

## Funções do discurso tecnológico na sociedade contemporânea

*André Favacho\* e Daniel Mill\*\**

Resumo: O discurso tecnológico parece confirmar que a sociedade brasileira contemporânea acredita em discursos salvadores. A partir deste pressuposto, o presente texto objetivou analisar a veiculação do discurso tecnológico como verdade intransponível, seja em relação ao trabalho/emprego, seja em relação à melhoria da qualidade de vida das pessoas. Consideramos que a inculcação deste discurso passa pela reunião de interesses educacionais, empresariais, econômicos, religiosos, etc., anunciando um conjunto de prescrições que alteram as subjetividades e criam um tipo de economia e de exploração sem precedente. As funções do discurso tecnológico, aqui destacadas, demonstram uma “reativação” de determinados discursos sociais em favor da divulgação tecnológica. Explorando uma economia da subjetividade, o discurso tecnológico tem reabilitado os discursos da felicidade, da mãe, da juventude e da infância. A análise foi feita a partir de fragmentos televisivos.

Palavras-chave: discurso tecnológico; tecnologia educacional; televisão; educação.

Abstract: Technological discourse seems to ratify the idea that contemporary Brazilian society believes in saving discourses. From this assumption, this text aims to analyze the dissemination of technological discourse as an unsurmountable truth, either related to people's work/jobs or to the improvement of their life quality. We consider that the imposition of that discourse concerns educational, commercial, economic and religious interests, announcing a set of instructions that modify subjectivities and create a kind of economy and exploration without precedent. The functions of technological discourse, stressed here, show a “reactivation” of some social discourses favoring technological spread. By exploring a subjectivity economy, technological discourse has re-established the discourses of happiness, motherhood, youth and childhood. The source to develop this analysis was some television broadcasting fragments.

Key words: technological discourse; educational technology; television; education.

\* Professor da Faculdade de Educação da Universidade do Estado de Minas Gerais. Doutorando em Educação – USP. afavacho@uol.com.br

\*\* Professor e Coordenador de Educação a Distância da Universidade Federal de São Carlos (UAB-UFSCar). Doutor em Educação – UFMG. millufmg@yahoo.com.br

## Considerações preliminares

É sempre difícil definir o que é uma sociedade contemporânea; sobretudo porque não se trata apenas de uma única sociedade, mas de múltiplas sociedades contemporâneas, haja vista os seus inúmeros paradoxos, de natureza filosófica, antropológica, política, tecnológica, científica, etc. Neste artigo, tomaremos a noção de *sociedade ocidental contemporânea* como aquela marcada por paradoxos e reveladora de outras formas de realidade e subjetividades.

Nesse contexto de múltiplas subjetividades, a televisão brasileira tem sido um excelente *outdoor* para a veiculação do discurso tecnológico, seja em relação ao trabalho/emprego, seja em relação à melhoria de vida das pessoas. A inculcação do discurso tecnológico como verdade intransponível dá-se a partir da reunião de diferentes interesses: educacionais, empresariais, econômicos, religiosos, etc. Tais interesses anunciam um conjunto de prescrições que alteram as subjetividades e criam um tipo de economia e de exploração sem precedente.

Nesta perspectiva, a publicidade comercial veiculada pela televisão tem “jogado” com três importantes subjetividades na contemporaneidade: a da infância, a do materno e a da juventude. A partir desse “jogo”, descreveremos um possível conjunto de funções que o discurso tecnológico de caráter capitalista tem se utilizado para definir os rumos da sociedade contemporânea.

Assim, nossa análise será feita a partir de dois fragmentos televisivos: o primeiro trata-se de uma entrevista de rua em que o repórter perguntava às pessoas o que elas achavam de fazer cursos no campo da informática. As respostas dos transeuntes eram “discutidas” no estúdio de televisão, onde havia dois jornalistas e uma especialista em *tecnologia educacional*<sup>1</sup> para debater o assunto.

O segundo fragmento discursivo é uma propaganda/comercial de uma agência bancária que expõe dois adultos em dificuldades com o uso do computador e uma criança já letrada digitalmente, que vem salvar os adultos.

Apresentaremos os argumentos no decorrer do texto, estruturando-o da seguinte forma: 1) apresentação dos fragmentos televisivos; 2) destaque de algumas possíveis funções do discurso tecnológico, a saber: a) discurso do adolescente: a figura do jovem associada a um futuro alegre, com dinheiro e bem informado, b) discurso da mãe de adolescente: a figura da mãe como porta-voz do discurso tecnológico para a educação do filho, c) discurso da propaganda comercial: a figura da criança e do adulto associada à linguagem tecnológica; 3) análise das funções do discurso

1. É importante destacar que a concepção de *tecnologia educacional* é, a nosso ver, inadequada e equivocada. Tanto do ponto de vista teórico quanto prático, seguimos a concepção da *Educação e Tecnologia*. Acreditamos que tecnologias como a televisão, o vídeo ou o computador não são, essencialmente, educacionais. O uso que fazemos delas pode ser educacional ou não.

tecnológico na sociedade contemporânea; 4) apresentação de algumas considerações finais.

### Os fragmentos televisivos

Apresentaremos a seguir os dois fragmentos televisivos que serão analisados nos próximos tópicos. Um dos fragmentos refere-se a entrevistas feitas a uma mãe e a um adolescente por um repórter de rua; e o outro se refere a uma propaganda comercial de uma instituição bancária.

O primeiro fragmento pode ser ilustrado pelas situações abaixo:

Vou fazer um curso em tecnologia porque além de ser divertido, dá dinheiro e ficamos permanentemente informados; e, sem isso, muitos de nós iremos ficar desempregados.

Esta é a fala de um jovem pobre de 17 anos, por ocasião de uma entrevista na televisão sobre o seu futuro profissional.

