

# Soc.

Professor: Larissa Rocha  
Gui de Franco  
Monitor: Debora Andrade



Este conteúdo pertence ao Descomplica. Está vedada a cópia ou a reprodução não autorizada previamente e por escrito. Todos os direitos reservados.

## RESUMO

O filósofo e sociólogo judeu alemão Walter Benjamin (1892 – 1940) foi um pensador que esteve fortemente associado à famosa Escola de Frankfurt e, portanto, à tradição marxista de pensamento, tendo também traduzido para a língua alemã grandes obras literárias da cultura francesa, como *Quadros parisienses* de Charles Baudelaire e *Em busca do tempo perdido* de Marcel Proust. A obra mais conhecida e comentada de Benjamin chama-se *A obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica*, tendo sido publicada primeiramente em 1936 e, posteriormente, em 1955. Esse ensaio de Benjamin tem sido muito relevante na área dos Estudos Culturais e na história da arte e consiste na apresentação de uma teoria materialista da arte. Na sequência faremos um resumo das principais ideias contidas nesse grande trabalho de Benjamin.

Trata-se de compreender as mudanças que ocorreram na produção artística, que deixou de se realizar enquanto um ritual para ser apropriada pela indústria da arte, que a reproduz no sentido de que possa ser experimentada pelas grandes massas. O aqui e agora da obra de arte é deixado de lado em prol da reprodução em escala industrial, **o que faz com que ela perca a sua “aura”**. **Nesse sentido, o surgimento da reprodutibilidade técnica faz com que a obra de arte perca a sua singularidade, sua unicidade e sua autenticidade próprias, dando lugar a produtos culturais de massa como o cinema.**

Assim, a qualidade da arte de ser um objeto único se perde em meio a sua reprodutibilidade técnica, na mesma medida em que também deixa de ser voltada para um público restrito no sentido de atingir cada vez mais pessoas, repercutindo na sociedade como um todo. Uma comparação interessante feita por **Benjamin é entre o teatro e o cinema. Enquanto o primeiro mantém a sua “aura”, a sua singularidade, ou seja, o aqui e agora da obra de arte – que é captado pela plateia presente no espetáculo–, já o segundo perde sua “aura” na medida em que o expectador não está presente e a câmera (um equipamento técnico) é quem reproduz a imagem dos atores.**

Por fim, é preciso ressaltar a importância do cinema segundo Benjamin, o que ocorre, sobretudo, do ponto de vista político. A partir do cinema seria possível, então, a construção de uma nova sociedade na qual a classe proletária alcançaria a liderança política desejada. Dessa maneira, há dois aspectos a serem levados em consideração: De um lado, a reprodutibilidade das obras artísticas traz consigo a perda de sua singularidade própria. De outro, pode ser entendida como uma ferramenta muito importante para a construção de uma sociedade mais justa do ponto de vista social.

## EXERCÍCIOS

1. A partir dos teóricos da Sociologia, o que é Indústria Cultural?
2. Leia o texto a seguir:  
**“A imprensa, o rádio, a televisão, o cinema são indústrias ultraligeiras. Ligeiras pelo aparelhamento produtor, são ultraligeiras pela mercadoria produzida: esta fica gravada sobre a folha do jornal, sobre a película cinematográfica, voa sobre as ondas e, no momento do consumo, torna-se impalpável, uma vez que esse consumo é psíquico. Entretanto, essa indústria ultraligeira está organizada segundo o modelo da indústria de maior concentração técnica e econômica. No quadro privado, alguns grandes grupos de imprensa, algumas grandes cadeias de rádio e televisão, algumas sociedades cinematográficas concentram em seu poder o aparelhamento (rotativas, estúdios) e dominam as comunicações de massa. No quadro público, é o Estado que assegura a concentração.”**

(MORIN, Edgard. *“A indústria cultural”* In: FORACCHI, Marialice Mencarini & MARTINS, José de Souza (org.). *Sociologia e sociedade: leituras de introdução à sociologia*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977, p. 300).

Tendo como referência o texto e seus conhecimentos sobre a temática da indústria cultural, assinale a(s) alternativa(s) correta(s).

