



Indústria cultural e gênero: uma pesquisa sobre o consumo cultural de estudantes de uma sala de ensino médio de Jaraguá

Lúcia Gonçalves de Freitas (PQ), Thalison Rodrigues Moreira (IC)

UEG-Jaraguá, CEPMG-Jaraguá

Resumo: Este artigo é apresentado como parte da conclusão de um trabalho de Iniciação Científica para estudantes de Ensino Médio com bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico-PIBIC-EM. O título original do projeto era “Masculinidade e juventude: as políticas públicas para a igualdade de gênero em Jaraguá”. Para este texto, apresentamos um recorte do trabalho original focado no consumo de produtos culturais de massa por estudantes de uma turma de escola pública de Jaraguá que está concluindo o Ensino Médio. O apoio teórico é dado pelos estudos de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer sobre Indústria Cultural e nos conceito de Gênero proposto por Guacira Louro. Nosso interesse de pesquisa era conhecer e discutir a extensão da influência da chamada Indústria Cultural no conhecimento dos jovens jaraguenses e, ao mesmo tempo, observar como essa Indústria afeta de forma mais ou menos diferenciada a meninos e meninas. A pesquisa seguiu técnicas etnográficas, pelas quais realizamos rodas de conversa e debates via *whatsapp* ao longo do período do estudo. Ao final, elaboramos um questionário on-line, onde estudantes da turma em que o bolsista estudava respondeu a uma enquete sobre o consumo de cultural desses jovens.

Palavras-chave: cultura. Adorno. Gênero. Consumo.

Introdução

Em 2017 uma professora do CEPMG-SCR divulgou informação de uma bolsa de iniciação científica na UEG. Três alunos se interessaram e buscaram mais informações, dentre eles, eu. Ficamos sabendo do Grupo de Estudos de Jaraguá, coordenado pela professora Lúcia de Freitas e fomos aconselhados a presenciar um encontro do grupo, a fim de saber como ele funcionava e sobre quais assuntos tratava, além de saber mais sobre as vagas para bolsista. Após o primeiro encontro, percebi que aquela era uma oportunidade valiosa, pois eu poderia começar a entender o mundo acadêmico e suas ferramentas e estudar a fundo assuntos dos quais eu discutia com amigos e docentes do colégio, tais como: consumismo,



machismo, violência, intolerância, desigualdade – principalmente a desigualdade de gênero – alienação, massificação, entre tantos outros.

Em um dos encontros posteriores do Grupo de Estudos, estávamos falando sobre o quanto era presente na sociedade jaraguense o gosto por músicas do gênero conhecido como “sertanejo”. Discutimos como esse tipo de música difundiam ideias sexistas e até violentas. Na época, “Vidinha de balada” da dupla Henrique e Juliano, tocava em absolutamente em todos os lugares e trazia no refrão a assertiva: “Vai namorar comigo sim[...]”, que correspondia a uma espécie de ordem do enunciador para a sua pretendida. A partir daí, a professora Lúcia me orientou a trabalhar a relação da música sertaneja na formação dos (as) jovens, usando como principal teórico Adorno e seu conceito de Indústria Cultural. Éramos três candidatos concorrendo a duas bolsas e, infelizmente, apenas dois trabalhos seriam aprovados. Entretanto, algumas semanas depois, um dos concorrentes precisou se mudar de cidade e não poderia mais desenvolver seu projeto o que me deu a oportunidade de fazê-lo. Porém havia uma condição, como o plano desse aluno já estava aprovado, eu deveria desenvolvê-lo. Após a professora Lúcia e eu analisarmos o plano de pesquisa do candidato, notamos que existiam pontos no qual o tema que eu desejava estudar se encaixava. Sendo assim, fizemos alterações na metodologia de pesquisa, na bibliografia proposta e na linha da pesquisa, passando de “Políticas para igualdade de gênero em Jaraguá” para “Indústria Cultural e gênero”. E, finalmente, minha pesquisa passou a tratar dos produtos culturais consumidos pela juventude atual e quais são seus efeitos na subjetividade desses jovens.

Indústria Cultural foi um termo criado pelos filósofos Theodor W. Adorno e Max Horkheimer que apontam as mudanças da sociedade como sendo proporcionais à evolução do capitalismo, ou seja, quanto mais a sociedade se torna capitalista – o capitalismo é um sistema econômico que visa o lucro em todas as suas atividades –, mais a indústria cultural “cresce” e aumenta sua influência sob os indivíduos. Uma vez recomposta a trajetória dessa pesquisa, nos próximos tópicos, explicamos nossos procedimentos, resultados e discussões.