Uma mãe, que também foi entrevistada, dizia o seguinte:

vou pôr meu filho para estudar tecnologia, pois vai ser mais fácil ele trabalhar e se sustentar sozinho. Além disso, ele gosta mesmo dessas coisas e ele não é muito bom nos estudos. É melhor ele optar por isso! É mais certo nos dias de hoje.

Observemos que, enquanto o discurso do jovem faz referência à figura de um sujeito que terá um *futuro alegre*, com *dinheiro* e *informado*, o discurso da mãe de um outro adolescente (que não foi entrevistado) menciona pelo menos três referentes: a *autonomia do filho*, *liberação da escola* e a certeza de um *futuro promissor*. Ou seja, a mãe menciona a figura de um jovem que será *autônomo*, *livre* e, quem sabe, *feliz*. Há, portanto, uma semelhança entre os referentes mencionados pelo jovem e pela mãe, pois ambos expressam o desejo da Trindade: *Em nome da Alegria, da Liberdade e do Dinheiro!*

O segundo fragmento expressa-se na seguinte situação:

Em frente ao computador, um casal demonstrou dificuldades em realizar suas operações bancárias pela Internet. Frente ao impasse, decide pedir apoio "técnico" a uma terceira pessoa. De forma sutil, o telespectador é induzido a imaginar que apareceria um adulto, dotado de conhecimentos para resolver todos os problemas do casal. Para surpresa de todos, aparece uma singela criança de 7 ou 8 anos e, com apenas um simples toque no teclado, consegue resolver o impasse. Neste momento, a criança diz (com ar de deboche):

— O que seria de vocês sem mim!

Em seguida, surge o *slogan* do serviço bancário virtual: algo do tipo “perfeito para você!”.

Meses depois, foi veiculada uma continuação desse mesmo comercial. Agora os pais, ainda sentados em frente ao computador, já aprenderam a solução do problema, e a criança fica emburrada no sofá ao lado, resmungando:

— E agora, o que vou fazer para pedir aumento da minha mesada?

Conforme dissemos, analisaremos no próximo item algumas das possíveis funções dos discursos tecnológicos presentes nesses dois fragmentos televisivos.

### Possíveis funções do discurso tecnológico

Após a apresentação dos fragmentos televisivos, passaremos a explorar alguns de seus enunciados. Entenderemos por enunciado aquilo que dá existência ao sujeito e à própria verdade (discurso) – nesse caso, a existência do discurso e do sujeito tecnológico. Tendo uma função de existência, “o enunciado é algo que cruza um domínio de estruturas e de unidades possíveis e que faz com que [estas] apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço” (Foucault *apud* Fischer, 2001, p.201). Contudo, num discurso amplo e complexo, um enunciado nunca aparece isoladamente, mas associado a outros enunciados. Por exemplo, dizer que “conhecimentos sobre a informática são hoje essenciais à cidadania” só é possível na medida em que eles se apropriam de outros enunciados (da ordem pedagógica, social, política, capitalista, etc.). Assim, veremos que os enunciados aqui tratados estarão sempre relacionados a outros.

a) Discurso do adolescente: a figura do jovem associada a um futuro alegre, com dinheiro e bem informado

A figura do jovem com *futuro alegre, com dinheiro e bem informado* é um tipo de enunciado produzido pelo discurso tecnológico contemporâneo. Contudo, este enunciado não está isolado. Observemos que ele lida com um imaginário profundo que é a *alegria/felicidade*, ao mesmo tempo que lida com o grande sagrado da modernidade (*capital/dinheiro*), bem como com o fetiche do saber/informação. São, portanto, três elementos (felicidade, dinheiro e informação) que aparentemente estão isolados, mas no fundo articulam-se para a criação de um discurso com forte poder de sedução. Sedução esta que se dá via promessa de um futuro melhor, que busca na complexidade destes três elementos uma possível “substância ética” da contemporaneidade, isto é, um valor de verdade.

A felicidade como estado de satisfação plena e global que acompanha a humanidade desde o seu princípio reaparece nesse discurso, associada a um outro sagrado que não é mais a lei divina (salvação) ou o capital fortemente marcado pela posse. Ela reaparece, sim, associada a uma espécie de mágica digital que realiza desejos diversos. Antes, por volta do século XVIII, a felicidade transitava do apelo ao divino (religião) para a riqueza material (capitalismo). Como afirma Eugène Enriquez (1999, p.257), ao discutir a relação entre o profano (dinheiro) e o novo sagrado (Estado), “a morte de Deus e do rei traz o fim do sagrado transcendente e permite a emergência do sagrado profano: o dinheiro”. O mesmo autor diz ainda que “o movimento que unia o capitalismo à adoração de Deus já tinha permitido um investimento considerável no dinheiro. Este [capitalismo] passa agora a se conduzir sem adversário [Deus]” (p.247). Contudo, esta transição não significou a supressão “do sagrado transcendente”, mas a invenção de um novo sagrado: temos, assim, uma sociedade de dois sagrados, simultaneamente autônomos e fortemente ligados um ao outro (Enriquez, 1999, p.249).

Gradativamente, o feudalismo que se caracterizava pela posse e pelo uso da terra foi cedendo lugar às relações mercantis, que marcaram o nascimento do capitalismo. Então, mais do que nunca, as relações humanas deixaram de centrar-se na propriedade da terra e tornaram-se fortemente perpassadas pela propriedade de mercadorias com valor de uso e de troca. Decorre daí uma grande quantidade de aspectos trabalhados por Marx e que mereceriam atenção aqui. Entretanto, não é o objetivo deste texto. Interessa-nos o fato de que essas relações mercantis passaram por um longo processo, percorrendo o comércio, a industrialização e, hoje, a informação. Interessa-nos, aqui, o que mobiliza os sujeitos dessa sociedade informacional em busca desse tipo de *felicidade*. Perguntamo-nos, então: de que forma a felicidade como estado de satisfação plena e global da humanidade reaparece nesse discurso da sociedade informacional?

