

CONSUMO E CONSUMISMO: FUNK COMO FERRAMENTA NO ENSINO DE SOCIOLOGIA

Ana Carolina Machado Ferrari ¹
Beatriz Sales Caraciola ²
Gabriel Raiski ³
Maria Valéria Barbosa ⁴

RESUMO

O presente trabalho desenvolveu-se a partir da temática Consumo e Consumismo, trabalhada no ano de 2018 com alunos do 2º ano do Ensino Médio, nas aulas de Sociologia, da Escola Estadual Prof. Antônio de Baptista, no município de Marília. Para a atividade, foi utilizada a música “Os mlk é liso” do cantor Mc Rodolfinho, cujo gênero musical é o chamado “Funk Ostentação”. O objetivo foi utilizar o funk como uma ferramenta para ensinar Sociologia problematizando os conceitos e possibilitando um olhar crítico da realidade social, estabelecendo uma relação entre a cultura juvenil. Este gênero musical é consumido pelos jovens em forma de entretenimento, induzindo ao consumo de outras mercadorias, ou seja, ao consumismo. Ao fazer a análise da letra da música em sala de aula, foi possível compreender que esse gênero musical suscita o desejo de consumo exacerbado, porém, de forma inconsciente, a letra “vende” o sentimento de felicidade direcionando o desejo de comprar mercadorias de valor. Segundo Karl Marx, “a produção não produz, pois, unicamente o objeto do consumo, mas também o modo de consumo, ou seja, produz objetiva e subjetivamente. A produção cria, pois, os consumidores.” (MARX, 2008, p 248). O Funk Ostentação é trabalhado de forma dialética, pois, ao mesmo tempo que promove um modo de consumo, também se torna uma mercadoria de consumo. O funk se torna objeto da Indústria Cultural. Nesse contexto, segundo Adorno, a indústria cultural especula a consciência e a inconsciência das pessoas as quais ela afeta, porém, as massas não são um fator primário e sim secundário, um elemento de cálculo do sistema. “O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto.” (ADORNO, 1977, p. 287-288). Além do mais, a indústria tem o seu suporte

1 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Câmpus de Marília – SP, licencianda em Ciências Sociais, bolsista CAPES, branca, mulher cisgênero, Marília – SP.

2 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Câmpus de Marília – SP, licencianda em Ciências Sociais, bolsista CAPES, branca, mulher cisgênero, Marília – SP.

3 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Câmpus de Marília – SP, licenciando em Ciências Sociais, bolsista CAPES, branco, homem cisgênero, Marília – SP.

4 Professora orientadora: Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Câmpus de Marília – SP, Professora Doutora da Graduação e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Mestrado de Sociologia em Rede Nacional, negra, mulher cisgênero, Marília - SP.

ideológico no fato de que ela dispensa todas as consequências de suas técnicas em seus produtos e impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente. No quesito da implementação da atividade, obtivemos bons resultados, pois, os alunos já conheciam a música, havendo, portanto, grande participação da sala de aula.

Referências Bibliográficas:

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.) *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977, p. 287-288.

MARX, Karl. Contribuição à crítica da economia política. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008, p. 248.