- (01) A indústria cultural consegue conjugar organização burocrática, que visa à produção padronizada e em larga escala de seus produtos, com individualização e novidade desejadas pelos consumidores.
- (02) A produção cultural de massa procura transformar a cultura em mercadoria, nivelando os valores e os padrões estéticos de boa parte dos consumidores.
- (04) Na indústria cultural, há um equilíbrio entre interesses econômicos, domínio da técnica, organização burocrática e exercício da criatividade.
- (08) A indústria cultural, diferentemente de outros ramos da produção industrial, não visa ao lucro. Seus produtos são comercializados a preço de custo e seu consumidor não é tratado como **“cliente” e sim como fã ou colecionador.**
- (16) O ritmo ligeiro da indústria cultural tem como resultado a produção em série, de baixo custo e possível de ser acessada por boa parte da população.
- SOMA: ( )

3. Se você é o que você come, e consome comida industrializada, você é milho", escreveu Michael Pollan no livro *O Dilema do Onívoro*, lançado este ano no Brasil. Ele estima que 25% da comida industrializada nos EUA contenha milho de alguma forma: do refrigerante, passando pelo Ketchup, até as batatas fritas de uma importante cadeia de *fast food* – isso se não contarmos vacas e galinhas que são alimentadas quase exclusivamente com o grão.

O milho foi escolhido como bola da vez devido ao seu baixo preço de mercado e também porque os EUA produzem mais da metade do milho distribuído no mundo.

(Adaptado: BURGOS, P. Show do milho: milho na comida agora vira combustível. *Super Interessante*. Edição 247. 15 dez. 2007, p. 33.)

Com base no texto e nos conhecimentos sobre o desenvolvimento do capitalismo e a indústria cultural, considere as afirmativas.

- I. O capitalismo contemporâneo tornou a globalização um fenômeno que intensificou a padronização e a homogeneização como formas de reprodução técnica criadas a partir da revolução industrial.
- II. A abertura comercial dos portos das colônias americanas resultou no cercamento dos campos, facilitando o comércio pelo acúmulo de capitais e, em consequência, a revolução industrial.
- III. A crítica filosófica à instrumentalização cultural constata que o predomínio da racionalidade técnica permitiu o resgate do potencial emancipatório da razão sonhado pelo projeto iluminista.
- IV. Com o avanço tecnológico, a racionalidade técnica penetra todos os aspectos da vida cotidiana, subjugando o homem a um processo de instrumentalização cultural e homogeneização de comportamentos.

Assinale a alternativa correta.

- a) Somente as afirmativas I e II são corretas.
- b) Somente as afirmativas I e IV são corretas.
- c) Somente as afirmativas III e IV são corretas.
- d) Somente as afirmativas I, II e III são corretas.
- e) Somente as afirmativas II, III e IV são corretas.

4. Com relação à chamada cultura de massas ou à mercantilização da cultura, marque a alternativa correta.

- a) Para os autores da teoria crítica, as modernas sociedades industrializadas desenvolvem uma produção cultural diversificada, produzida pelas massas. Essa produção tem por objetivo a satisfação das necessidades humanas, independentemente da lógica do mercado.
- b) De acordo com a teoria crítica, as sociedades modernas capitalistas têm como característica fundamental a produção do valor de troca, o que possibilita a existência de uma produção artística e cultural totalmente independente da lógica do mercado.
- c) Segundo os autores da chamada teoria crítica, há uma tendência, na moderna sociedade capitalista, de transformar tudo em mercadorias, fazendo com que o critério estético das pessoas passe a ser diferente daquele pelo qual as mercadorias são analisadas. Esse outro critério é fundado na exterioridade e na lógica de mercado.
- d) De acordo com a teoria crítica, há uma tendência na sociedade moderna capitalista de transformar tudo em mercadoria, fazendo com que o critério estético das pessoas passe a ser o mesmo das coisas. Esse critério funda-se na exterioridade e na lógica do mercado.