Nossa aposta é que a informação se tornou uma mercadoria estrutural das relações capitalistas contemporâneas, distinguindo-se da economia natural do feudalismo, do capital comercial (início da produção capitalista), da industrialização (avanço da produção técnica capitalista) e da globalização (processo de internacionalização do capital). Entretanto, é na industrialização, e sobretudo na globalização, que esta mercadoria (informação) ganha progressivo destaque. Atualmente, tendo por base as tecnologias digitais, a informação deixa de ser um meio para atingir um valor econômico e social e passa a ser ela mesma o próprio valor. Nesse contexto, permeado por tecnologias da informação e comunicação, “as organizações dominantes, numa dada rede, são aquelas que controlam as informações, definem os canais de comunicação, transferem recursos e estabelecem padrões de ação para outras unidades constitutivas da rede” (Motta, 1987, *apud* Bruno, 1997, p.38).

O discurso do adolescente, aqui analisado, leva-nos a inferir que, na atualidade, a felicidade associa-se não mais (ou não somente) à propriedade dos bens e às riquezas materiais, mas fundamentalmente ao acesso à informação, que potencializa as relações de poder e a dominação nos grupos sociais de hoje, o que comprova a nossa aposta. Vivemos, portanto, a primazia do *acesso à informação, ao conhecimento, ao saber*. Em outras palavras, vivemos um discurso tecnológico ou, como preferimos denominar, um *discurso do acesso*. Conforme Santos (2003),

tanto empresas quanto consumidores tendem cada vez mais a substituir a propriedade pelo acesso, a substituir a relação de compra e venda pela relação de fornecimento e uso. Isto não significa, porém, que a propriedade seja questionada, ou abolida [...]. A Era do Acesso é definida, acima de tudo, pela crescente transformação de toda experiência humana em mercadoria (p.142).

Essa substituição da propriedade pelo acesso remete-nos aos três elementos do discurso do adolescente (felicidade, dinheiro e informação), pois mostra uma das funções do discurso tecnológico em relação à juventude, qual seja: um futuro melhor só será possível diante da escolha certa de um discurso (o tecnológico<sup>2</sup>) que cumprirá, não sem especificidade histórica, o atual desejo humano de ser feliz. Nessa direção, Japiassú (1996, p.100), citando Sartre, destaca que

em nossos dias, os filósofos da liberdade declaram que “não há moral geral” (Sartre), mas escolhas de existência. A felicidade não é mais um fim a ser atingido, mas uma função cíclica e intermitente, só surgindo na medida em que a afirmamos (Japiassú, 1996, p.100).

Em outros tempos a humanidade afirmou que a felicidade se dava pelo apelo ao divino, bem como, posteriormente, pela posse de bens e riquezas materiais. Contemporaneamente, afirma-se que a existência da felicidade concretiza-se pelo discurso do acesso. Tal discurso, tido como uma grande verdade atual, oferece para os indivíduos um sentido de pertencimento à sociedade. À medida que os indivíduos se vêem ligados nessa sociedade por essa verdade, ou por esse vínculo social, eles se lançam, dedicadamente, na busca de sua realização. Esse fenômeno pode ser conferido em Japiassú (1999), ao dizer que o indivíduo pertence à sociedade não somente porque participa de suas significações imaginárias, de suas normas e valores, de seus mitos e representações, de seus projetos e tradições, “mas também porque partilha da vontade de ser dessa sociedade e de seu contínuo

2. É válido lembrar que existem vários discursos que concorrem para esta felicidade (o religioso, o pedagógico, etc.).

fazer-se”. Se esse autor tem razão, pode-se concluir que a “vontade de ser” na sociedade capitalista passa pelo “discurso do acesso”, em que todos afirmam ser este o discurso que produz a felicidade nesse tempo.

Assim, não apenas a juventude, mas também todo o corpo social estaria plenamente envolvido com a sedução do *discurso do acesso*, justificado na estratégia capitalista e na vontade de todos em fazer parte da sociedade em que habitam. Isto se justifica, mesmo porque a juventude ou a sociedade atual não busca mais a felicidade em Deus ou nas virtudes, pois seria anacrônico, na medida em que a felicidade da sociedade atual preza por uma função cíclica e imediata.

Sabedor e produtor desta função cíclica e imediata, o discurso tecnológico ou do acesso imputa o sentido de felicidade na informação – e, portanto, numa escolha racional e não transcendental. Assim, a informação deixa de ser o meio para atingir a felicidade e passa a ser ela mesma a própria felicidade. O acesso à felicidade torna-se o acesso à informação. Eis, então, uma primeira função do discurso tecnológico.

b) Discurso da mãe de adolescente: a figura da mãe como porta-voz do discurso tecnológico para a educação do filho

Neste caso, o discurso tecnológico dá nova voz à mãe. Parece-nos que, há algum tempo, a mãe encontrava-se “muda” no contexto social: primeiro porque o “discurso da mãe” está invalidado como verdade<sup>3</sup> e, segundo, porque as instituições que acolhiam o discurso da mãe<sup>4</sup> também se encontravam desqualificadas diante da ciência e da tecnologia. Assim, arrancado de seu saber prático e moral pelo discurso da ciência e da tecnologia, o “discurso da mãe” encontra(va)-se desprovido de um estatuto válido, revelando-se frágil diante da “grande verdade” científica.

No entanto, o discurso tecnológico reconvoça o “discurso da mãe” como apoio necessário à sua propagação. Isso prova que ele recuperou o discurso da mãe, a fim de garantir a sua própria sustentabilidade. Deve-se, então, inferir que o discurso tecnológico qualifica e desqualifica os discursos segundo seus próprios critérios e interesses.

