

2^a

Série

Sociologia

**MATERIAL
DIGITAL**

Indústria cultural, consumismo e identidade

**4º bimestre
Aula 10**

**Ensino
Médio**



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

Conteúdos

- O fenômeno do consumismo;
- A formação do indivíduo como consumidor;
- Fatores que estimulam o consumismo e seus impactos na construção das identidades e nas atitudes e valores dos indivíduos.

Objetivos

- Compreender o que é o consumismo e como ele se diferencia do consumo, reconhecendo o papel central dessa prática na sociedade contemporânea;
- Analisar como o indivíduo é socializado como consumidor, identificando os mecanismos (publicidade, redes sociais, moda e tecnologia) que associam o consumo a status, felicidade e pertencimento social;
- Refletir sobre os impactos do consumismo na construção das identidades, valores e relações sociais, relacionando-o a práticas cotidianas de consumo e uso das redes sociais na contemporaneidade.



Analise as seguintes situações e responda:

1. Você já passou por alguma dessas experiências?
2. O que elas revelam sobre a relação entre consumo, desejo e identidade atualmente?



Já comprou algo e, depois, nem lembrou por que queria tanto aquilo?

SETH WENIG/TOLEDO, 2023.



Já realizou um desejo de consumo e, logo depois, passou a desejar outra coisa?

SANTOS, A. DA S. [s.d.].



Adquiriu coisas apenas para se sentir bem e ser admirado pelos colegas e no meio social onde vive?

© Freepik



Já teve vontade de comprar algo depois de ver um influenciador ou criador de conteúdo usando ou recomendando?

© Freepik

Consumir para quê?

Para refletir

Assista ao vídeo *Wake up call*, de Steve Cutts, e observe **como o consumo é representado**.

1. O consumo busca atender necessidades ou desejos constantemente estimulados?
2. As escolhas de consumo dos indivíduos são influenciadas? Como?
3. O consumo interfere na construção das identidades e no reconhecimento social? De que maneira?

Link para vídeo



Wake Up Call – Steve Cutts



The Gaia Foundation. O vídeo apresenta uma crítica ao consumismo e à influência da indústria cultural na construção de desejos, comportamentos e identidades na sociedade contemporânea.

THE GAIA FOUNDATION. Wake up call. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=jid2A7ldc_8. Acesso em: 26 maio 2025.

A sociedade de consumidores

Para o filósofo e sociólogo polonês Zygmunt Bauman (1925-2017), na **sociedade de consumidores**, o consumo deixa de atender apenas necessidades e passa a ser associado à felicidade, ao pertencimento e ao reconhecimento social.

Assim, **consumir torna-se uma prática constantemente incentivada e valorizada**, ocupando um lugar central na organização da vida social.

“

A sociedade de consumidores representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a **escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas**, e rejeita todas as opções culturais alternativas.

(Zygmunt Bauman, 2008. p. 71)

E a função do consumismo?

Na sociedade de consumidores, **novos desejos e necessidades são continuamente produzidos e renovados pelo mercado.**

Nesse contexto, as pessoas são incentivadas a consumir cada vez mais, fazendo com que o **consumismo** deixe de ser apenas um comportamento individual e se torne uma característica da vida social.

“

Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser [...] destacada ('alienada') dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a 'sociedade de consumidores' em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano.

(Zygmunt Bauman, 2008. p. 71)

Como funciona o consumismo?

Para Bauman, na sociedade de consumidores, o mais importante não é satisfazer necessidades, mas manter as pessoas **desejando constantemente novos produtos, experiências e estilos de vida.**

Consumo como prática individual de satisfação de necessidades



- Comprar um celular para se comunicar.
- Comprar uma roupa para substituir uma que se desgastou.
- Comprar um tênis para praticar esportes.

