2ª SÉRIE

CANAL SEDUC-PI2

PROFESSOR (A):	DISCIPLINA:	AULA Nº:	CONTEÚDO:	TEMA GERADOR:	DATA:
MAC DOWELL	SOCIOLOGIA	01	INDÚSTRIA CULTURAL		04/05/2020

Canal Educação
PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

CRÍTICAS

- DEVEMOS SABER QUE A PROPAGANDA RESSALTA A MAGIA DA MERCADORIA.
- NA INDUSTRIA CULTURAL, O CONSUMIDOR É TRATADO COMO REI, MAS NÃO O É, NA REALIDADE ELE É SIMPLESMENTE OBJETO DELA.
- OS PRODUTOS SÃO ADAPTADOS AO CONSUMO DAS MASSAS (QUE EM GRANDE PARTE TORNA-SE ESCRAVO DELA, DETERMINANDO O SEU CONSUMO).
- O CONCEITO DE “INDÚSTRIA CULTURAL”, DESENVOLVIDO PELOS FILÓSOFOS ALEMÃES THEODOR ADORNO E MAX HORKHEIMER REFLETE SOBRE A SITUAÇÃO DA ARTE NA ECONOMIA INDUSTRIALIZADA DE SEU TEMPO.

1. (Enem PPL 2015) Falava-se, antes, de autonomia da produção significar que uma empresa, ao assegurar uma produção, buscava também manipular a opinião pela via da publicidade. Nesse caso, o fato gerador do consumo seria a produção. Mas, atualmente, as empresas hegemônicas produzem o consumidor antes mesmo de produzirem os produtos. Um dado essencial do entendimento do consumo é que a produção do consumidor, hoje, precede a produção dos bens e dos serviços. (SANTOS, M. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000 - adaptado).

O tipo de relação entre produção e consumo discutido no texto pressupõe o(a)

a) aumento do poder aquisitivo
b) estímulo à livre concorrência
c) criação de novas necessidades
d) formação de grandes estoques
e) implantação de linhas de montagem.

2.(ENEM 2016) Hoje, a indústria cultural assumiu a herança civilizatória da democracia de pioneiros e empresários, que tampouco desenvolvera uma fineza de sentido para os desvios espirituais. Todos são livres para dançar e para se divertir do mesmo modo que, desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa. (ADORNO, T; HORKHEIMER, M. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro; Zahar, 1985).

A liberdade de escolha na civilização ocidental, de acordo com a análise do texto, é um(a)

a) legado social
b) patrimônio politico
c) produto da moralidade
d) conquista da humanidade
e) ilusão da contemporaneidade.

Mesclando cultura e ideologia

Theodor Adorno e Max Horkheimer procuraram analisar a relação entre cultura e ideologia com base no conceito de *indústria cultural*, cujo objetivo é a produção em massa de bens culturais para ser consumidos como qualquer mercadoria.

As empresas envolvidas na indústria cultural têm a lucratividade e a adesão incondicional ao sistema dominante como fundamentos, e colocam a felicidade nas mãos dos consumidores mediante a compra de alguma mercadoria cultural.

ATENÇÃO

O termo **Industria cultural** foi empregado pela primeira vez no livro **Dialektik der Aufklärung**, publicado por Adorno e Horkheimer, em 1947, em Amsterdã.

A indústria cultural vende cultura. Para vendê-la deve seduzir e agradar o consumidor. Para seduzi-lo e agradá-lo, não deve chocá-lo, provocá-lo, fazê-lo pensar, fazê-lo ter informações novas que perturbem, mas deve devolver-lhe, com nova aparência, o que ele sabe, já viu, já fez. (MARILENA CHAUÍ)

Mesclando cultura e ideologia

Ao consumir produtos culturais, nos sentimos integrados a uma sociedade imaginária, sem conflitos e sem desigualdades.

A indústria cultural promove uma fuga do cotidiano: o indivíduo se aliena para poder continuar aceitando a exploração do sistema capitalista.