Nesse contexto, o “discurso da mãe” aparece requalificado na seguinte proposição: a “nova” mãe deve ser aquela capaz de entender o novo contexto social (em que a tecnologia impera) e conduzir seus filhos nessa verdade. Assim, a mãe é induzida a adquirir uma formação ou apenas uma simples percepção, para certificar-se de que o discurso da tecnologia é de fato um discurso “irreversível” e

3. Assim como está invalidado frente à ciência o discurso da parteira, do/a curandeiro/a, do carpinteiro ou do sapateiro, pois não são mais objeto de desejo de ninguém. É mais fácil o jovem desejar ser médico do que curandeiro, ser *designer* do que sapateiro, etc.

4. Como por exemplo, a igreja e a escola.

imprescindível, e que o seu papel será o de incentivar a juventude em suas novas escolhas sociais.

Importa destacar que a construção do “discurso da mãe” é um derivado do discurso *do cuidado* ou *do cuidar*. Segundo Carvalho (1999, p.51), o discurso do cuidado possui vários significados, entre os quais pode ser entendido “ora como fonte de superexploração, ora como amor; enaltecido como valor ético universal e ao mesmo tempo apontado como núcleo central da subordinação social das mulheres”. Assim, o discurso tecnológico parece unir bem os dois significados *do cuidado*, direcionando-os para a mãe. Tal discurso atribui à mãe a função de propagar a tecnologia como uma verdade suprema, pois ele a toma, a nosso ver, como aquela que tem historicamente cumprido uma função no destino dos filhos. Isto é, houve um tempo em que o discurso da mãe pautou-se na orientação religiosa ou na fé divina. Posteriormente, esta orientação foi gradativamente substituída pela escolarização atrelada ao mercado de trabalho, e também como valor ético universal, o que perdura até os dias de hoje. Contudo, atualmente, observa-se que o discurso da mãe agrega um novo aspecto: a tecnologia. Então, o discurso tecnológico supõe que o discurso da mãe deva conduzir-se, como qualquer outro discurso, pela transição da crença no mítico para a crença na técnica.

Sem mencionar o discurso da mãe, mas enfatizando a transição do mítico para a técnica, Belloni (2001) argumenta que

o crescente domínio da natureza, resultante do conhecimento científico e de suas aplicações técnicas, demonstra todos os dias, irrefutavelmente, à maioria dos homens, a insuficiência das explicações míticas. As crenças religiosas vão dando lugar à informação. Uma nova crença vem predominando no mundo moderno: a crença nos poderes limitados da ciência e da técnica e em seu papel fundamental para o progresso e melhoria da vida social (p.53).

Assim, parece-nos que o discurso tecnológico exige que o discurso da mãe se modernize na seguinte base: substituir a idéia de atrelar o destino profissional do filho à escolarização formal, pela idéia de vincular este destino a conhecimentos relacionados às novas tecnologias – conhecimentos estes não necessariamente adquiridos na escola. Dessa forma, o discurso da mãe, que há algum tempo poderia ser traduzido por: “meu filho, se você não quiser ser um trabalhador braçal como seu pai, vá pra escola!”; atualmente ganha o sentido do fragmento televisivo que destacamos para esta análise: “vou pôr meu filho para estudar tecnologia, pois vai ser mais fácil ele trabalhar e se sustentar sozinho, além disso, ele gosta mesmo dessas coisas e ele não é muito bom nos estudos, é melhor ele optar por isso; é mais certo nos dias de hoje”. Acreditamos que esta mudança ocorra porque a escola formal deixa de ser a fonte do desejo da atual felicidade.



Observemos que o discurso tecnológico, através do discurso da mãe, estimula o filho a uma possível liberdade. Mais uma vez o discurso da mãe é colocado na condição daquele que promove o vínculo social, não permitindo que tal vínculo se desfaça ou desmorone. O discurso da mãe é convocado, ainda, no seu saber moral (ou pelo menos no que restou desse saber) para continuar sua “missão” na cultura. Parece-nos que todo este interesse no discurso da mãe se deva ao seu poder enfeitado de harmonizar o caos, sem, no entanto, revelar sua face totalitária.

É claro que nem toda mãe cumpre os requisitos desse discurso, pois não estamos falando da mãe propriamente dita, e sim de um discurso. Sabemos que todo discurso é produzido no social para a constituição de um determinado sujeito. Assim, o social produziu um discurso sobre a mãe que atravessa todo o conjunto das relações de poder, mas que qualquer indivíduo (homem, mulher, criança, idoso, etc.) poderá dele fazer uso ou não.

Se o discurso da mãe, na visão tecnológica, cumpre esse destino, conforme os fragmentos televisivos, parece que o discurso tecnológico se alimenta desse artefato cultural para justificar a sua pseudonecessidade. Portanto, o discurso tecnológico, que se apresenta sob forma de “discurso tecnocrático, é certamente uma ideologia e, portanto, uma forma de (falsa) consciência do mundo” (Belloni, 2001, p.55).

Eis, portanto, uma segunda função do discurso tecnológico: buscar a integridade social a partir da reabilitação do discurso da mãe em benefício próprio.

c) Discurso da publicidade televisiva: a figura da criança e do adulto associada à linguagem tecnológica

Em geral, os trabalhos de publicidade televisiva (propaganda comercial) insistem em fazer os adultos reféns das crianças. Infantilizam os adultos e enchem de poder as crianças. Parece que vivemos uma revolta da infância contra o mundo adulto. Entretanto, acreditamos que não se trata disso. Trata-se, pois, de um projeto ambicioso do discurso tecnológico visando “produzir” uma outra infância e um outro mundo adulto associado à linguagem tecnológica.

