

FERRAMENTAS VIRTUAIS NA CONSTRUÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE ENSINO: CONSIDERAÇÕES SOBRE O CONCEITO ADORNIANO DE INDÚSTRIA CULTURAL

Denilson Pereira de Matos¹

Enildo da Paixao Rodrigues²

RESUMO: Este trabalho reflete sobre as ferramentas virtuais hoje acessíveis aos mais diversos campos da educação e outros espaços sociais. Nesta dinâmica, objetivamos motivar a discussão a respeito da Indústria cultural, enquanto conceito nascido no universo dos meios de comunicação de massa (inclusive internet), estimulando o debate sobre as escolhas que se pode fazer no que se refere às diversas possibilidades que se nos apresentam no mundo virtual. Pretendemos com este trabalho indicar o uso de ferramentas virtuais no espaço escolar, tendo sempre em vista o interesse que deve mover a educação em qualquer parte do mundo: incluir socialmente, via letramento, tendo-se sempre a cautela de provocar a constituição de cidadãos sujeitos e não objetos da Indústria Cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria Cultural, ferramentas virtuais, letramento.

ABSTRACT: This work reflects on the virtual tools accessible nowadays to the several fields of the education and other social spaces. In this dynamic, we aim to motivate the discussion concerning the Cultural Industry, as concept aroused in the universe of the Mass Media (including internet), stimulating the debate about the choices that can be done concerning several possibilities which are presented to us in the virtual world. We intend, with this work, to indicate the use of virtual tools in the school space, always focusing on the interest that must move the education in any part of the world: include socially, through literacy, always having the precaution to provoke the constitution of the subject citizens and not objects of the Cultural Industry.

KEYWORDS: Cultural Industry, Virtual tools, Literacy

¹UFPB/Gr.Pesq.TLB. Doutor em Estudos Linguísticos pela UFF. E-mail: denilson@cchla.ufpb.br.

²Mestrando Programa Mestrado Profissional Linguística e Ensino-MPLE/UFPB. E-mail: enildo.rodrigues36@gmail.com.

1. Introdução

A reflexão a respeito do par linguagem e tecnologia é antiga. Há muito tempo se discute até que ponto as mídias interferem, influenciam na constituição da sociedade hodierna e quais os efeitos desta nova ordem que prevê em quase todas as relações sociais, e por que não dizer linguísticas, a presença das mídias, em especial a internet - e as possibilidades oriundas dela.

Neste sentido, repensamos a noção de Indústria Cultural, abordando questões pertinentes a este conceito e o que ele suscita especialmente quando se busca compreender a dimensão das novas tecnologias (TICs) no âmbito do ensino e, mais particularmente, do ensino de língua.

Assim, a temática sobre ferramentas virtuais, enquanto objetos reais, aqui elencadas, ainda que representantes de um universo muito mais da abstração do que da concretude, neste trabalho funciona como a linha que conduz a alguns questionamentos, por exemplo: em que situações a Indústria cultural deve ser observada de forma parcimoniosa, se o objetivo das estratégias de ensino for promover a formação de alunos cidadãos, logo, críticos? Apenas as ferramentas chamadas ferramentas virtuais de aprendizagem ou ensino são capazes de promover ensino e aprendizagem?

Sob estas principais inquietações, apresentamos este trabalho em duas partes. A primeira trata da discussão sobre Indústria cultural e a segunda, observa panoramicamente algumas ferramentas que não são consideradas de ensino ou aprendizagem, mas que podem ser utilizadas com estas finalidades. Neste segundo momento do texto, partimos do princípio de que a lógica do reconhecimento e da observação clara do papel da Indústria cultural sobre os indivíduos deve prescindir qualquer interação com as ferramentas virtuais de tal sorte que se possam desenvolver estratégias capazes de instruir, incluir, mais, sobretudo, reconhecer a validade da opinião e do posicionamento crítico dos potenciais usuários de tais ferramentas (e dos meios de comunicação de massa em sentido *lato*).

Em suma, nosso objetivo principal é estimular o debate acadêmico em torno do conceito de Indústria cultural, criando espaço para outras perspectivas de observação dos meios de comunicação de massa, especialmente a internet, trazendo a tona outra questão que precisa ser discutida: até que ponto os profissionais da educação estão aptos para fazerem as melhores escolhas do aparato tecnológico, se levar em conta o estado nocivo e alienador em que podem

permanecer os alunos usuários da internet, quando transformados em objetos da Indústria cultural e não sujeitos.

