PDF PRA SALVAR
parte 11
anaenne@id.uff.br

PDF 11

QUADRO 1 - MORIN E A CULTURA DE MASSA / ESPÍRITO DO TEMPO (1)

EDGAR MORIN
(FRANÇA - 08/07/1921)

→ Pesquisa anos 1950 - 1960 → Surgimento de um "ESPÍRITO DO TEMPO" → Através da TERCEIRA CULTURA (Clássica, Nacional) → CULTURA DE MASSA → UMA segunda INDUSTRIALIZAÇÃO / COLONIZAÇÃO → DO ESPÍRITO / DA ALMA → MUDANÇA NA ESTRUTURA DE SENTIMENTO, NO ESPÍRITO DO TEMPO, NO IMAGINÁRIO DA SOCIEDADE OCIDENTAL

Pesquisa sobre CULTURA DE MASSA → CONTEXTO HISTÓRICO → MEADOS SÉC. XX

ORIGEM EUA → APELAÇÃO P/ O OCIDENTE → EUROPA → FRANÇA → PREDOMÍNIO DA TÉCNICA / INDÚSTRIA → MASSIFICAÇÃO

MCM: IMPRENSA, CINEMA, RÁDIO, TELEVISÃO

PROMOÇÃO DOS VALORES BURGUESES

* O CINEMA OU O HOMEM IMAGINÁRIO (1956)
* AS ESTRELAS: MITO E SEDUÇÃO NO CINEMA (1957)
* CULTURA DE MASSA NO SÉC. XX - O ESPÍRITO DO TEMPO (1961), Vol 1, NEUROSE; Vol. 2, NECROSE

Digitalizado com CamScanner

QUADRO 2 – CULTURA DE MASSA E A MERCANTILIZAÇÃO

↳ USO DA TÉCNICA → FAZ COM QUE ESSA CULTURA DE MASSA → UMA TERCEIRA CULTURA → ORIUNDA OS MCM → "MASS CULTURE" (Sociologia EUA)

↓

QUE PROGRIDE INTERRUPTAMENTE

↓

ANOS 1950-1960

↓

PENETRE NO DOMÍNIO INTERIOR DO HOMEM → NA ALMA, NO ESPÍRITO, NAS ESTRUTURAS PROFUNDAS DO IMAGINÁRIO → DERRAMANDO AÍ AS MERCADORIAS CULTURAIS

↓

NÃO É A ÚNICA FORMA DE CULTURA, MAS É A + NOVA E + MACIÇA DO SÉC. XX

↓

A CULTURA E A VIDA PRIVADA → SE EMBARALHAM FORTEMENTE COM O CULTURAL E INDUSTRIAL → AS MERCADORIAS JÃO AS + HUMANAS DE TODAS → OS AMORES E OS MEDOS ROMANCEADOS

↓

FETICHE DA MERCADORIA

↓

OS FATOS VIVIDOS DO CORAÇÃO E DA ALMA

Digitalizado com CamScanner

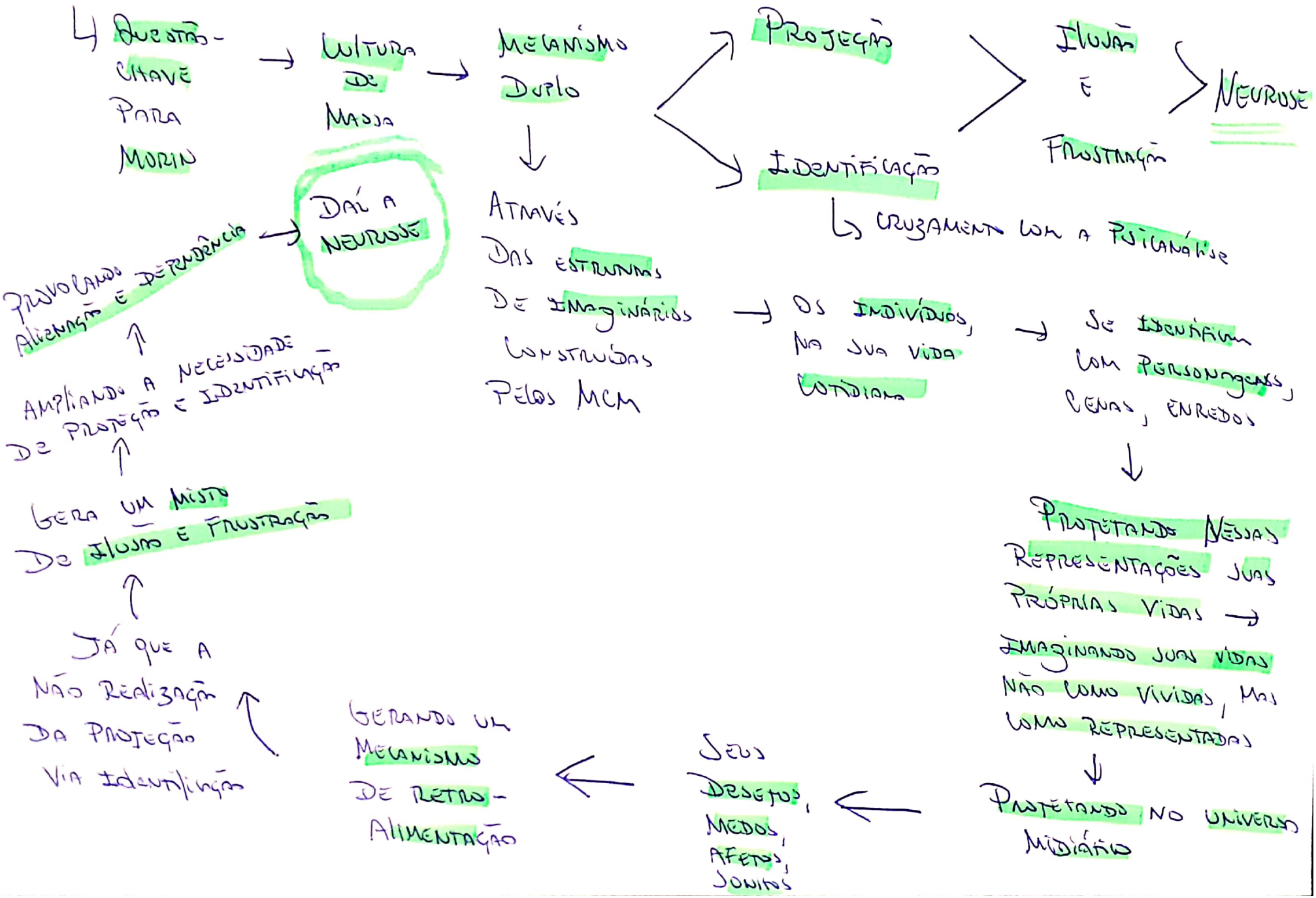
QUADRO 3 - DEFINIÇÃO DE CULTURA DE MASSA ANOS 1960