Neste caso, observa-se que a criança ocupa uma posição privilegiada e paradoxal, pois, além de inspirar cuidado, exerce poder. O discurso tecnológico vale-se desse privilégio, fazendo emergir pseudonecessidades no mundo adulto. Isto é, a infância tornou-se porta-voz primeira do discurso tecnológico associado ao capital e, à medida que isso ocorre, todo um conjunto de valores agrega-se ao redor da infância. Se até há pouco tempo bastavam os produtos infantis ligados ao processo educativo tradicional (com cadernos, trajes, brinquedos, móveis infantis), agora temos contado com pedagogias especializadas em mídias baseadas em meios digitais e virtuais.

Surtem diversos produtos infantis como jogos eletrônicos (em computadores, videogame, *lan-house*, etc.), portais de informação, robótica (pedagógica ou não), programas de simulação, entre outros. Esse conjunto de produtos para a infância cria um promissor mercado infantil tecnologicado e, mais do que isso, elabora um poderoso discurso sobre a infância contemporânea. Por isso, esse discurso deixa claro que ele preza uma sociedade da infantilização do homem e não apenas da criança.

Nessa direção, não é exagero dizer que o discurso tecnológico sobre a infância concorre para o desaparecimento da mesma; basta percebermos o lugar que a criança ocupa na publicidade televisiva. Se, por um lado, a criança aparece com certo privilégio (ela tem direito a voz e trata-se de uma voz de peso), por outro lado, ela compete com o próprio produto ou funde-se a ele (coisificação da criança). Ou mais ainda: como foi possível ver no fragmento da propaganda aqui selecionado, a criança, mesmo sendo criança, assume o discurso do mundo adulto. O reverso dessa problemática também é visível, isto é, o adulto é infantilizado — pois não é raro vê-lo usando “motivos” infantis, nas roupas, na forma de falar, nos móveis, nos automóveis, etc. Isso demonstra que vivemos uma sociedade da infantilização, e não apenas uma infância para as crianças. Crianças e adultos estão vivendo o mesmo paradigma.

Decorre daí que o discurso tecnológico sobre a infância visa, via criança, a um mundo adulto dominante, em detrimento da própria infância. Como já insinuamos e, embora não se perceba isso facilmente, a criança, entendida como a figura social que materializa a noção da infância, é, sobretudo, a materializadora da noção de mundo adulto. É na própria criança que se materializa um novo adulto. Induz-se à idéia de que, mesmo sendo criança, ela já sabe tanto quanto (ou mais que) um adulto... Há um adulto na criança, assim como há uma criança no adulto.

Entendemos que o discurso tecnológico voltado para a infância não possui nenhum interesse na criança em si, mas nas possibilidades infinitas de explorar, através dela, uma economia da infantilização. Esse procedimento constrói necessariamente um outro tipo de adulto e de sociedade. Assim, o discurso tecnológico sobre a infância nada mais busca do que deslocar a criança, ainda enquanto criança, da sua condição de infantil à condição adulta, sem ter com isso prejuízos ou problemas de ordem ética com o tão chamado direito à infância — ainda que isso chegue a tanger a exploração do trabalho infantil.

A especificidade do discurso tecnológico voltado para a infância apresenta-se como a possibilidade de dotar a criança de um *saber em potencial* (virtual). Na verdade, o que ocorre é a produção de um adulto com saberes virtuais, a fim de gerar um outro tipo de adulto e, não necessariamente, uma criança-criança. Trata-se, como afirmou Ghirdelli Jr. (1994, p.54-55), de produzir, na atualidade, crianças-adultos e adultos-infantilóides. Nesse sentido, Corazza (2002), tomando emprestados alguns argumentos de Jerusalinsky e Tavares (1994), afirma que

para a criança atual – “originária de uma mãe de escassa vocação materna e de um pai melancolizado pela sua impotência” – sobra “o sonho de se fundir com algum objeto maravilhoso para, por fim, realizar sua entrada triunfal e definitiva no universo perfeito da realidade virtual” (p.122).

Veremos, então, que a função do discurso tecnológico voltado para a infância é a de produzir uma economia da infantilização, que não é necessariamente uma economia da criança, o que já foi feito durante boa parte do século vinte. O que presenciamos agora é a extensão da noção de infância sobre a vida adulta, ou seja, produzimos um adulto à sombra da infância, de modo que o mundo adulto seja desenhado à custa da infância e contra a infância.

Temos, portanto, a terceira função do discurso tecnológico, qual seja: convocar o mundo adulto a consentir de uma vez com a tecnologia, como causa e fim da sociedade contemporânea. Deve-se, para isso, formar nas crianças tal necessidade, em detrimento de outras demandas, pois, em breve, tais crianças serão os novos adultos. Mas também deve-se infantilizar o adulto, ou seja, apurar-lhe um gosto pelas belas formas (as facilidades da técnica), em detrimento de toda a crítica. Portanto, o discurso tecnológico apresenta-se, por um lado, como aquele que concretiza o desaparecimento da infância, pois inculca nela um vir-a-ser adulto precoce, sem, contudo, mostrar sinais de brutalidade explícita; e, por outro lado, cria, aqui e agora, os artefatos para uma sociedade adulta despolitizada.

Por assim dizer, a agenda da criança-adulta torna-se similar à agenda dos pais: sobrecarregada de compromissos, reuniões, contratos, cinema, ginástica, viagens, etc. A criança-adulta vê-se cheia de afazeres racionalistas e burocráticos, tais como os de seus pais.

#### Análise das funções do discurso tecnológico na sociedade contemporânea

Considerar o discurso tecnológico como uma função significa colocá-lo como uma verdade que perpassa os indivíduos em suas relações, funcionando como equivalentes simbólicos de toda a verdade no corpo social. Se for verdade que o discurso tecnológico ocupa toda a extensão da vida, do trabalho e da linguagem, não é exagero dizer que ele se efetiva de maneira ampla nas práticas das pessoas, não sendo possível que crianças, jovens e idosos desconheçam ou ignorem a sua existência. Portanto, esse discurso tecnológico, sendo entendido como uma função ou equivalentes simbólicos, exerce o poder sobre os sujeitos através dos saberes produzidos pelos próprios sujeitos na experiência cotidiana. Por esta ótica, o discurso tecnológico é o discurso válido na atual conjuntura, não só porque todos falamos dele, mas porque nossa própria experiência humana na contemporaneidade o acolhe.

