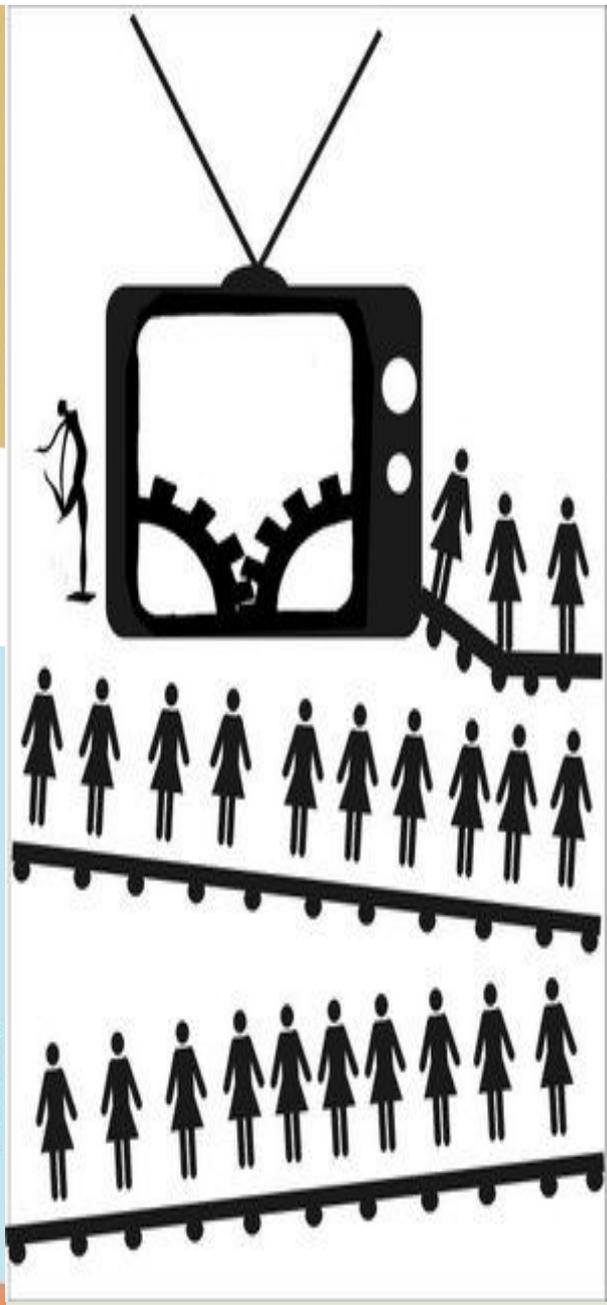
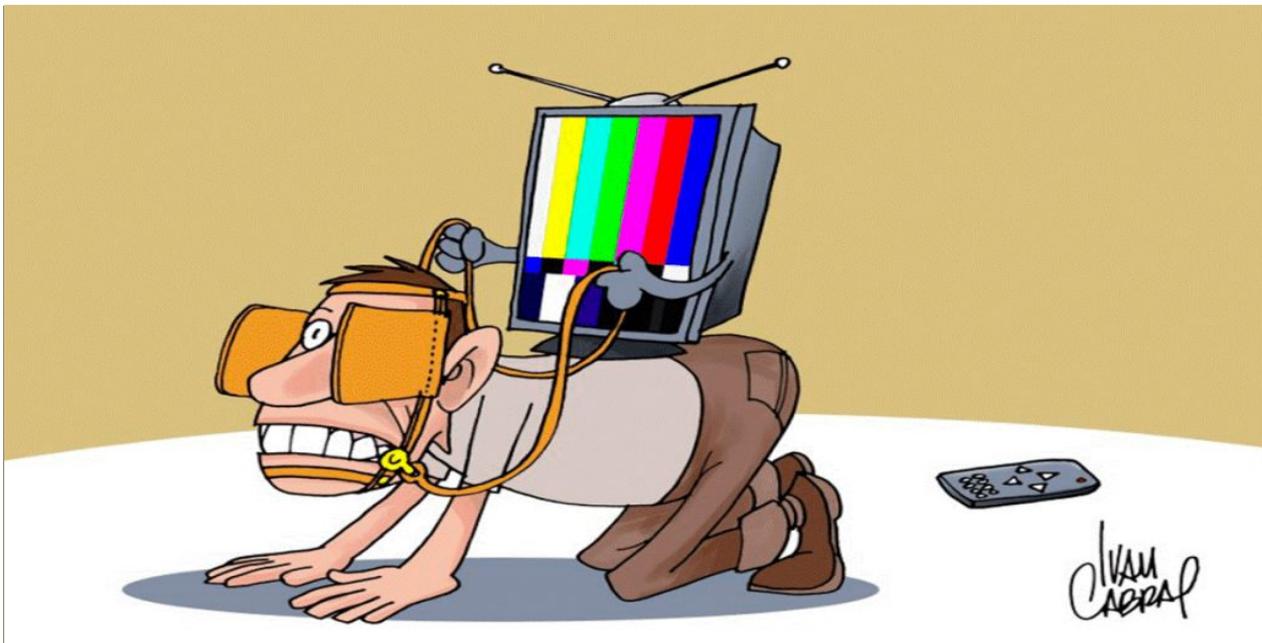




