

Aluno(a):

Nº

Ano/Série:2SM

Professor(a): Célio Roberto

Data: 27/04/2020

Nota:

ATIVIDADE DE SOCIOLOGIA

Assunto: Capítulo 3. Indústria cultural

Cultura de massa

O termo **cultura de massa** foi cunhado pelos filósofos e sociólogos da **Escola de Frankfurt** (considerados pensadores da teoria crítica): Theodor Adorno e Max Horkheimer. A ideia de cultura de massa perfaz uma noção de que existe um tipo de **produção cultural industrial** para satisfazer as necessidades de uma indústria **capitalista**, que vende os seus produtos culturais como se fossem algo que se compra em um supermercado. Nesse sentido, **a indústria cultural apropria-se da arte** e faz dela um subproduto produzido em massa **para render lucros** a uma indústria, que pode ser **cinematográfica**, televisiva, musical ou das artes plásticas.

Características

A cultura de massa é um objeto da indústria cultural. O conceito de cultura de massa diz respeito a **uma cultura que não é autêntica**. Segundo Walter Benjamin, filósofo e teórico literário alemão do século XX, a cultura tornou-se um elemento de mercado. Para Benjamin, o cinema e a fotografia representaram o ápice do desenvolvimento tecnológico que levou à cultura de massa. Benjamin entendia que **a arte**, quando reproduzida **por** alguma técnica, tende a perder a sua autenticidade. Se pensarmos que até o século XIX qualquer forma de arte era reproduzida na hora (a música era tocada na hora, a pintura era feita na hora e a atuação teatral era feita ao vivo), no início do século XX, a reprodução da obra de arte pela tecnologia era uma novidade.

A cultura de massa tornou-se, no vocabulário da teoria crítica, uma **manifestação cultural inautêntica**, pois é fruto de um movimento de massificação da cultura, ou seja, de produção de elementos culturais **para satisfazer os anseios de um mercado capitalista** de vender tais produtos e utilizá-los para a propagação de um ideal de vida capitalista e consumista. Para funcionar corretamente, a **indústria cultural** criou uma fórmula específica: **pegar elementos da cultura erudita** (a cultura de elite) e **misturá-los à cultura popular** (a cultura produzida pelo povo, nas periferias e fora da elite). Quando tal mistura reproduz-se com as técnicas de reprodutibilidade, temos os elementos da indústria cultural. A cultura de massa atende à lógica mercadológica capitalista. Por isso, ela **não faz distinção da individualidade e do gosto estético** de cada pessoa e de cada cultura. A ideia é, para a indústria cultural, tornar todos os cidadãos uma única massa, que não tem rosto e nem individualidade e anseia o simples **consumo** do que a mídia lhe impõe.

Cultura de massa e consumo

A cultura de massa está estreitamente ligada ao consumo. As propagandas que são veiculadas na televisão e na internet têm o propósito de levar o espectador a consumir os produtos propagados. Não obstante, às propagandas também são veiculados ideais de vida. Do mesmo modo que as propagandas passam tais ideais, a cultura de massa também é utilizada com tal objetivo. Filmes, novelas, músicas, séries e estampas comerciais são exemplos desse tipo de cultura. A indústria de bens de consumo aliou-se à indústria cultural para propagar os seus ideais. Nesse sentido, a indústria cultural virou uma maneira vender os produtos do mercado, além de propagar os ideais de vida burgueses do capitalismo. Nesse sentido, a cultura de massa é uma espécie de **propaganda daquilo que é vendido como padrão de vida**, além de ser uma espécie de produto autônomo, que sustenta a lógica do consumo capitalista.

Cultura de massa e cultura popular

Ao contrário do que o **senso comum** pensa, a **cultura de massa e a cultura popular não são sinônimos**. Cultura popular é uma manifestação autêntica de um povo, sem interferências externas e sem qualquer lógica de mercado e venda. Como exemplos de cultura popular brasileiras, podemos elencar o **samba**, a música sertaneja de raiz, a **literatura de cordel**, o axé e o funk carioca. Todos esses elementos são frutos de uma cultura popular autêntica e representam as pessoas que os originaram. **A cultura popular é autêntica** por representar a vida, os hábitos e os costumes de uma população. Ela não é reprodução e não é uma tentativa de massificação das pessoas. A cultura popular, ao contrário da cultura de massa, visa atender a simples criação e não a busca dos padrões de venda de um mercado capitalista. Publicado por: Francisco Porfírio

Exercício de fixação.

Dentre as frases a seguir, IDENTIFIQUE aquela que expressa a principal função das propagandas em uma sociedade de consumo.

- a) Informar os consumidores acerca das virtudes dos produtos.
- b) Divulgar o produto para atingir uma demanda já existente.
- c) Esconder os problemas dos produtos.
- d) Criar a necessidade de consumo do produto, alavancando assim a demanda.
- e) Aumentar o consumo do produto através da divulgação da sua marca.

“A grandeza de uma obra de arte está fundamentalmente no seu caráter ambíguo, que deixa ao espectador decidir sobre o seu significado.”

THEODOR ADORNO