- CULTURA DE MASSA
  - ↓ FUNÇÃO DE INTEGRAR AS DEMAIS CULTURAS
    - ↓ E OS INDIVÍDUOS NO NOVO ESPÍRITO DO TEMPO
    - → MAS AO MESMO TEMPO AS DESINTEGRA (E SE DESINTEGRA)
  - ↳ VALORES DA PEQUENA-BURGUESIA → MEDIANIDADE, SUCESSO, FELICIDADE, APARÊNCIA
- → ENTENDIDA COMO UMA CULTURA PRODUZIDA SEGUNDO AS NORMAS DA FABRICAÇÃO INDUSTRIAL
- → PROPAGADA PELAS TÉCNICAS MACIÇAS DE DIFUSÃO
- → E DESTINADAS A UMA MASSA SOCIAL, UM AGLOMERADO GIGANTESCO DE INDIVÍDUOS
  - ↓ INCOMPREENDIDOS AQUÉM E ALÉM DAS ESTRUTURAS INTERNAS DA SOCIEDADE (CLASSE, FAMÍLIA, BAIRRO, IGREJA ETC.)
- → É ANTES DE TUDO
  - ↓ UMA FORMA DE CULTURA
    - ↓ CORPO DE SÍMBOLOS, MITOS E IMAGENS
      - ↓ VIDA PRÁTICA E VIDA IMAGINÁRIA

Digitalizado com CamScanner

Quadro 4 - O Mecanismo de Projeção e Identificação

(4)



Digitalizado com CamScanner

QUADRO 5 – CULTURA DE MASSA E OS OLÍMPIANOS

↳ CULTURA DE MASSA → CONSTITUI UM COMPLEXO DE NORMAS, SÍMBOLOS MÍTICOS E IMAGENS → QUE PENETRAM O INDIVÍDUO EM SUA INTIMIDADE, ESTRUTURAM OS INSTINTOS, ORIENTAM AS EMOÇÕES → ESSA RELAÇÃO SE REALIZA SEGUNDO TEMAS MENTAIS DE PROJEÇÃO E IDENTIFICAÇÃO (OS ANCESTRAIS, OS HERÓIS, OS DEUSES, AS FIGURAS MÍTICAS)

NA CULT. DE MASSA → ISSO SE DÁ COM OS OLÍMPIANOS → ASTROS E ESTRELAS → STAR SYSTEM → AS VEDETES → MODELOS DE CONDUTA CONSIDERADOS VITORIOSOS OU FELIZES