Material e Métodos

Para muitos estudiosos (as) a arte é uma maneira de expressar os sentimentos humanos e está presente no dia a dia, seja como pintura, música, dança entre outros. Com o capitalismo – e consequente crescimento do poder da indústria cultural – a arte deixou de ser a pura expressão e passou a ser tratada como produto de consumo que, se funde à publicidade – quem nunca viu a propaganda de uma agência bancária ou cerveja que é acompanhada de uma música? Além de se tornar cada vez mais mimética, toda música, filme ou obra que conceda altos lucros é reproduzida até que outra tendência surja em meio ao corpo social para dar continuidade ao ciclo. Por exemplo, em cada carnaval nota-se uma música que se destaca em meio às outras e será repetida inúmeras vezes, até que não mais seja a “música do momento”, porém, no carnaval seguinte outra será “eleita” a melhor, reiniciando o ciclo. Analisando de maneira informal – apenas observando – nota-se que todas as “músicas do momento” eleitas a cada festividade são parecidas, seja no tipo de melodia ou de letra, fazendo assim com que a maior parte da arte seja uma espécie de imitação daquela que fez sucesso anteriormente o que é muito bem retratado no documentário “Everything is a remix remasterd” (<https://youtube.com/watch?v=nJPERZDfyWc>).

Do outro lado da moeda estamos nós, que caminhamos em direção à alienação sem mesmo perceber. A indústria cultural tem como objetivo construir indivíduos submissos e incapazes de refletir para assim torná-los de fácil manipulação. O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige o pensamento – mas através de sinais. Toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p.128). Porém, esse não é seu único intuito, ela cria também a diversão para nos distrair das marcas do sofrimento que foram necessários para sustentar os grandes que detém o poder. Citando Adorno em sua obra, Dialética do esclarecimento: “Assim como Pato Donald nos cartoons, assim



também os desgraçados na vida real recebem sua sova para que os espectadores possam se acostumar com a que eles próprios recebem...” (ADORNO, 1936).

Nos dias de hoje a difusão da cultura do pão e circo é ainda mais forte, pois, as ferramentas utilizadas são cada vez mais rápidas e eficientes. A idealização de um personagem fictício que nunca tem problemas, a ideia de um amor romântico totalmente perfeito, etc., são consideradas maneiras de criar um ponto a se apoiar, uma esperança – isso fica ainda mais claro quando se percebe que, a maioria da classe trabalhadora aceita seu sofrimento durante a semana, porque se apoiam na ideia do fim de semana, onde poderão se juntar à massa para consumir a infinidade de produtos oferecidos.

A indústria cultural está também presente na eliminação do indivíduo e na domesticação do ser e da vontade. Desde a infância são oferecidos apenas os elementos escolhidos pelos grupos com maior poder, logo tudo o que for diferente para a pessoa que cresceu com o seu “eu” reprimido será tratado com hostilidade, e com isso cria-se também uma massa coesa de pessoas sem pensamento próprio que até mesmo eliminam a quem se levanta contra seus controladores, ou seja, a minoria que pensa por si própria acaba sendo atacada pela unidade forjada pela alienação – quem nunca foi atacado, seja verbalmente ou fisicamente, por outros indivíduos por ser diferente do padrão vigente à época, talvez, o maior exemplo disso sejam os constantes ataques a LGBTs.

Como apontado anteriormente, esse conceito foi criado na década de 40 por Theodor W. Adorno, filósofo da Escola de Frankfurt. Nascido em 11 de setembro de 1903, na cidade de Frankfurt am Main na Alemanha, e em 1921 ingressou na recém fundada Universidade de Frankfurt, onde estudou filosofia, sociologia, música e psicologia. Theodor nasceu no século das catástrofes, mas utilizou das infelicidades de seu tempo para análises científicas. Baseando-se na Primeira e Segunda Guerra (e também nas barbáries nazistas). Adorno cunhou o conceito de cultura de massa, utilizando como análise o rádio e os jornais, que eram os meios de comunicação de massa da época. Com o intuito de se produzir uma sociedade homogênea, a Indústria cultural cria modelos e padrões e esses são seguidos pelos indivíduos. Tais modelos possuem distinção de gênero, portanto geram estereótipos, como por



