

CEJA >>

CENTRO DE EDUCAÇÃO
de JOVENS e ADULTOS

**CIÊNCIAS
HUMANAS**

e suas **TECNOLOGIAS** >>

Sociologia

Edição revisada 2016

Fascículo 1
Unidades 1 e 2

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Governador

Luiz Fernando de Souza Pezão

Vice-Governador

Francisco Oswaldo Neves Dornelles

SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Secretário de Estado

Gustavo Reis Ferreira

SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO

Secretário de Estado

Antônio José Vieira de Paiva Neto

FUNDAÇÃO CECIERJ

Presidente

Carlos Eduardo Bielschowsky

PRODUÇÃO DO MATERIAL CEJA (CECIEJ)

Diretoria Adjunta de Material Didático

Cristine Costa Barreto

Elaboração de Sociologia

José Vieira de Sousa

Atividade Extra de Sociologia

Edson Nóbrega

Desenvolvimento Instrucional

Elaine Perdigão

Heitor Soares de Farias

Rômulo Batista

Marcelo Franco Lustosa

Revisão de Língua Portuguesa

Paulo Cesar Alves

Coordenação de
Desenvolvimento Instrucional

Flávia Busnardo

Paulo Vasques de Miranda

Coordenação de Produção

Fábio Rapello Alencar

Projeto Gráfico e Capa

Andreia Villar

Imagem da Capa e da Abertura
das Unidades

Andreia Villar

Diagramação

Alessandra Nogueira

Bianca Lima

Juliana Fernandes

Juliana Vieira

Patrícia Seabra

Ronaldo d' Aguiar Silva

Ilustração

Clara Gomes

Fernando Romeiro

Jefferson Caçador

Sami Souza

Produção Gráfica

Verônica Paranhos

Sumário

Unidade 1 | Cultura, diversidade cultural e desigualdades sociais 5

Unidade 2 | Lazer, consumo e indústria cultural 35

Prezado(a) aluno(a),

Seja bem-vindo(a) a uma nova etapa da sua formação. Estamos aqui para auxiliar você numa jornada rumo ao aprendizado e ao conhecimento.

Você está recebendo o material didático impresso para acompanhamento de seus estudos, contendo as informações necessárias para seu aprendizado e avaliação, exercício de desenvolvimento e fixação dos conteúdos.

Além dele, disponibilizamos também, na sala de disciplina do CEJA Virtual, outros materiais que podem auxiliar na sua aprendizagem.

O CEJA Virtual é o ambiente virtual de aprendizagem (AVA) do CEJA. É um espaço disponibilizado em um *site* da internet onde é possível encontrar diversos tipos de materiais como vídeos, animações, textos, listas de exercício, exercícios interativos, simuladores etc. Além disso, também existem algumas ferramentas de comunicação como *chats* e fóruns.

Você também pode postar as suas dúvidas nos fóruns de dúvida. Lembre-se de que o fórum não é uma ferramenta síncrona, ou seja, seu professor pode não estar *on-line* no momento em que você postar seu questionamento, mas assim que possível irá retornar com uma resposta para você.

Para acessar o CEJA Virtual da sua unidade, basta digitar no seu navegador de internet o seguinte endereço: <http://cejarj.cecierj.edu.br/ava>.

Utilize o seu número de matrícula da carteirinha do sistema de controle acadêmico para entrar no ambiente. Basta digitá-lo nos campos "Identificação de usuário" e "Senha".

Feito isso, clique no botão "Acessar". Então, escolha a sala da disciplina que você está estudando. Atenção! Para algumas disciplinas, você precisará verificar o número do fascículo que tem em mãos e acessar a sala correspondente a ele.

Bons estudos!



Como você pode verificar no mapa da América Latina, a espacialização dessas fronteiras é feita por meio de linhas que definem os territórios dos diversos países existentes na atualidade.

A divisão territorial dentro de um país é definida de diversas formas, a depender dos critérios definidos pelo seu governo. Há fronteiras internas que dividem regiões, estados e municípios (Brasil), comunidades autônomas, províncias e distritos (Espanha), regiões administrativas, departamentos e distritos (Colômbia), repúblicas (que cada país define a sua divisão territorial de acordo com a sua cultura e compreensão do território).

Os indivíduos que formam um povo são em comum aspectos culturais, como: língua nacional, religião, história, cultura, entre outros. Podemos, no entanto, encontrar em alguns países, sociedades de povos de diferentes culturas como no caso dos povos indígenas da Índia, da China, da Rússia, entre outros. Há também povos que vivem sob a influência de um poder político central, mas que vivem sob a influência de um poder político central.



Lazer, consumo e indústria cultural

Fascículo 1
Unidade 2

Lazer, consumo e indústria cultural

Para início de conversa..

Nesta unidade, você verá a questão dos direitos sociais, focalizando, de maneira mais específica, um deles: o lazer. Em seguida, estudaremos dois outros temas que se mostram associados: a sociedade de consumo e a indústria cultural. Nessa discussão, veremos que, em uma sociedade de consumo, o próprio lazer pode ser vendido pela indústria cultural.

O que você faz em seu tempo livre? Vai jogar bola, fazer compras, ver televisão, navegar na internet, conversar sobre assuntos diversos com seus amigos? Com certeza há diversas formas de aproveitar a sua hora de lazer, mas será que atividades como essas não possuem seu grau de importância? Por outro lado, será que elas não estão influenciando, de alguma forma, o seu comportamento? Veja o caso da televisão, por exemplo, será que as novelas apresentadas na televisão, por várias emissoras e em diversos horários, mostram a realidade, de fato, como ela é? Pensando nessa ideia, leia, inicialmente, o seguinte trecho:

“

Perguntamos: de onde vem o dinheiro? Como os personagens mantêm o padrão de vida mostrado pelas roupas, pelo tamanho das casas, pelos móveis e objetos de decoração? Mesmo quando, teoricamente, a casa é de um personagem pobre, não faltam a cristaleira, o sofá da moda coberto de tecido, adornos variados. O próprio padrão da casa é o mesmo da classe dominante: quartos individuais, banheiro, sala, cozinha, cada cômodo com sua finalidade específica. Isso se estende, também, aos hábitos: até o café da manhã é tomado sentado, com a mesa posta segundo padrões da classe média alta. Ninguém toma café no copo de geleia! (ARANHA e MARTINS, 2002, p. 220-221).