#

Consumismo como lógica social de produção contínua de desejos

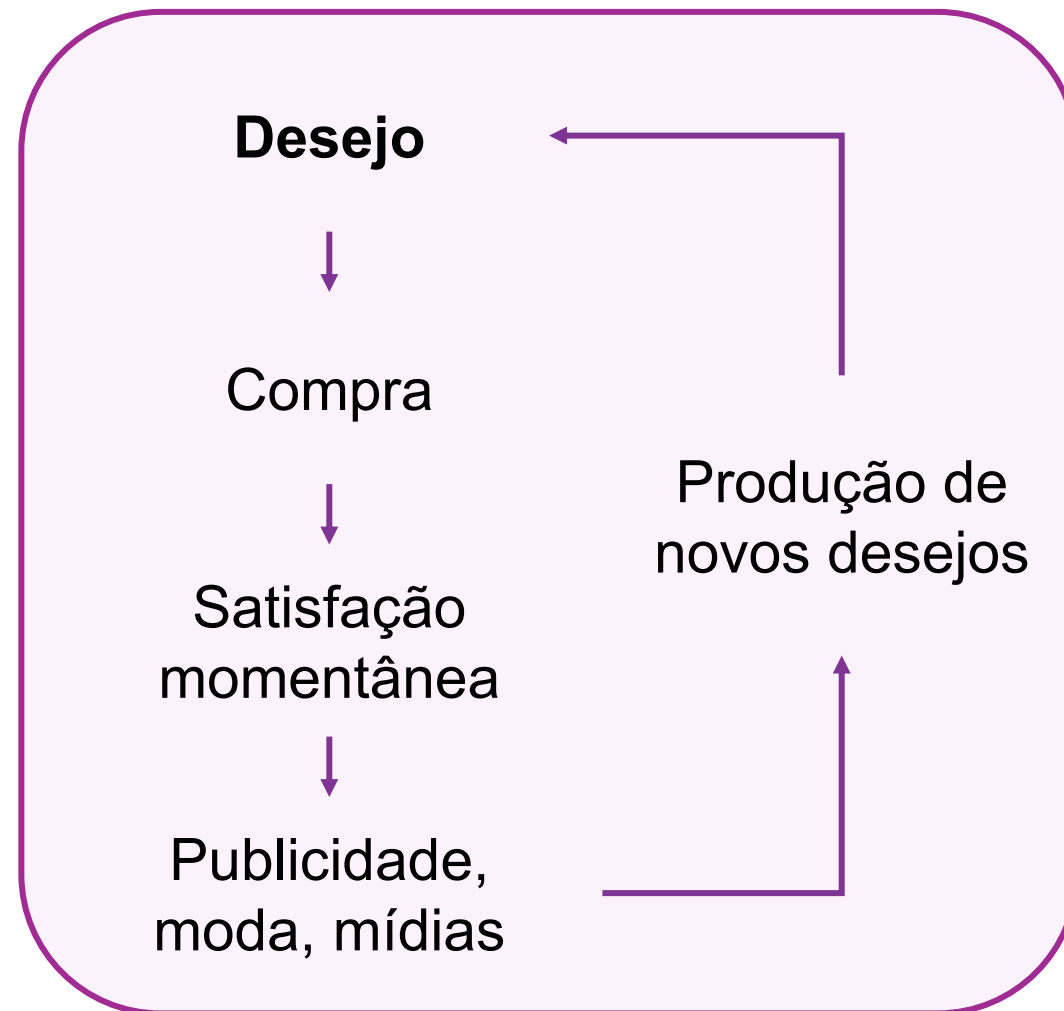


- Trocar de celular porque um novo modelo foi lançado.
- Comprar roupas para acompanhar tendências da moda.
- Comprar um tênis de marca para obter status ou reconhecimento.

Ciclo do consumismo

Segundo Bauman, na sociedade de consumidores, a satisfação é temporária.

Quando um desejo é realizado, novos desejos são continuamente estimulados, mantendo o **consumo em movimento**.



Foco no conteúdo

Consumismo = motor da sociedade

O consumismo não busca satisfazer definitivamente os desejos, mas **renová-los continuamente**.

Para refletir

Observe a HQ ao lado e reflita:

- o que aconteceria com a sociedade de consumidores se as pessoas parassem de desejar novidades?

