

PROFA. MELINA MÖRSCHBÄCHER



SOCIOLOGIA

2o ANO | SEGUNDO SEMESTRE

COMPREENDER, A PARTIR DAS CIÊNCIAS SOCIAIS E DOS SEUS AUTORES CLÁSSICOS, A IMPORTÂNCIA DA REFLEXÃO E DA CRÍTICA SOBRE PROBLEMÁTICAS FUNDAMENTAIS DA VIDA EM SOCIEDADE, TAIS COMO TRABALHO E CULTURA.

OBJETIVO DA DISCIPLINA



CONTEÚDOS SEGUNDO SEMESTRE

CULTURA E TEORIAS SOBRE CULTURA

Perguntas de Partida; O que é Cultura?; Abordagens Teóricas sobre Cultura e Sociedade; Cultura, Identidades e Diversidade Social.

CULTURA BRASILEIRA E IDENTIDADE NACIONAL

Cultura Brasileira e Identidade Nacional; Pensamento Social Brasileiro; Diversidade Social Brasileira.

CULTURA DE MASSAS E INDÚSTRIA CULTURAL

Cultura e Consumo; Ideologia, Cultura de Massas e Indústria Cultural; Consumo, Novas Tecnologias e Redes Sociais.



CULTURA E IDEOLOGIA

O QUE ORIENTA AS NOSSAS DECISÕES?

*Como enfrentamos nossos problemas?
Como buscamos soluções para eles?*



O que é a IDEOLOGIA?

Na vida social, quando enfrentamos um problema, buscamos soluções para ele. No entanto, as soluções encontradas não são neutras, ou seja, não são isentas de valores. Todos os indivíduos e grupos sociais possuem interesses diretamente relacionados às ideias que construímos ou que são apresentadas no processo de interação social.

Nossas atitudes expõem um olhar específico sobre o mundo e uma forma de explicação da realidade social. **Esse conjunto de ideias e valores que orientam o comportamento e as decisões dos indivíduos e grupos compõem a ideologia.**



CONCEITO IMPORTANTE:

IDEOLOGIA

De modo geral, a ideologia é compreendida como um conjunto de ideias e valores que orientam o comportamento e as decisões dos indivíduos e grupos sociais.

Porém, na Sociologia, o conceito ganha definições específicas e diferenciadas a partir de determinados autores e teorias. Para Karl Marx, por exemplo, a ideologia aparece como uma "falsa consciência" e para Gramsci como uma "visão de mundo".



CONCEITO IMPORTANTE:

HEGEMONIA

Domínio moral e político de uma classe sobre as classes subalternas, com base no consentimento dos subordinados e não na violência.

Reação dos dominados: CONTRA-HEGEMONIA

OBSERVAÇÃO: Em qualquer sociedade o exercício do poder pressupõe uma alternância entre COERÇÃO E CONSENSO.

IDEOLOGIA E DOMINAÇÃO

Existe hoje uma ideologia dominante? Existe a possibilidade de reação a essa ideologia?

CULTURA E IDEOLOGIA



Há uma mútua influência
entre cultura e ideologia

A análise dos fenômenos sociais do nosso cotidiano nos permite perceber a mútua influência entre cultura e ideologia, seja no modo pelo qual os grupos e as classes sociais expressam, em práticas e saberes, sua compreensão e sua trajetória no mundo, seja na forma pela qual essa trajetória é interpretada e valorizada socialmente.

“

PARA REFLETIR

A cultura (práticas, saberes, valores) está articulada com a ideologia (interpretação, compreensão, difusão de ideias) e com os interesses econômicos.

FACES DA CULTURA [Conceitos]

CULTURA ERUDITA

A cultura é produção humana e não pode ser hierarquizada, pois não é possível justificar qual seria o padrão cultural a ser tomado como critério de diferenciação. Dizer que determinada prática cultural tem mais valor que outra (que determinado grupo tem mais ou menos cultura) é afirmar o etnocentrismo. Porém, isso não significa que não possamos relacionar a produção cultural com os grupos que a geraram.

Práticas, costumes e saberes produzidos pelas elites ou para elas. Normalmente, tais práticas e saberes estão relacionados à produção cultural de grupos com mais poder. Portanto, geralmente aparecem como a cultura oficial ou institucionalizada.

CULTURA POPULAR

Práticas, costumes e saberes que têm sua origem em grupos populares. Representa o conjunto de manifestações culturais cuja origem remete às experiências cotidianas daqueles que não pertencem aos grupos com poder, por isso em geral expressam saberes não oficiais ou não institucionalizados.





CULTURA, COMUNICAÇÃO E OS SEUS MEIOS



Meios de Comunicação e Cultura

Um dos grandes questionamentos que podemos fazer é sobre a relação entre meios de comunicação e cultura.

Vários autores afirmam que com o advento e a consolidação do capitalismo, uma nova forma de expressão cultural foi desenvolvida. É a chamada cultura de massas, que se caracteriza por transformar as práticas, os saberes e os costumes dos diferentes grupos em mercadorias.

A COMUNICAÇÃO E OS SEUS MEIOS

- Os meios de comunicação representam os veículos ou instrumentos designados para difundir a informação entre os indivíduos, por exemplo, o rádio, a televisão, o telefone, o jornal, a revista, a internet, o cinema, dentre outros.
- A partir do desenvolvimento da ciência e das novas tecnologias, os meios de comunicação têm avançado significativamente, proporcionando a difusão dos conhecimentos e da comunicação no mundo.
- Segundo a "Teoria da Comunicação", o emissor (locutor) é aquele que emite a mensagem e, por sua vez, o receptor (interlocutor) é aquele que a recebe e a decodifica. O "canal de comunicação" designa o local, ou o meio pelo qual a mensagem será enviada para o receptor.

ALCANCE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

INDIVIDUAL

Os meios de comunicação também possuem diferentes propósitos e alcances. Uma diferenciação possível é entre mídia individual e mídia de massa.

São mídias usadas para comunicação interna e para relações interpessoais simples.

Exemplos: correio, e-mail, telefone e fax.

MASSA

São mídias voltadas para comunicação externa, mais ampla e irrestrita, com o intuito de atender ao maior número de pessoas possível.

Exemplos: jornal, revista, rádio, televisão e internet.

Esses conceitos são importantes, mas nos tempos atuais por vezes se confundem.

Em qual deles vocês acha que se encaixa o WhatsApp?

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

ESCRITOS

Jornais, Revistas, Livros

SONOROS:

Rádio, Telefone

AUDIOVISUAIS

Televisão; Cinema.

MULTIMÍDIAS

TV Digital; Internet.