5. **“Todos reconhecem que a globalização econômica e financeira, e principalmente o progresso das tecnologias de informação e de comunicação, ao facilitar a circulação dos bens e serviços culturais, favorece o contato e o intercâmbio entre as culturas. Isso não representa um problema em si, já que a cultura, assim como a identidade, é construída na interação. O problema é que essa interação tem acontecido de maneira profundamente desigual, com um fluxo de bens e serviços culturais direcionado principalmente dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento. O exemplo mais visível desse desequilíbrio é a oferta de filmes no mundo, pois as grandes produtoras cinematográficas são norte-americanas e detêm algo como 90% do mercado mundial do audiovisual (filmes e programas para televisão).”**

DUPIN, Giselle. Para entender a Convenção.

Revista Observatório Itaú Cultural, n. 8, abr./jul. 2009. p. 13.

Considerando o texto e seus conhecimentos sobre o tema cultura midiática, assinale o que for correto.

- (01) As tecnologias de informação e comunicação favorecem os processos de aculturação, que levam à destruição de culturas menos evoluídas por culturas mais desenvolvidas.
- (02) Os países em desenvolvimento, por não possuírem grandes indústrias de tecnologia de informação e comunicação, conseguem preservar a diversidade cultural de seus povos.
- (04) As produtoras cinematográficas norte-americanas dominam o mercado mundial do audiovisual porque oferecem um produto de melhor qualidade tecnológica que as produtoras de países em desenvolvimento, como o Brasil.
- (08) A oferta e a circulação de bens culturais sofrem impactos decorrentes da desigualdade política e econômica entre os países.
- (16) A cultura não deve ser vista como um patrimônio imutável, mas como uma construção social constantemente influenciada pelas trocas simbólicas e econômicas.

SOMA: ( )

6. **“De quatro em quatro anos, durante a realização da Copa do Mundo de Futebol, o Brasil praticamente para diante da televisão, quando são batidos recordes de audiência. Além de gerar grande audiência televisiva, a Copa do Mundo gera um sentido daquilo que Durkheim chamou de ‘efervescência coletiva’ – isto é, ela nos faz sentir parte integrante de algo maior do que nós mesmos: a Seleção Brasileira, a Confederação Brasileira de Futebol, a própria sociedade brasileira. Por alguns dias, torcedores entusiastas transcendem suas preocupações cotidianas e experimentam grande prazer ao compartilhar os sentimentos e os valores de uma coletividade mais ampla. Em seu fervor, acabam banindo sentimentos acerca de sua própria finitude e têm um pequeno vislumbre da eternidade à medida que imergem em instituições que sobreviverão a eles e em feitos atléticos que serão lembrados por gerações futuras.”**

BRYM, Robert J. et al. Sociologia: sua bússula para um novo mundo.

São Paulo: Cengage Learning, 2009. p. 395.

Considerando o texto e seus conhecimentos sobre o tema identidades culturais, assinale o que for correto.

- (01) No Brasil, o futebol assume o caráter de uma experiência coletiva, expressando um estado de consciência diferente do individual.
- (02) O futebol pode ser interpretado sociologicamente como um fato social, portanto, organizado por meio de representações simbólicas.
- (04) O futebol desperta socialmente um tipo de experiência que pode ser comparada com a experiência religiosa. O jogo, portanto, pode ser considerado uma espécie de evento sagrado.
- (08) Somente os torcedores compartilham de sentimentos e valores de coletividade numa partida de futebol, portanto o futebol é um fenômeno próprio das comunidades e não das sociedades.
- (16) O futebol desperta as massas para uma adesão incondicional e um consumo compulsivo dos produtos anunciados pela publicidade feita por grandes marcas que financiam os jogos da Copa do Mundo.

SOMA: ( )

7. "Tanto técnica quanto economicamente, a publicidade e a indústria cultural se confundem. Tanto lá como cá, a mesma coisa aparece em inúmeros lugares, e a repetição mecânica do mesmo produto cultural já é a repetição do mesmo *slogan* propagandístico."

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. p.153.

Considerando a citação e a perspectiva de Adorno e Horkheimer sobre o processo de industrialização da cultura, assinale o que for correto.