Disponível em:

<https://www.facebook.com/QuadrinhosAcidos/photos/consumismo/2117377364950310/>. Acesso em: 8 jun. 2026.





Consumismo

Qual das alternativas expressa corretamente a relação entre consumismo e identidade na sociedade contemporânea, segundo a perspectiva de Zygmunt Bauman?

O consumismo é um comportamento individual que independe da cultura.

O consumismo é apenas uma necessidade econômica, sem impacto na vida social.

O consumismo organiza a vida social e molda as relações via padrões de consumo.

O consumismo é parte constitutiva da cultura, mas não influi no comportamento do indivíduo.



Consumismo

Qual das alternativas expressa corretamente a relação entre consumismo e identidade na sociedade contemporânea, segundo a perspectiva de Zygmunt Bauman?



O consumismo é um comportamento individual que independe da cultura.

O consumismo é apenas uma necessidade econômica, sem impacto na vida social.



O consumismo organiza a vida social e molda as relações via padrões de consumo.

O consumismo é parte constitutiva da cultura, mas não influi no comportamento do indivíduo.



A indústria cultural e o consumo

Um dos mecanismos que contribuem para a reprodução da sociedade de consumidores é a **indústria cultural**.

Segundo a **Escola de Frankfurt**, ela corresponde ao **processo pelo qual a cultura passa a ser produzida e distribuída como mercadoria**, difundindo valores, comportamentos e estilos de vida alinhados à lógica do consumo.

A indústria da moda lança tendências...



Desfiles das marcas Balmain (esq.), Acne Studios (centro) e Fendi, com modelos portando *shoulder bags* (bolsas transversais) masculinas.

Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/moda/homem-de-bolsa-sim-confira-a-tendencia/>. Acesso em: 8 jun. 2026.

A indústria cultural e a produção de desejos

Como a indústria cultural influencia o consumo?

Por meio de filmes, músicas, programas, propagandas, conteúdos digitais e influenciadores, a indústria cultural estimula desejos e associa o consumo a valores como felicidade, sucesso, beleza e realização pessoal.

Estes desejos também são difundidos por outros meios da indústria cultural, como o cinema.



O ator Zach Galifianakis (em destaque), em cena do filme *Se beber, não case!*, usando bolsa transversal masculina.

MRTHEHANGOVER. The Hangover "Satchel/Man Purse". Disponível em: <https://youtu.be/iuygRWVwuUI>. Acesso em: 8 jun. 2026.

Indústria cultural e identidade

A indústria cultural **produz uma aparente diversidade de escolhas**, mas tende a padronizar gostos, valores e comportamentos, estimulando o consumo contínuo e a adaptação aos modelos difundidos pelos meios de comunicação.

Para refletir

Observe as fotografias ao lado e reflita:

- O que a repetição de roupas, acessórios e estilos nas fotografias sugere sobre a influência da indústria cultural e do consumo na construção das identidades?