“

O MEIO É A MENSAGEM

PARA REFLETIR

Marshall McLuhan

“

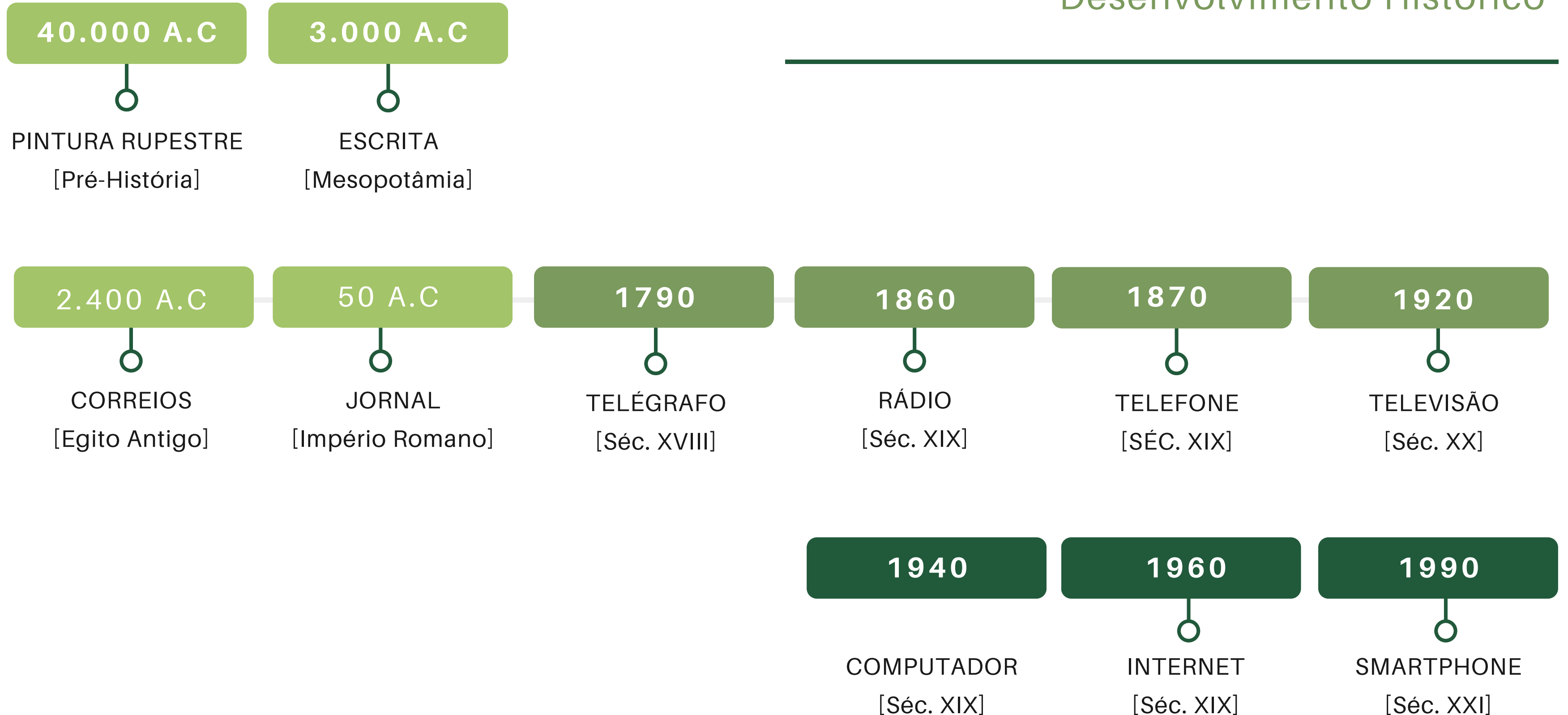
PARA REFLETIR

Os suportes da comunicação e as tecnologias são determinantes na mensagem: os conteúdos modificam-se em função dos meios que os veiculam. O meio é a mensagem porque é o meio o que modela e controla a escala e forma das associações e trabalho humanos.

Marshall McLuhan

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Desenvolvimento Histórico



MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Desenvolvimento Histórico

Os meios de comunicação sofreram significativas transformações ao longo dos séculos à medida que a necessidade de se comunicar também se transformava. De pinturas rupestres até os smartphones, houve um longo percurso.

Com o surgimento da sociedade moderna e das necessidades modernas, no entanto, surge o fenômeno da comunicação de massa. Esse fenômeno e seus efeitos são de grande interesse para a Sociologia.

"All the News That's
Fit to Print."

The New York Times.

VOL. LXXI, NO. 14,218

NEW YORK, TUESDAY, APRIL 15, 1912—TWENTY-FOUR PAGES.

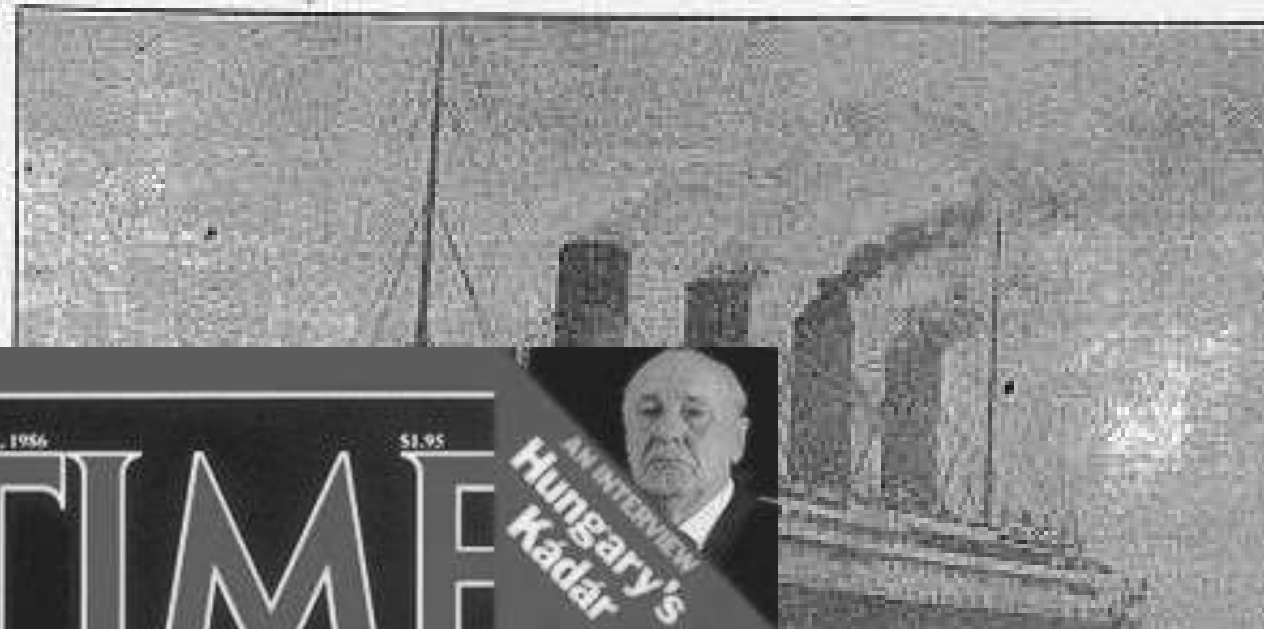
**TITANIC SINKS FOUR HOURS AFTER HITTING ICE
866 RESCUED BY CARPATHIA, PROBABLY 125
ISMAY SAFE, MRS. ASTOR MAYBE, NOTED NAM.**

Col. Astor and Bride,
Isidor Straus and Wife,
and Maj. Butt Aboard.

