

Resoluções

SOCIOLOGIA

Capítulo 11

- | | | | | |
|------|------|------|------|------|
| 1. A | 2. B | 3. * | 4. * | 5. * |
| 6. A | 7. D | 8. D | | |

Respostas:

1. O esporte, em especial o futebol, tornou-se uma mercadoria no contexto capitalista atual. Assim, mais do que corresponder a uma expressão cultural, ele serve para gerar lucros e movimentar o sistema. Essa é a mesma lógica que o conceito de indústria cultural ajuda a compreender.
2. A resposta da questão está contida no texto do enunciado, onde se afirma que a indústria cultural transforma cultura em mercadoria e seduz o público a ter necessidade que antes não possuía. Tal função da indústria cultural está relacionada com a necessidade capitalista de produzir e sustentar o lucro da classe burguesa.
3. O fato de o samba ser considerado ritmo nacional é um exemplo. Além disso, o futebol, que começava a se popularizar, passou a ser usado como instrumento de propaganda e controle ideológico.
4. Ele passa a ser considerado um meio de comunicação de massas não somente pelo grande número de pessoas que atinge (na casa dos milhares e até dos milhões), mas pela formatação simplificada e pasteurizada do conteúdo que fornece, embora nem sempre esse conteúdo possa ser considerado de baixa qualidade, como novelas, programas jornalísticos e especiais bem produzidos.
5. A política de nacional-desenvolvimentismo de JK incentivou a entrada de multinacionais no país e a instalação da indústria de bens de consumo. Esta última é parte constituinte da indústria cultural, ao fabricar eletrodomésticos, como aparelhos de rádio, toca-discos e TVs, que contribuem para a difusão e o consumo da cultura de massa.
6. Conforme o texto-base, durante o Estado Novo, o rádio foi o principal veículo de comunicação de massa, e bastante usado pelo governo Vargas para promover sua imagem e difundir propagandas e notícias oficiais a cargo do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), tendo criado para isso um programa oficial, Hora do Brasil (atualmente A voz do Brasil), até hoje transmitido em rede nacional.
7. De acordo com o enunciado e o texto, "Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas", para Adorno, criador da expressão "indústria cultural", fica claro que a forma de agir dessa indústria encontra-se voltada exclusivamente para a satisfação dos interesses comerciais dos detentores dos veículos de comunicação, que veem a sociedade como um mercado de consumo dos produtos por eles impostos, dando origem a um processo de massificação da cultura, propiciada pelos meios de comunicação modernos, como o rádio, a TV e o cinema, de grande difusão e cobertura.
8. No âmbito musical, o texto fala da força da indústria cultural em impor cantores e artistas descartáveis, criando produtos massificados e padronizados, homogeneizando o gosto do público, desbancando *outsiders* e músicos inovadores; até a MTV veicula clipes que, de tão bem produzidos, se destacam mais que as músicas em si. Assim, suporta-se música ruim, pois o clipe é bom e deixa-se de lado a qualidade, a fim de agradar um público mais amplo e pouco exigente; eis a tônica da indústria cultural.