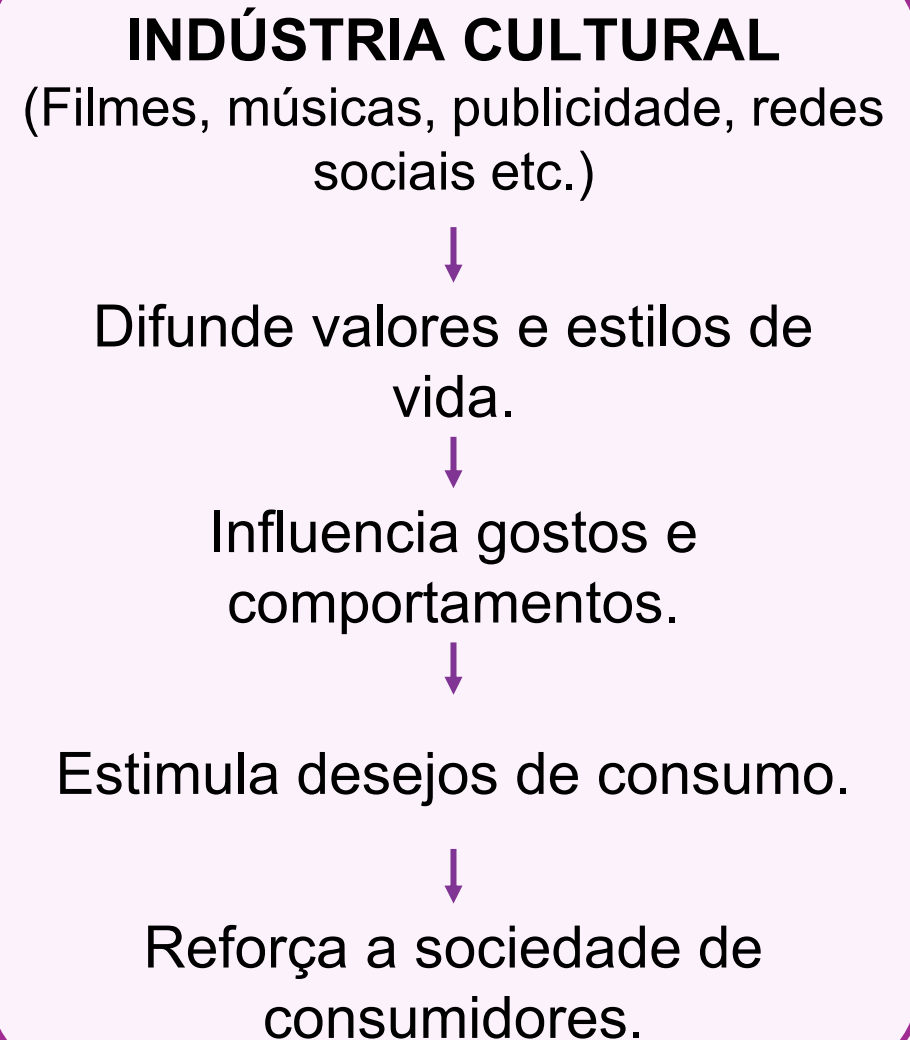
Fotografias de Hans Eijkelboom, que são registros de padrões de estilo adotados por pessoas em vários lugares do mundo.

Disponível em: <https://www.we-heart.com/2014/11/10/hans-eijkelboom-people-of-the-twenty-first-century/>. Acesso em: 9 jun. 2026.

A indústria cultural e a sociedade de consumidores

A indústria cultural não apenas entretém, mas também **influencia gostos, comportamentos e formas de compreender o mundo.**

Ao valorizar determinados produtos, estilos de vida e modelos de sucesso, ela **difunde valores consumistas**, estimula desejos e contribui para a reprodução da sociedade de consumidores.





Observe as imagens:



De que maneira as fotografias ao lado ilustram a relação entre indústria cultural, consumismo e a busca por reconhecimento social na sociedade contemporânea?

Expectativa de resposta:

As fotografias mostram pessoas de diferentes lugares adotando estilos, marcas, roupas e comportamentos muito semelhantes. Isso pode ser explicado pela influência da indústria cultural, que difunde modelos de consumo, beleza, sucesso e pertencimento por meio da publicidade, da moda, das mídias e das redes sociais.

Ao mesmo tempo, as imagens ilustram o consumismo descrito por Bauman, pois o consumo passa a ser utilizado para construir identidades, demonstrar pertencimento a determinados grupos e buscar reconhecimento social.

Assim, embora pareçam expressar individualidade e diferenciação, muitas escolhas de consumo acabam reproduzindo padrões amplamente difundidos pela indústria cultural, contribuindo para a padronização de gostos, estilos de vida e comportamentos na sociedade de consumidores.



Indústria cultural, consumismo e identidade

De acordo com o que vimos na aula, responda:

- As pessoas escolhem livremente seus estilos de vida ou são influenciadas por padrões de consumo?

Disponível em:

<https://br.pinterest.com/pin/525302744030323235/>.

Acesso em: 26 maio 2025.

Nesta aula, compreendemos que o consumismo e a indústria cultural influenciam a construção das identidades, os modos de vida e as relações sociais na sociedade contemporânea.