exemplo, a cor rosa é de menina, chorar não é coisa de homem, além das diversas frases populares que se iniciam com “lugar de mulher (homem) é...” como afirma Adorno “[...] o pão com que a indústria cultural alimenta os homens continua a ser a pedra da estereotipia” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p.139). Por exemplo, um estereótipo de gênero comumente usado como argumento é o da distinção biológica entre homens e mulheres – mulheres são fracas e frágeis, enquanto homens são fortes e resistentes – que recebe um tom “científico” apenas serve para justificar as desigualdades de gênero. De acordo com Guacira Louro, socialmente fazemos uma dicotomia entre os gêneros, ou seja, uma enorme bipolarização, levando o feminino como um pólo totalmente oposto ao masculino, quando na verdade são um, parte do outro. Não existe a mulher, mas sim os diferentes tipos de mulheres. Dependente da época, uma sociedade tende a aceitar certo tipo de masculinidade/feminilidade, sendo os outros excluídos – e a recorrente história da homogeneização social volta a bater à porta –. Ademais, ao pensar em pólos, cria-se um dominante e um dominado, e usando do “argumento biológico”, define-se quem sofrerá a dominação.

Com o intuito de identificar e discutir a influência da indústria cultural na sociedade, foram criados grupos de WhatsApp e encontros, pois a “observação do participante transforma-o no objeto a ser pesquisado” (TEIXEIRA, 2000, pág.1), com isso foi levantado – apenas para os jovens discentes do Colégio da Polícia Militar de Goiás - Unidade Jaraguá – um questionário com perguntas de múltipla escolha e com respostas discursivas. As perguntas presentes no mesmo tratam de produtos consumidos atualmente, pois, elas tentam encontrar possíveis tendências entre os jovens, além de distinções de gênero porque, de acordo com Adorno a indústria cultural divide a sociedade em setores e estereotipa os indivíduos – assim como uma pessoa separa botões por cores: uma caixinha para os botões verdes, uma para os azuis, uma para os vermelhos, etc. – portanto, saber o produto de consumo e o quão homogêneas são as características individuais é uma importante ferramenta para se saber como vêm agindo as ferramentas de comunicação em massa numa sociedade com acesso tão grande à informação e produtos culturais.

A aplicação do questionário se deu pela ferramenta Google Formulários, visando a não utilização de papel e a praticidade da ferramenta, que já organiza os



dados em gráficos e apresenta as respostas em porcentagem e todas organizadas. Além disso, também oferece aos discentes participantes a opção de responder a qualquer momento e de qualquer lugar, gerando a resposta instantaneamente, resultando em enorme praticidade.

Resultados e Discussão

Como afirmam os autores que embasam este estudo: “[...] o mundo inteiro é forçado a passar pela indústria cultural” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p.118). Assim são necessárias ferramentas de disseminação de ideias em massa e a primeira ferramenta desse tipo foi o rádio, logo após surgiu a TV e atualmente nota-se o fenômeno da internet. Adorno aponta como meio de difusão de ideias em massa o rádio e a nascente TV em sua obra, portanto é preciso verificar se essas ainda são as principais ferramentas de difusão de ideias. Vale lembrar que uma das principais ferramentas de padronização e difusão de ideologias é a escola, pois, esta funciona de maneira contrária a qual deveria ser.

A instituição em si já diferencia os indivíduos entre os que ali frequentam, e “os outros”, e em seu interior já separa os que lá estão, nos ensina a somar e a ler, mas também a gastar, a amar características específicas – e a tratar outras como hostis – nos dá nosso papel na sociedade: nossa religião, nossas emoções, nos ensinando exatamente como devemos ser e pensar naquela época, o que somos é oferecido em latas – ou seja, somos produzidos em massa e sob medida, como alimentos enlatados –. A escola, no passado, possuía até mesmo manuais de comportamentos e regras que deveriam ser passados aos alunos pelos mestres. Era facilmente distinguível dos demais um aluno que teria estudado em um colégio militar ou uma menina que teria estudado em uma escola feminina, o aluno aprendia a ser destemido e forte, enquanto a aluna aprendia a ser uma dama prendada com os maiores domínios da costura e pintura. Crivava-se a ideia de agressividade aos homens e a de submissão às mulheres, gerando consequências irreparáveis – não é



