obrigatoriamente dois pólos antagônicos: a vontade de criar e a necessidade de produzir.” BAUDOT(2002). Enquanto a sociedade assiste, passivamente, a maestria dos produtores da moda na regência de uma

grande massa de comandados e influenciados, a indústria perpetua a continuidade de seus altos ganhos, sob a forma de produtora da tendência. As grandes massas vivem, diferentemente do que viviam no século XX, uma grande revolução no consumo, já que os níveis de desemprego já não são como eram. Nas nações emergentes, o poder aquisitivo é melhor do que no passado e, até mesmo, o padrão de diferenças entre ricos e pobres se modificou, tendo em vista que os indicadores das disparidades entre essas classes já não mais são fatores como analfabetismo ou fome. Atualmente se diferencia ricos e pobres pelo padrão de consumo, ou seja, por aquilo que conseguem comprar e consumir, e não por aquilo que lhes falta, como era no passado.

A diferença entre a ditadura da moda e tendencialismo é que a primeira é um modelo social criado e modificado periodicamente para fazer as pessoas se sentirem em constante mudança e dinâmicas, pouco repetitivas e portadoras de uma identidade cultural e social padrão, semelhantes aos cidadãos modelo, que são repetitivamente usados pelo marketing na figura de artistas famosos, homens e mulheres bonitas e saudáveis, pessoas que aparentemente se mostram bem sucedidas, como pano de fundo para as incursões dos produtores da moda. Funciona como fator de integração em uma sociedade cada vez mais exigente e seletora. O culto à imagem é um exemplo claro e clássico, que ganhou uma força descomunal nos últimos tempos. O segundo é o meio criado para assegurar um consumo, independente da moda, e que não muda com o tempo. As datas comemorativas criadas pela indústria são exemplos de tendencialismo. Ele se caracteriza pelo forte apelo sentimental e emocional, visto que se revela através de

⁷ BAUDOT, François. *Moda do século*. Título original: *Um siècle de mode*. Tradução: Mria Thereza de Rezende Costa. São Paulo: Cosac Naify. 2002. 400p. 3ª edição. ISBN 85.86374-96-2

atitudes que geram grande bem-estar entre as pessoas, como dar ou receber um presente de natal, dia das mães, dos pais, das crianças, de aniversário, dentre outros que interagem diretamente com os sentimentos das pessoas. Como se isso não bastasse, existe uma implantação de costumes totalmente artificiais e prontos; práticas de outros povos que não se assemelham, em termos culturais, em nada com o brasileiro. Veja as redes de fast food norte-americanas ou mesmo os verbetes em inglês que invadem as vidas dos brasileiros sem que estes percebam, e acabam por americanizar as pessoas. Isso é uma sutil e maldosa maneira de submeter as sociedades à padronização cultural.

6. A PADRONIZAÇÃO CULTURAL

Ao se falar em dominação, não se pode deixar de levar em consideração os fatores culturais, que podem ser barreiras para as ideologias de controle. Para se obter um auxílio proveitoso, serão usados os estudos sobre cultura de um ponto de vista universal, mostrando por que o início deste parágrafo afirma que ela pode ser uma barreira que dificulta o trabalho dos dominadores. Veja o caso da indústria de bebidas alcoólicas. Ela encontra uma grande resistência em meios às comunidades religiosas, sobretudo protestantes, que, em sua grande maioria, se recusam a consumir esse tipo de produto. Nesse caso, as fábricas de bebidas etílicas procuram amenizar os efeitos sócio-culturais do uso de álcool, patrocinando pesquisas científicas que se esforçam em provar que o consumo moderado não causa males à saúde, e até podem ser benéficos. Recentemente pesquisas sérias comprovaram que, por exemplo, o uso de uma taça de vinho por dia pode auxiliar no combate a derrames e infartos. Não se tem a intenção de colocar

em dúvida essas pesquisas, porém, pode-se notar que a indústria se aproveita desses resultados para fazer com que culturalmente essas sociedades não se sintam, por exemplo, culpadas ou pecadoras por consumirem álcool, visto que a justificativa para se embriagar é plausível, já que se trata de um ato de prevenção de problemas de saúde. Esse exemplo ilustra uma realidade que se vê em escalas mais largas pelo mundo. Trata-se de tentar justificar uma ação por uma adaptação ao moderno, ou ao mundialmente padronizado jeito de ser moderno. Como o fato de ter existido grande resistência no mundo árabe aos produtos americanos como os da rede McDonalds e a Coca Cola, assim é barreira para a indústria a pluralidade cultural, que pode interferir nos planos de expansão multinacional da indústria.

