



**2ª  
SÉRIE**

# **CANAL SEDUC-PI2**



PROFESSOR (A):

**GILDEMAR**



DISCIPLINA:

**SOCIOLOGIA**



CONTEÚDO:

**CULTURA E  
IDEOLOGIA**



TEMA GERADOR:

**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” EXPRESSO 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 SIMPLEMENTE 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 CHAUI

# 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.