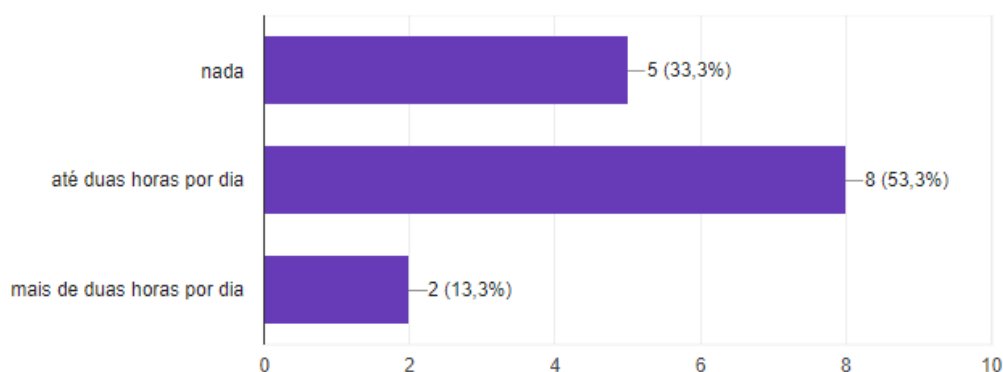
raro se ver nos noticiários casos de mulheres que são violentadas por parceiros pelo fato de existir uma ideia de superioridade agressiva intrínseca aos homens.

Em nossa pesquisa, quisemos avaliar a extensão dessas concepções atualmente em nossa escola e de que forma a Indústria Cultural se mescla a elas. Assim, pelo questionário no Google, acessamos respostas de meninos e meninas sobre o nível vínculo com as tecnologia que hoje dão acesso aos produtos culturais dessa indústria. Conforme já dissemos, a pesquisa foi feita em nossa sala de aula, que é uma turma de terceiro ano do ensino médio. Ela tem uma maioria de meninas e essa maioria ficou evidente no maior número de respostas de meninas ao questionário. Ao todo 15 garotas e 6 garotos responderam. Isso representa o total de meninas (15) e dos meninos, 10 ao todo, 4 não quiseram responder. A seguir, apresentamos alguns resultados e os discutimos:

Dos meios de comunicação

Quanto de TV você assiste por dia?

15 respostas

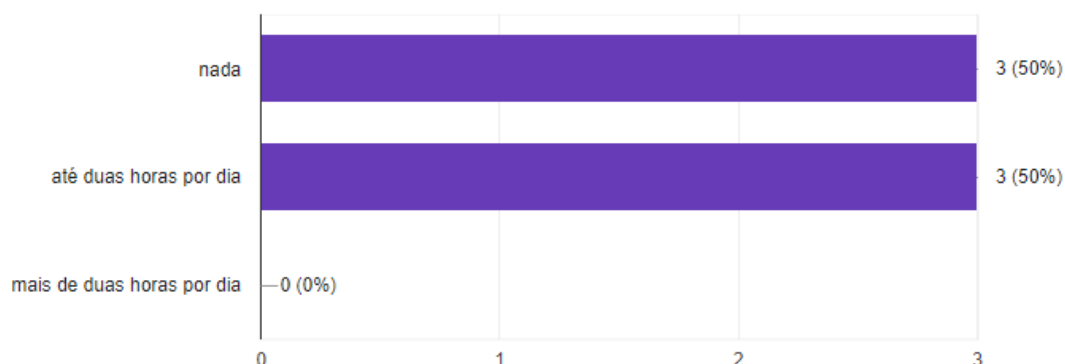


*Feminino



Quanto de TV você assiste por dia?

