

O FILÓSOFO E A MÍDIA: ÉTICA E EDUCAÇÃO NA PÓS-MODERNIDADE

Guilherme Reolon de Oliveira (BIC-UCS), Jayme Paviani (orientador) - Deptº Filosofia/Centro de Filosofia e Educação/UCS - jvqvegui@terra.com.br

A pós-modernidade caracteriza-se por fatores como individualismo, consumismo, conhecimento especializado, cultura de massa e, principalmente, valores voláteis. A busca por um entendimento mais complexo e profundo de nossos tempos motivou a construção do projeto *O filósofo e a mídia: ética e educação na pós-modernidade*, integrante do projeto-macro *Educação, Ética e Epistemologia*. Esse estudo tem como principal objetivo analisar a função da mídia na atualidade e refletir acerca de seus efeitos. Assim, o projeto investiga porque a mídia, especialmente a televisiva, vem desempenhando funções antes ocupadas pela escola, pela igreja e pela família, analisando, principalmente, os seguintes aspectos: origem e desenvolvimento, efeitos e contextualização da televisão na pós-modernidade. Utiliza-se, como suporte teórico, conceitos abordados na Teoria da Comunicação; na psicanálise freudo-lacanianana; e na filosofia contemporânea, com os pensadores T. Adorno e G. Lipovetsky. Outro ponto considerado durante a pesquisa é a situação da mídia, quando se pensa em educação e em práxis pedagógica. Este novo estágio que vivenciamos, em que a mídia exerce um papel de socializadora e educadora, é saudável para as novas gerações? Esta "educação" está sendo exercida com seriedade? Qual a ética praticada pelos meios de comunicação? É uma ética atenta apenas ao campo informacional ou também ao campo educacional? Concluiu-se, preliminarmente, que a mídia está inserida num sistema social, advindo a partir do surgimento do capitalismo: a indústria cultural. Desta forma, caracteriza-se pela massificação e generalização do modus-vivendi de uma determinada população. É ela quem dita as *normas de convivência*. O progresso da dominação técnica propiciou à indústria cultural um poder de contenção do desenvolvimento da consciência das massas. Assim, a televisão, enquanto símbolo máximo da IC, caracteriza o momento típico da nova ordem social trazida pela economia monopolista de mercado. A essência de seu poder reside em seu estatuto de significação, que implica o controle do processo de constituição cultural por um espírito empresarial. A indústria cultural atingiu o patamar de ditadora da vida cotidiana: nosso trabalho, nosso lazer e nossas ações são programadas de acordo com os interesses das grandes corporações de entretenimento. Os resultados da pesquisa ainda são preliminares, mas contribuirão para o entendimento da atualidade, momento de estagnação, fusão e sublimação de valores.

Palavras-chave: meios de comunicação de massa, cultura, pós-modernidade, ética, educação

Apoio: UCS