- (01) O conceito de indústria cultural, formulado por Adorno e Horkheimer, se refere ao processo de expansão das relações mercantis sobre as mais diversas formas de produção dos bens culturais.
- (02) Como observam Adorno e Horkheimer, o progresso da publicidade ajuda as pessoas a se informarem sobre os melhores produtos culturais e a escolherem livremente o que querem comprar.
- (04) Para Adorno e Horkheimer, o desenvolvimento da indústria cultural fez com que os valores culturais passassem a ser gerados pelo mercado e pelas técnicas publicitárias.
- (08) Segundo Adorno e Horkheimer, o único ramo da indústria cultural que não se corrompeu com a lógica capitalista de produção foi o jornalismo, pois não há como manipular uma notícia.
- (16) O conceito de indústria cultural define, para Adorno e Horkheimer, o conjunto de práticas capitalistas de produção e consumo que se expressam no modo como as pessoas se relacionam com a cultura.

SOMA: ( )

8. **“Ver TV é um dos principais deveres do sociólogo. É ali, no mundo tal como ele é visto na TV, que a maioria das pessoas passa boa parte de suas vidas e adquire grande parcela de seu conhecimento do mundo. O Lebenswelt [mundo em que vivemos], o principal objeto de nosso estudo e o principal alvo de nossas mensagens, estaria dolorosamente incompleto hoje se fosse privado dos ingredientes fornecidos pela TV *on-line*. Recusar-se a ver TV equivale a dar as costas a uma parte considerável, e ainda em crescimento, da experiência humana contemporânea. Essa é uma consideração que deveria orientar e ditar a seleção daquilo que os sociólogos devem ver, e não, lamentavelmente, sua estética ou outras preferências voltadas para a busca do prazer. Mas quem disse que o trabalho dos sociólogos deve ser – está fadado a ser – invariavelmente **prazeroso?**”.**

BAUMAN, Z. P. *Para que serve a sociologia?* Diálogos com Michael Hviid Jacobsen e Keith Tester. Rio de Janeiro: Zahar, 2015, p. 129-130.

A partir do texto citado e de teorias sociológicas sobre mídias, publicidade e consumo, assinale o que for correto.

- (01) A televisão, em nossa sociedade, está relacionada ao entretenimento, o que anula o interesse de qualquer pesquisa objetiva sobre a sociedade a partir de sua observação.
- (02) A análise sociológica de telejornais, telenovelas, programação infantil, pode focar, por exemplo, concepções sobre natureza, educação, feminino, velhice e outros temas comunicados a milhares de pessoas.
- (04) Pesquisar programas televisivos é algo irrelevante para a sociologia contemporânea devido à baixa qualidade da programação.
- (08) Considerando o caráter subjetivo da pesquisa sociológica, seus praticantes devem se ocupar apenas daquilo que lhes seja agradável.
- (16) O papel social da TV como meio de expressão, canal midiático e mediador de publicidade e consumo, a torna um fenômeno sociologicamente relevante.

SOMA: ( )

9. É som de preto  
de favelado  
mas quando toca ninguém fica parado  
(...)  
O nosso som não tem idade, não tem raça  
E não tem cor  
Mas a sociedade pra gente não dá valor  
Só querem nos criticar pensam que somos animais  
Se existia o lado ruim hoje não existe mais  
Porque o funkeiro de hoje em dia caiu na real  
(...)

Projeto de lei 4124/2008

O movimento funk do Brasil constitui-se, hoje, em atividade das mais relevantes. Consagrado como voz da periferia, o funk põe em evidência, mais do que um mero estilo musical, um modo de vida — a linguagem, os signos e os emblemas — de uma parte da juventude brasileira que até então foi praticamente invisível aos olhos da nossa sociedade.

Disponível em: <<http://camara.gov.br>>. Adaptado.