6 respostas

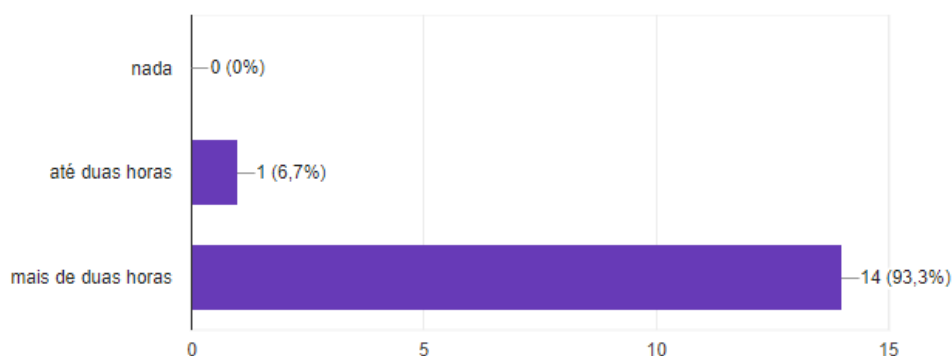


*Masculino

É possível observar que a audiência na TV não é considerável, pois esta está sendo substituída pela internet, mais eficiente e que alcança uma quantidade muito maior de pessoas, o que a configura como uma ferramenta muito poderosa na difusão de ideologias e pensamentos. Os resultados sobre as horas dedicadas à internet confirmam o que estamos dizendo:

Quanto do seu tempo você dedica à Internet?

15 respostas

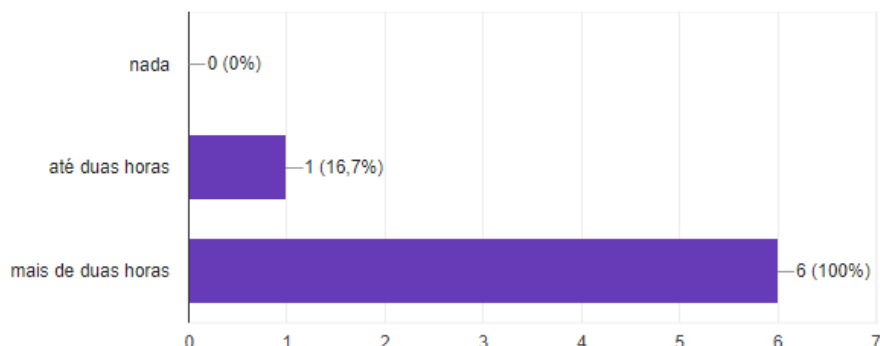


*Feminino



Quanto do seu tempo você dedica à Internet?

6 respostas



*Masculino

A expansão da internet pode ser notada nos gráficos acima, apontando que o tempo que os jovens estão passando na internet ultrapassa as duas horas diárias e tende a aumentar ao longo do tempo, e à medida que esta recebe conteúdo torna-se mais atrativa. Estima-se que, seriam necessários 72 anos para se assistir a quantidade de vídeos postados em um dia na plataforma de vídeos *YouTube*, mostrando que a alienação/diversão é garantida e, consequentemente há a perda da individualidade e do pensamento crítico, deixando a massa social homogênea.

Umas das perguntas presentes no questionário fazia referência ao gênero literário preferido do (a) candidato (a), e ao analisar as respostas é possível notar distinções claras entre os gêneros. A indústria se apodera do poder de escolha do indivíduo, pois assim a massa torna-se ainda mais homogênea fazendo com que haja duas opções “colaborar ou se marginalizar” (ADORNO, 1947). A estratégia de exclusão é usada para ampliar a dominação, pois aquele e que não aceita o padrão, é tratado como corpo estranho e prejudicial ao todo, sendo assim atacado pela própria massa e levado à exclusão social – como um vírus é atacado pelo sistema imunológico pois é reconhecido como ameaça ao bem-estar do organismo –. Exemplo claro disso são os grupos LGBT, que são excluídos e atacados por se portarem de uma maneira diferente do padrão vigente.

Os efeitos visíveis



A alienação não ocorre de maneira rápida, ela é lenta – inicia-se na infância – e hereditária, tornando-se assim ainda mais forte e próspera. Não é difícil de se observar no dia a dia um progenitor comentar com sua criança algo do tipo “aquilo é muito estranho” ou “olha que coisa feia” se referindo a pessoas que não encaixam no padrão seguido. Da mesma forma as meninas são ensinadas a gostar apenas de princesas e romances, preparando-as para depender de um amor romântico irreal – assim como a bela adormecida depende de seu príncipe encantado para acordá-la, ou a cinderela que vai ao baile junto a diversas outras garotas com a esperança de ser escolhida pelo príncipe, como um objeto, etc. –. Com os garotos a única diferença é quanto ao que irão consumir. Estes aprendem a ser fortes, destemidos, aventureiros e raramente são apresentados aos romances impostos às meninas – e quando são, eles configuram o príncipe que salva a princesa e que tem todas as garotas aos seus pés para sua escolha, como animais em um leilão –. Todos esses aspectos são notados quando os discentes são perguntados: Quais gêneros (literários) você lê?