”

Você já tinha parado para pensar a respeito dos valores veiculados pelas novelas? Na verdade, esses valores fazem parte de um tipo de indústria que discutiremos nesta unidade e que influenciam, inclusive, um dos direitos do cidadão na sociedade contemporânea: o lazer.

Objetivos de aprendizagem

- Analisar as influências do mundo da produção sobre o lazer, o consumo e a indústria cultural na sociedade contemporânea.
- Analisar criticamente os valores veiculados pela indústria cultural, considerando as relações sociais que os produzem.

Seção 1

Lazer e trabalho na sociedade contemporânea

Como você sabe, a Constituição é a lei máxima de todo país, estando nela previstos os direitos e deveres do cidadão. No nosso caso, a Constituição Federal de 1988 define os direitos sociais dos brasileiros – educação, saúde, trabalho, moradia, lazer, segurança, previdência social, proteção à maternidade e à infância e assistência aos desamparados – os quais devem ser respeitados, protegidos e garantidos a todos os cidadãos brasileiros, pelo Estado.

Cada um desses direitos sociais possui um alcance na vida dos cidadãos. Para melhor perceber esse alcance, leia as ideias apresentadas no quadro a seguir.

Como você pode ver, o lazer é um direito constitucional e, portanto, deve ser apoiado por meio de políticas públicas definidas pelo Estado para atender às necessidades dos cidadãos.

Direitos sociais	Alcance junto ao cidadão brasileiro
Lazer	Direito ao repouso e a variadas formas de lazer que possibilitem a promoção social e o desenvolvimento sadio e harmonioso de cada pessoa.
Educação	Direito de cada indivíduo ao seu desenvolvimento pleno, ao preparo para o exercício da cidadania e à qualificação para o trabalho.
Saúde	Direito ao acesso, de maneira universal e igualitária, às ações e serviços para promoção, proteção e recuperação da saúde, bem como à redução do risco de doença e outros.
Trabalho	Direito a trabalhar, à livre escolha do trabalho, a condições satisfatórias de trabalho e à proteção contra o desemprego.
Moradia	Direito do indivíduo a uma habitação permanente dotada de condições dignas para viver.
Segurança	Direito ao afastamento de todo e qualquer perigo e garantia de direitos individuais, sociais e coletivos.
Previdência social	Direito à segurança no desemprego, na doença, na invalidez, na viuvez, na velhice ou noutros casos de perda de meios de subsistência por circunstâncias independentes da sua vontade.
Maternidade e Infância	Direito da mulher, durante a gestação e o pós-parto, e de todos os indivíduos, desde o momento de sua concepção e durante sua infância, à proteção e à prevenção contra a ocorrência de ameaça ou violação de seus direitos.
Assistência aos desamparados	Direito de qualquer indivíduo necessitado à assistência social, mesmo quando ele não contribui para a seguridade social.

Saiba Mais

Políticas públicas são ações definidas pelo governo – em nível federal, estadual ou municipal – voltadas para atender as necessidades de todos os cidadãos, sem distinção de cor, raça, sexo, idade, classe social, religião ou de qualquer outra natureza. São, portanto, ações coletivas voltadas para a garantia dos direitos sociais, revelando um compromisso do governo visando dar conta de determinadas demandas dos cidadãos, em diversas áreas de sua vida.



Figura 1



Figura 2

Compreendendo o homem de maneira global, o lazer é um dentre os vários outros direitos sociais do indivíduo. Dessa forma, é muito importante o lazer na vida do indivíduo e da coletividade, tomando como referência as características da sociedade contemporânea. Tal fato tem feito com que ele venha se tornando objeto de preocupação e interesse de diversas áreas do conhecimento, como, por exemplo, História e Sociologia.

Importante

O lazer é um componente da cultura historicamente construída pelos diversos grupos sociais. Por isso, ele é um direito social que, quando não atendido pelo Estado, torna-se uma reivindicação dos grupos que dele necessitam.

Todavia, apesar de o lazer ter passado a ser direito de todos os cidadãos brasileiros a partir do que é estabelecido na Constituição Federal de 1988, as condições de acesso a ele, em nosso país, ainda estão distantes de serem as ideais. Isso se deve a vários motivos, como, por exemplo, a ausência de determinados espaços que o tornem possível. Como nem sempre o poder público disponibiliza equipamentos em praças ou estádios de livre acesso ao cidadão, muitas vezes tais equipamentos são disponibilizados para a população por meio de empresas privadas que cobram pelo uso deles. «Quem não pode pagar pelo estádio, pela piscina [...] pela água fica excluído do gozo desses bens que deveriam ser públicos porque essenciais». (SANTOS apud MARCELLINO, 1996, p. 32).

Pense na realidade de sua comunidade e identifique os espaços públicos destinados ao lazer comentando se eles são ou não suficientes e adequados às necessidades gerais da população.

Anote suas
respostas em
seu caderno



Como direito social, o lazer é decorrente de uma organização social e econômica que se estruturou basicamente no mundo urbano-industrial, por isso nem sempre ele foi da forma como o conhecemos hoje. Na verdade, no passado, o acesso ao tempo livre era um privilégio das classes dominantes e não de todos os indivíduos. Por exemplo: em períodos anteriores à Revolução Industrial, os trabalhadores, formados basicamente pelos artesãos e camponeses, trabalhavam sem parar do início do dia até o chegar da noite. Entretanto, já nessa época, em alguns lugares da Europa, determinados grupos de trabalhadores podiam usufruir “dias sem trabalho”. Isso não significava, porém, que eles não tinham o que fazer, podendo usar esse tempo da forma como desejassem.

Na prática, esses dias eram definidos, em geral, pela Igreja, que acabava impondo aos indivíduos obrigações religiosas para cumprir nessas datas. Somente a partir da década de 1850 é que o descanso semanal foi estabelecido para os trabalhadores das fábricas, embora o número de horas trabalhadas fosse exagerado, passando de doze a quatorze horas por dia! É isso mesmo! Nesse processo de exploração do trabalho, grandes exércitos de mulheres e crianças eram explorados pelos proprietários de fábricas e indústrias.