Dessa forma, as funções do discurso tecnológico deverão ser entendidas como uma prática social discursiva que, sustentada nas relações de poder entre os homens, engendra relações de saber e atua sobre e pelo sujeito através de um discurso específico (o tecnológico). Assim, no âmbito capitalista, os elementos constitutivos do discurso tecnológico nascem de relações de poder do capital sobre o sujeito. Ao imprimir tal relação de poder, o capital retira do sujeito um saber com o objetivo de transmitir, através desse saber, um poder sobre todo o corpo social.

Nesse sentido, as funções do discurso tecnológico que visam um poder sobre o corpo social podem assim ser retomadas e sintetizadas:

- Tomar o discurso da felicidade dissociado da sociedade de bens e riquezas materiais (até certo ponto) e associá-lo ao acesso à informação, ao conhecimento e ao saber. Ter acesso para ter todo o resto.
- Reabilitar a felicidade como algo passível de ser concretizado, ignorando que ela seja apenas uma condição imaginária e ao mesmo tempo constituidora da humanidade. A felicidade é possível e passa pelo domínio das tecnologias digitais.
- Buscar a integração social a partir da reabilitação do discurso da mãe para fortalecer a necessidade da tecnologia capitalista. Ou seja, o discurso da mãe impulsionaria a necessidade do discurso tecnológico.
- Reabilitar o discurso moral da mãe, para valorar, através de um discurso pedagógico, o próprio discurso tecnológico — este sendo a nova teleologia da sociedade contemporânea. Há um poder no discurso da mãe que é aproveitado pelo discurso tecnológico capitalista.
- Produzir uma economia da infantilização que deve ser estendida sobre todo o ciclo da vida (adultos, jovens e idosos).
- Possibilitar a otimização do saber, funcionando como fascínio. O estilo de vida adulta, por ter sido infantilizado, torna-se o fascínio da sociedade, decorrendo na substituição da *crítica* pelas sedutoras facilidades da *técnica*.

O primeiro aspecto dessas *funções do discurso tecnológico*, que merece destaque, é que elas *estão vinculadas à cultura ocidental*, pois mexem com privilegiados aspectos do imaginário social que fazem funcionar essa sociedade. Por exemplo, as funções de mãe, de infância e de felicidade são elementos desta cultura ocidental e aparecem aqui associadas ao discurso tecnológico, de maneira que o “recente” processo de internacionalização do capital, ao trabalhar com a informação, não dispensa o conjunto desses imaginários sociais. Daí porque a informação, sendo o cerne da nova economia, associa-se às necessidades capitalistas e aos saberes e desejos dos indivíduos. Eis, portanto, *uma das dimensões mais atuais do capitalismo: (re)prometer ou refundar no sujeito a possibilidade de concretização de seus desejos, via discurso tecnológico*.

Esta dimensão atual do processo de internacionalização do capital abala o conjunto de relações capitalistas que compunham a sociedade Taylor-fordista<sup>5</sup> (industrial), emergindo um outro conjunto de relações capitais em que se destaca, sobretudo, o acesso à informação.

Por se tratar de informação e não necessariamente de bens materiais, o conteúdo desta economia do acesso constitui-se pelos processos comunicacionais formados por um conjunto de instruções e mensagens, de fatos e de combinações de dados processados em computadores, gerando uma comunicação entre os indivíduos, o Estado e o mercado. Assim, ao mesmo tempo que informam à sociedade sobre os saberes de que ela necessita, esses processos comunicacionais ativam ou reabilitam, nos sujeitos, antigos e perenes discursos sociais. Por carregarem a capacidade de reproduzir relações de poder, preferimos tratar tais processos comunicacionais como funções discursivas da tecnologia. Não são simplesmente processos comunicacionais, porque estes apenas informam o indivíduo sobre as coisas, ao passo que as funções discursivas o persuadem, ou seja, tornam o sujeito co-responsável da verdade tecnológica.

Um segundo aspecto das funções do discurso tecnológico a ser destacado é que, na sociedade contemporânea, *a relação de saber que engendra poder é marcada por um conturbado processo de inovações tecnológicas em curto prazo*. Em decorrência dessa aceleração das inovações em curto prazo, as relações de saber tornam-se efêmeras à medida que a crítica ao saber tecnológico é substituída pelas facilidades da técnica (inovação). Isto significa dizer que o vínculo estabelecido entre os aspectos privilegiados da cultura ocidental e o discurso tecnológico conduz tal discurso para uma verdade vaga, porém inquestionável, a saber: a metamorfose do discurso tecnológico. Em outras palavras, o discurso tecnológico tem a pretensão de se desviar-se de qualquer conservadorismo e de viver basicamente de supostas vanguardas.

Para Frederico Lima (2000, p.7), vivemos tempos em que um conhecimento de dez anos atrás pode ser considerado arqueológico, tal a distância entre ele e as acelerações de mudanças em nossa sociedade. Esse autor acredita que a humanidade está tendo dificuldades de parar para digerir as novas informações e adaptá-las à nossa matriz de pensamento, pois “a simultaneidade dos fenômenos e a intensificação das mudanças colocam-nos dentro de um vértex no qual a evolução linear se transformou em re-evolução contínua” (Lima, 2000, p.11). Nesse mesmo sentido, Willians Biernazki esclarece que

o acesso instantâneo às informações e ao entretenimento é tão ubíquo que, às vezes, nos esquecemos de que esse é um

5. Sobre essa temática, sugerimos consulta ao texto de Belloni (2003), que nos apresenta uma contextualização do taylor-fordismo na contemporaneidade.

fenômeno que apareceu muito repentinamente na historia – é tão recente que não tivemos tempo para passar pelo processo de tentativa e erro, necessário para desenvolver instituições culturais que possam lidar adequadamente com ele (Biernazki, 2000, p.47).