A padronização cultural consiste em globalizar as relações culturais; transformar as culturas locais em culturas universais⁸. Fazer com que as pessoas sintam-se englobadas num todo chamado mundo. Essa padronização traz a oportunidade dos grandes sistemas de dominação de agirem universalmente conforme seus planejamentos, muitas vezes destruindo uma cultura para implantar a que lhes convier. E por que falar em cultura universal no sentido dominador? Aqui se propõe a análise da universalização da cultura como uma forma de domínio onde se criam costumes e agregados ao consumo que acabam por substituir a cultura propriamente dita, definida por Featherstone como cultura de consumo. O autor expõe a modalidade cultural que se torna universal com o pós-modernismo, visto que este abrange o período da grande reviravolta da maneira de se dominar a partir das relações de consumo:

⁸ Nota do autor

A concepção de cultura de consumo tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo. Isso resultou na proeminência cada vez maior do lazer e das atividades de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas, fenômenos que embora sejam bem vistos por alguns, na medida em que teriam resultado em maior igualitarismo e liberdade individual, são considerados por outros como alimentadores da capacidade de manipulação ideológica e controle “sedutor” da população, prevenindo qualquer alternativa “melhor” de organização das relações sociais.” FEATHERSTONE (1995)

Levando em consideração que a obra *Cultura de consumo e pós-modernismo* foi publicada nos anos 90 do século XX, é prudente lembrar que seu conteúdo permanece extremamente atual na observância das relações entre consumo e pós-modernidade⁹. Conhecer essa relação é fundamental para a compreensão da intenção da padronização cultural. Para isso, é preciso começar reforçando a ideia de que cultura material é um termo relativamente novo, visto que surge entre as sociedades uma preocupação em preencher a lacuna do desconhecimento de suas culturas historicamente estabelecidas por costumes, religião, música, culinária, Pelo

prazer imensurável de se possuir, ter, consumir.

A fase atual de oferta excessiva de bens simbólicos nas sociedades ocidentais contemporâneas e as tendências para a desclassificação e desordem cultural (que alguns rotulam de pós-modernismo) estão, portanto, pondo em evidência as questões culturais e têm implicações mais amplas em nossa conceituação do relacionamento entre cultura, economia e sociedade. FEATHERSTONE (1995).

A ideologia do medo, perceptível nos modos pelos quais os dominadores fazem o dominado sentir-se amedrontado por não consumir, é um dos meios de levar a sociedade a uma padronização cultural referente ao produto cultural que se implanta com o claro objetivo de tornar o consumo um ato cultural, típico das grandes potências capitalista. Quando se fala em ideologia do medo, o objetivo é levar ao conhecimento da forma pela qual o dominador leva o indivíduo a consumir, como um ato de estar incluído numa classe da qual não faz parte, mas deseja fazer, através do medo. Veja na propaganda. O medo faz parte do aparato de propagação. Produtos e mais produtos são anunciados utilizando o medo, fraqueza humana que não só diz respeito ao instinto de sobrevivência, mas ao repúdio da exclusão. Nota-se que a cultura de consumo, padronizada pelo mundo, adaptada a cada tipo ou modo de cultura, se usa desta fraqueza para oferecer os meios pelos quais as pessoas os vencerão. Indivíduos inseguros, com dificuldades de tomar decisões e com deficiência de liberdade de pensamento são presas fáceis, visto que seus medos os conduzem ao consumo sem maiores correspondências entre necessidade psíquica e necessidade física. Podem-se citar propagandas de anticépticos bucais

⁹ Para saber mais sobre pós-modernidade consultar: BAUMAN, Zigmunt, 1925. O mal-estar da pós-modernidade/ tradução, Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama: revisão técnica Luís Carlos Fridman.-Rio de Janeiro: Zahar, 1998. E também BAUMAN, Zigmunt, 1925-Modernidade Líquida/Tradução, Plínio Dentzien-Rio de Janeiro: Zahar, 2001

que usam o medo de se perder um namoro ou um flerte por conta do mau-hálito; meias calça que prometem não deixar as mulheres passarem pela embaraçosa situação de rasgos ou desfiados em público; entre tantos outros. A própria educação trabalha baseada no medo. Frequentes são as falas do tipo: 'Estude, senão não será ninguém!' ou ainda 'se você não estudar, não terá um bom emprego e nem um salário digno!' e até 'se não estudar vai ser pobre por toda a vida'. Esse é um reflexo da ideologia do medo na escola. As pessoas consomem pelo medo, não pela necessidade. Então, elas estudam por medo de não serem ninguém, ou por correrem o risco de não conseguirem bons empregos e até por estarem vulneráveis a permanecerem pobres por toda a vida. Não há um discurso que mostre a educação como meio emancipador e libertador. Pensa-se somente nela como meio de levar o ser humano a ter poder aquisitivo. Aqueles que discordam irão dizer que o papel de uma instituição gerida por um modelo capitalista não poderia conduzir os cidadãos a outro caminho que não fosse o de aprender a viver neste mundo de valores sintéticos da forma em que são expostos aos desafios igualmente capitalistas. Portanto, não há uma preocupação maior com a essência do homem, que permita a ele se situar no processo de formação social. Tampouco uma consideração dos valores humanos agregados ao ser psicologicamente construído (ou destruído) através das relações sociais.