Na outra via, a apresentação das ferramentas virtuais como possibilidades concretas, facilitadoras e úteis para o desenvolvimento de atividades pedagógicas e linguísticas afirmam uma posição não preconceituosa sobre a internet. Posição que demonstra certa cautela e consciência de que podemos fazer boas escolhas, se formos indivíduos críticos e capazes de sermos sujeitos diante da Indústria cultural e não objetos dela.

2. Indústria cultural e meios midiáticos de comunicação de massa: concepção adorniana

Estudar o significado da indústria cultural; o papel dos meios de comunicação de massa; as funções dos indivíduos, diante do avanço tecnológico da comunicação é o propósito desta seção. Neste sentido, são analisados os textos: Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer, de Alba Cristina Silva da Costa *et al*; Teoria crítica e Indústria cultural, de Eduardo Guerreiro Brito Losso; dentre outros.

A natureza da cultura e da ideologia sofreu forte impacto provocado pelo desenvolvimento da comunicação de massa na sociedade moderna. Na concepção de Adorno e Horkheimer a análise da ideologia não se limita mais aos ditames das doutrinas políticas, pois deve abranger as formas simbólicas circulantes, tendo a cultura como o meio que proporciona o desenvolvimento e a segurança dos modos de controle das “concepções e das ideologias estruturadas na sociedade capitalista.” (COSTA; *et al*, p. 01).

A indústria cultural concebida como sendo os meios de comunicação: cinema, rádio, jornais, revistas, televisão e, atualmente, a internet, é um sistema poderoso de gerenciamento de lucros. Acessíveis às massas, tais meios de comunicação, assumem a função de manipulá-las e controlá-las socialmente, por meio da mercantilização da cultura e da legitimação da demanda desses próprios produtos. Indústria cultural que utiliza-se do poder da técnica para tolher a preferência das massas e criar condições favoráveis à implantação de seu comércio. Nele “o valor de uso é absorvido pelo valor de troca em vez do prazer estético” (COSTA; *et al*, p. 3). O consumidor conquista o prestígio social e não a posse do objeto em si.

É papel do filme sonoro e da televisão transformar a realidade em ilusão cinematográfica. Segundo os autores, “pela cultura de massa, o homem é subordinado ao progresso da técnica e esta destrói, fragmenta-o em sua subjetividade para dar lugar a razão instrumental [...]”. (COSTA; et al, 2003, p. 03). Razão que age não de acordo com a consciência do ser humano, mas conforme a realidade ilusória.

A cultura como mercadoria e a mercadoria cultura - com a planificação e a racionalidade na sociedade industrial -, em que a técnica é decidida pelo saber científico, reinventam-se modos de subjetivação, modelando-se o cotidiano, que influenciam a esfera da cultura. Os produtos culturais são produzidos e consumidos em larga escala, sem a participação do povo, logo, “estamos diante de uma mecânica e de uma ordem industrial” (COSTA; et al, p. 04) que suprimiu as marcas da ação artesanal e a técnica tornou-se a nova estrutura ideológica e transformou a cultura em mercadoria. Adorno, citado pelos autores, afirma que nela “o consumidor não é rei nem sujeito, mas seu objeto” (COSTA; et al, p. 04). A produção cultural é elaborada conforme a racionalidade técnica e de acordo com o mesmo esquema de organização e planejamento administrativo da fabricação de automóveis. Os produtos dela resultantes são padronizados para satisfazer as numerosas demandas e neles estão impressas as marcas de seus produtores. Com o modo de produção industrial em série, obtém-se a cultura de massa, que para Adorno “sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica [...] não passa de um negócio, [...]”. (COSTA; et al p. 114). A produção monopolizada tendo como pressuposto a racionalidade técnica traz consigo a racionalidade da dominação. A técnica, então, exerce o poder sobre a sociedade, dominando-a economicamente e transformando-a em alienada.