Shepard Sherbell/Corbis Saba/Latin Stock

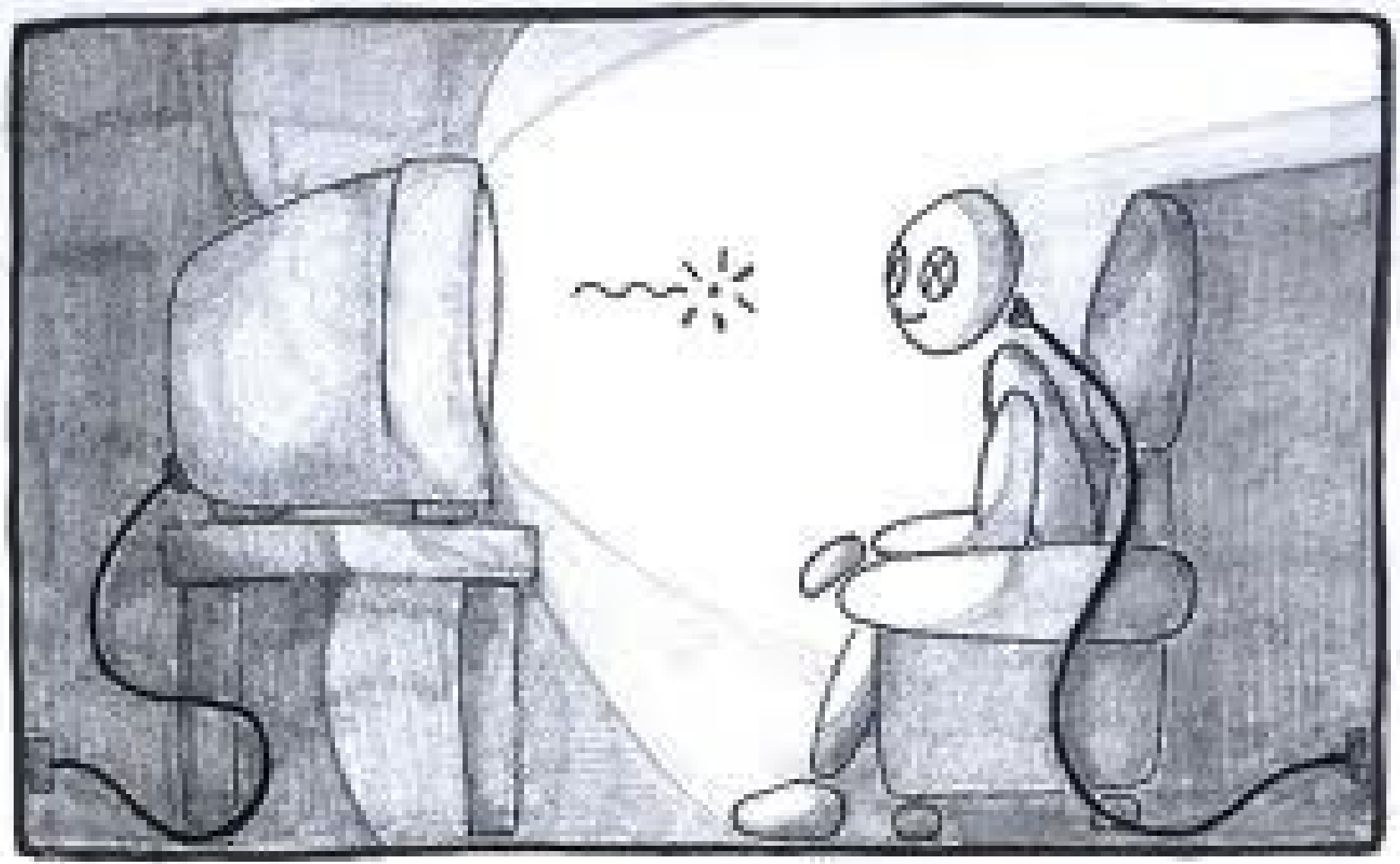
Shopping center na Malásia, em 1995. Por meio da sedução e do convencimento, a indústria cultural vende produtos que devem agradar ao público, não para fazê-lo pensar com informações novas que o perturbem, mas para propiciar-lhe uma fuga da realidade.