"RULE OF SEA" FOLLOWED

Women and Children Put Down
in Lifeboats and Are Supposed
to be Safe in Carpathia.

PICKED UP AFTER A HOURS

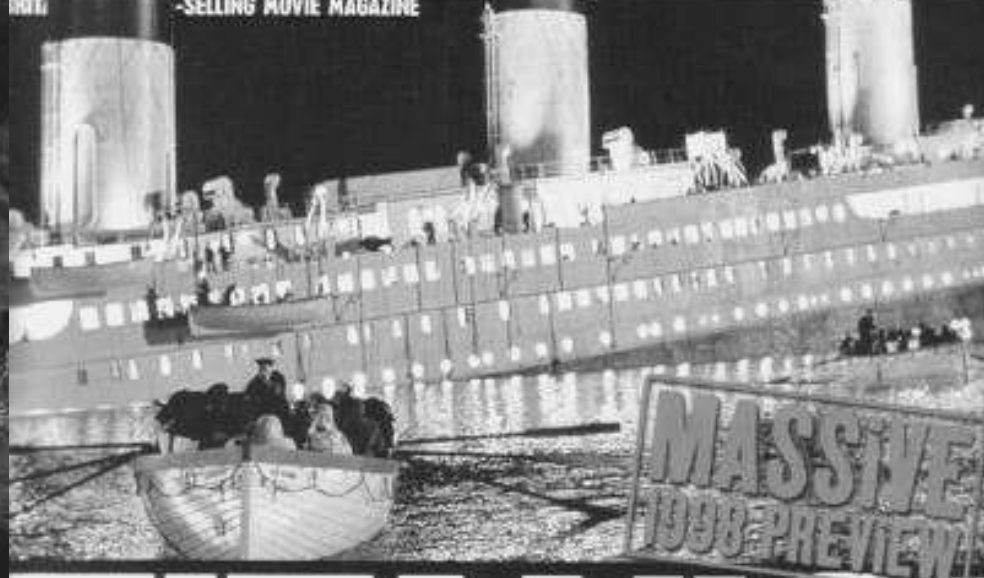


AUGUST 11, 1956 \$1.95
TIME
AN INTERVIEW
Hungary's
Kádár
**Voyages to the
Bottom of the Sea**



Alvin exploring
The Titanic

A CRASH COURSE IN HOLLYWOOD ACTING HUGE VIDEO REVIEW SECTION
EMPIRE
-SELLING MOVIE MAGAZINE



TITANIC!
THE BIGGEST MOVIE OF ALL TIME IS HERE

FREE
POSTER
Titanic's
Final
Moments

BRAZIL'S SECRET SLAVE SOCIETIES
A DEATH-DEFYING K2 CLIMB
HOMES.COM APRIL 2012



ESTRANGEIRO

O naufragio do «Titanic»

NEW-YORK, 15 DE ABRIL

O vapor «Titanic» afundou-se às
duas horas e 20 minutos da manhã.

Não obstante as primeiras notícias
anunciarem não ter havido victi-
mas, informações recebidas pela Wai-
te Star Line Company dizem ser pro-
vável que das 2.200 pessoas que se
encontravam a bordo, apenas tenham

EXTRA

veja
April 16, 1912 600 REES



O NAUFRÁGIO DO TITANIC





EXEMPLO PARA REFLETIR

Pânico após transmissão de
"Guerra dos Mundos" .



The New York Times.

Copyright, 1938, by The New York Times Company.

NEW YORK, MONDAY, OCTOBER 31, 1938.

Radio Listeners in Panic, Taking War Drama as Fact

*Many Flee Homes to Escape 'Gas Raid From
Mars'—Phone Calls Swamp Police at
Broadcast of Wells Fantasy*

A wave of mass hysteria seized thousands of radio listeners throughout the nation between 8:15 and 9:30 o'clock last night when a and radio, stations here and in other cities of the United States and Canada asking advice on protective measures against the raids.

ANNO XIV — N. 3832

Segunda-feira, 31 de outubro de 1938

O GLOBO

FUNDAÇÃO DE IRINEU MARINHO

Director-thesoureiro

Director-Redactor-Chefe

Director-Gerente

HERBERT MOSES

ROBERTO MARINHO

A. LEAL DA COSTA

TERROR PELO RADIO!

ROOSEVELT O REALISMO DA ESTAÇÃO
EMISSORA DEU A IMPRESSÃO

No dia 30 de outubro de 1938, um programa de rádio simulando uma invasão extraterrestre desencadeou pânico na costa leste dos Estados Unidos.

O medo paralisou três cidades e houve pânico principalmente em localidades próximas a Nova Jersey, de onde a CBS emitia e onde Welles ambientou sua história. Houve fuga em massa e reações desesperadas de moradores também em Newark e Nova York.




Orson Welles - Guerra dos Mundos



Share



O que é aquilo?

Watch on  YouTube

No Brasil, em 1971 - como no episódio dos Estados Unidos de 1971, uma rádio veiculou a versão de "Guerra dos Mundos", que trouxe pânico, alterou rotas de aviões da FAB e fez com que rádio fosse fechada temporariamente durante a ditadura.