A cultura de massa enquanto mercadoria é paradoxal, segundo Adorno. “Ela está tão completamente submetida à lei de troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la”. (COSTA; et al, p. 06). Por essas razões, a cultura se funde com a publicidade. No regime do monopólio a cultura precisa ser destituída de sentido e, quanto mais o é, mais poderosa ela se torna. Ela é o seu elixir e o meio para se atingir o princípio da racionalidade econômica da sociedade industrial com princípios idêntico da indústria cultural, apenas com uma diferença, com ela busca-se a acumulação de audiência. Por isso a afirmação de Adorno de que “na indústria cultural as massas são sua principal ideologia”. Os meios de comunicação, desse modo, são

produtores e reprodutores de subjetividades. Karl Polanyi enfatiza que na sociedade industrial haverá uma grande virada “ao invés de a economia está embutida nas relações sociais, são as relações sociais que estão embutidas no sistema econômico”. (apud COSTA; et al, p. 07). Para os autores “[...] a produção cultural nos meios de comunicação é modo sociológico de possibilitar para os membros da sociedade, o que a mercantilização, enraizada, suprimiu. As narrativas são expostas segundo situações exemplares que produzem uma subjetivação na audiência que com elas se identifica.” (COSTA; et al, p. 07). Desse modo, a publicidade não objetiva apenas seduzir o consumidor para compra e venda de produtos, mas também oferecer-lhe a imagem simbólica de liberdade de escolha.

Os autores concluem, afirmando que segundo Adorno “no sistema capitalista a indústria cultural cria e impõe métodos de reprodução de bens” (COSTA, et al, p. 08). Eles são vistos como iguais. Os produtos são classificados, conforme as novidades inventadas com o objetivo de iludir o consumidor. Para isso, tudo é transformado em artigo de consumo, inclusive a cultura. Assim para Adorno, a Indústria cultural não é democrática, já que foi submetida ao domínio da técnica, sendo utilizada pelos meios de comunicação de forma original e criativa, impedindo o homem de pensar a sociedade criticamente.

É neste ponto de nossa discussão sobre a Indústria cultural que consideramos válido ressaltar a importância do papel dos profissionais da educação. Urge que tenham consciência do uso que devem, podem e querem fazer com os meios de comunicação. Aliás, no caso da internet, hoje já presente nos espaços escolares institucionais (virtuais obviamente, mas presenciais também), a atenção deve ser redobrada, pois é possível que uma massa de alunos e usuário da internet tenha sido consumida pela Indústria cultural, gerando, assim, autômatos reprodutores de vídeos do *youtube*, viventes de mundos paralelos (como *facebook*), sem a certeza de estarmos diante de indivíduos críticos e reflexivos quanto ao meio de comunicação que utilizam, ou por outra via – adorniana - sendo objetos e não sujeitos dos processos de comunicação de massa.

3. Teoria crítica e indústria cultural, de Eduardo Guerreiro Brito Losso

O livro Teoria crítica e indústria cultural de Rodrigo Duarte, editado pela UFMG, 2003, surge para corrigir supostas distorções em relação a estudos sobre o pensamento de Adorno, segundo o autor. Para isso é estudado um dos conceitos

mais profícuos de Adorno e Horkheimer: a Indústria cultural. Duarte esboça, no capítulo I, os primórdios da Escola de Frankfurt, contextualizando o exílio de Adorno para Alemanha e sua emigração para os Estados Unidos e analisa textos sobre pressupostos teóricos da crítica a indústria cultural. Um deles fala “Sobre o caráter afirmativo da cultura”, em que “Marcuse afirma que embora o capitalismo tenha acentuado as diferenças de classe, a cultura seria uma prática social que carrega o potencial de relação igualitária entre os homens”. (DUARTE, 2003, p.161). Apesar de reconhecer que na Idade Moderna a arte burguesa promove a manutenção ideológica da desigualdade. Já em O fetichismo na música e a regressão da audição, Duarte encontra o principal autor do conceito de indústria cultural – Adorno. Sobre isso afirma: “[...] a mercadoria cultural, ao fazer da inutilidade um emblema, reforça sob aparência de imediatez, o caráter de valor de troca e a onipresença do mercado em sua essência (DUARTE, 2003, p. 67)”. No capítulo II, Rodrigo expõe o livro Dialética do Esclarecimento em que são explicitadas as relações entre Mito e o Esclarecimento; a ciência penetrando nos espaço religioso e a burguesia limitando o saber.

a própria indústria toma o trabalho das faculdades do sujeito com um planejamento antecipado, uma classificação prévia dos dados apresentados [...] o trabalho poupado impõe o esquematismo da produção e contribui para a passividade e a estagnação do sujeito no nível das faculdades. (DUARTE, 2003, p. 54-55)

No capítulo III, encontram-se as abordagens sociológicas de Adorno em que o autor estabelece a relação do livro Dialética do Esclarecimento com os estudos intitulados A personalidade autoritária. Nele houve a participação de Adorno com o texto: Teoria da semicultura onde é abordada a crise da formação cultural, resultante da crise da cultura.