A lei que transforma o funk em patrimônio cultural imaterial do Rio de Janeiro foi aprovada em 2009. A principal razão para esse reconhecimento legal está associada à política de:

- a) defesa de ritmos brasileiros
- b) inclusão de grupos políticos
- c) projeção de jovens intérpretes
- d) valorização de manifestações populares

10. As ideias de ordem que ela [indústria cultural] inculca são sempre as do *status quo*. Elas são aceitas sem objeção, sem análise, renunciando à dialética, mesmo quando não pertencem substancialmente a nenhum daqueles que estão sob sua influência. O imperativo categórico da indústria cultural, diversamente do de Kant, nada tem em comum com a liberdade.

ADORNO, T. W. A indústria cultural. Em: COSTA, C. *Sociologia*: introdução à ciência da sociedade. 4 ed. São Paulo: Moderna, 2010. p. 349.

Sobre a indústria cultural e o excerto citado, assinale o que for correto.

- (01) O resultado da indústria cultural é emancipador, pois coloca em evidência, por meio da razão esclarecida, as estruturas de dominação e alienação da sociedade.
- (02) A indústria cultural reflete a manipulação da imagem proveniente da técnica. Ao identificar ser e aparência, o recurso à imagem revolucionou a cultura no fim do século XX.
- (04) Ao reagir contra o domínio dos meios de comunicação de massa, Adorno põe em questão o mecanismo de produção e divulgação da informação, que é responsável, em larga medida, pela manipulação do campo simbólico.
- (08) São decorrentes da indústria cultural a padronização do gosto popular, a estratificação de culturas dominantes sobre culturas não dominantes e a produção de uma sociedade de consumo.
- (16) O alvo das críticas de Adorno à indústria cultural é a sociedade unidimensional, em que a imaginação, os desejos e os projetos subjetivos não são críticos, mas unívocos.

SOMA: ( )

---

# GABARITO

---

## Exercícios

1. No início do século XX, pensadores da Escola de Frankfurt dedicaram-se ao estudo da Indústria Cultural. Eles buscavam estabelecer quais as implicações da mercantilização das práticas culturais dentro do sistema capitalista. A principal consequência desse fenômeno era a restrição da esfera pública cultural por meio da padronização, repetição e do empobrecimento da estética e do bom gosto.
2.  $01 + 02 + 16 = 19$ 

A afirmativa 04 está errada. Esse equilíbrio não acontece. O que prevalece é o interesse econômico, que em muitos casos solapa a criatividade.

A afirmativa 08 está errada pelo mesmo motivo. Para a indústria cultural, o fã e o colecionador são apenas clientes preferenciais, que, movidos pela paixão, estão dispostos a pagar altos preços por produtos específicos.
3. b
  - I. Correta. No contexto do capitalismo contemporâneo, o fenômeno da globalização possibilitou a expansão da indústria cultural, que se caracteriza pela padronização e homogeneização dos chamados produtos culturais (inclui-se aqui a arte), transformados em mercadorias, reproduzidos tecnicamente e determinados pela lógica de mercado.
  - II. Incorreta. A alternativa estabelece uma relação de causa-consequência na qual há uma inversão temporal em relação ao desenrolar dos eventos enfocados.
  - III. Incorreta. A crítica filosófica à instrumentalização cultural defende a tese de que a racionalidade técnica, em vez de permitir e potencializar o caráter emancipatório da razão iluminista, torna o homem objeto da razão instrumental que toma conta de todas as dimensões da vida cotidiana (artes, instituições etc).
  - IV. Correta. O avanço tecnológico na sociedade industrial, de acordo com Horkheimer e Adorno, desenvolve-se de forma totalitária. A racionalidade técnica (instrumental), subjacente a esse avanço tecnológico, não só penetra todos os aspectos da vida cotidiana como impõe uma forma alienada de pensamento, domesticando as consciências e anulando sua capacidade crítica: a consciência coisificada. Desse modo, possibilita a instrumentalização cultural e a homogeneização dos comportamentos.
4. d

A afirmativa A está errada. A produção cultural de massa é caracterizada pela pouca diversidade e pelo fato das massas serem vistas apenas como consumidoras e não como produtoras de cultura. Ao mesmo tempo, é a lógica de mercado que rege a produção;

A afirmativa B está errada porque as sociedades modernas não estão voltadas à produção de valores de troca, pois visam a acumulação de capital. É justamente por isso que a produção artística e cultural tem de atender à lógica do mercado;