A Guerra dos Mundos

São Luís - Maranhão

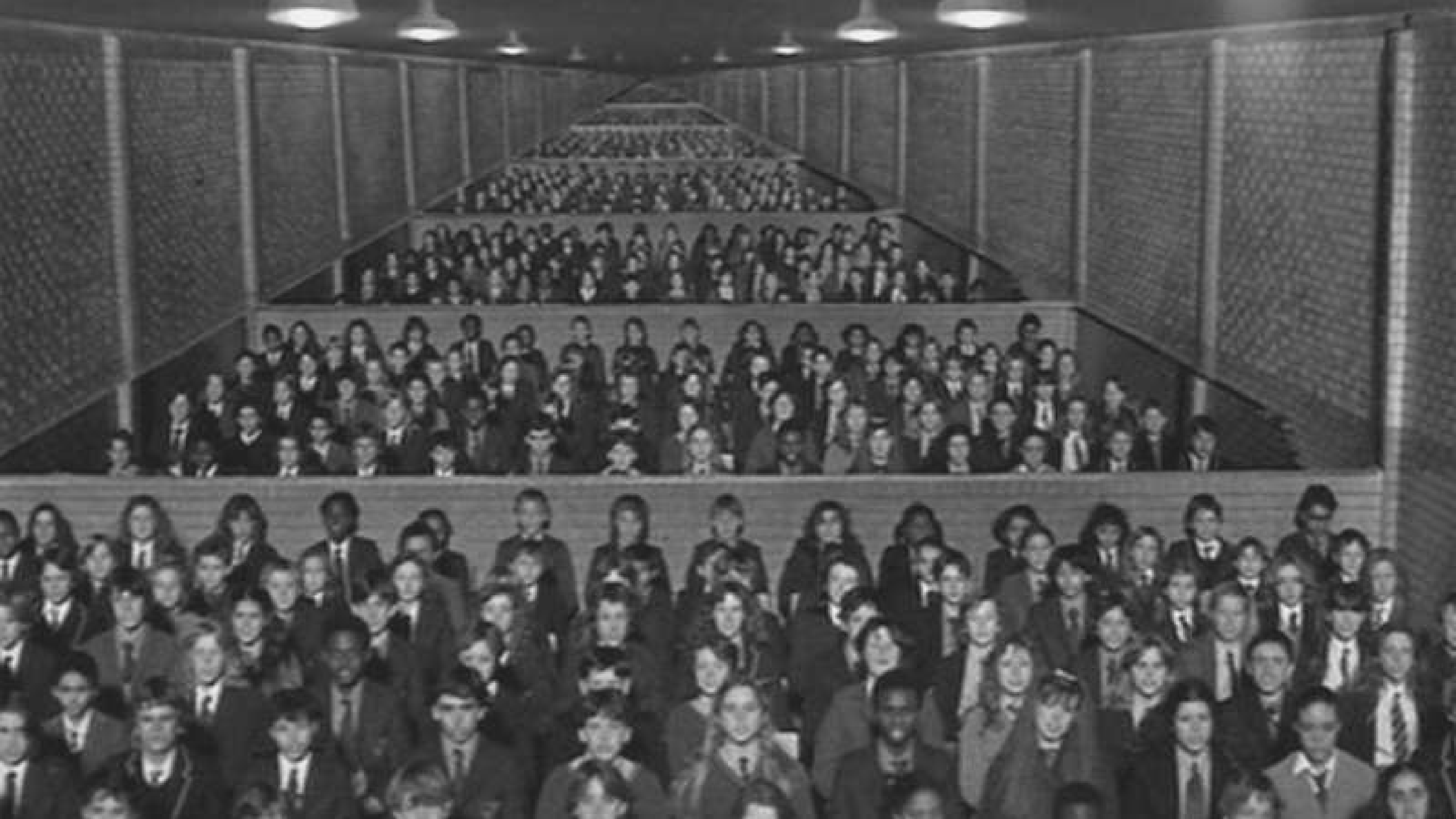
1971





PROBLEMATIZAÇÃO

Os meios de comunicação em massa causam a democratização ou a homogeneização da cultura?





Another Brick In The Wall - Pink Floyd (Legendado PT-BR)



Share



**Nós não precisamos de nenhum
controle de pensamento**

Watch on  YouTube

POSTURAS SOBRE OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

APOCALÍPTICOS

O reconhecido escritor e filósofo italiano Umberto Eco afirma que ao abordar o fenômeno e as consequências da cultura de massa, surgiram duas posturas extremas: a dos apocalípticos e a dos integrados.

[Postura Crítica]

- Meios de comunicação em massa promovem uma cultura homogênea (que desconsidera diferenças e padroniza o público);
- Desestimulam a sensibilidade e o pensamento crítico;
- Estimulam a publicidade, que cria novas necessidades de consumo;
- Servem ao controle e manutenção das desigualdades.

INTEGRADOS

[Postura de Defesa]

- Meios de comunicação em massa seriam a única fonte de informação possível a grande parte da população (que antes não tinha acesso);
- Contribuem com informações e formação intelectual do público;
- Podem unificar diferentes grupos a partir da aproximação das suas referências e gostos;
- São característicos de toda a sociedade democrática.

“

PARA REFLETIR

O universo das comunicações de massa é o nosso universo, e se quisermos falar de valores, as condições objetivas das comunicações são aquelas fornecidas pela existência dos jornais, do rádio, da televisão, da música reproduzível, das novas formas de comunicação visível e auditiva.

Umberto Eco



CULTURA DE MASSAS E INDÚSTRIA CULTURAL



Meios de Comunicação e Cultura

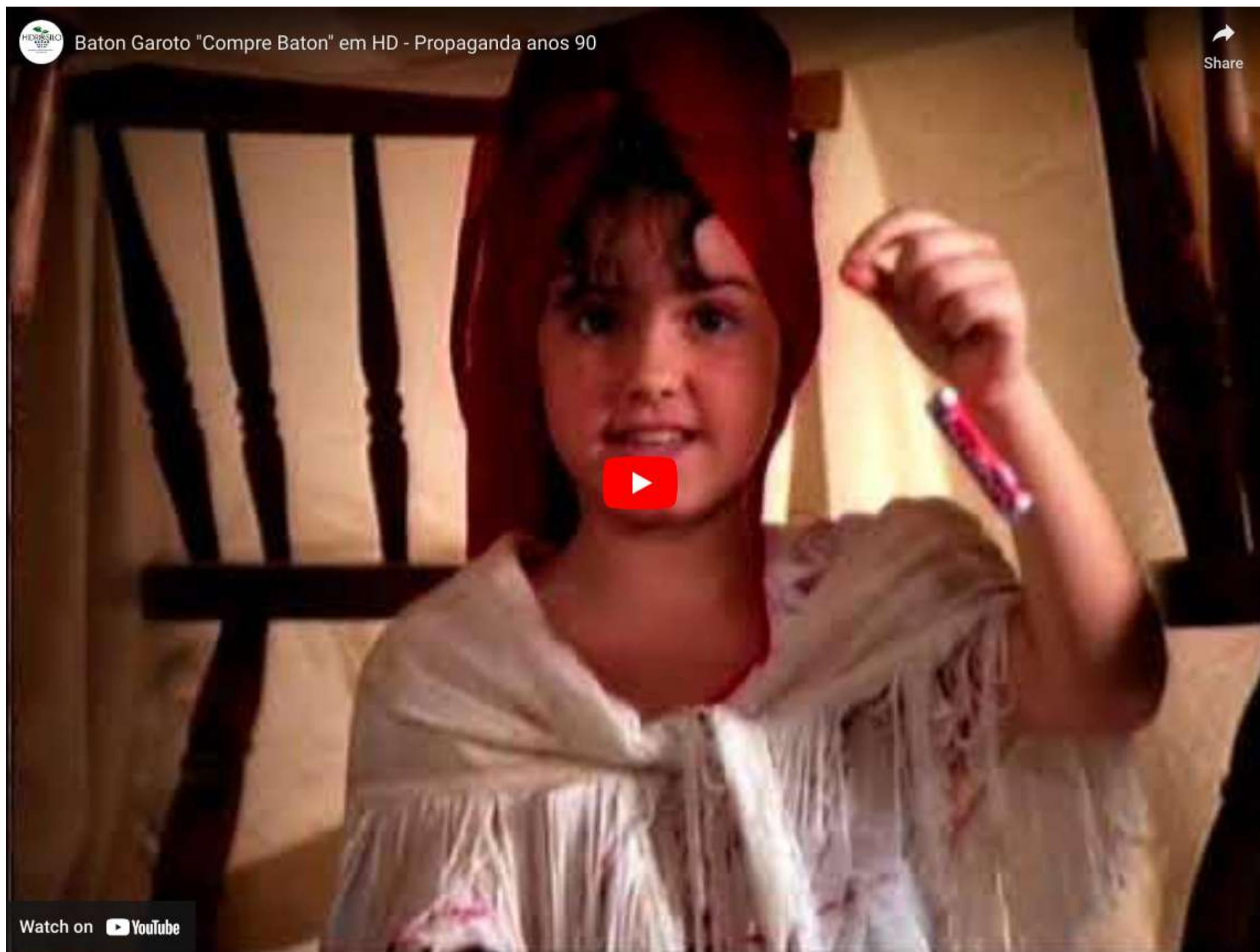
Nas análises das relações entre cultura e ideologia, uma temática relevante para as Ciências Sociais é a discussão das relações entre cultura de massa, indústria cultural e meios de comunicação de massa.