A CULTURA FORNECE PONTOS DE APOIO IMAGINÁRIOS PARA A VIDA PRÁTICA E PONTOS DE APOIO PRÁTICO À VIDA IMAGINÁRIA

E ISSO ALIMENTA NOSSA ALMA, NOSSO SER SEMI-REAL, SEMI-IMAGINÁRIO

Digitalizado com CamScanner

QUADRO 6 - AS DIALÉTICAS DA CULTURA DE MASSA

↳ CULTURA DE MASSA → TEM QUE SER PENSADA DENTRO DO SISTEMA TÉCNICO-INDUSTRIAL

↓

ANOS 1950-1960

→ COMPLEXAS RELAÇÕES DIALÉTICAS / CONTRADIÇÕES / PARADOXOS

↓

CONSTITUINTES DESTA CULTURA

1) ENTRE 2 LÓGICAS

↓

ESTEREOTIPIA / CLICHÉ / MASSIFICAÇÃO

X

INOVAÇÃO / INDIVÍDUO

A) MASSIFICAÇÃO → INDUSTRIAL - BUROCRÁTICA - MONOPOLISTA - CENTRALIZADORA - PADRONIZADA

B) INDIVIDUAÇÃO → INDIVÍDUO - CONTRACULTURAL - INVENTIVA - AUTÔNOMA - INOVADORA

↳ MEDIAÇÃO: OLÍMPICOS / VEDETES

PADRONIZAÇÃO

ENCONTRA ECO NA ESTRUTURA → NORMAS, PADRÕES, CONVENÇÕES

↓

E A CRIATIVIDADE NA AUTONOMIA / INDIVIDUALIDADE → IDIOSSINCRASIAS, PERSONALIDADES

BUSCA DO PÚBLICO PADRÃO

↓

"HOMEM MÉDIO"

↓

HOMOGÊNEO

↳ INTEGRAÇÃO → IDEIA DE GRANDE PÚBLICO → ESTRATÉGIA: SINCRETISMO

2) ENTRE 2 CAMPOS

↓

MAS PRODUÇÃO TEM + FORÇA DO QUE O CONSUMISMO → "MUDO" → PASSIVO

A) PRODUÇÃO

↳ TENDE À MASSIFICAÇÃO

B) CONSUMO

↳ TENDE À RENOVAÇÃO

Digitalizado com CamScanner

QUADRO 7 - ESTRATÉGIAS DA CULTURA DE MASSA

↳ PARA MORIN

↓

PARA GERAR ESSE "PÚBLICO MÉDIO"

↓

PADRONIZADO, HOMOGÊNEO, UNIVERSAL, MASSIFICADO

→ CULTURA DE MASSA → USA

ESTRATÉGIAS

↓

SINCRETISMO

→ A) USO DOS PADRÕES, DOS GÊNEROS

→ B) UNIFICAÇÃO DOS GÊNEROS DA INFORMAÇÃO E DO ROMANCE

↳ SENSACIONALISMO, MELODRAMA, CELEBRIDADES, MISTURA REAL E FICÇÃO

→ C) FAIXAS DE PÚBLICO INCORPORADAS (MULHERES, CRIANÇAS, JOVENS)

↓

MAS LINGUAGEM ACESSÍVEL → A PARTIR DE 14 ANOS

→ JUVENILIZAÇÃO DA AUDIÊNCIA

↓

FIXAÇÃO DOMINANTE JUVENIL

→ PEDOCRATIZAÇÃO

ASSIM, A HOMOGENEIZAÇÃO DA PRODUÇÃO BUSCA SE PROLONGAR NA HOMOGENEIZAÇÃO DO CONSUMO

↳ "JOVEM" COMO TIPO IDEAL DE CONSUMIDOR (ATENUANDO AS BARREIRAS ENTRE AS IDADES)

→ PEDOCRATIZAÇÃO

MUDANÇAS NAS QUESTÕES CONTEMPORÂNEAS

↓

HÁ UM ADENSAMENTO DO QUE APONTOU MORIN?

Digitalizado com CamScanner

QUADRO 8 - O ESPÍRITO DO TEMPO DA NECROSE DA CULTURA DE MASSA

8

↳ EDGAR MORIN → SOCIOLOGIA DO PRESENTE → METODOLOGIA TRANSDISCIPLINAR

→ SE A INTEGRAÇÃO DO ESPÍRITO DO TEMPO ANTERIOR (1960) FOI FEITA SOB O SIGNO DA NOVIDADE

→ O NOVO ESPÍRITO DO (1970) TEMPO É O DA NECROSE, OU DESCOMPOSIÇÃO DO ORGANISMO AINDA VIVO

→ NO SEIO DA CULTURA DE MASSA

↓

SURGEM OPORTUNIDADES DE CONTRA-OFENSIVAS À INTEGRAÇÃO DOS VALORES PEQUENO-BURGUESES

↓

DA CRISE À REVOLUÇÃO CULTURAL E À REFORMA

↓

ONDAS DE CHOQUE E ONDAS LARGAS

↓

CONDIÇÕES PARA NOVOS AGENCIAMENTOS / MOVIMENTOS

↓

A) O FERMENTO JUVENIL → JOVENS COMO ATORES CENTRAIS

B) MUDANÇAS NO EROTISMO E NA SEXUALIDADE

C) NEO-ANIMISMO E NEO-NATURALISMO

D) NOVAS FEMINILIDADES E NOVOS FEMINISMOS

↓

DESMORONAMENTO DA PROMESSA EUFÓRICA DE FELICIDADE

↓

CUMPRINDO A PROFECIA QUE A BURGUESIA CONTINUA SUA PRÓPRIA DESTRUIÇÃO

↓

CORROSÃO DA CULTURA DE MASSA

↓

NOS ANOS 1970

Digitalizado com CamScanner