2ª SÉRIE

CANAL SEDUC-PI2

PROFESSOR (A):	DISCIPLINA:	AULA Nº:	CONTEÚDO:	TEMA GERADOR:	DATA:
MAC DOWELL	SOCIOLOGIA	01	INDÚSTRIA CULTURAL		11/05/2020

Canal Educação
PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA



Mesclando cultura e ideologia

Thinkstock/Getty Images

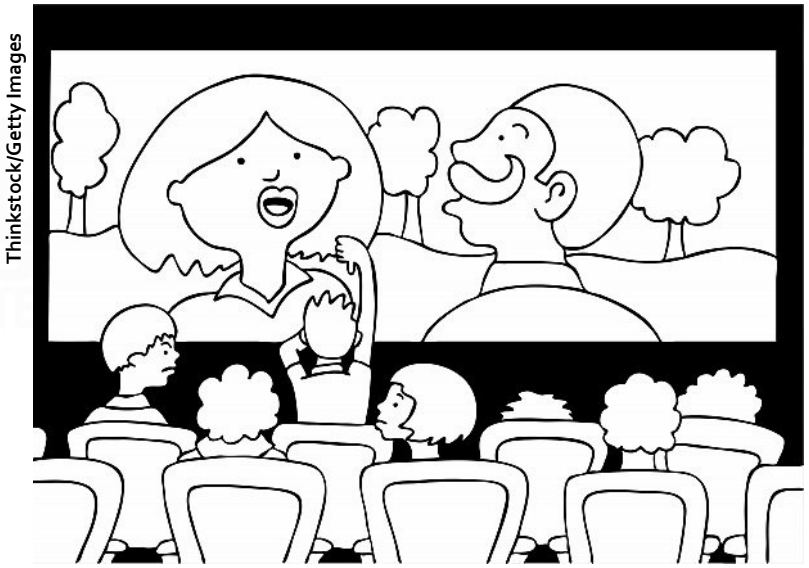
Milhares de pequenos grupos no mundo desenvolvem produções culturais específicas de seus povos e grupos de origem.

Mesclando cultura e ideologia

Os meios de comunicação e a vida cotidiana

O avanço contínuo da tecnologia dos meios de comunicação não invalida o conceito de indústria cultural.

Produtos de baixa qualidade têm a oferta justificada pelo argumento de que atendem às necessidades de pessoas que desejam apenas entretenimento e diversão. Mas esses produtos são oferecidos tendo em vista as necessidades das próprias empresas, ou seja, o lucro.



Thinkstock/Getty Images

Mesclando cultura e ideologia

O "mundo maravilhoso" e sem diferenças está presente nos programas de televisão.

O cientista social italiano Giovanni Sartori reflete sobre esse meio de comunicação. Até o advento do cinema, no final do século XIX e início do século XX, o universo da comunicação era puramente linguístico, quer a linguagem fosse escrita, quer fosse falada.

Thinkstock/Getty Images

Mesclando cultura e ideologia

Com a televisão, nascida em meados do século XX, surgiu uma situação completamente nova, em que o *ver* tem preponderância sobre o *ouvir*.

Para Sartori, "a televisão produz imagens e apaga conceitos; mas desse modo atrofia nossa capacidade de abstração e com ela toda a nossa capacidade de compreender."

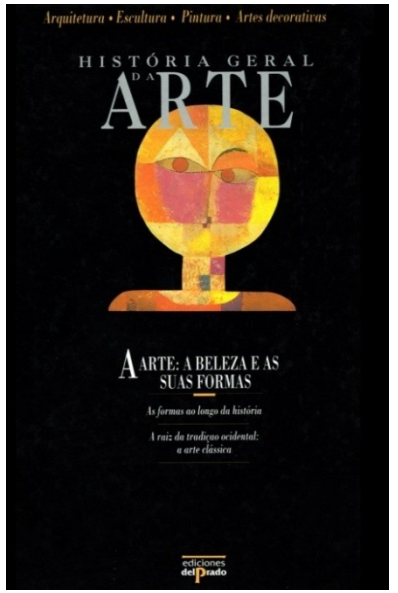
Thinkstock/Getty Images

Mesclando cultura e ideologia

Está tudo dominado?

Várias críticas foram feitas à ideia de que a indústria cultural estaria destruindo nossa capacidade de discernimento.

O filósofo Walter Benjamin (1886-1940) acreditava que a indústria cultural poderia ajudar a desenvolver o conhecimento, pois levaria a arte e a cultura a um número maior de pessoas.