Diferentemente das culturas erudita e popular, que são produzidas respectivamente pelas elites e pelas classes populares, a cultura de massa, ao contrário do que o nome sugere, não é produzida pelas massas, mas para as massas. Ela é gerada no interior da indústria cultural, junto de empresas que tem como função "produzir" cultura.



ESCOLA AMERICANA

A partir da década de 1920, começaram nos Estados Unidos pesquisas sobre a comunicação de massa. Elas se concentraram no modo como se comportavam as pessoas e em entender como determinados estímulos de propaganda geravam determinada resposta da sociedade.



TEORIA HIPODÉRMICA

Uma das primeiras teorias da Comunicação foi desenvolvida nos EUA no início dos anos 1930 e se chamava “Teoria dos Efeitos Ilimitados”, ou Teoria da agulha hipodérmica, ou ainda Teoria da Bala.

Os estudos seguiram os fundamentos “estímulo/resposta”. Por este raciocínio, dizia-se que quando há um estímulo (como uma mensagem radiofônica) este entraria no indivíduo sem resistências.

“

A mídia é vista como uma
agulha, que injeta seus
conteúdos diretamente no
cérebro dos receptores sem
nenhum tipo de barreira ou
obstáculo.

Gian Danton

PARA REFLETIR



TEORIA HIPODÉRMICA

Este modelo não se restringiu às peças comerciais. Propagandas difundem ideias, valores e atitudes em veículos de comunicação. A figura do Tio Sam convocando os jovens americanos para a guerra se tornaria um dos ícones da chamada propaganda de guerra, importante indutor dos teóricos da Teoria Hipodérmica.

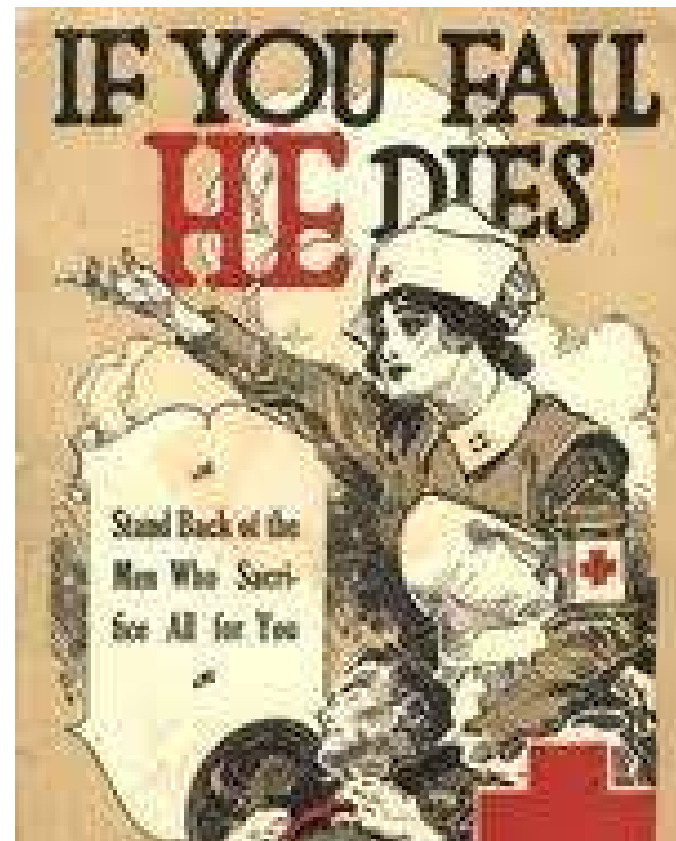
Essa teoria foi aos poucos perdendo espaço e considerada insuficiente para explicar os fenômenos da Comunicação de massa, especialmente por não considerar as especificidades sócio-culturais dos sujeitos.



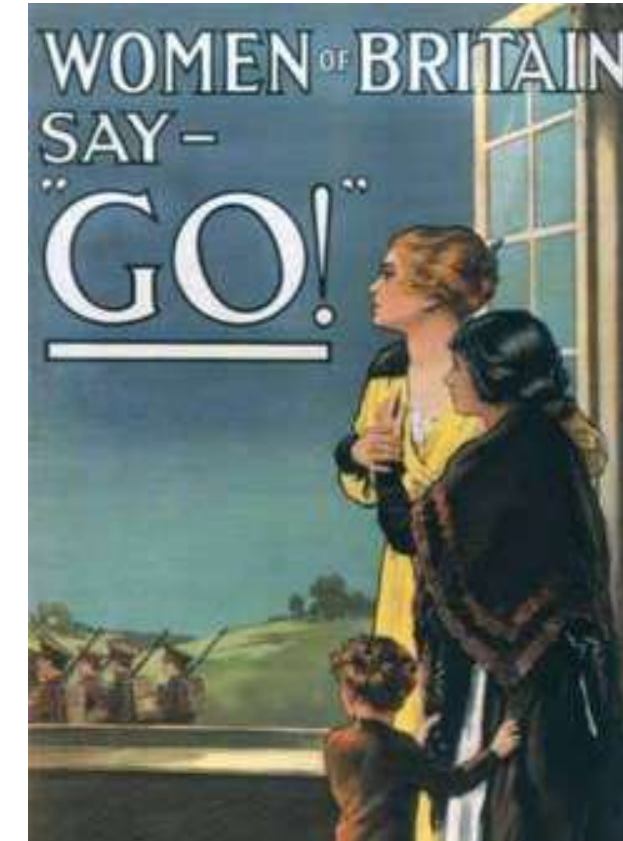
Eu quero você para o Exército dos Estados Unidos. Recrutamento mais próximo.