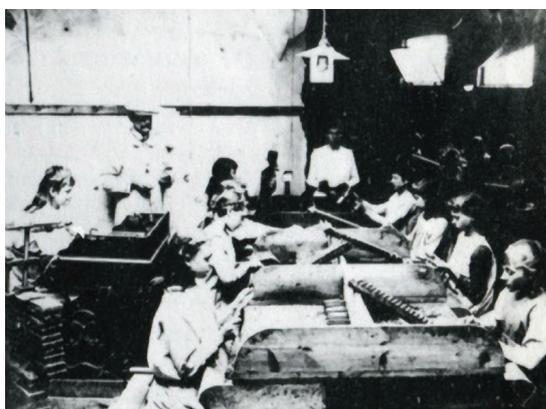


Figura 3: Crianças trabalhando em fábrica, 1890.



Figura 4: Crianças trabalhadores em fábrica de algodão, 1910.

Saiba Mais

A redução para a jornada de trabalho da forma como conhecemos hoje é fruto de muita luta dos trabalhadores ao longo da história. No caso do Brasil, os direitos dos trabalhadores demoraram mais a aparecer, o que se deu somente na década de 1930, no governo de Getúlio Vargas.

E na sociedade contemporânea, o que podemos entender por lazer? De forma geral, o lazer pode ser definido como o tempo que sobra para o indivíduo usufruir após cumprir suas funções estabelecidas por obrigatoriedade. Em seu tempo livre, o indivíduo pode descansar, divertir-se, dedicar-se a atividades voltadas para sua informação, buscar diversas formas de entretenimento ou, ainda, participar de atividades voluntárias após cumprir suas obrigações de natureza profissional, familiar ou social. Desse ponto de vista, na vida social, o lazer é formado por um conjunto de ações que o indivíduo escolhe para sua diversão, recreação e entretenimento. Assim, o lazer pode ser definido como

“

[...] qualquer atitude e/ou atividade que proporcione bem-estar, vivenciada no tempo disponibilizado para tal. Tanto seja uma atitude/ação prática quanto contemplativa e que, referente aos conteúdos que a envolve, venha abranger os propósitos que formam a globalidade do ser humano como os aspectos lúdicos, intelectuais, interativos, criativos, estéticos, físico-esportivos, artísticos, sócio-culturais, afetivos, políticos, econômicos e todos se inter-relacionando. (OLIVEIRA, 2004, p. 26).

”



Figura 5: Tipos variados de lazer.

Observe como o conceito de lazer é abrangente, por isso precisa ser bem compreendido na sociedade atual.

Em uma sociedade como a nossa, o lazer deve ser encarado como uma necessidade humana. Dois de seus principais objetivos são o repouso e a recuperação do indivíduo após determinado tempo de trabalho.



Em uma dimensão mais ampla, o lazer não corresponde apenas a uma prática que visa simplesmente compensar aquilo que o trabalho retira dos indivíduos, como, por exemplo, o tempo. Não se trata de uma atividade que tem o simples objetivo de afastar os indivíduos de comportamentos perigosos e ruins.

Falamos antes que o lazer é uma construção histórica. Sendo assim, na sociedade contemporânea ele tem assumido forma e características diferentes daquelas encontradas em outros momentos da história humana.

No contexto da sociedade industrial, ele passou a ser aproveitado de maneira exagerada pela indústria do entretenimento e pelos meios de comunicação de massa, transformando-se em mais um produto a ser explorado pela sociedade do consumo.

No entanto, quando o lazer é visto como uma simples mercadoria ou como uma necessidade menor na vida do indivíduo, ele passa a ser entendido como algo supérfluo, sem finalidade, e não como um direito social. Por isso, essa questão merece um enorme cuidado.

É importante discutir o lazer dos indivíduos como um dos seus direitos sociais de forma relacionada aos demais direitos do cidadão, como, por exemplo, trabalho, saúde e educação. Entretanto, é bom lembrar que esportes, danças, ginásticas e jogos são exemplos de atividades que podem ser desenvolvidas no âmbito do lazer e que não precisam estar relacionadas a comportamentos consumistas dos indivíduos, estimulados pelos meios de comunicação de massa.

Seção 2

Sociedade do consumo e consumismo

A sociedade em que vivemos é chamada por diversos nomes, tais como sociedade do conhecimento, sociedade globalizada, sociedade pós-industrial. Para alguns estudiosos, essa mesma sociedade pode ser chamada, também, de *sociedade do consumo*, visto que, nela, consumir tornou-se uma atividade cotidiana.

Mas em que condições históricas surge uma sociedade de consumo? Inicialmente, é importante lembrar que a sociedade de consumo é típica do mundo industrializado, quando este passa a permitir que a oferta dos produtos se

torne bem mais expressiva que a procura por eles, e os padrões de consumo dos grupos sociais passam a ser massificados, ou seja, passam a ser padrões para um grande número de pessoas. Quando isso ocorre, as empresas tendem a lançar mão de propagandas apelativas e agressivas, com o objetivo de levar as pessoas a consumirem, cada vez mais, os produtos que elas lançam no mercado. Como esses produtos são produzidos em grande quantidade, eles precisam ser consumidos também em grande número.



Isso tem duas implicações diretas:

- a. o consumo de bens e produtos que, na prática, são desnecessários à vida de vários grupos;
- b. a criação de falsas necessidades entre os indivíduos ou grupos de indivíduos.



Figura 6

Observe que, do ponto de vista histórico, da mesma maneira que o lazer, o consumo não pertence a todas as épocas nem a todos os povos. Por isso, dizemos que a sociedade do consumo é construída no contexto da sociedade industrial.

É possível pensar que o consumo é uma necessidade humana, pois nenhum indivíduo vive, por exemplo, sem se alimentar ou sem adquirir roupas, comidas, produtos de higiene etc.

Entretanto, embora o consumo seja algo necessário à própria sobrevivência do indivíduo, ele precisa ser feito de maneira consciente, sem exageros. Para tanto, é fundamental que cada pessoa consuma apenas aquilo que é indispensável e necessário, evitando adquirir o que se caracteriza como supérfluo. Quando o indivíduo adquire bens ou compra serviços dos quais não precisa, seu comportamento contribui para caracterizá-lo como alguém consumista, pois adquire as coisas, mesmo sem precisar delas. Isso acontece com grande frequência em nossa sociedade, em que o consumo se manifesta nas formas mais variadas da vida humana – turismo, moda, bens de luxo, diversão, eventos culturais, móveis, imóveis, automóveis, utensílios domésticos, eletrodomésticos, eletroeletrônicos etc.