1

Compreendemos a diferença entre consumo e consumismo, reconhecendo como o desejo de consumir é associado à felicidade, ao pertencimento e ao reconhecimento social.

2

Identificamos como família, mídia, publicidade, redes sociais, influenciadores e tecnologias socializam os indivíduos para o consumo desde a infância.

3

Analisamos como a indústria cultural produz padrões de comportamento, gostos e estilos de vida, incentivando o consumo em massa e reduzindo o pensamento crítico.

4

Refletimos sobre os impactos do consumismo na construção das identidades, nas relações sociais e no meio ambiente, problematizando práticas de consumo do cotidiano.

Referências

ARIONAURO DA SILVA SANTOS. Charge celular consumo. **Pinterest**, [s.d.]. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/535998793149141121/>. Acesso em: 26 maio 2025.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MEIO & MENSAGEM. **Influência**: 80% dos consumidores compram produtos sugeridos por creators, 18 fev. 2025. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/influencia-80-dos-consumidores-compram-produtos-sugeridos-por-creators>. Acesso em: 26 maio 2025.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Educação. **Currículo Paulista**: etapa Ensino Médio, 2020. Disponível em: https://efape.educacao.sp.gov.br/curriculopaulista/wp-content/uploads/2023/02/CURR%C3%8DCULO-PAULISTA-etapa-Ensino-M%C3%A9dio_ISBN.pdf. Acesso em: 26 maio 2025.

TOLEDO, R. São Paulo tem serviço de atenção a acumuladores. **Estadão Expresso São Paulo**, 20 jun. 2023. Disponível em: <https://expresso.estadao.com.br/sao-paulo/2023/06/20/sao-paulo-tem-servico-de-atencao-a-acumuladores/>. Acesso em: 26 maio 2025.

Identidade visual: imagens © Getty Images.

Para professores

Slide 2



Habilidade: (EM13CHS303) Debater e avaliar o papel da indústria cultural e das culturas de massa no estímulo ao consumismo, seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas à percepção crítica das necessidades criadas pelo consumo e à adoção de hábitos sustentáveis.

Slide 3



Tempo: 5 minutos.



Dinâmica de condução: professor(a), inicie uma conversa breve sobre situações do cotidiano relacionadas ao consumo. Incentive os estudantes a observarem que muitas práticas consideradas “normais” — trocar de celular, seguir tendências, desejar produtos vistos nas redes sociais — fazem parte de um processo social mais amplo, ligado ao consumismo e à indústria cultural. Ao explorar as imagens, estimule os estudantes a compartilharem experiências pessoais e percepções sobre como publicidade, influencers, colegas, moda e redes sociais influenciam desejos, escolhas e comportamentos. Retome que o objetivo não é julgar hábitos individuais, mas compreender sociologicamente como os indivíduos são socializados para consumir.

Aproveite as respostas para introduzir a diferença entre consumo e consumismo, destacando como o consumo pode deixar de atender apenas necessidades e passar a envolver pertencimento, status, reconhecimento e construção de identidade. Durante a discussão, valorize exemplos próximos da realidade juvenil, como trends, marcas, estética digital, jogos, compras on-line e influência de criadores de conteúdo, aproximando os conceitos sociológicos do cotidiano dos estudantes.

Slide 4



Tempo: 5 minutos.



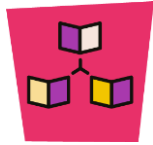
Dinâmica de condução: professor(a), na atividade com o vídeo *Wake up call*, proponha que os estudantes identifiquem exemplos de: influência da publicidade e da indústria cultural; construção de desejos artificiais; consumo associado à felicidade e ao reconhecimento social; descarte rápido de produtos e busca contínua por novidades. Estimule uma postura crítica, evitando julgamentos moralizantes sobre o consumo. O objetivo é desenvolver o olhar sociológico sobre como o consumismo influencia comportamentos, relações e identidades na sociedade contemporânea.