Quais os gêneros que você lê

12 respostas

Romance (2)
Romance, fantasia
Biografia, romance e ficção científica
Romance e ficção científica
Romance e terror
Romance
Testemunhos
Poemas Românticos generos textuais
Generos Textuais
Nenhum
romance, ação romantica, terror etc

*Feminino



Quais os gêneros que você lê

3 respostas

Literatura, literatura estrangeira científico artigos

Fictício e histórico

Grande parte é terror

*Masculino

Pode-se perceber também a presença de “pontos fora da curva”, ou seja, pessoas que não aderem totalmente ao padrão, como as meninas que lêem livros de terror, ficção científica e ação.

As redes sociais

As ferramentas de interação social criadas a partir do século XX, trazem consigo a possibilidade de unir a propaganda à diversão, porém, essa não é qualquer diversão, é algo que não necessita de um pensamento crítico “O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio [...]” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p.128), e isso é exatamente o que as redes sociais proporcionam.

Percebemos que os sites que mais apareceram são: YouTube (8 vezes nos dois questionários) WhatsApp (6 vezes nos dois questionários) e Facebook (4 vezes nos dois questionários). Ambos são sites de compartilhamento de mídia, de socialização e de entretenimento, apontando que a sociedade busca o entretenimento nos momentos de lazer – pois essa é a única forma de se aguentar a miséria vivida, se apoiando cegamente no lazer – e a indústria cultural transforma esse lazer em trabalho, o operário trabalha na fábrica e em casa trabalha – inconscientemente – na propaganda e no consumo dos produtos – no fim não existe lazer, apenas o um trabalho diferente –.



Na Internet que sites você mais acessa?

15 respostas

YouTube
WhatsApp ,YouTube e Instagram
So redes sociais (facebook, whatsapp e instagram)
YouTube
Sites de estudo
You tube WhatsApp Facebook
Redes sociais
Só biologia
Whatsapp You tube
Sites de moda
Sites de estudo
WhatsApp

*Meninas

Na Internet que sites você mais acessa?

6 respostas

Facebook YouTube google
Wikipedia, G1 notícias (aba do Google)
Conteudista
YouTube Netflix Facebook Instagram
WhatsApp e YouTube
YouTube

*Meninos

Fazendo uma analogia, seria como um operário que trabalha numa montadora de carros o dia todo e ao chegar em casa após o expediente começa a



assistir propagandas de concessionárias e guarda seu salário a fim de comprar um carro, ou seja, no fim ele trabalha para a empresa durante o dia e durante a noite, o que muda é sua função. Assim como os romanos aplicavam a política do pão e circo – estratégia usada pelos líderes da Roma antiga que consistia em oferecer pão e diversão aos cidadãos para distraí-los dos problemas da cidade – hoje aplica-se a política do “pão e internet”, na qual se oferecem migalhas à população e uma quantidade exorbitante de “diversão”, divulgando produtos e ideologias. O poder da propaganda é facilmente notado na história, principalmente em ditaduras – na ditadura do Estado Novo, Getúlio Vargas criou um departamento público para lidar apenas com a propaganda, o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) o qual lhe rendeu grandes frutos, pois espalhou suas ideologias –.

A resistência

Nem tudo são espinhos e o que é usado como ferramenta de controle também pode ser usado como ferramenta de revolução. As redes sociais são amplamente usadas como ferramentas de ativismo, diversas são as manifestações diárias contra preconceitos, padrões impostos, violências, dentre tantas outras coisas. Além de que, existem muito “pontos fora da curva” – pessoas que não se encaixam no padrão dado pela Indústria Cultural – que ao contrário do que se pensa, não são marginalizados, mas sim levados a um patamar de liderança de seus semelhantes na busca de igualdade e direito e sua principal ferramenta é a propaganda. O movimento feminista nunca cresceu tão rapidamente, trazendo à tona conceitos até então guardados em livros e artigos e mostrando que, a sociedade foi massa de manobra até agora, mas está na hora de mudar. Pensamentos racistas, machistas, LGBT fóbicos até então considerados “normais” estão sendo desbancados por pessoas que graças ao acesso à informação podem ler e se libertar, aprendendo, nas palavras de Guacira Louro, aprendendo a “desconfiar do que é tomado como natural” (LOURO, 1997).