Figura 7



Figura 8

Em uma sociedade de consumo, as necessidades dos indivíduos são estimuladas de maneira artificial, o que se dá, por exemplo, por meio do grande número de propagandas que circulam nos mais variados meios de comunicação de massa – rádio, televisão, jornais, revistas, painéis eletrônicos etc.



Figura 9

Refleta a respeito do tempo que você assiste à televisão diariamente. Em seguida, lembre dos diversos tipos de propaganda que passam nos intervalos dos programas ou novelas a que você assiste. Por último, reflita e responda: por que tanto tempo é destinado às propagandas de produtos e serviços para os telespectadores? Que papel teriam essas propagandas?



Anote suas respostas em seu caderno



Figura 10

Na realidade, o mundo vendido pelas propagandas é um mundo de consumo. Muito frequentemente esse mundo é vendido como algo que não tem conflitos, mas apenas sonhos. Essa forma de vender os produtos acaba por ajudar a construir uma série de modelos de comportamentos sociais padronizados, que não são criticados pelos próprios indivíduos. Para os críticos da indústria cultural, isso levaria o indivíduo a ser um consumidor passivo de verdades e mentiras que ele não pode distinguir.

Há determinadas propagandas que podem inclusive disseminar uma errada ideia de que para se alcançar a felicidade é preciso consumir cada vez mais. Esse tipo de propaganda pode contribuir, de forma negativa, para estimular o consumo de produtos supérfluos.

Você já observou como tudo parece já nascer velho na sociedade em que vivemos? Pense nas roupas de grife, nos tênis, nos celulares e computadores? Você compra hoje e em pouco tempo eles já estão ultrapassados, fora de moda.



Figura 11

Do ponto de vista social, é importante lembrar que em uma sociedade que alimenta o consumismo, muitos grupos são excluídos do que ela própria estimula, em termos de consumo. Por isso, dizemos que o consumismo contribui para diminuir o nível de qualidade de vida das pessoas.

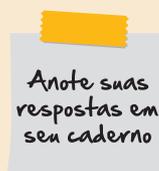


Em nível de economia mundial, a sociedade de consumo também apresenta sérias consequências sobre os padrões de comportamento das pessoas. Ela pode aumentar desigualdades sociais e diminuir a diversidade cultural na medida em que massifica padrões culturais. Por isso, é fundamental que cada cidadão se torne um consumidor responsável, passando a consumir somente o necessário.

É fundamental ainda que cada cidadão desenvolva a capacidade crítica de avaliar o sentido e a finalidade das propagandas, de maneira a evitar que sua liberdade de escolha seja manipulada.



Pense em sua vida pessoal e social cotidiana e nos produtos, bens e serviços que consome. Em seguida, leia o trecho a seguir, com atenção. Por último, reflita sobre a mensagem lida e indique quais dos comportamentos nela indicados você já adota – ou poderia adotar – para reduzir o consumo visando à preservação do meio ambiente.



“

Reduzindo o consumo

Reduzir é ainda a melhor estratégia para evitar danos ambientais. Ao reduzir o seu consumo você estará consumindo menos água, energia e matéria-prima. Assim, estará diminuindo a pressão sobre os recursos naturais, gerando menos material nos esgotos, menos calor, menos poluição, menos desmatamentos e menos erosão dos solos.

Se cada um dos 6 milhões de habitantes da Terra fizesse isso, teríamos apagada da mídia a maioria das desgraças socioambientais a que assistimos diariamente.

Ao efetuar suas compras, reduza-as ao mínimo necessário. Todos os produtos que você adquire geram impactos sobre o ambiente. Reduza a produção de lixo. Dê preferência a produtos que não tragam embalagens não recicláveis como isopor, por exemplo. Desenvolva a cultura da reutilização e, com isso, reduza a produção de resíduos. Embalagens de lata, caixas de papelão, por exemplo, podem ter diversas outras utilidades, antes de enviá-las para a reciclagem, ou, em muitos casos, para os aterros.

Promova em sua casa, a economia de água e a sua reutilização. Otimize o uso de energia elétrica racionalizando o uso de eletrodomésticos.

Quanto menos se consome, menos pressão será exercida sobre os recursos naturais. Mais tempo os ecossistemas terão para se recompor das nossas agressões. (DIAS, 2004, p. 28).

”

A partir da leitura do texto, concluímos que a sociedade de consumo causa sérias consequências sobre o meio ambiente, pois aumenta a extração de recursos naturais, como, por exemplo, madeiras e minerais. Ao mesmo tempo, aumenta a produção de resíduos e lixo em quantidade cada vez mais crescente.



Figura 12: Madeira de desmatamento.



Figura 13: Lixão.

Quando o indivíduo assume um comportamento consumista, o meio ambiente sofre as consequências disso. Por exemplo: a exploração dos recursos naturais motivada pelo consumismo exagerado contribui tanto para a grande destruição de florestas e de outras matérias-primas quanto para as mudanças climáticas que vêm sendo observadas em várias regiões do planeta. Em decorrência disso, no mundo atual, a preocupação com o consumo consciente, visando, dentre outros, à preservação do ambiente, tem aumentado.

Na verdade, as consequências de um comportamento consumista manifestam-se nas mais diversas áreas da vivência humana, como, por exemplo, social e ambiental, embora ainda não haja o reconhecimento pela sociedade como um todo da necessidade de combater o consumismo.

“

Ainda há uma dificuldade em relacionar os problemas ambientais aos nossos hábitos de consumo cotidianos. Não associamos a destruição da floresta com a madeira que compramos para construção ou em móveis. Não pensamos nas mudanças climáticas quando ligamos nossos carros.

Quando compramos uma roupa, não pensamos nos agrotóxicos usados na plantação de algodão ou no trabalho escravo encontrado nas fazendas.

Entretanto, se queremos justiça social e preservação da natureza, vamos ter de mudar nossos hábitos de consumo. (GUNN, 2005, p. 39).

”



Saiba Mais

Para conhecer o trabalho de uma organização visando orientar as crianças, desde bem pequenas, a respeito de como consumir de forma consciente em uma sociedade que, em todo momento, faz apelos por meio de um grande número de propagandas, acesse <http://www.alana.org.br>.

