

Cultura, ideologia e os meios de comunicação de massa

- Cada vez mais convergentes e eletrônicos, os meios de comunicação de massa crescem e modificam nossa vida cotidiana, na maneira como usamos nosso tempo livre e também na forma como consumimos notícias, filmes, literatura, música, etc.
- Questão: em que medida a mídia consegue “fazer a cabeça das pessoas”? Ou estas reagem e discordam das ideias veiculadas pelas mídias dominantes?

Cultura, ideologia e os meios de comunicação de massa

- XIX: vão surgir os chamados “bens culturais”: livros, jornais, revistas, além do teatro (Europa);
 - Diferenças entre cultura erudita, cultura popular e cultura de massa (essa cultura não é produzida pelas massas, mas para as massas);
- Século XX: rádio, cinema e depois a TV.
- Já nos anos de 1920, nos EUA, começam a se desenvolver mecanismos para medir o alcance dos meios de comunicação (audiência/visão mercadológica), além de estudos acadêmicos; a partir dos anos 50 o mesmo é feito para a TV.

Cultura, ideologia e os meios de comunicação de massa

- **Mídia:** a expressão “mídia” ou “comunicação de massa” é comumente usada para se referir a uma série de instituições ocupadas com a produção e a difusão em grande escala de um conjunto de símbolos: imagens, informações, arte, etc.
- É o caso da televisão, jornais, revistas, o cinema, o rádio, bem como da internet.
- **“Novas mídias”:** um novo uso da comunicação a partir da massificação da internet (digital, *on line* e em rede) como é o caso das mídias sociais.
 - Alterações na relação emissor X receptor
 - As novas mídias evidenciam a característica social do ser humano, mas também trazem impactos nas relações governamentais, econômicas e políticas.
 - Convergência de mídias.
 - Velhas mídias X novas mídias: mudanças tecnológicas e políticas?

Ideologia

- **Ideologia**: sistema de ideias; modo de pensar peculiar a um grupo ou classe social (convicções religiosas, políticas, sociais, jurídicas, econômicas, etc.).
- Muitos autores utilizam o termo sob uma perspectiva crítica, considerando que a *ideologia* pode ser considerada um **instrumento de dominação** que age por meio do convencimento e não da força física.
- Para Marx (1818 -1883), por exemplo, a ideologia mascara a realidade, alienando o indivíduo. Nesse sentido, a ideologia seria uma *falsa consciência* da realidade.

Ideologia

- **Antônio Gramsci** (1891-1937): filósofo e político italiano
- As classes dominantes procuram difundir sua forma de explicar o mundo para influenciar o comportamento das classes dominadas (ao que ele nomeia como *hegemonia*), por meio do consenso e não da força.
- Porém, os dominados não precisam ser passivos. Podem construir sua própria visão de mundo e se contrapor à dominante (*contra-hegemonia*).
- Exemplo: sindicatos de trabalhadores podem dar explicações acerca do desemprego que são diferentes das fornecidas pelas empresas; movimentos ambientais x grandes corporações, etc.
- **Paulo Freire** (1921 – 1997): segundo o educador brasileiro a escola reproduz valores da ideologia dominante, mas também pode ser contra-hegemônica.

Indústria Cultural

- Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973), da *Escola de Frankfurt*, apresentaram pela primeira vez, em 1947, o conceito de *Indústria Cultural*. Para eles, a **Indústria Cultural** pode ser entendida como um fenômeno da exploração comercial, vulgarização da cultura e homogeneização das pessoas, grupos e classes sociais. As empresas lucram com a produção em massa de bens culturais, como qualquer mercadoria, visando exclusivamente o consumo, tendo como objetivo o lucro e a adesão incondicional das pessoas ao sistema dominante.

Indústria Cultural

- Nesse sentido, na IC:
 - A cultura é produzida por poucos (empresas/veículos de comunicação ligados à classe dominante) para as massas;
 - Tem como objetivo tornar os bens culturais mais interessantes para os consumidores, estimulando o consumismo (um valor capitalista);
 - Oferece divertimento, ao mesmo tempo em que gera conformismo à realidade social, mascarando conflitos, naturalizando situações de desigualdade e opressão, provocando a alienação das massas.

Indústria Cultural

- Muitos como **Walter Benjamin** (1886 – 1940) não acreditam que a *Indústria Cultural* é de todo nociva. É claro que há uma ideologia dominante em todos os produtos, mas não se deve generalizar no sentido de que todas as pessoas não têm discernimento sobre o que escutam, leem ou assistem, absorvendo passivamente e reproduzindo o que “aprendem”. Além disso, há também a possibilidade de se levar arte ou conhecimento, por exemplo, a pessoas que não teriam como acessá-la se não fosse pelos meios de comunicação de massa.

Cultura e ideologia no século XXI

- Importante compreender as transformações sociais que vem ocorrendo a partir dessa “revolução” digital.
- Ainda que na sociedade de massas ocorra a predominância dos meios de comunicação de massa na produção da culturas e ideologias, há espaço para concepções e comportamentos diferentes e alternativos de mundo.

Mídia e política

- As **“fake news”**: se constituem em informações falsas ou distorcidas espalhadas nas redes sociais, usadas principalmente para fins políticos.
 - É fato que notícias falsas sempre existiram. Mas, hoje, com as redes sociais elas ganham um alcance sem precedentes.
 - Exemplos: Em 2016 tivemos o Brexit (saída do Reino Unido da União Europeia) e as eleições presidenciais nos EUA.
- **Pós-verdade**: segundo o Dicionário Oxford, pós-verdade *“se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e crenças pessoais”*.
 - O prefixo “pós” não se refere à um evento posterior, mas **pós-verdade** se refere ao momento em que a verdade já não seria mais importante como já foi.
 - Assim, a crença de que algo é verdade é mais importante do que o fato real.

Questões para pensar

- Qual é o papel da mídia???
- Como a mídia constrói padrões sociais: ideias sobre *o que é* ou *como deve ser* a felicidade, a beleza, a competência, o sucesso, etc. que são divulgadas como “verdades” ou única possibilidade...
- Consumismo.
- Influências da *Indústria Cultural* e da propaganda sobre as crianças e os jovens.
- Contribuições dos meios de comunicação de massa