No capítulo IV é encontrada a relação entre cultura de massa e a música radical erudita. Adorno “em Teoria estética mostra que embora a arte na Modernidade tenha adquirido independência ideológica em relação aos seus protetores, não teve mais a garantia de sua existência independentemente do mercado” (DUARTE, 2003, p. 164).

O capítulo V apresenta as reflexões do sociólogo Scott Lash sobre Indústria cultural global. Segundo o autor, Duarte introduz discussões

contemporâneas alemãs sobre a globalização. Finalmente, o autor faz uma reflexão sobre a internet, ao afirmar que:

A Internet não é somente mais um meio de comunicação, ela está mais próxima da enciclopédia ou da biblioteca que dos meios audiovisuais anteriores, permitindo uma interação singular entre as pessoas e as possibilidades de acesso e escolha das informações dificilmente equiparáveis em qualquer outra fase do capitalismo. (LASH Apud DUARTE, 2003, p. 165).

Diante do exposto, a considerar especialmente este último trecho, urge uma atenção maior às singularidades explícitas e implícitas da internet: seu uso, os novos tipos de interação, a hipertextualização, a dinamicidade informacional, dentre outros. Afinal, a instituição escola não parece estar preparada para mudanças tão profundas e tão sutis, de tal forma que, conseqüentemente, não tem profissionais preparados para lidar com as novas tecnologias, mas, (antes e mais relevante ainda), também não os tem com a consciência clara do poder da internet na formação de uma massa de alunos, atuantes do e no mundo virtual, impossibilitada de reagir criticamente aos anseios da Indústria cultural, que hoje se propaga na via da globalização.

A concepção de indústria cultural de Adorno não é consensual, porém, ele continua sendo um teórico respeitabilíssimo em se tratando da temática. Posições adversas sobre Indústria cultural, cultura de massa e meios de comunicação são verificadas. Especialmente quando elas partem de lugares como os Estados Unidos que concebem diversão, lazer e cultura em âmbitos diferentes.

Seja qual for à concepção a ser adotada por leitores e/ou estudiosos desses teóricos, não é possível deixar de concordar que na sociedade industrial, consumidora, em que vivemos, a Indústria cultural exerce a dominação sobre a consciência humana; o controle e o poder econômico e cultural das massas; determina o estilo social e o que deve ser consumido acriticamente pelo homem, que, aliás, é passivo, assujeitado e alienado. Na sociedade industrial, como vimos, os produtos são iguais e homogeneizados para uso dos que subjetivamente deveriam ser desiguais, mas que pela “desindividualização” perderam suas identidades. A reação a essa situação deve advir da educação, da escola – local privilegiado para o aprendizado da cultura cidadã, da leitura crítica de si mesmo e

do mundo. Para isso se faz essencial à existência de professores capacitados, críticos à condição de desumanização do homem.

4. Tecnologia e inclusão social

Após os encaminhamentos propostos nas seções anteriores, seguimos para a discussão sobre as ferramentas virtuais, tendo como parâmetro a crença de que qualquer envolvimento com os aparatos da comunicação de massa deve estar suscetível às prerrogativas de indivíduos críticos e com formação suficiente para reagirem diante da influência da Indústria cultural.

Nesta acepção, iniciamos a discussão sobre as tecnologias, entendendo-as como uma realidade na vida social contemporânea. Desta feita, quem não possui o mínimo domínio deste novo campo do saber está sujeito à exclusão digital e, conseqüentemente, à exclusão social. Desta forma, é primordial a integração da escola aos recursos tecnológicos de informação e comunicação, por ser neste espaço onde se espera que os indivíduos compreendam criticamente o meio social em que vivem, tornando-se sujeitos atuantes para exercer a cidadania em uma sociedade que se apresenta em constante mudança. Nesta direção, políticas maciças tem sido direcionadas para o aparelhamento das escolas públicas, visando construir laboratórios, aparelhá-los com computadores, *hardwears* e *softwears*. Ações absolutamente pertinentes e bem-vindas, porém dois pontos aqui merecem destaque: a) ainda não temos profissionais preparados suficientes para lidarem com as ferramentas computacionais e, por extensão, com as ferramentas virtuais; b) não temos conhecimento de que haja nos manuais e tutoriais de formação e capacitação de professores para inclusão digital, um espaço, ainda que preliminar e inicial, de uma discussão efetiva sobre os efeitos da comunicação de massa e a atuação do profissional da educação diante da Indústria Cultural.