O lixo produzido na sociedade de consumo também é algo que merece grandes reflexões. Esse lixo provém de diversas origens, por exemplo, do tipo tecnológico (computadores muito rapidamente ultrapassados, pilhas, baterias), que nem sempre tem um destino adequado, representando, em vários casos, riscos ao meio ambiente, à segurança das populações e à própria saúde das pessoas.

Outra consequência séria do comportamento consumista é o endividamento das pessoas, o que ocorre devido ao estímulo de propagandas que as iludem e as incentivam ao consumo pelo mero prazer de comprar, e os produtos adquiridos nem sempre são prioritários às suas vidas. Esse tipo de comportamento torna-se compulsivo, pois muitas pessoas não resistem aos intensos apelos das propagandas.

Diante de um cenário tão preocupante, que caminhos são possíveis para se mudar um quadro de tanto consumismo em nossa sociedade? Como já comentado, um dos caminhos é a conscientização das pessoas de que é necessário assumir uma postura de consumidor consciente, evitando criar falsas necessidades para sua própria vida.

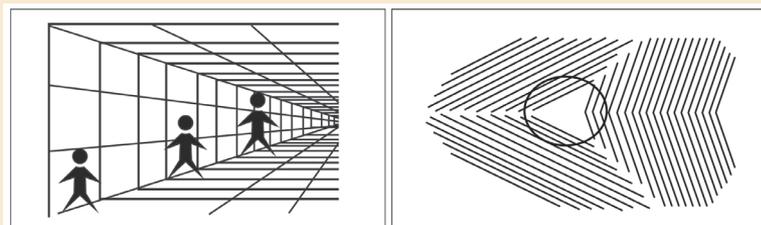
Seção 3

Cultura de massa ou indústria cultural

Você já se perguntou por que sempre – ou quase sempre – há um artista (cantor, ator, apresentador de televisão etc.) atuando nas propagandas que visam ao aumento da venda de determinados produtos, bens ou serviços? De fato, isso tem se mostrado muito comum, até porque essas propagandas são veiculadas por meio de diversos meios de comunicação, no contexto do que comumente é chamado de cultura de massa. Esse é o conceito do qual trataremos nesta última seção da unidade, de forma articulada ao que discutimos sobre a sociedade de consumo, abordada anteriormente.

Entretanto, a compreensão do conceito de cultura de massa supõe o entendimento, também, de outros dois conceitos: cultura popular e cultura erudita. Como você estudou no Módulo I, em Sociologia, cultura pode ser compreendida como toda forma de viver de um povo, incluindo aí conhecimentos, crenças, comportamentos, artes, costumes, leis, moral, técnicas, valores e todo e qualquer hábito adquirido pelo indivíduo como membro de um grupo social. Ela diz respeito, portanto, aos diversos modos de viver de um povo, o que pode estar representado, inclusive, nos ditados populares.

ENEM 2006



As linhas nas duas figuras geram um efeito que se associa ao seguinte ditado popular:

- Os últimos serão os primeiros.
- Os opostos se atraem.
- Quem espera sempre alcança.
- As aparências enganam.
- Quanto maior a altura, maior o tombo.

Anote suas
respostas em
seu caderno



Cultura popular:

Em sua vida cotidiana, você já percebeu que, como brasileiros, possuímos um grande número de manifestações culturais. Por exemplo: o carnaval, as festas juninas, o futebol, o artesanato, as danças, determinadas crendices e festas religiosas. A esse tipo de manifestações de um povo damos o nome de cultura popular.



Figura 14

A cultura popular pode ser compreendida, então, como o conjunto de valores tradicionais de determinado povo, que ganham expressão em formas artísticas dos mais variados tipos. Uma das principais características desse tipo de cultura é o fato de as verdades produzidas pelos indivíduos em seu contexto cotidiano serem, em geral, produzidas e consumidas pelas pessoas que as geram.



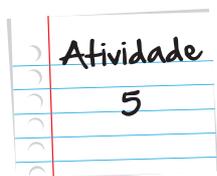
Figura 15

Cultura erudita:

Refere-se normalmente àquela cultura que se aprende em livros, escolas, universidades. Em certo sentido, esse tipo de cultura provém do pensamento científico, livros, pesquisas universitárias ou, ainda, de estudos gerais construídos com base em variadas leituras. Ela está presente, também, em museus, arte e exposições.

Esses dois tipos de cultura convivem em nossa realidade e não devem ser classificados como superior ou inferior, pois ambos traduzem formas importantes da vivência em sociedade e contribuem grandemente para a nossa formação como pessoa e como cidadão.

ENEM 2010 - Questão 108



Onde ficam os “artistas”? Onde ficam os “artesãos”? Submergidos no interior da sociedade, sem reconhecimento formal, esses grupos passam a ser vistos de diferentes perspectivas pelos seus intérpretes, a

maioria das vezes, engajados em discussões que se polarizam entre artesanato, cultura erudita e cultura popular.

PORTO ALEGRE, M. S. Arte e ofício de artesão. São Paulo, 1985 (adaptado).

”



O texto aponta para uma discussão antiga e recorrente sobre o que é arte. Artesanato é arte ou não? De acordo com uma tendência inclusiva sobre a relação entre arte e educação,

- a. o artesanato é algo do passado e tem sua sobrevivência fadada à extinção por se tratar de trabalho estático produzido por poucos.
- b. os artistas populares não têm capacidade de pensar e conceber a arte intelectual, visto que muitos deles sequer dominam a leitura.
- c. o artista popular e o artesão, portadores de saber cultural, têm a capacidade de exprimir, em seus trabalhos, determinada formação cultural.
- d. os artistas populares produzem suas obras pautados em normas técnicas e educacionais rígidas, aprendidas em escolas preparatórias.
- e. o artesanato tem seu sentido limitado à região em que está inserido como uma produção particular, sem expansão de seu caráter cultural.

Anote suas
respostas em
seu caderno

A sociedade contemporânea tem se mostrado cada vez mais complexa, além de se transformar bastante ao longo do tempo. Em consequência disso, é possível identificar nela mais um tipo de cultura: a cultura de massa.

Importante

A cultura de massa pode ser compreendida como aquela que é transmitida pelos meios de comunicação de massa (jornais, revistas, televisão, cinema, internet etc.).