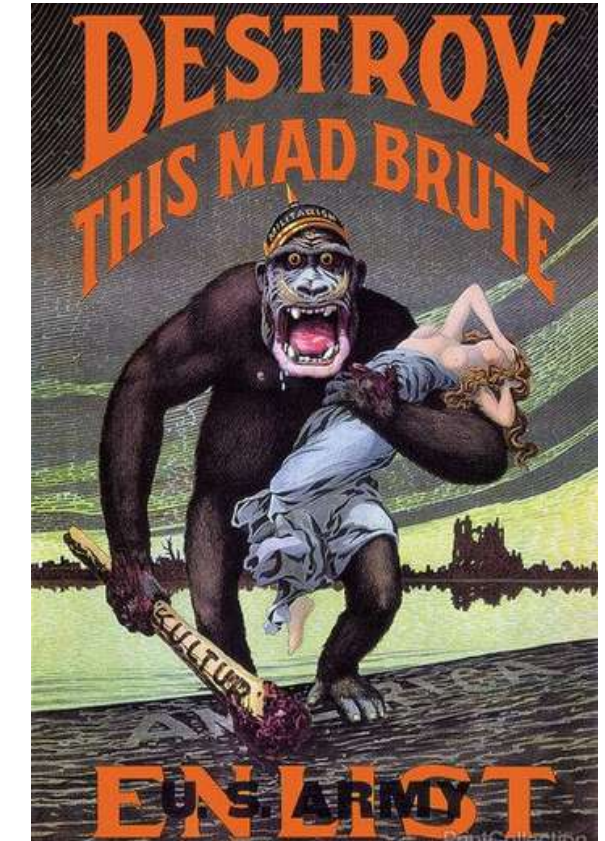
A marinha precisa de você! Não leia a história americana, faça-a!



Se você falhar, ele morre. Ele poderia ser seu filho, ajude-o agora



Mulheres da Grã-Bretanha, digam: Vá!



Destrua esse bruto louco. Aliste-se no exército dos Estados Unidos.

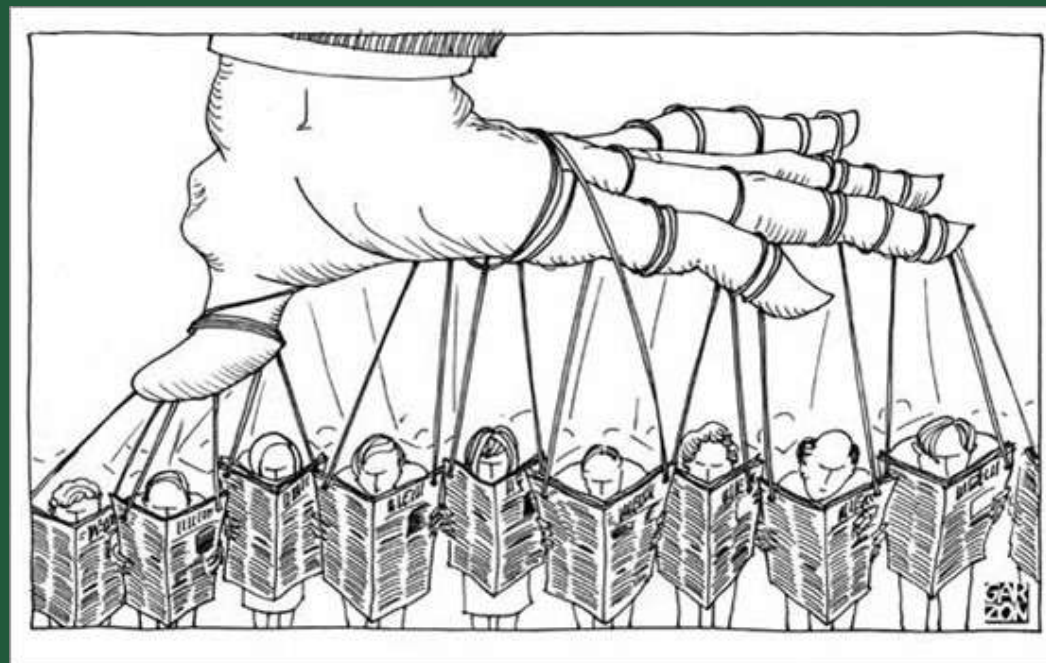
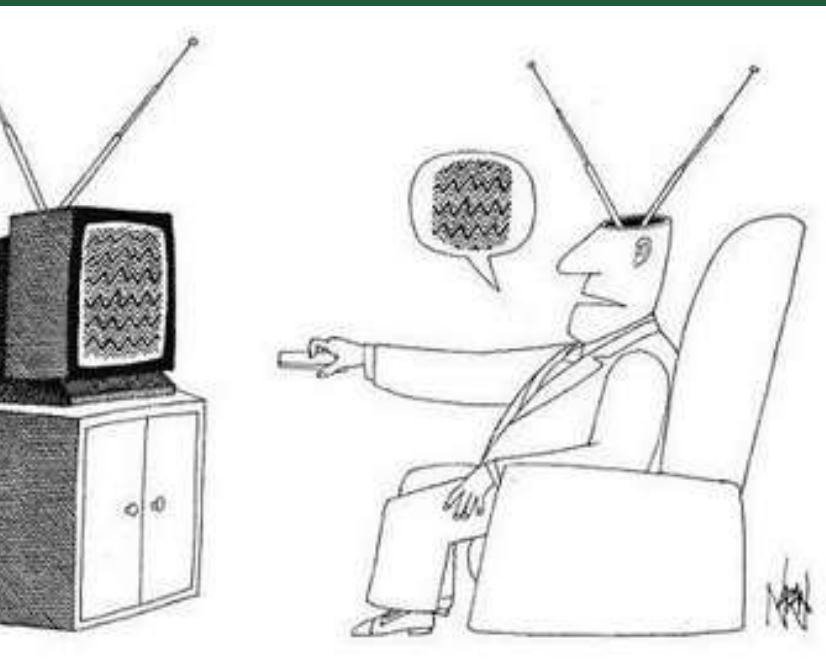


Quando você dirige sozinho, você dirige com Hitler! Entre para um clube de caronas HOJE!



Conversa solta pode custar vidas.