É importante destacar que, hoje, a sociedade tem como característica principal a intensificação do uso ou a supervalorização da informação. Considerando que a nova esfera de informação opera em um contexto global, Kumar (1997, p.22) afirma que o “homem não tem mais necessidade de buscá-la, já que ela pode ser trazida ao lar ou ao escritório”. Aliás, como bem argumenta Manuel Castells (1999), o total entendimento do mundo contemporâneo, incluindo a revolução tecnológica atual, “exigiria a discussão da especificidade das novas tecnologias da informação ‘vis-à-vis’ seus predecessores históricos também de caráter revolucionário” (p.114). Entretanto, “o cerne da transformação que estamos vivendo na revolução atual refere-se às tecnologias da informação, processamento e comunicação” (Castells, 1999, p.68).

Nesse sentido, Kumar (1997), fundamentando-se em Daniel Bell (1980), afirma que o que gerou essa sociedade da informação foi a convergência explosiva de computador e telecomunicações. Afirma, ainda, que essa união acabou com a antiga distinção entre processamento e disseminação de conhecimentos, como ocorria com mídias como a televisão. É por isso que Daniel Bell acredita que “nos transformamos em uma economia de informação” (Kumar, 1997, p.21-22). Daí porque, sendo a sociedade contemporânea sustentada por uma economia da informação, o capital tem sua forma de lucro e infra-estrutura fundada na produção, no processamento e na disseminação de informações. Numa economia dessa natureza, emerge um “novo” elemento a ser agregado aos princípios objetivos da economia clássica, qual seja, a economia da subjetivação.

Esta *economia da subjetivação* constitui o terceiro aspecto das funções do discurso tecnológico a ser destacado neste texto. Assim, mais do que criar nos sujeitos uma pseudonecessidade de consumo de informações, a economia da subjetivação nutre-se das formas de inovações criadas pelos próprios sujeitos frente a esta “necessidade”. Eis uma função cíclica e intermitente do capital informacional. Esta economia é aquela que toma como central um conjunto de discursos válido por todo o corpo social e retira dele todas as possibilidades objetivas e subjetivas de exploração. Por exemplo, a função do discurso tecnológico voltado para a economia da infantilização gera um conjunto de informações vendidas não apenas como consumo, mas, sobretudo, como uma forma de subjetivação lucrativa.

Associada a esta “nova” concepção de economia, de *capitalismo informacional* (Castells, 1999, p.55), está a primazia do acesso à informação, ao conhecimento, ao saber, combinada com a facilidade da sua produção, processamento e

disseminação, fruto da articulação entre tecnologias como satélites, televisão, telefone, cabo de fibra óptica e microcomputadores.

Desta economia da subjetivação decorre o quarto aspecto das funções do discurso tecnológico: a *unidade demográfica*. A capacidade dos modernos meios de comunicação de influenciar públicos numerosos cria, hoje, uma outra relação no interior da cultura de massa. A novidade é que esse conjunto de tecnologias (telemática) permite ao capital o acesso à *unidade demográfica* da sociedade (o indivíduo), o que, por sua vez, criou a possibilidade de manipulação das subjetividades.

As tecnologias digitais possibilitam a personalização de tal forma, que levam Manuel Castells (2003) e Nicolas Negroponte (1995, p.158) a acreditar que os meios de comunicação de massa atingem agora a unidade demográfica composta por uma só pessoa. Este acesso à unidade demográfica, materializado pela Internet, apresenta-se como uma estratégia capitalista de exercer o poder, apreendendo a subjetividade na sua capilaridade; ou seja, nos aspectos mais íntimos e locais. Isto inaugura uma outra relação do capital com a cultura de massa. Agora, temos com freqüência um “público de massa” composto de uma “única pessoa”. Eis aí uma relação paradoxal. Se, por um lado, as novas tecnologias da informação e da comunicação possibilitam um processo comunicacional em massa, por outro, num tempo considerado “era informacional”, tudo é feito por encomenda e a informação é extremamente personalizada.

O elemento crucial desse paradoxo é que o consumo de massa não é apenas uma produção direcionada a um amplo e infinito público, mas atende, ao mesmo tempo, a diversos e variados públicos. Portanto, não se destina apenas a uma única e grande massa, mas às particularidades destes enormes contingentes. Basta percorrer os inúmeros *sites* da Internet para atestar as diferentes “tribos” urbanas, consumidoras específicas de seus produtos. Atualmente, o consumidor pode montar determinado produto (como é o caso dos acessórios de automóveis) e ter com exclusividade um produto “criado” virtualmente.

Oportunamente, Nelson Werneck Sodré, analisando a cultura de massa no Brasil após os anos 1930, ensina-nos que os meios de comunicação de massa produziram a noção de público consumidor, sendo então possível realizar dramáticas transformações na atitude de populações inteiras (Sodré, 1980, p.77). A produção, o processamento e a disseminação de informação que, desde aquela época, ocorria em processos comunicacionais de um-para-muitos, torna-se, agora, com a Internet, uma comunicação em estrela (muitos-para-muitos). Dessa maneira, a Internet propicia uma relação de poder do capital diretamente com o sujeito, em sua intimidade, e não apenas de forma coletiva, como ocorre com mídias tradicionais (televisão ou rádio, por exemplo). Obviamente, vale a advertência de que, se, por um lado, o capital tem o acesso direto ao indivíduo, o contrário não se realiza necessariamente.