Na realidade atual, a cultura de massa tem se tornado bastante influente no comportamento das pessoas, dentre outros motivos, porque os meios pelos quais ela é divulgada alcançam, com rapidez, um grande número de pessoas, ao mesmo tempo e em diferentes lugares.



Figura 16

Quando falamos em cultura de massa, estamos nos referindo a uma sociedade de massas, de grandes multidões com comportamentos padronizados. Nesse cenário, se instala uma indústria cultural, que leva à ideia de produção em série, grande quantidade de produtos comercializados com lucratividade, característica básica do sistema capitalista.

Entretanto, muitas vezes, uma manifestação da cultura popular pode ser apropriada por grupos que têm interesse em explorá-la de forma associada ao que constitui a cultura de massa. A esse respeito, vejamos um exemplo bastante expressivo na cultura brasileira: o carnaval. Como sabemos, em sua origem, o carnaval – especialmente aquele que se realizava na cidade do Rio de Janeiro – caracterizava-se essencialmente por ser uma manifestação popular que permitia a determinados grupos expressarem sua alegria e irreverência em blocos de foliões, muitas vezes, simples e sem luxo. Todavia, com o passar do tempo, esse carnaval tornou-se um evento com grande publicidade, propaganda dos mais variados produtos e serviços, além de abrir espaço para a participação de modelos e artistas famosos, na-

cionais e internacionais. Enfim, transformou-se, em certo sentido, num espetáculo em que as propagandas ocupam grande espaço e expressão. Esse é um exemplo típico de confronto entre a cultura popular e a cultura de massa.



Figura 17

Como você pode perceber, a cultura de massa procura transformar os valores veiculados pela cultura popular, desvalorizando muitas de suas manifestações, como, por exemplo, o folclore. É nesse sentido que podemos dizer que a cultura de massa procura se impor sobre a cultura popular.

Para Morin (1997), a cultura de massa pode ser compreendida, também, como indústria cultural. Em princípio, a diferença entre os dois termos *cultura de massa* e *indústria cultural* está na ênfase que este último confere a um objetivo: provocar a dependência e a alienação dos indivíduos na sociedade em que vivem.

A expressão indústria cultural foi inicialmente utilizada por dois filósofos alemães – Max Horkheimer (1895-1973) e Theodor Adorno (1903-1969) –, que faziam parte de um grupo de estudiosos vinculados à Escola de Frankfurt.





Saiba Mais

Etimologicamente, a palavra *alienação* vem do latim *alienare*, *alinus*, que significa “que pertence a um outro”. Alienar, portanto, é tornar alheio, é transferir para outrem o que é seu. (ARANHA; MARTINS, 2002, p. 43).

Ao vender uma imagem do mundo nos anúncios que veicula em diversos meios de comunicação, a indústria cultural acabaria por seduzir as massas para o consumo das mercadorias que divulga de maneira exaustiva. A finalidade dessa alienação seria fazer com que os indivíduos se esqueçam do próprio processo de exploração a que são submetidos, levando-os ao imobilismo social.

Dois olhares sobre a indústria cultural

Olhar crítico:

Os produtos gerados pela indústria cultural contribuem para reforçar as normas sociais à medida que as reproduzem com bastante insistência, por exemplo, por meio da exagerada repetição das propagandas que são veiculadas sem nenhuma discussão por grandes parcelas da população. Esta é uma das principais críticas à indústria cultural: a de que ela tende a provocar a alienação do indivíduo por meio do reforço de normas de comportamento que não são discutidas, mas incorporadas sem críticas, gerando certo conformismo social. Esse conformismo decorreria da padronização de comportamentos dos indivíduos, à medida que eles são estimulados, por exemplo, a consumir produtos supérfluos e desnecessários, de maneira generalizada. Assim,

“

A indústria cultural vende cultura. Para vendê-la, deve seduzir e agradar o consumidor. Para seduzi-lo e agradá-lo, não pode chocá-lo, provocá-lo, fazê-lo pensar, fazê-lo ter informações novas que o perturbem, mas deve devolver-lhe, com nova aparência, o que ele já sabe, já viu, já fez. (CHAUÍ, 2001, p. 330).

”

Olhar positivo:

Há estudiosos que defendem outra ideia a respeito da indústria cultural. Para eles, os meios de comunicação de massa teriam outra função: a de contribuir para a emancipação dos indivíduos. Acreditam que os meios de comunicação de massa, em especial a TV, seriam benéficos, à medida que poderiam encurtar as distâncias territoriais e sociais entre as pessoas. Desse ponto de vista, o impacto dos meios de comunicação sobre o público não seria, obrigatoriamente, negativo, pois poderia contribuir para a emancipação e para a ampliação dos horizontes de conhecimento dos indivíduos na sociedade moderna.

Nesse sentido, um exemplo seria o fato de que a televisão contribui para levar as crianças, na atualidade, a dominarem bem mais cedo a linguagem, em decorrência de longas horas expostas a programações diversas. Além disso, defendem a ideia de que a cultura de massa não combateria nem a cultura popular nem a cultura erudita, mas criaria uma terceira forma de manifestação cultural, que teria a capacidade de complementar as duas mencionadas anteriormente.

Observe que, para os defensores da indústria cultural, a característica marcante dela seria um grande processo democratizador da cultura, à medida que colocaria à disposição das grandes massas o acesso a bens culturais diversos.

Como você avalia as duas posições apresentadas em relação à indústria cultural?

Anote suas
respostas em
seu caderno



De fato, em grande medida, a indústria cultural fortalece a sociedade de consumo e, ao fazer isso, contribui para que os indivíduos pensem mais em “ter” do que “ser”. Por isso, ela tem como característica fundamental a transformação de toda e qualquer cultura em mercadoria e a padronização dos comportamentos sociais.

E no Brasil, como é a indústria cultural?

Estando o Brasil inserido na ordem mundial, ele não está isento das influências da indústria cultural. Como outros países que ainda não se encontram em nível de desenvolvimento mais avançado, no Brasil, é muito comum a indústria cultural voltar-se para temas e assuntos relacionados a nações mais desenvolvidas. Como podemos identificar isso? De várias maneiras: pela grande quantidade de músicas estrangeiras que tocam no rádio, no expressivo número de programas e filmes estrangeiros, entre outras. No caso da imprensa escrita, muitas vezes é possível identificar frequentes destaques às questões de outros países, enquanto àquelas que dizem respeito ao Brasil é dado destaque menor.