As Tecnologias da Informação e Comunicação são poderosos instrumentos para os alunos e, neste sentido, é preciso reconhecer que a comunicação oral e a escrita convivem cada dia mais intensamente com a comunicação eletrônica, e que, por meio delas, informações podem ser compartilhadas para a ampliação do universo cultural e a inserção social.

Muitos trabalhos relacionados à tecnologia e ao campo pedagógico fornecem apenas um conhecimento elementar, não adequando este conhecimento à realidade. Desta forma, não basta conhecer, é preciso ter a consciência de que o

seu uso verdadeiramente contribuirá para a ascensão dos estudantes, ajudando-os em atividades que auxiliem o seu dia a dia em casa, na escola e no trabalho. Como bem afirma Prado (2008, p.166):

Embora a tecnologia seja um elemento da cultura bastante expressivo, ela precisa ser devidamente compreendida em termos das implicações do seu uso no processo de ensino e aprendizagem. [...] ressaltamos a importância de a tecnologia ser incorporada à sala de aula, à escola, à vida e à sociedade, tendo em vista a construção de uma cidadania democrática, participativa e responsável.

Assim, em pleno processo de revolução digital no qual vivemos, onde somos bombardeados pelo surgimento de novas tecnologias, promover ações que visem ao letramento digital e a, conseqüente, inclusão digital e social são fatores propícios para a promoção do cidadão diante desta nova exigência da vida em sociedade. É fato que o mercado de trabalho vem exigindo pessoas cada vez mais qualificadas, e tratar de qualificação nos tempos atuais é falar de conhecimentos em informática e Internet, sendo assim, indivíduos que não possuem o mínimo de domínio destes recursos tecnológicos estão fadados à exclusão. Todavia, no afã de se atender a esta nova demanda, devemos ter sempre o cuidado e a tranquilidade para fazer as escolhas apropriadas e os caminhos mais promissores no sentido de não cedermos à força da Indústria cultural por conta das pressões que atuam sobre os indivíduos das gerações mais recentes.

De acordo com Medeiros e Anjos (2011, p. 20):

A internet é um espaço que abrange diversos tipos de interações, sejam estas para o lazer, para fins profissionais e/ou para a educação. [...] Vários tipos de mídias que foram criados, inicialmente, para o entretenimento, tem se revelado atualmente como importantes mecanismos de auxílio à educação. São exemplos de ferramentas utilizadas com finalidades educacionais, por exemplo, o *Youtube*, o *Orkut*, o *Blog*, para citar os mais bem sucedidos [...].

Somado a estas ferramentas citadas, os autores direcionam outras ferramentas da Web 2.0 para o processo de ensino-aprendizagem entre elas *formspring*, *delicious*, *Podcastone*. Apontam inúmeras vantagens ao se utilizar essas ferramentas para as mais diferentes situações, que vão desde a facilidade e

praticidade no manuseio até a contribuição delas para a troca de informação e socialização de diferentes tipos de atividades exercidas.

Diante do exposto, percebemos a relevância de desenvolver o letramento digital a partir da inserção dessas ferramentas no contexto pedagógico e social, para se criar possibilidades de incluir criticamente esses indivíduos nos mais diferentes contextos da sociedade atual.

5. Das ferramentas virtuais

Consideradas as reflexões levantadas nas seções anteriores, elencamos algumas ferramentas virtuais que podem ser úteis no desenvolvimento de atividades para e na sala de aula. Uma observação, no entanto, deve ser feita, não privilegiamos as ferramentas ditas de ensino e aprendizagem, como o *moodle*, por exemplo, que é um AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem). Acreditamos na aderência deste tipo de ferramenta, no entanto, valorizamos, também, aquelas ferramentas virtuais que embora não tenham sua gênese na lógica educativa, podem, de alguma maneira, servir para este fim. Além de serem ferramentas mais corriqueiras ou de maior facilidade de uso, dispensando qualquer tipo de auxílio ou suporte.