Provoque os estudantes a refletirem sobre como, desde cedo, somos expostos a marcas, produtos, mídias e estilos de vida que influenciam nossa forma de pensar, agir e consumir. Oriente uma reflexão sobre os impactos da indústria extrativista no meio ambiente e sobre como o consumo não sustentável afeta não apenas os recursos naturais, mas também nossa saúde mental e relações sociais.

Slides 5 a 11



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução: professor(a), retome a discussão anterior sobre sociedade de consumidores, destacando que, para Bauman, o consumismo ultrapassa o ato de comprar e passa a organizar a própria vida social. Explore com os estudantes a ideia de que desejos, escolhas e projetos de vida podem ser influenciados pela lógica do consumo e pela busca de satisfação imediata.

Ao trabalhar os trechos de Bauman, auxilie os estudantes na interpretação das ideias centrais, explicando que o consumismo: molda normas e comportamentos sociais; influencia a construção das identidades; organiza relações sociais e formas de pertencimento. Incentive os estudantes a relacionarem cada ideia apresentada com situações do cotidiano, como redes sociais, moda, tendências digitais, busca por status e necessidade constante de atualização tecnológica.



Tempo: 10 minutos.



Dinâmica de condução: professor(a), explique que os pensadores da Escola de Frankfurt buscavam compreender como a cultura passou a funcionar também como mercadoria na sociedade capitalista. Destaque que músicas, filmes, séries, redes sociais, influenciadores e produtos culturais não são neutros, pois também transmitem valores, estilos de vida e padrões de comportamento. No slide sobre as características da indústria cultural, procure relacionar cada conceito ao cotidiano dos estudantes. No tópico sobre padronização, utilize exemplos de músicas, filmes, trends ou conteúdos digitais muito semelhantes entre si.

Em “Indústria cultural e a identidade”, problematize a sensação de originalidade em escolhas frequentemente influenciadas por tendências e algoritmos. Ao abordar a “comodificação” da vida, ajude os estudantes a perceberem como símbolos culturais, imagens, ideias e até figuras históricas podem ser transformados em mercadorias consumidas em larga escala. Explore criticamente como elementos originalmente ligados à contestação podem perder parte de seu sentido ao serem apropriados pelo mercado.

Na discussão sobre cultura de massa e consumismo, incentive a leitura crítica da mídia e das redes sociais. Questione como o entretenimento rápido, os conteúdos virais e a lógica da visibilidade constante podem influenciar desejos, opiniões e formas de agir. Evite uma abordagem moralizante; o objetivo é desenvolver análise crítica sobre os mecanismos sociais que articulam mídia, consumo e construção das identidades na contemporaneidade.

Slide 18



Tempo: 5 minutos.



Dinâmica de condução: professor(a), utilize o encerramento como um momento de síntese crítica da aula, retomando os conceitos de consumismo, indústria cultural e construção das identidades. Incentive os estudantes a relacionarem os conteúdos discutidos com situações do cotidiano, especialmente práticas de consumo, uso das redes sociais e impactos ambientais associados à lógica consumista.

Ao explorar a imagem, provoque a interpretação simbólica: a Terra amassada como papel pode representar o desgaste ambiental provocado pelo consumo excessivo e pela lógica do descarte rápido. Pergunte aos estudantes quais relações conseguem estabelecer entre consumismo, produção de lixo, exploração de recursos naturais e degradação ambiental.

Na discussão final, valorize diferentes posicionamentos, estimulando argumentos fundamentados e reflexão crítica. O objetivo é ampliar a consciência sobre como o consumismo influencia desejos, modos de vida, relações sociais e o próprio planeta, incentivando os estudantes a pensarem possibilidades de consumo mais consciente e responsável.

Trilha de exercícios

Para esta aula, é indicado o exercício **10** do bloco de conteúdo **Consumo e vida digital: transformações e efeitos no cotidiano**. Dentro desse conjunto ele pretende **consolidar** as aprendizagens sobre o consumismo na construção das identidades, valores e relações sociais. Esse exercício pode ser feito em casa, de forma autônoma pelos estudantes, ou você pode selecioná-lo para trabalhar em sala de aula.



**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**