Na medida em que extrapola a simples mecanização do trabalho, como percebido até então, atingir essa unidade demográfica (acesso direto ao indivíduo) constituiu mais uma novidade no processo de internacionalização do capital. Agora, a novidade passa pela “mecanização da vida em geral, da esfera privada da vida social: o lazer, a cultura, a vida doméstica” (Belloni, 2001, p.54). A autora acredita que, ao ser inventada, essa tecnologia midiática (máquina televisiva) acaba impondo-se ao homem, acorrentando-se ao lazer fácil e barato, à representação em lugar da experiência (p.58). De forma mais geral, esta idéia é também encontrada em Machado (1996).

### Considerações finais

As funções do discurso tecnológico, aqui destacadas, demonstram uma “reativação” de determinados discursos sociais em favor da divulgação tecnológica. O discurso tecnológico tem reabilitado e colocado num lugar privilegiado, dentre outros, os discursos da felicidade, da mãe, da juventude e da infância. Nesta “reabilitação discursiva”, tem explorado uma economia da subjetividade. Destaca-se, no entanto, que essa reabilitação não significa dizer que os discursos estavam mortos ou abandonados, mas, sim, que o discurso tecnológico evidencia ou reconhece neles (que de alguma forma se apresentam literalmente na sociedade atual) a sua força social.

A “reabilitação” da força social dos discursos parece ser uma marca dos tempos atuais. Não sabemos o quanto se ganha ou se perde com o referido procedimento, mas importa destacar que determinados discursos são, de certa forma, reativados e valorizados, criando satisfações para alguns e angústias para outros, pois, uma mãe moderna e atual provavelmente, vai se sentir bastante valorizada e viva se conseguir encaminhar seus filhos na nova verdade; mas, do outro lado, uma mãe desprovida dessa verdade, sentir-se-á desqualificada frente aos seus filhos.

Reabilitar a força social dos discursos associa-se a um outro aspecto das funções do discurso tecnológico, que é a tentativa de educar a sociedade para a verdade tecnológica. Observem que o discurso tecnológico prefere a televisão à escola para realizar essa educação, mas não dispensa a própria escola como realizadora desse empreendimento.

Nesse sentido, uma inversão nos propósitos da escola é posta; ou seja, mais do que a escola propriamente dita, como estrutura de Estado ou como arquitetura rígida de “transmitir” saberes, o discurso tecnológico convoca os educadores a alterar as suas práticas. Vejam que, em alguns casos, o interesse do aluno ou dos pais não é pela escola enquanto unidade total, mas pelo que ela pode oferecer. Assim, não é à toa que as escolas particulares, mesmo as insignificantes e improvisadas, destacam em seus anúncios que lá há aulas de informática, em laboratórios, onde cada aluno possui o seu computador.



Parece que o discurso tecnológico de caráter capitalista não tem interesse direto na escola, enquanto prédio. Interessa-se, antes, pela modificação das práticas dos educadores. Aqui reside uma questão séria que merece cuidadoso estudo, que analise as relações e implicações entre discurso tecnológico e discurso pedagógico.

Também merece destaque a questão da exploração econômica que o discurso tecnológico realiza no momento em que reabilita antigos discursos. Esta parece ser a forma mais eficaz da produção de subjetividades, pois envolve profundamente o indivíduo no seu suposto desejo de consumo. Chega-se por vezes à idéia de que não se trata de uma exploração capitalista sobre o indivíduo, mas o contrário: exploração do indivíduo sobre os mecanismos capitalistas.

Como não podemos generalizar o que vem a ser uma sociedade contemporânea, não esqueçamos que a sociedade brasileira é, segundo Chauí, uma sociedade autoritária, violenta, que acredita em discursos salvadores. O discurso tecnológico parece ter se tornado a bola da vez. Sabedores disto e concordando com Renato Ortiz, queremos finalizar lembrando àqueles que ainda acreditam na salvação pela técnica: “Nem sei [sabemos] se existe salvação em algum lugar, porém na técnica, seguramente é que não há” (Ortiz, 2000, p.80).

#### Referências bibliográficas

- BELLONI, M.L. *O que é Mídia-Educação*. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.
- BELLONI, Maria Luiza. *Educação a Distância*. 3.ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2003.
- BIERNAZKI, W.E., Globalização da comunicação. *Comunicação e Educação*, n.19, p.46-65, 2000.
- BRUNO, L. Poder e administração no capitalismo contemporâneo. In: OLIVEIRA, Dalila A. (Org). *Gestão democrática da educação: desafios contemporâneos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997. 1997
- CASTELLS, M. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1.)
- CARVALHO, M.P. *No coração da sala de aula: gênero e trabalho docente nas séries iniciais*. São Paulo: Xamã, 1999.
- CORAZZA, S. M. *Infância & educação – Era uma vez – quer que conte outra vez?* Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- ENRIQUEZ, E. *Da horda ao estado – Psicanálise do vínculo social*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 1999.

FISCHER, R.M.Foucault e a análise do discurso em educação. *Cadernos de Pesquisa*, n.114, p. 197-222, nov. 2001.

GHIRALDELLI Jr., P. *Infância – um projeto inacabado?* Bauru: 1994 (Texto mimeografado).

JAPIASSÚ, H.; Marcondes, D. *Dicionário básico de filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

KUMAR, K. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

LIMA, F.O. *A sociedade digital: impacto da tecnologia na sociedade, na cultura, na educação e nas organizações*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

MACHADO, A. *Máquina e imaginário: o desafio das poéticas das tecnologias*. São Paulo: Edusp, 1996.

NEGROPONTE, N. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

Ortiz, R. Identidades culturais no contexto da globalização. *Comunicação e Educação*, n.18, p.68-80, 2000.

SANTOS, L.G. *Politizar as novas tecnologias: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética*. São Paulo: Ed.34, 2003.

SODRÉ, N.W. *Síntese de história da cultura brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

*Recebido em 11 de julho de 2006 e aprovado em 09 de março de 2007.*