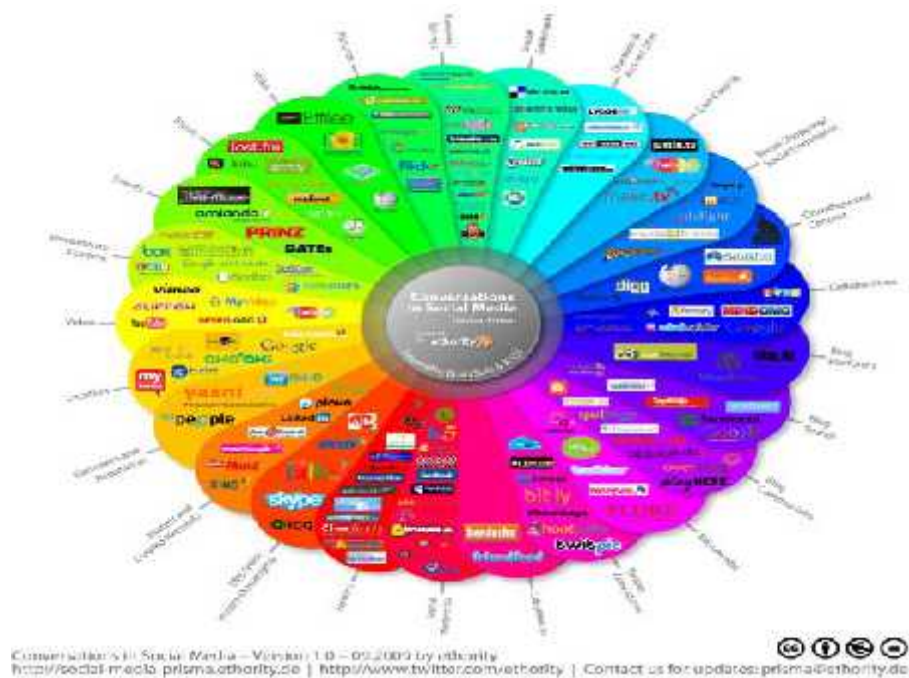
De acordo com De Medeiros e Anjos (2011, p. 20):

Vários tipos de mídias foram criados, inicialmente, para o entretenimento, mas muitos tem se revelado atualmente como importantes mecanismos de auxílio à educação. São exemplos de ferramentas utilizadas com finalidades educacionais, por exemplo, o Youtube, o Orkut, o Blog³, para citar os mais bem sucedidos. São três formatos destinados a situações distintas (criar, disponibilizar e assistir vídeos – formar comunidades de discussão – publicar textos e outros produtos multimídiais), e justamente pelo formato que cada ferramenta possui é que são utilizadas na esfera educacional.

Acreditamos que não seja possível colocar numa única imagem a quantidade quase infinita de ferramentas virtuais disponíveis para os mais diversos tipos de funções. Na figura 1, a título de ilustração, apresentamos algumas.

³ <http://www.youtube.com/?gl=BR&hl=pt>,
<http://www.orkut.com.br/Main>, <https://www.blogger.com>

FIGURA 1: Universo internet



FONTE: Resultson⁴

Vejamos então certas ferramentas virtuais e algumas possibilidades de uso nas atividades educacionais.

a) E-commerce: Mercado Livre.

FIGURA 2: um tipo de E-commerce



FONTE: <http://trabalhe-conosco.com/mercado-livre>

⁴ <http://resultson.com.br/wp-content/uploads/2010/04/prisma.jpg>

Um bom exemplo de comércio eletrônico ou comércio virtual é o ato de comprar e vender pela *Internet*. Muitos ramos da economia são ligados a esse tipo de comércio, algo que motiva as empresas a investirem um pouco nesse tipo de estratégia. No começo, comercializava-se mais CD's, livros e demais produtos palpáveis e de características tangíveis, mas, agora, com a nova tendência desse mercado, comercializa-se de tudo pela Internet, como por exemplo, pacotes turísticos. (DINIZ, 2011, p. 2)

Atualmente, na Universidade Federal da Paraíba - UFPB, no mestrado profissional de Linguística e Ensino (MPLE), um orientando⁵ nosso vem trabalhando com o e-commerce, nas turmas de uma escola pública, no segmento de educação de jovens e adultos. Ainda que pareça inusitada esta ferramenta como possibilidade pedagógica, um fator relevante tem permitido que os alunos da escola divulguem e pulverizem informações sobre produtos e materiais com os quais eles lidam diariamente, em atividades e trabalhos informais. Em outras palavras, no caminho entre o interesse para educação tecnológica, letramento digital é possível desenvolverem-se atividades linguísticas para a venda de produtos e atividades que eles mesmos estão aptos para desempenhar. Muitos alunos desconheciam a ferramenta e ao interagir com ela foi possível criarem-se atividades de produção e leitura e textos com vistas ao principal interesse deles que era veicular seu produto.