Também em nosso país, os meios de comunicação de massa têm forte influência sobre o comportamento das pessoas. Dentre esses meios, merece destaque a televisão. Você acha que as propagandas, programas e novelas representam bem a realidade brasileira ou elas tendem a alimentar os padrões de consumo de regiões como o Sul e o Sudeste?

Como sabemos, o Brasil é um país de grande diversidade cultural. Nesse sentido, é possível afirmar que a crítica feita à indústria cultural é a de que ela contribui para homogeneizar a cultura, isto é, para torná-la igual a todos os grupos sociais.

Vale lembrar ainda que o consumo de massa depende, também, do nível de renda dos indivíduos. No caso do Brasil, como sabemos, a renda é altamente concentrada nas mãos de uma parcela da população, de forma que a indústria cultural tende a gerar produtos direcionados, de forma mais específica, para essa parcela e não para todos. Todavia, isso não significa que alguns grupos com pouco poder aquisitivo não desejem e comprem, às vezes de maneira compulsiva, determinados produtos que, nem sempre, foram pensados diretamente para eles, mas para outros, que possuem um padrão de renda muitas vezes superior ao deles.

Por último, é importante não perder de vista que, em uma sociedade como a nossa, em que estão presentes desigualdades de diversas naturezas, enquanto alguns grupos adquirem objetos supérfluos, muitos outros grupos passam por necessidades de sobrevivência, ou convivem com problemas sociais graves. Dentre esses problemas, destacam-se determinadas doenças que estão associadas, diretamente, às condições de saneamento, como, por exemplo, a tuberculose. Na próxima unidade, trataremos da saúde e da educação como dois outros direitos sociais.

Vimos nesta unidade que o Estado deve assegurar a cada indivíduo brasileiro as condições mínimas para o seu sustento e de seus familiares, bem como as condições mínimas para participar da vida social. Isso significa garantir ao cidadão seus direitos sociais, como, por exemplo, o lazer.

Estudamos também que, como fenômeno decorrente da industrialização, a indústria cultural tem como objetivo principal seduzir as massas para o consumo desenfreado de produtos e serviços. Esse processo se dá com o objetivo, inclusive, de levar os indivíduos a não questionarem o próprio processo de exploração a que são submetidos em uma sociedade capitalista como a nossa.

Alguns estudiosos revelam certa descrença na possibilidade de a indústria cultural contribuir para a libertação do homem, em termos de sua consciência e da maneira como ele percebe e interpreta a realidade social em que vive. Para outros, essa indústria contribuiria para democratizar o acesso dos bens culturais aos mais variados estratos da população.

Veja ainda

Com o objetivo de aprofundar o estudo a respeito dos temas abordados nesta unidade, sugerimos a leitura dos textos apresentados a seguir.

Bibliografia comentada e Referências

- CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1989. Coleção Primeiros Passos, v. 172.

O livro discute o conceito, o sentido, a importância e o alcance do lazer na vida humana. Nesse sentido, mostra-o como uma atividade que interfere significativamente nas relações familiares, religiosas, políticas e de trabalho dos indivíduos. Além disso, situa o lazer no começo do século XX e no contexto da luta dos trabalhadores pelo seu atendimento como direito social.

- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 18. ed. São Paulo: Brasiliense, 2003. (Coleção Primeiros Passos, v. 8).

Livro fundamental à compreensão do que vem a ser a indústria cultural, escrito em linguagem de fácil compreensão e com muitos exemplos. O autor explora a origem da indústria cultural, sua evolução e funções na sociedade contemporânea, bem como sua relação com os meios de comunicação de massa. Além disso, a discussão situa a indústria cultural no contexto brasileiro.

- ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando**: introdução à filosofia. 2. ed., revista e atualizada. São Paulo: Moderna, 2002.
- BRASIL. Constituição da República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. 12. ed. São Paulo: Ática, 2001.
- DIAS, Genebaldo Freire. **Educação Ambiental**: princípios e práticas. 9. ed. São Paulo: Gaia, 2004.
- FEDELI, Orlando. **Cultura popular, cultura de elite, cultura de massa**. São Paulo: Associação Cultural Montfort, 2008.

- GUNN, Lisa. Sustentabilidade, consumo e publicidade. In: TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável**. São Paulo: Abril, 2005.
- MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Estudos do lazer**: uma introdução. Campinas: Autores Associados, 1996.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

Filme

Ilha das flores. Produzido no Brasil, em 1989, sob a direção de Jorge Furtado. É um documentário que, mesmo mostrando a dura realidade do mundo capitalista, com cores fortes, apresenta, também, cenas divertidas da maneira como funciona a sociedade de consumo nas últimas décadas do século XX, as quais valem, também, para a realidade atual. Ajuda a repensar o papel da escola frente às desigualdades sociais.

Imagens



- Acervo pessoal • Andreia Villar



- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lazer_em_Catal%C3%A3o.jpg?uselang=pt-br



- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:PikiWiki_Israel_7124_Maccabi_Swimming_pool.JPG?uselang=pt-br



- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sigarenfabriek_Eindhoven_ca1890.jpg



- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Child_workers_in_Talladega,_Alabama.jpg



- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Crian%C3%A7as_jogando_futebol_de_areia.jpg?uselang=pt-br



- <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Caruaru-S%C3%A3o-Jo%C3%A3o-2005-Trio-forr%C3%B3.jpg?uselang=pt-br>



- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Museu_de_Arte_da_Bahia_3.jpg?uselang=pt-br



- <http://www.sxc.hu/photo/454414>



• <http://www.sxc.hu/photo/715077>



• <http://www.sxc.hu/photo/790138>



• <http://www.sxc.hu/photo/682379>



• http://commons.wikimedia.org/wiki/File:A_stack_of_newspapers.jpg?uselang=pt-br



• <http://www.sxc.hu/photo/9192>



• <http://www.sxc.hu/photo/348786>



• <http://www.sxc.hu/photo/341436>



• <http://www.sxc.hu/photo/662820>



• <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:MadeiraDesmatamentoWilsonDiasAgenciaBrasil.jpg?uselang=pt-br>



• <http://www.sxc.hu/photo/662820>



• http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cultura_Potiguar.jpg?uselang=pt-br



• http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Orquestra_de_Cambra_de_l%27Empord%C3%A0.jpg?uselang=pt-br



• <http://www.sxc.hu/photo/888077>



• <http://www.sxc.hu/photo/474163>

Atividade 1

Dependendo da realidade de sua cidade, você pode ter identificado espaços como ginásios, parques, barragens, calçadões, ciclovias, pistas de corrida, quadras para a prática de esportes etc. Entretanto, é possível também que não tenha conseguido identificar espaços como esses, ou apenas alguns deles. É importante que você pense em que medida os espaços identificados atendem a população de sua cidade, em termos tanto de quantidade quanto de qualidade.