A afirmativa C está errada porque, na verdade, as pessoas não conseguem ter essa independência de critério indicada. Infelizmente, na sociedade moderna as pessoas veem as mercadorias pelo que elas aparentam ser, não pelo que elas realmente são. O critério estético das pessoas, na maior parte dos casos, está embotado pelo que Marx chamou de fetichismo da mercadoria, e se aplica também aos produtos culturais.
5.  $08 + 16 = 24$ 

A afirmativa 01 erra ao afirmar que culturas mais evoluídas destroem culturas menos evoluídas. Não existe essa distinção quantitativa entre as culturas, mas apenas quanto a suas características. Para o estudo social todas têm o mesmo valor. A afirmativa 02 está errada porque os países em desenvolvimento não

conseguem preservar sua diversidade cultural como deviam, uma vez que são vítimas do monopólio cultural dos países desenvolvidos. A afirmativa 04 também está errada. O domínio norte americano se deve ao seu maior poder de inserção cultural, fruto de sua dominação econômica. Quanto à qualidade das produções, as norte-americanas de fato têm melhores efeitos especiais, mas a qualidade artística das produções de outros países pode ser igual ou até maior

6.  $01 + 02 + 04 = 07$

A afirmativa 08 está errada, porque, apesar de os torcedores vivenciarem com mais intensidade o "sentimento" do futebol, toda a sociedade acaba sendo levada a fazer parte da comoção coletiva. Mesmo quem não sente nada pelo esporte sofre reflexos pela transformação que o período traz aos costumes sociais. A afirmativa 16 também está errada. Apesar de as marcas se valerem do futebol em sua publicidade para garantirem a venda de seus produtos, isso não implica a adesão incondicional e o consumo compulsivo por parte de todos os consumidores.

7.  $01 + 04 + 16 = 21$

(02) Incorreta. Os teóricos entendem que a publicidade faz parte do mecanismo da indústria cultural, misturando-se a ele e contribuindo com o processo de alienação da escolha do indivíduo (quando ele não escolhe livremente). São partes complementares que levam à difusão massificada do produto cultural.

(08) Incorreta. Colocar o jornalismo no bojo da indústria cultural é controverso, pois a finalidade jornalística é a comunicação social visando à prestação de serviço e não apenas ao lucro. Porém, mesmo considerando a ressalva inicial, não podemos negar que o jornalismo também cedeu à lógica da produção de notícias para a venda em massa, em muitos casos utilizando-se da manipulação, o que o fez afastar-se de sua fundamentação de existência inicial.

8.  $02 + 16 = 18$

(01) e (04) Incorretas. A televisão para a sociologia é também um objeto de estudos, pois ela apresenta os aspectos que uma sociedade adquire em sua época, sendo um mecanismo demonstrador de costumes, tendências e visão de mundo.

(08) Incorreta. A pesquisa sociológica necessita de que o pesquisador se debruce sobre os problemas e as questões que lhe surgem, que são factíveis de estudo e não somente sobre aquelas que lhe agradem.

9. d

Em finais do século XX, expandiram-se, em várias sociedades, políticas de identificação e de classificação de bens culturais então designados como patrimônio imaterial. Esse processo promoveu o reconhecimento de saberes, ofícios, manifestações artísticas, (músicas, danças, objetos artesanais), hábitos culinários associados a grupos e tradições populares, que passaram a ser valorizados com sua transformação em legado a ser preservado. Nesse contexto se inseriu a elaboração, e a posterior aprovação, do projeto de lei que considera o funk expressão autêntica de estilo musical e de linguagem específica de grupos populares, em especial jovens de áreas periféricas do município do Rio de Janeiro.

10.  $02 + 04 + 08 + 16 = 30$

01) Incorreto. De acordo com o texto, "o imperativo categórico da indústria cultural [...] nada tem em comum com a liberdade". Nesse sentido, a indústria cultural não liberta, não é emancipadora e colabora com as estruturas de dominação e alienação da sociedade.

02) Correto.

04) Correto.

08) Correto.

16) Correto.