Nesse sentido, embora não estejamos tratando de empresas e sim de alunos, a lógica e concepção do E-commerce vai numa direção de permitir que cada um destes alunos pulverizem na internet seus próprios serviços, seus próprios produtos, obviamente, numa escala menor. Desta forma, na medida em que oportunizamos a estes alunos um contato direto com a tecnologia aliada a sua prática profissional, possibilitamos a eles uma leitura desse novo mundo tecnológico que se apresenta. O intuito é criar condições de adequar tais atividades à vida moderna e ao mesmo tempo, permitir que estes indivíduos conheçam e saibam utilizar essas ferramentas tecnológicas nos mais diferentes contextos sociais, tornando-os cidadãos habilitados a exercer sua cidadania nessa sociedade informatizada. É nesta acepção que o MercadoLivre atende às prerrogativas desta pesquisa. É uma empresa pública de vertentes tecnológicas que oferece soluções de comércio eletrônico para que indivíduos e empresas possam comprar, vender, anunciar e pagar pela internet (LEMOS, C. Araújo & Vanderley, Delma, 2012).

⁵ Cléber Lemos de Araújo (UFPB/MPLE)

Vale ressaltar que uma primeira etapa imprescindível deve ser considerada na metodologia desta pesquisa: apresentar o conceito de Indústria cultural, mostrando aos alunos que, enquanto indivíduos pensantes, podemos sem nenhum problema inserir-nos na internet. O detalhe é ter o espírito crítico diante dos usos e permissões que o mundo virtual se nos abre.

Enfim, um caminho na direção de um indivíduo sujeito e não objeto da Indústria cultural.

Outras ferramentas virtuais são mencionadas por De Medeiros e Anjos (2011, p. 23- 25). Elencamos três:

b) O *formspring*.

FIGURA 3: Ferramenta de perguntas e respostas



FONTE: <http://www.formspring.me>

É um aplicativo da Web 2.0 que permite aos usuários o recebimento de perguntas de outros usuários, mesmo que os usuários que realizam a pergunta não estejam cadastrados. As perguntas realizadas são armazenadas em uma caixa de entrada similar a dos serviços de e-mail, o proprietário tem liberdade para excluir ou deixar para responder depois. Após análise e resposta do proprietário da conta, ele publica as respostas que ficam armazenadas em seu perfil público, disponível a qualquer usuário da internet.

Após a breve descrição deste aplicativo, vemos a possibilidade de uso pedagógico por meio da utilização do aplicativo como um espaço tira-dúvidas, onde o aluno não precisa identificar-se, caso não se sinta a vontade e poderá deixar ali sua dúvida. O professor receberá a pergunta e se estiver de acordo com o espaço poderá responder e publicar a dúvida e a resposta dada para todos os seus alunos.

Com esta prática teremos um enorme FAQ (Perguntas Frequentes), que será formado ao longo do tempo, gerando assim também uma enorme discussão e

tornando o *formspring* um espaço similar a um fórum de discussão. Assim como a proposta apresentada, outras propostas poderão ser criadas para que se desenvolvam outras estratégias pedagógicas para o uso do *formspring* na educação.

c) *Delicious*.

FIGURA 4: Indexando sites



FONTE: <http://www.delicious.com>

Com o *delicious*, podemos criar uma enorme lista de sites recomendados para que os alunos acessem. Criando assim um possível espaço de links com informações sobre o assunto que o professor ministra suas aulas. Se o professor assim desejar, poderá organizar uma lista de vários artigos que estejam indexados na internet, criando uma bibliografia recomendada de sua disciplina, disponível virtualmente.

d) *Twitter*.