A padronização cultural é uma tentativa de fazer com que todos os povos vivam e comuniquem da mesma indústria de sonhos e pseudo-seguridades, guiados pelos mesmos desejos de felicidade baseada no *ter*. Uma vez que todos os povos sejam parecidos culturalmente, as grandes potências terão um planeta inteiro

de pessoas que se conectam, se descobrem, se copiam e consomem os mesmos sonhos e ideias criados pela indústria. Em outras palavras, a grande globalização cultural é a coroação do sucesso daqueles que um dia sonharam em submeter toda a raça humana ao comando central chamado indústria, a qual seria fielmente obedecida por todo aquele que se considerasse como tal por meio do medo de não serem vistos como humanos, caso não aderissem à grande legião de consumidores.

Graças à globalização, os ricos e, em menor grau, a grande e ubíqua classe média adquirem o mesmo padrão de vida e o mesmo modo de ser, na grande maioria dos países. Mas, o mesmo não se dá com os pobres, que resultam de processos sócio-econômicos muito distintos e estão resguardados da padronização cultural avassaladora pela sua relativa exclusão dos padrões dominantes de consumo. SINGER¹⁰

Aqui reside o engano que leva ao entendimento de que a melhoria do poder de compra da maioria das populações de classes média e baixa dos países em desenvolvimento tem sido fator positivo na emancipação do pensamento de liberdade e autonomia das pessoas. O autor afirma que os mais pobres estão protegidos do poder ideológico do consumo por não conseguirem se adequar aos padrões baseados no consumo, tendo em vista o seu baixo poder aquisitivo. Na verdade, tudo isso é sistematicamente planejado para que as populações, antes de baixa renda, possam agora se deleitar com os prazeres gerados pelo consumo, e é inegável que existe um medo tremendo de se perder aquilo que soa como o sinal do fim dos tempos de privações e

¹⁰ SINGER, Paul. É possível levar o desenvolvimento a comunidades pobres ?

sofrimentos por conta da falta de poder aquisitivo. Os que permanecem pobres agora têm motivos para procurarem equilibrar-se nos níveis sociais dos que antes o eram, já que foi provado que a mobilidade social é possível. Portanto, com todo respeito, dizer que os mais pobres estão resguardados do processo de globalização cultural é um equívoco do autor, já que, atualmente, não há quem esteja livre das relações de consumo mundialmente equalizadas.

7. CONCLUSÃO

Em meio a todas as discussões que permeiam a educação e os papéis da escola, podemos dizer que a sociedade, em sua grande maioria, se mantém afastada do assunto por não perceber que a escola está sendo o principal mecanismo de controle de massas, já que, por si só, não cria resistência, tampouco contribui com a construção do pensamento crítico autônomo. Não se pode esperar que ela seja, ao mesmo tempo, local de construção de conhecimento e de consciência sócio-política, embora sejam estes dois dos objetivos que deveriam ser preocupação primeira. Pode-se dizer que, da forma como é tratada no Brasil, não só pelo poder público, mas pela própria sociedade, a escola permanece longe da meta de levar o cidadão a conhecer seus limites e sua capacidade.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDOT, François. **Moda do século**. Título original: **Um siècle de mode**. Tradução: Mria Thereza de Rezende Costa. São Paulo. Cosac Naify. 2002. 400p. 3ª edição. ISBN 85.86374-96-2

BAUMAN, Zigmunt, 1925. **O mal-estar da pós-modernidade**. Tradução, Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama:

revisão técnica Luís Carlos Fridman.- Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zigmunt, 1925- **Modernidade Líquida**. Tradução, Plínio Dentzien- Rio de Janeiro: Zahan, 2001

MACHADO, Luiz Toledo : **A teoria da dependência na América Latina**. (Artigo científico)

MARRACH, Sônia Alem. **Neoliberalismo e educação**. Resenha Do Livro: "**Infância, Educação e Neoliberalismo**". Celestino A. da Silva Jr. - M. Sylvia Bueno - Paulo Ghiraldelli Jr. - Sonia A. Marrach - pag. 42-56 - Cortez Editora - São Paulo - 1996

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Hucitec, 1986.

MOREIRA, Antônio Flávio Barbosa. **Currículos e programas no Brasil**. Campinas, SP: Papirus, 1990.

MUNIZ, Eloá: **Publicidade de propaganda: Origens históricas**. Publicado no Caderno Universitário, nº 148, Canoas. Ed, ULBRA, 2004.

NEVES, Cláudia E. Abbês Baêta. **Sociedade de Controle, o neoliberalismo e os efeitos de subjetivação**. s/a

RIBEIRO, Maria Luisa Santos. **História da educação brasileira: Organização escolar-20**. Ed. Campinas, SP. Autores associados. Coleção Memórias da Educação. 2007

SILVA, André do et al. (Org.).
Subjetividade: questões contemporâneas. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 84-91. Ano: 1997.

"Scribes", Life in **Ancient Egypt**,
Carnegie Museum of Natural History.2009

SILVA, João Carlos da, UNIOESTE, Cascavel, PR. **Revista HISTEDBR** On-line. Revista HISTEDBR On-line, Campinas, n.19, p.101 - 110, set. 2005 - ISSN: 1676-2584 101

SOUZA, **Sergio Rodrigues. A Ética e Suas Implicações na Formação da Condição Humana-** Mutum(MG), 2012. 90 p.

SINGER, Paul. **É possível levar o desenvolvimento a comunidades pobres?.** s/a