Ediciones del Prado

Publicação de 1996-1997 vendida em bancas de revista. Segundo Benjamin, com as novas técnicas de reprodução, as obras de arte poderiam ser difundidas entre outras classes sociais, contribuindo para a emancipação da arte de seu papel ritualístico.

Mesclando cultura e ideologia

Para Benjamin, é evidente que a ideologia dominante está presente nos produtos da indústria cultural.

Muitos indivíduos tendem a reproduzir o que veem ou leem, mas a maioria das pessoas seleciona o que recebe e reelabora a informação. Além disso, nem todos recebem as mesmas informações.

Pesquisando a ação da indústria cultural, percebe-se que os indivíduos não aceitam pacificamente tudo o que lhes é imposto.

Mesclando cultura e ideologia

Numa perspectiva de enfrentamento ou resistência, há um processo de contra-hegemonia que ocorre dentro e fora da indústria cultural.

Nos próprios meios de comunicação há críticas ao que se faz na indústria cultural. Fora dos meios de comunicação, intelectuais também criticam o que ocorre em todas as áreas culturais. Outros procuram desenvolver produtos culturais não massificados, ou manter canais alternativos de crítica e informação.

2ª SÉRIE

CANAL SEDUC-PI2

PROFESSOR (A):	DISCIPLINA:	AULA Nº:	CONTEÚDO:	TEMA GERADOR:	DATA:
MAC DOWELL	SOCIOLOGIA	01	INDÚSTRIA CULTURAL		18/05/2020

Canal Educação
PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

Mesclando cultura e ideologia

O universo da internet

A internet originou-se de um projeto militar dos Estados Unidos, na década de 1960. Tratava-se de um sistema no qual as informações eram geradas em muitos pontos e não ficavam armazenadas num único lugar.

Posteriormente, o modelo foi utilizado para colocar em contato pesquisadores de diferentes universidades. Depois se expandiu.

Mesclando cultura e ideologia

A internet é o espaço onde há mais liberdade de produção, veiculação de mensagens, notícias, cultura e tudo que possa ser transmitido por esse sistema.

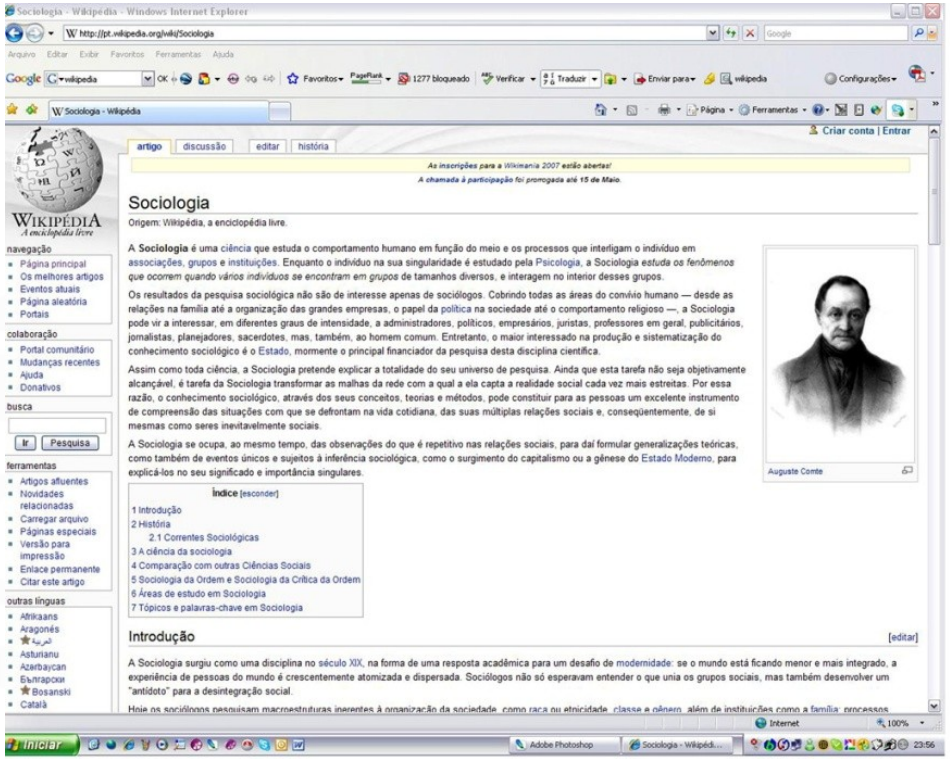
Nesse meio de comunicação, palavras, imagens, música, etc., tudo é transmitido com muita rapidez para todos os que estiverem conectados.