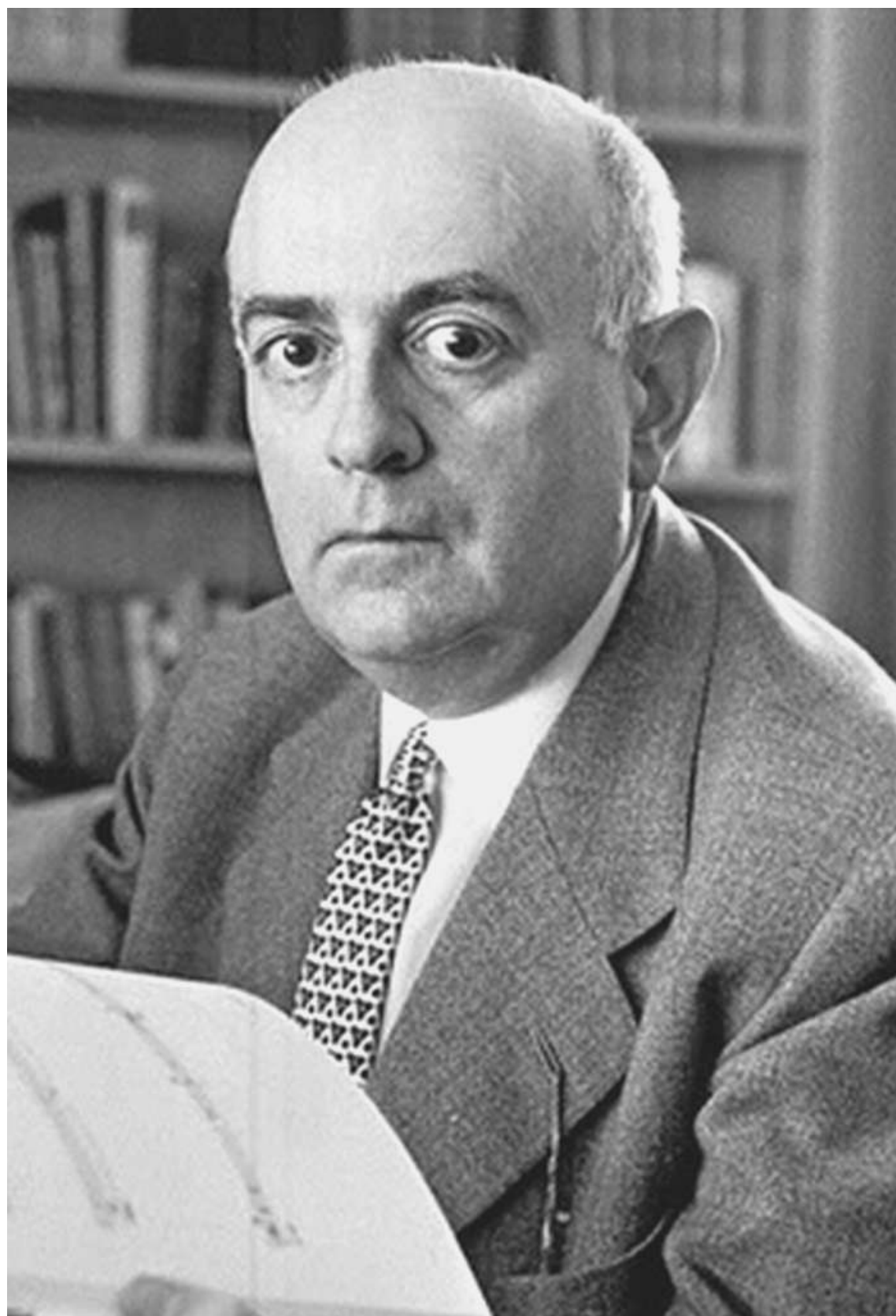
Os cartazes de guerra da época, possuem alguns elementos característicos, tais como: exaltação de figuras de líderes, simplificação e exagero da mensagem, descaracterização ou caricatura do inimigo, ideia de visão oficial e do que se espera, apelo ao sentimento de responsabilidade e necessidade de ajudar a nação.





ESCOLA DE FRANKFURT

A Escola de Frankfurt foi uma escola de pensamento filosófico e sociológico, filiada ao Instituto de Pesquisa Social, que nasceu como um projeto de intelectuais vinculados à Universidade de Frankfurt. Os autores possuíam inspiração marxista e se dedicavam à crítica do capitalismo, consumismo e cultura de massa.



ESCOLA DE FRANKFURT

Theodor Adorno [1903-1969] e Max Horkheimer [1895-1973] foram membros da Escola de Frankfurt. Eles também foram os responsáveis pela criação do termo "Indústria Cultural".

De acordo com esses autores, a produção de cultura passou a ter como principal finalidade o lucro e esse processo de mercantilização tornou-se um obstáculo para a arte exercer sua autonomia e crítica.



CONCEITO IMPORTANTE:

INDÚSTRIA CULTURAL

Remete às ideias de produção em série, de comercialização e de lucratividade. Trata-se do estabelecimento de uma indústria produtora e distribuidora de jornais, livros, peças, filmes, em resumo, de “mercadorias” culturais. A indústria cultural produz mercadorias culturais para as massas; produz uma cultura para as massas, uma cultura de massas.

“

O ser humano está nas mãos de uma sociedade que lhe manipula e ilude: O consumidor não é soberano como a indústria cultural quer fazer crer, não é o seu sujeito, mas o seu objeto.

Theodor W. Adorno

PARA REFLETIR

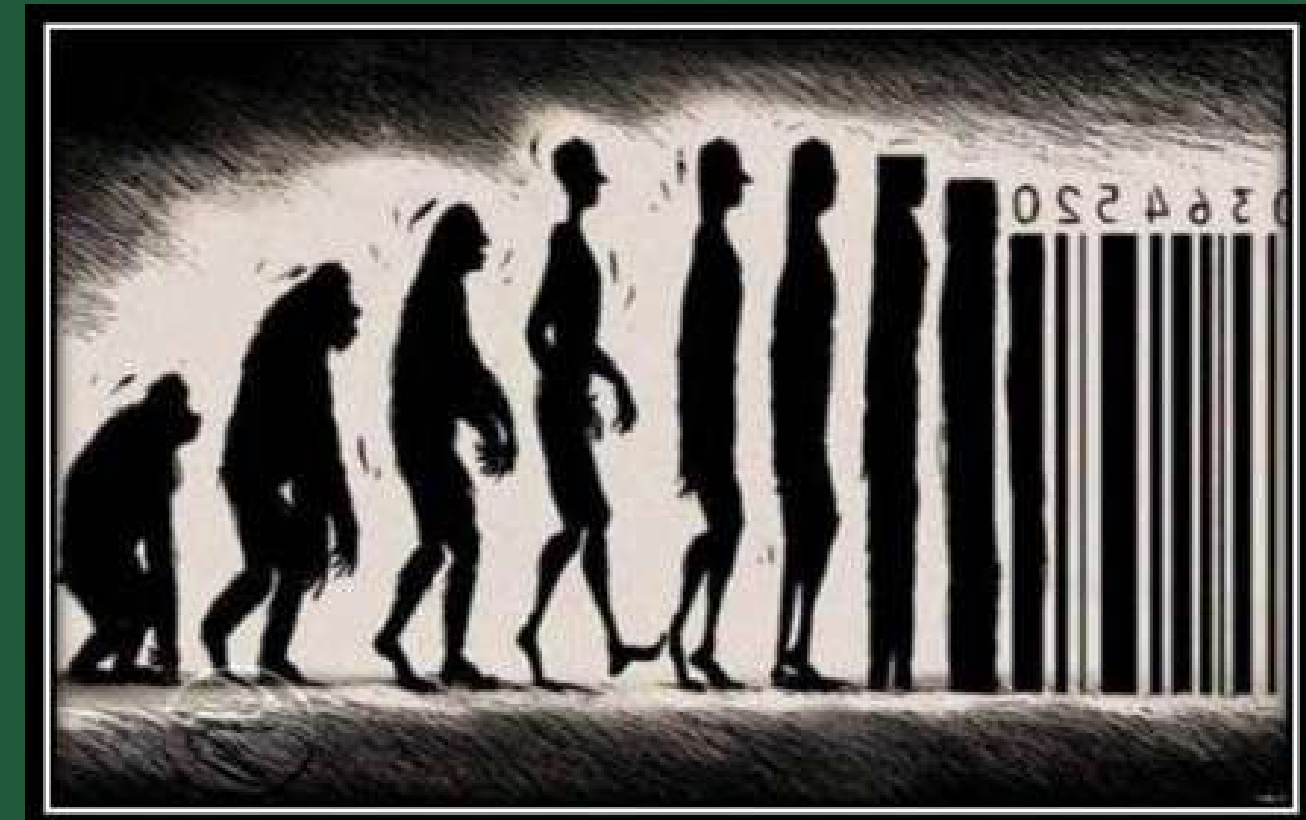
“

O controle remoto
tornou-se a principal
bússola para vida da
maioria das pessoas.

