

**2^a
SÉRIE**

CANAL SEDUC-PI2



PROFESSOR (A):



DISCIPLINA:



CONTEÚDO:



TEMA GERADOR:

GILDEMAR

SOCIOLOGIA

**CULTURA E
IDEOLOGIA**

**PAZ NA
ESCOLA**

- A CONSOLIDAÇÃO E O FORTALECIMENTO DOS ESTADOS NACIONAIS, QUE PASSARAM A SER DEFINIDOS PELA UNIDADE DE LÍNGUA E RELIGIÃO E PELA UNIDADE TERRITORIAL OU POLÍTICA, LEVOU A IDÉIA DE NAÇÃO.
- INTELECTUAIS EUROPEUS FORMULARAM A NOÇÃO DE “ESPÍRITO DE UM POVO” EXPRIMIDO NAS ARTES E NAS TRADIÇÕES NACIONAIS
- ESSAS SOCIEDADES SOB FORMAS DE ESTADOS NACIONAIS ERAM CAPITALISTAS E, COMO TAIS, DIVIDIDAS EM CLASSES SOCIAIS

- TRADIÇÃO NACIONAL

= FOLCLORE
CULTURA E ARTE POPULAR
MITOS, LENDAS E RITOS
DANÇAS, MUSICAS REGIONAIS

- ARTE OU CULTURA ERUDITA

= ELITE
INTELECTUAIS E ARTISTAS
DA CLASSE DOMINANTE
DA SOCIEDADE
ARTE CONSUMIDA POR UM PÚBLICO LETRADO

- **CONTEXTO HISTÓRICO**

- **SEGUNDA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL**

⇒ DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE INDUSTRIAL.

⇒ DESLOCAMENTO POPULACIONAL

- ÁREA RURAL PARA A ÁREA URBANA.



- OBS – NESSE CONTEXTO, A MAIORIA DOS TRABALHADORES DEIXAVA PARA TRÁS SUA CULTURA E SUA ARTE (DENOMINADA DE FOLCLORE PELOS INTELECTUAIS).



- **CRÍTICAS**

- DEVEMOS SABER QUE A PROPAGANDA RESSALTA A MAGIA DA MERCADORIA.
- NA INDÚSTRIA CULTURAL, O CONSUMIDOR É TRATADO COMO REI, MAS NÃO O É, NA REALIDADE ELE É SIMPLESMENTE OBJETO DELA.
- OS PRODUTOS SÃO ADAPTADOS AO CONSUMO DAS MASSAS (QUE EM GRANDE PARTE TORNA-SE ESCRAVO DELA, DETERMINANDO O SEU CONSUMO).

• ATENÇÃO

⇒ A INDÚSTRIA CULTURAL VENDE CULTURA. PARA VENDÊ-LA DEVE SEDUZIR E AGRADAR O CONSUMIDOR. PARA SEDUZÍ-LO E AGRADÁ-LO, NÃO DEVE CHOCÁ-LO, PROVOCÁ-LO, FAZÊ-LO PENSAR, FAZÊ-LO TER INFORMAÇÕES NOVAS QUE PERTURBEM, MAS DEVE DESENVOLVER-LHE, COM NOVA APARÊNCIA, O QUE ELE SABE, JÁ VIU, JÁ FEZ.

MARILENA CHAUÍ

Mesclando cultura e ideologia

Theodor Adorno e Max Horkheimer procuraram analisar a relação entre cultura e ideologia com base no conceito de *indústria cultural*, cujo objetivo é a produção em massa de bens culturais para ser consumidos como qualquer mercadoria.

As empresas envolvidas na indústria cultural têm a lucratividade e a adesão incondicional ao sistema dominante como fundamentos, e colocam a felicidade nas mãos dos consumidores mediante a compra de alguma mercadoria cultural.