Atividade 2

Inicialmente, veja se conseguiu calcular o tempo diário aproximado que dedica a assistir à televisão. Depois, procure classificar os tipos de propaganda, que passam nos intervalos dos programas e novelas, de que lembrou. Por último, veja se em sua resposta conseguiu responder por que as propagandas têm tanto tempo garantindo em todos os intervalos.

Atividade 3

Dentre os comportamentos indicados no trecho, veja se indicou aqueles que preservam maior identidade com sua realidade social, destacando aqueles que, de fato, são adotados. Observe que esses comportamentos podem parecer românticos ou simples, mas são fundamentais para contribuir na redução do consumo no planeta.

Atividade 4

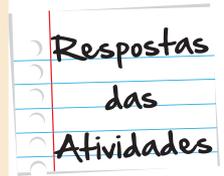
Letra d.

Atividade 5

Letra c.

Atividade 6

Esta resposta é pessoal, entretanto, é importante que você observe em que medida sua resposta revela o entendimento de que há uma posição crítica em relação à indústria da cultura, por considerar esta última como um fenômeno que objetiva alienar o indivíduo, enquanto a segunda posição parte da ideia de que essa indústria é benéfica ao homem, dentre outros motivos, por ajudar a encurtar as distâncias e a democratizar o acesso da informação aos indivíduos.



Atividade extra

Questão 1

Uma atitude radical

Skatista é agredido por guarda municipal em pista do recém-inaugurado parque municipal

No fim da noite de terça-feira, a descontração de jovens na pista de skate do Parque Madureira, inaugurado há pouco mais de um mês, deu lugar a cenas de abuso de poder e muita confusão. O skatista Pedro Henrique Ribeiro da Silva, de 16 anos, foi derrubado pelo guarda municipal Bruno Sérgio Guimarães, que ergueu a perna e o braço esquerdos para deter o rapaz quando ele, ainda no ar, fazia uma manobra chamada "Ollie". A agressão foi gravada em vídeo e circulou na internet. Em seguida, o guarda imobilizou o skatista. Amigos do rapaz, que correram em seu socorro, dizem que também foram agredidos. Houve um grande tumulto, que fez o parque ser fechado uma hora mais cedo.

<http://www.sxc.hu/photo/585938>

O GLOBO – Rio – sexta-feira, 27 de junho de 2012.

Apesar de o lazer ter passado a ser um direito de todos os cidadãos brasileiros a partir do que está estabelecido na Constituição Federal de 1988, as condições de acesso a ele, em nosso país, ainda estão distantes de serem as ideais. O lazer deve ser atendido pelo Estado, pois é:



- a. um direito civil.
- b. um direito político.
- c. um direito social.
- d. uma necessidade de todos.

Questão 2

O lazer é um direito de todos os cidadãos brasileiros, mas nem sempre o poder público disponibiliza equipamentos em praças ou estádios de livre acesso à população.

Isso se deve a vários motivos, como, por exemplo:

- a. à ausência de determinados espaços que o tornem possível.
- b. ao fato de os equipamentos disponibilizados serem privados.
- c. ao fato de não haver tempo suficiente para o exercício do lazer.
- d. ao fato de o tempo livre ser um privilégio das classes dominantes.

Questão 3

Quando se fala em indústria cultural, internet e televisão, estamos falando a respeito das mídias atuais que tem um papel muito importante na nossa sociedade contemporânea. Refletindo sobre elas, seria correto afirmar que:

- a. a televisão muitas vezes utiliza estratégias da publicidade para formar clientes consumidores dos produtos de seus patrocinadores, incentivando desejos e necessidades que parecem naturais.
- b. é exclusivamente nos programas definidos como entretenimento que a televisão cumpre da melhor forma duas de suas grandes qualidades que são a informação e a educação crítica dos jovens.
- c. a internet pode ser usada para provocar práticas consumistas em seus usuários, mas pode também desempenhar um papel que fortalece a cidadania na medida em que as chamadas redes sociais proporcionam formas rápidas de informação e mobilização política que eram inexistentes no passado.

- d. a indústria cultural passou a existir à medida que o homem desenvolveu manifestações coletivas conhecidas como folclore e cultura popular. São exemplos dessas manifestações a poesia de cordel e a Festa do Divino.

Questão 4

Um dos sociólogos mais importantes da atualidade chama-se Zygmunt Bauman. Num de seus livros, chamado *Amor Líquido*, esse autor argumenta que uma das características do capitalismo atual consiste na adoção de valores consumistas até mesmo nas relações amorosas, que se tornam facilmente descartáveis. Ou seja, para Bauman, troca-se de amizades e parcerias amorosas de uma forma parecida com que se troca de celulares. Esse tipo de prática apontada pelo autor representa um estágio do consumismo em que:

- a. a cidadania integral só se torna possível se resolvermos a capacidade de consumo de todos os cidadãos.
- b. uma das características do consumismo é a construção de uma sociedade em que o *ter* torna-se mais importante do que o *ser*. Logo passamos a viver num cotidiano em que o que parece importar é “o que temos” e não “o que somos”.
- c. a única forma possível de confirmar um grau elevado de cidadania numa sociedade passa pela identificação da capacidade de consumo das pessoas que vivem nessa comunidade. Quanto mais poder de consumo as pessoas tiverem no âmbito de uma sociedade, mais próximas elas estarão de uma cidadania plena.
- d. o consumismo tem seu lado positivo pois nos permite equilibrar nossos gostos e necessidades básicas. Sendo assim, a sociedade em que vivemos é aquela em que só se consome o que faz parte de nossas reais necessidades.

Gabarito

Questão 1

- A** **B** **C** **D**

Questão 2

- A** **B** **C** **D**

Questão 3

- A** **B** **C** **D**

Questão 4

- A** **B** **C** **D**