Theodor W. Adorno

PARA REFLETIR







ESCOLA DE FRANKFURT

Segundo os autores que refletiam sobre a indústria cultural, essa produção em série (por exemplo, os discos, as reproduções de pinturas, a música de concerto como pano de fundo de filmes de cinema) não chegou a democratizar a arte. Banalizou-a, descaracterizou-a, fazendo com que o público perdesse o senso crítico e se tornasse um consumidor passivo de todas as mercadorias anunciadas pelos meios de comunicação de massa.

INDÚSTRIA CULTURAL

ARGUMENTOS DA ESCOLA DE FRANKFURT:

- A reprodutibilidade técnica retirou, tanto da cultura popular, como da cultura erudita, o seu valor real.
- O resultado, a indústria cultural, não conduz à experiência libertadora da fruição estética.
- O princípio da reprodução deformaria a obra, nivelando-a por baixo. Por exemplo: adaptações de livros a filmes, que são adocicadas para se tornar mais apetecíveis ao consumo.
- Adorno e Horkheimer afirmam que a arte liberta-se da religião, mas torna-se serva do capitalismo. Perdida a aura, a arte não se democratizou, massificou-se para consumo rápido no mercado da moda e nos meios de comunicação de massa, transformando-se em propaganda e publicidade.
- Ao se massificar (mas sem se democratizar), a arte perde suas características principais: De expressivas, acabam como reprodutivas e repetitivas; De criação, acabam como evento de consumo rápido e fácil.

INDÚSTRIA CULTURAL

CRÍTICAS À ESCOLA DE FRANKFURT:

- É possível enxergar nos meios de comunicação uma forma de expandir o consumo de bens culturais a um público normalmente distante deles e confiar no desenvolvimento da sua capacidade crítica, obtida por meio dos elementos fornecidos pelos próprios meios de comunicação. Assim, poderíamos considerá-los, simultaneamente, reprodutores e questionadores da ordem social.
- Alguns autores afirmam que um produto destinado às massas: não significa que toda essa “massa”, ou “massas”, comprará esse produto; significa apenas que tal produto está disponível a uma grande pluralidade de destinatários.
- A “massa” não seria um amontoado de gente inerte e indiferenciada. Os conteúdos são recebidos por pessoas específicas, situadas em contextos sociais específicos. Assim, a recepção e a interpretação desses conteúdos presentes nas mercadorias culturais são diferenciadas.



A NOSSA INDÚSTRIA CULTURAL

É possível refletir de que modo nos relacionamos com a indústria cultural do nosso país e do mundo.

Por exemplo: No seu entendimento, os nossos reality shows e telenovelas são instrumentos de alienação ou de reforço de demandas e identidades sociais? Há espaço para a criticidade?

PROBLEMATIZAÇÃO

*Qual a sua posição sobre a cultura de massa e a indústria cultural?
É possível consumir produtos culturais de forma crítica?*

MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM UMA ERA GLOBAL



PROBLEMATIZAÇÃO

E a internet? O que ela traz de novo?

MEIOS DE COMUNICAÇÃO EM UMA ERA GLOBAL

NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO, NOVA REALIDADE:

- A invenção da internet modificou tudo aquilo que conhecíamos a respeito das formas de comunicação. Essa rede que integra mundialmente milhares de computadores foi capaz de aproximar pessoas, diminuindo longas distâncias e reduzindo o tempo de transmissão de uma informação.
- A comunicação agora é descentralizada e em rede. Não existe apenas um emissor comunicando para vários receptores, mas sim uma pluralidade de emissores (comunicadores, influencers, anônimos, etc).
- A internet permite a existência e troca de informação e ideias por meio de comunidades virtuais. Essas comunidades podem ser mobilizadas para diferentes interesses e causas - econômicos, políticos, sociais e, inclusive, culturais.



PIERRE LEVY E A CIBERCULTURA

Pierre Lévy [1956-] é filósofo, sociólogo e pesquisador em ciência da informação e da comunicação e estuda o impacto da Internet na sociedade, as humanidades digitais e o virtual.



CONCEITO IMPORTANTE:

CIBERCULTURA

Para Pierre Levy, Cibercultura é "o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (rede)".

“

PARA REFLETIR

O crescimento do
Ciberespaço não determina
automaticamente o
desenvolvimento da
inteligência coletiva, apenas
oferece ambiente propício.

Pierre Levy

PROBLEMATIZAÇÃO

De que forma a internet e os novos modos de comunicação podem afetar a cultura? Quais nossos problemas e desafios?

"A Internet está mudando
as relações humanas".



Eu sei, Rodolfo. Você
me escuta cada
vez menos.



"São quase dois bilhões
de pessoas conectadas".



- ta podendo falar agora?
- to sim



NOVOS DEBATES SOBRE CULTURA E MUNDO DIGITAL

PROBLEMAS E DESAFIOS

SOCIEDADE DOS LIKES

Debates sobre a busca por visibilidade e aceitação nas redes sociais e seus impactos na saúde mental dos usuários

CYBERBULLYING

Debates sobre práticas de intimidação, humilhação, e exposição vexatória em ambientes virtuais

CANCELAMENTO E LINCHAMENTO VIRTUAL

Debates sobre ataques violentos com o objetivo de criticar, denunciar ou punir uma pessoa na internet

FAKE NEWS

Debates sobre notícias falsas e seus impactos





PARA DISCUTIR:

1. O QUE É INDÚSTRIA CULTURAL? DE QUE FORMA ELA IMPACTA A SOCIEDADE?
2. INDIQUE E DESCREVA UMA REFERÊNCIA SOBRE O TEMA "PROBLEMAS E DESAFIOS DA RELAÇÃO DA SOCIEDADE COM A INTERNET" - FILME, EPISÓDIO DE SÉRIE, MÚSICA, ETC

SOCIOLOGIA

2o ANO

Profa. Melina Mörschbacher
Cursos Integrados

Email: melina.morschbacher@iffarroupilha.edu.br
Celular/WhatsApp: (51)991476110