FIGURA 5: Twitter



FONTE: <http://twitter.com>

A utilização do *twitter* para a educação é bastante promissora, e várias pessoas já estão utilizando-o, pois ele se caracteriza como um espaço de atualização e discussão imediata, gerando um enorme ciclo de informações. O *Twitter* torna-se uma alternativa rápida e prática para a troca de mensagens entre alunos e professores, gerando um imenso espaço de discussão. Um diferencial do *twitter* é seu acesso através de SMS (no aparelho celular). As mensagens enviadas diretamente para o professor, por exemplo, chegam ao seu celular sem a

necessidade de que os alunos que se comunicam saibam o seu número. Por meio desta mobilidade o aplicativo propicia potencial pedagógico, pois as conversas podem continuar fora da sala de aula, viabilizando *feedbacks* imediatos aos alunos, além de *linkar* o conteúdo do curso ao mundo real, gerando duas habilidades extremamente necessárias no mundo de hoje: pensar com clareza e se comunicar com eficácia, para não desperdiçar o espaço dos 140 caracteres, que é o espaço máximo de digitação.

e) Vocaroo.

FIGURA 6: Enviando áudio



Fonte: <http://vocaroo.com>

O Vocaroo é ferramenta muito interessante e muito simples de utilização. Capaz de permitir a gravação do áudio de aulas, conversas, atividades didáticas com a modalidade oral e tudo mais que se deseje gravar para posterior acesso.

As gravações não ficam em arquivos no computador, mas em arquivos virtuais do próprio Vocaroo em forma de *links*. Estes podem ser acessados com apenas um clique e cada gravação poderá ser ouvida, conforme desejo e interesse.

Conforme dito ao longo desta seção, muitas outras ferramentas há para facilitar e estimular nosso trabalho em sala de aula, cabe, a cada um, de forma crítica, fazer as melhores escolhas que atendam as expectativas e objetivos pedagógicos, linguísticos e sociais.

6. Conclusões

Na pertinência e na oportunidade da divulgação e propagação de nossas ideias, apresentadas rapidamente neste trabalho, almejamos ter alcançado nosso principal objetivo que é motivar a discussão a respeito da Indústria cultural, enquanto conceito nascido no universo dos meios de comunicação de massa

(inclusive internet), estimulando a reflexão sobre as escolhas que se pode fazer no que se refere às diversas possibilidades que se nos apresentam no mundo virtual.

Em última análise pretendemos com este trabalho indicar o uso de ferramentas virtuais no espaço escolar, tendo sempre em vista o interesse que deve mover a educação em qualquer parte do mundo: incluir socialmente, porém tendo a cautela de provocar a constituição de cidadãos sujeitos e não objetos da Indústria cultural.

Referências Bibliográficas

COSTA, A. C. S. da et al. **Indústria Cultural**: Revisando Adorno e Horkheimer. *Movendo Ideias*, Belém: v8, nº 13, p. 13-22, jun, 2003.

MEDEIROS, H. e ANJOS L. dos. Web: uma abordagem mais pedagógica. In: MATOS, D. **Linguagem na EAD**: utilização das ferramentas da web como estratégia de ensino. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011.

DINIZ, L. L. et al. O comércio eletrônico como ferramenta estratégica de vendas para empresas. In: **Anais do III ENCONTRO CIENTÍFICO E SIMPÓSIO DE EDUCAÇÃO UNISALESIANO**. [s.l]: Salesiano, 2011.

DUARTE, R. **Teoria crítica e indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

LEMONS, C. A. & VANDERLEY, D. **E-commerce e letramento digital**: reflexões para o trabalho. GRUPO DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS DO NORDESTE - GELNE. Natal: UFRN, 2012.

LOSSO, E. G. B. **Teoria crítica e indústria cultural**, ALEA, v7, nº1, janeiro – junho, 2005. Indústria Cultural e meios de comunicação de massa, http://www.cra-rj.org.br/site/espaco_opinio/arquivos/art045.pdf.

PEREIRA, J. T. Educação e sociedade da informação. In: COSCARELLI, C.; RIBEIRO, A. E. (org.) **Letramento digital**: aspectos sociais e possibilidades pedagógicas. 2. ed. Belo Horizonte: Ceale, Autêntica, 2007.

PRADO, M. E. B. B. Articulações entre áreas de conhecimento e tecnologia. Articulando saberes e transformando a prática. In: AMARAL, A. L.; SALGADO, M. U. C. (Org.). **Tecnologias na educação**: ensinando e aprendendo com as TIC: guia do cursista. Brasília: Ministério da Educação. Secretaria de Educação à Distância, 2008.

Recebido: 30/11/2012

Aceito: 05/05/2013