

MÍDIA E EDUCAÇÃO: indústria cultural, comportamento e consumo na infância e na adolescência

Angela Angeluci Teixeira *

Ms. Bruna Milene Ferreira **

Resumo: No presente artigo, os assuntos abordados se referem à mídia e às mensagens veiculadas por ela. A abordagem será, principalmente, em relação à televisão que é o meio de comunicação que possui o maior público, inclusive, o infanto-juvenil. O principal objetivo é refletir sobre a influência dos programas televisivos na formação intelectual e comportamento das crianças e jovens, para tanto será feita uma análise acerca das mensagens que incentivam o consumo desenfreado, a violência e o preconceito, sem deixar, é claro, de destacar os pontos positivos da televisão como meio de comunicação. A investigação, aqui conduzida, procurará conscientizar os educadores sobre a importância de unir educação e comunicação, no sentido de construir uma sociedade mais humanitária e justa. Para a elaboração deste artigo serão utilizados textos de vários autores, porém, aqui serão citados os principais: Adorno (1995; 2002), Chauí (2008), Teixeira Coelho (1980), Nilo Odalia (1985), Aranha e Martins (2005), Saviani (2007), Soares (2011) e Baccega (2011).

Palavras-chave: Mídia. Indústria cultural. Ideologia. Consumo. Educação.

* Artigo científico apresentado ao Instituto Superior de Educação da Faculdade Alfredo Nasser como trabalho de conclusão do curso de Pedagogia no semestre letivo 2011/2.

** Orientadora do trabalho.