Considerações Finais

Não diferente do que se pensava, os discentes do CEPMG são diretamente afetados pela Indústria Cultural no que diz respeito a padronização. Os homens apresentam tendências maiores a consumir jogos violentos – o que consta no questionário abaixo – , reforçando a ideia da agressividade que é passada a eles na infância.

Diga quais os jogos que você mais joga

6 respostas

War face pubg CS GO

Arena of valor, Freefire

Age of Empires: Castle Siege

Pubg mobile

Free fire

Free Fire

League of Legends

*Masculino

Enquanto com as meninas é possível perceber a predominância de jogos considerados “mais calmos” ou “mais comportados” – afinal, na concepção comum, o homem é destemido e corajoso, já a mulher é recatada e comportada –.



Diga quais os jogos que você mais joga

10 respostas

Nenhum
Subway surf
Gta v
Plants vs zumbie
Free fire
Orbia
Temple Run benji bananas
Pou temple Run 2
Raciocínio
Não tenho preferência

*Feminino

O colégio militar – inconscientemente – diferencia e padroniza os seres, colocando padrões de vestimenta divididos por gênero, homens usam calça e mulheres usam saias – e dias de aula as meninas podem optar por escolher entre calça ou saia, porém em dias de solenidades como desfiles ou apresentações é requisitado o uso da saia –. Para se romper estes padrões e imposições é preciso falar sobre os mesmo, não se pode lutar contra o que não se sabe da existência, o primeiro passo é, portanto, mostrar aos jovens o que é e deixá-los decidir o que devem fazer. Não pude abranger em meus estudos e pesquisas os conceitos de mulher cunhados por Simone de Beauvoir que dão boas continuações para o melhor entendimento do que é gênero e seus diversos nuances, e como pode a sociedade influenciar na formação dos indivíduos, principalmente das mulheres.

Agradecimentos

Agradecemos aos Programas de Iniciação Científica e Bolsa de Incentivo ao Pesquisador (PROBIP/UEG) da Universidade Estadual de Goiás, à Fundação de

Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás-FAPEG e ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações-CNPq.

Referências

ADORNO, Theodor W. Educação e emancipação. 1. ed. [S.l.]: Paz e Terra, 1960. 87 p. v. 1. Disponível em: < <http://www.verlaine.pro.br/txt/pp5/adorno-educacao.pdf> >. Acesso em: 12 ago. 2018.

ADORNO, Theodor W. Indústria cultural e sociedade. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009. 70 p. v. 1. Disponível em: < <http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Industria-Cultural-e-Sociedade-Adorno.pdf> >. Acesso em: 12 ago. 2018.

FURLAN, Cássia Cristina; MAIO, Eliane Rose; DE OLIVEIRA, Márcio (Org.). INDÚSTRIA CULTURAL: ASPECTOS RELACIONADOS A GÊNERO E SEXUALIDADE. 1. ed. [S.l.: s.n.], 2017. 21 p. v. 1. Disponível em: < <http://www.sies.uem.br/trabalhos/2017/3193.pdf> >. Acesso em: 12 ago. 2018.

LOURO, Guacira Lopes. "A emergência do gênero". In: LOURO, Guacira Lopes. *Gênero, sexualidade e educação*. 6ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997. cap. 1,2 e 3, p. 14-88.

SANTOS, Tessa Larissa dos (Org.). INDÚSTRIA CULTURAL E EDUCAÇÃO. 1. ed. [S.l.: s.n.], 2010. 8 p. v. 1. Disponível em: < <http://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170808120810.pdf> >. Acesso em: 12 ago. 2018.

SILVA, Márcia Cabral da. Grupo focal em pesquisa qualitativa sobre leitura com jovens. *Educ. rev.* [online]. 2012, n.43, pp.189-203. ISSN 0104-4060. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-40602012000100012>

ZUIN, Antônio Álvaro Soares. Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural. *Cad. CEDES* [online]. 2001, vol.21, n.54, pp.9-18. ISSN 0101-3262. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32622001000200002>.
Psicol. cienc. prof. vol.20 no.1 Brasília Mar. 2000
<http://dx.doi.org/10.1590/S1414-98932000000100008>