Crítica da Comunicação de Massa

Profa. Carol Casali





(Disponível em: <http://arteemanhasdalingua.blogspot.com.br/2014/11/calvin-e-o-poder-da-midia.html>.)

Massificação de produtos culturais

Mercantilização da cultura

Fetichização dos produtos culturais

Simplificação

Características da

Indústria Cultural

CAPTAIN AMERICA

MARCH No. 1 COMICS

45 Thrilling pages of CAPTAIN AMERICA SENTINEL OF OUR SHORES! PLUS OTHER GREAT FEATURES!



SMASHING THRU, CAPTAIN AMERICA CAME FACE TO FACE WITH HITLER...

Also CAPTAIN AMERICA'S YOUNG ALLY, **BUCKY**



Escola de Frankfurt – Contextualização



Instituto de Pesquisa Social -
fundado no auditório da
Universidade de Frankfurt em
22/06/1924, como resultado da
Primeira Semana de Trabalho
Marxista, ocorrida em Ilmenau.



Escola de Frankfurt – Caracterização

MARXISMO

- Karl Marx (1818-1883);
- Interpreta a sociedade a partir da base produtiva e das lutas de classe que derivam dessas relações produtivas.

MARXISMO CULTURAL

- Os frankfurtianos adaptaram as teorias de Marx às formas culturais;
- Trataram da produção da cultura em sua relação de interdependência com a sociedade.

Escola de Frankfurt – Caracterização



COM A TOMADA DE PODER POR HITLER, HORKHEIMER É DESTITUÍDO DO CARGO DE DIRETOR DO INSTITUTO.

A PARTIR DE 1933, OS MEMBROS JUDEUS DA INSTITUIÇÃO SÃO EXILADOS EM OUTROS PAÍSES (PRINCIPALMENTE EUA).

DIALÉTICA DO ILUMINISMO: fragmentos filosóficos

Adorno e Horkheimer (1947)



SÍNTESE: O DESENVOLVIMENTO DE UM SER HUMANO ESCLARECIDO E AUTÔNOMO (ILUMINISMO) TRAZ CONSIGO UMA ORGANIZAÇÃO ECONÔMICA E POLÍTICA CUJOS INTERESSES SISTÊMICOS ACABAM SENDO MAIS FORTES.

A INDÚSTRIA CULTURAL: O ILUMINISMO COMO MISTIFICAÇÃO DAS MASSAS

INDÚSTRIA CULTURAL



Texto fala da Indústria Cultural, tratando da produção da cultura como mercadoria:

O mercado das massas impõe o mesmo esquema de organização e planejamento administrativo das fabricações em série aos produtos simbólicos.



Características da Indústria Cultural

Através desse entendimento, a Indústria Cultural anula toda a individualidade e qualquer ideia de resistência por parte da audiência.

- Serialização e padronização dos produtos culturais (“A civilização atual a tudo confere um ar de semelhança”)
- Racionalidade técnica como racionalidade da dominação;
- Produtos serializados que prescrevem reações (“Falsa identidade do universal e do particular”);
- Mídia reproduz a dominação através de mensagens ideológicas.

Escola de Frankfurt – Caracterização MCM



Filme e rádio se autodefinem como indústrias;
Filme e rádio já não tem necessidade de serem
empacotados como arte;

“Junta-se a isso o acordo, ou ao menos, a determinação
comum aos chefes executivos de não produzir ou admitir
nada que não se assemelhe às tábuas da lei, ao seu
conceito de consumidor, e, sobretudo, que se afaste de seu
auto-retrato”.

Escola de Frankfurt – Caracterização MCM



“Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los”.