Essa tecnologia de informação oferece possibilidades quase infinitas de pesquisa.

Thinkstock/Getty Images

Mesclando cultura e ideologia

Dependendo de como é utilizada, a internet pode empobrecer a capacidade de pensar ou ser um instrumento para a obtenção de conhecimento.



Wikipedia

Liberdade de consulta e produção: em *sites* como Wikipédia, acessados de qualquer computador conectado à rede, o internauta pode não só pesquisar como editar informações. A contrapartida dessa liberdade é a limitada confiabilidade do conteúdo disponibilizado. A página reproduzida acima foi consultada em 17 de maio de 2007.

3. (UPE2017) Leia a tirinha a seguir:

Ela apresenta o poder que a mídia exerce sobre as pessoas, criando a ideologia e a cultura de massa, valiosas para a organização da sociedade capitalista.

Refletindo sobre a relação entre esses dois conceitos sociológicos, é CORRETO afirmar que

a) a representação simbólica, que o homem constrói do mundo, e a produção e reprodução material da sociedade são elementos significativos para se entender a dinâmica da cultura e da ideologia na vida social.
b) a maneira como a vida se estrutura nas sociedades complexas obedece, rigidamente, às ideias de homogeneidade e padronização, conforme se observa nas periferias das grandes cidades.

c) a ideologia é importante para a formação cultural das sociedades, mas estas são categorias sociológicas independentes, reforçando a ideia de que os grupos sociais são influenciados por fatores subjetivos.

d) as pessoas possuem consciência da atuação da ideologia dominante sobre seu comportamento, razão por que, nos meios de comunicação, a cultura de massa é restrita, apenas, à elite social.

e) os mecanismos de atuação da ideologia devem propor uma despolitização da cultura, pois esse processo tornará os indivíduos mais alienados da dominação de alguns grupos sociais.

4. (UNIOESTE 2017) O ensaio “Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas”, de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, publicado originalmente em 1947, é considerado um dos textos essenciais do século XX que explicam o fenômeno da cultura de massa e da indústria do entretenimento. É uma das várias contribuições para o pensamento contemporâneo do Instituto de Pesquisa Social fundado na década de 1920, em Frankfurt, na Alemanha. Um ponto decisivo para a compreensão do conceito de “Indústria Cultural” é a questão da autonomia do artista em relação ao mercado.

Assim, sobre o conceito de “Indústria Cultural” é CORRETO afirmar.

a) A arte não se confunde com mercadoria, e não necessita da mídia e nem de campanhas publicitárias para ser divulgada para o público.
b) Não há uniformização artística, pois, toda cultura de massa se caracteriza por criações complexas e diversidade cultural.
c) A cultura é independente em relação aos mecanismos de reprodução material da sociedade.
d) A obra de arte se identifica com a lógica de reprodução cultural e econômica da sociedade.
e) Um pressuposto básico é que a arte nunca se transforma em artigo de consumo.

Mesclando cultura e ideologia

Exercício

Junte-se a alguns colegas para analisar um dos temas abaixo, relacionados ao processo de dominação nas sociedades capitalistas. Sigam o roteiro.

Temas

- **Televisão (programa, anúncio publicitário, novela, filme).**
- **Impressos (revista, jornal, *outdoor*).**
- **Internet (*sites*, *blogs*).**

Mesclando cultura e ideologia

Roteiro

- Há uma "verdade" transmitida como única ou melhor para todos?
- Há distinção entre "cultos" e "incultos"?
- Visa apenas ao consumo e ao lucro?
- Ignora os conflitos e desigualdades?
- As imagens contam mais que as palavras?