Nenhum pode escapar =
FALSA CAPACIDADE DE ESCOLHA

CÍRCULO DE MANIPULAÇÃO



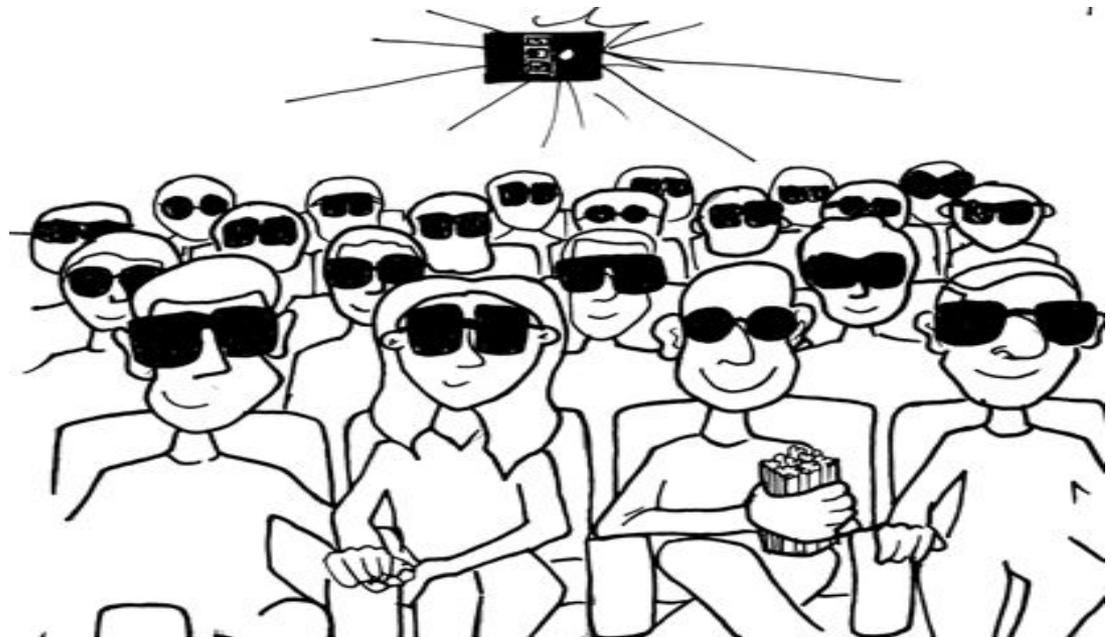


O instinto serve
mais ao animal,
que a razão ao
homem. Nós,
humanos, estamos
todos cegos.

Ensaio sobre a
Cegueira

SARAMAGO

A RACIONALIDADE TÉCNICA
hoje é a racionalidade do
próprio domínio, é o caráter
repressivo da sociedade que
se AUTOALIENA.



A Indústria Cultural



Os produtos culturais são entendidos como produtos feitos para impedir a atividade mental do espectador, portanto são vistos como produtos alienantes – cultura da alienação.

“O trabalhador, durante seu tempo livre, deve se orientar pela unidade de produção”



De maneira irônica e humorada, a Pop Art foi um movimento crítico, capaz de denunciar o processo de massificação de uma sociedade que se encantava pelo consumo desenfreado e pelo imediatismo descartável.

Revista Bravo!

Tipo de arte relacionado ao universo urbano e à indústria cultural que começa a ganhar espaço na década de 1950.

Conceito baseado no consumo de produtos culturais fabricados em série, na cultura de massa e na satisfação do gosto médio da população - telenovelas, propaganda, cinema

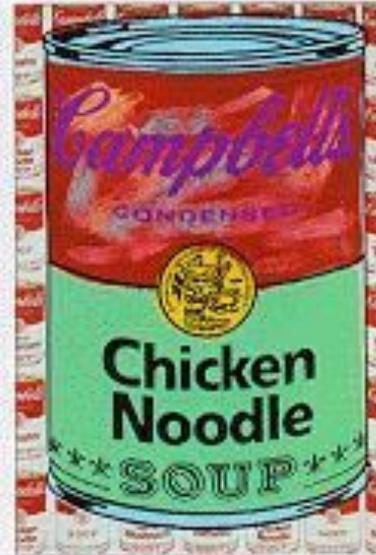
POP ART



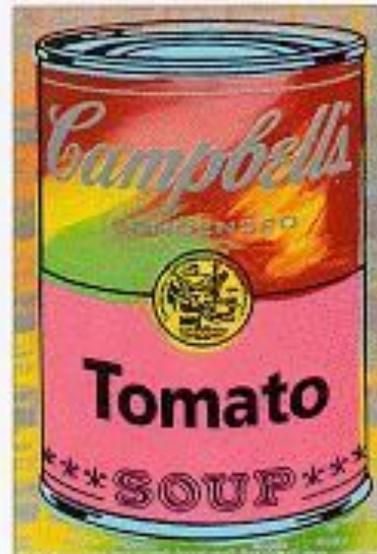
POP ART



I



II



IV



V