A INDÚSTRIA CULTURAL

- INDÚSTRIA CULTURAL E SOCIEDADE (ADORNO E HORKHEIMER)

- Adorno e Horkheimer avançam com o conceito de “indústria cultural” para se referirem à mercantilização da cultura, fruto do desenvolvimento dos *media*, da tecnologia e da capacidade de reprodução e seriação.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM MASSA

- OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM MASSA - (MCM);
- A REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA (SÉC. XX-XXI)
- PADRONIZAÇÃO E PERDA DA AUTONOMIA: MASSIFICAÇÃO;.
- O HOMEM UNIDIMENSIONAL – MARCUSE;

A MÍDIA

- A Televisão

Me deixou burro
Muito burro demais
Oi! Oi! Oi!
Agora todas coisas
Que eu penso
Me parecem iguais
Oi! Oi! Oi!...(Titãs – Televisão)

Canal Educação
PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

A ARTE, A MERCADORIA E O SIGNO

- WALTER BENJAMIM (A ARTE E A SUA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA);
- BEETHOVEN (O VENDEDOR DE GÁS);
- JEAN BAUDRILLAR (DA MERCADORIA AO SIGNO).

REFLEXÃO SOBRE A INDÚSTRIA CULTURAL

- A CRÍTICA A INDÚSTRIA CULTURAL: OS APOCALÍPTICOS ESCOLA DE FRANKFURT;

- A DEFESA DA INDÚSTRIA CULTURAL: OS INTEGRADOS: MARSHALL MCLUHAN;

Canal Educação PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

SOCIEDADE DE CONSUMO

- Sociedade de consumo é um termo utilizado em economia e sociologia para designar o tipo de sociedade que se encontra numa avançada etapa de desenvolvimento industrial capitalista e que se caracteriza pelo consumo massivo de bens e serviços disponíveis graças a elevada produção dos mesmos.

SOCIEDADE DE CONSUMO

- “Consumir é uma forma de ter e talvez a mais importante de todas na atual sociedade industrial da abundância. Consumir tem características ambíguas: liberta a ansiedade, dado que aquilo que se tem não nos pode ser retirado; mas ao mesmo tempo exige que se consuma cada vez mais, porque tudo o que se consumiu depressa perde o seu caráter satisfatório. Os modernos consumidores podem identificar-se pela seguinte fórmula: Eu sou igual ao que tenho e ao que consumo.“
- Erich Fromm

STEVE
MADDEN

CIDADANIA E SOCIEDADE DE CONSUMO: “VEM SER FELIZ”!!!

- “A grande diferença entre ser e ter é a que se estabelece entre uma sociedade centrada sobre as pessoas e uma sociedade centrada sobre as coisas.”

- **Erich Fromm**

CIDADANIA E SOCIEDADE DE CONSUMO: “VEM SER FELIZ”!!!

- “CONSUMO, LOGO EXISTO”.
- CIDADANIA E CONSUMISMO;
- O PRAZER MOMENTÂNEO E FUGIDIO;
- “A ÚNICA COISA QUE NÃO FIGURA EM NOSSA LISTA DE COMPRAS É A OPÇÃO DE NÃO COMPRAR” – (ZYGMUNT BAUMAN);

Canal Educação PROGRAMA DE MEDIAÇÃO TECNOLÓGICA

O CONSUMISMO

Consumismo é o ato de comprar produtos e/ou serviços sem necessidade e consciência. É compulsivo, descontrolado e que se deixa influenciar pelo marketing das empresas que comercializam tais produtos e serviços. É também uma característica do capitalismo e da sociedade moderna rotulada como “a sociedade de consumo”.

PENSADORES:

- ZYGMUNT BAUMAN – Vida para consumo;
- FRANÇOIS LYOTARD – A condição pós-moderna;
- FREDERIC JAMESON – Pós-modernismo;
- JEAN BAUDRILLARD – Simulacros e simulação;
- ERIC FROMM – Ter ou ser;

Before
After

JURGEN HABERMAS (1929 ...)

- **Ética da Razão Comunicativa se baseia em três regras básicas:**
- **Regra da Inclusão**
- "Todo e qualquer sujeito capaz de agir e falar pode participar de discursos."
- **Regra da Participação**
- "Todo e qualquer participante de um discurso pode problematizar qualquer afirmação, introduzir novas afirmações, exprimir suas necessidades, desejos e convicções."
- **Regra da Comunicação Livre de Violência e Coação**
- "Nenhum interlocutor pode ser impedido, por forças internas ou externas ao discurso, de fazer uso pleno de seus direitos, assegurados nas duas regras anteriores".