

2^a
SÉRIE

CANAL SEDUC-PI2

PROFESSOR (A):

MAC DOWELL

DISCIPLINA:

SOCIOLOGIA

CONTEÚDO:

**CULTURA E
IDEOLOGIA**

TEMA GERADOR:

**PAZ NA
ESCOLA**

DATA:

**DATA:
15.04.19**

22/4 ↗ REVISÃO

ROTEIRO DE AULA

1. Indústria cultural.
2. Meios de Comunicação.

INDÚSTRIA CULTURAL É A
TRANSFORMAÇÃO DA ARTE E DA CULTURA EM
MERCADORIA.

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.

Mesclando cultura e ideologia

Ao consumir produtos culturais, nos sentimos integrados a uma sociedade imaginária, sem conflitos e sem desigualdades.

A indústria cultural promove uma fuga do cotidiano: o indivíduo se aliena para poder continuar aceitando a exploração do sistema capitalista.



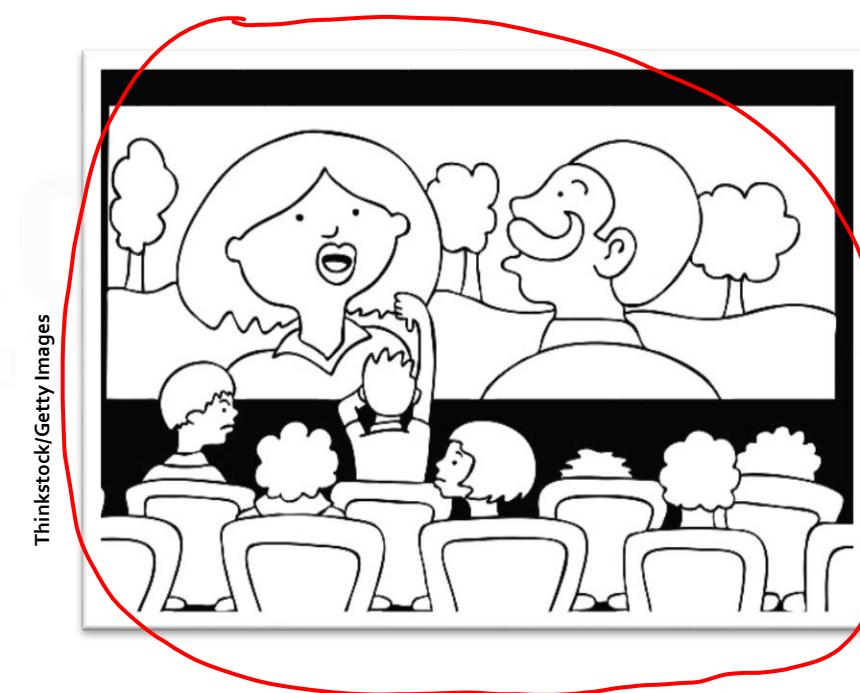
Shopping center na Malásia, em 1995. Por meio da sedução e do convencimento, a indústria cultural vende produtos que devem agradar ao público, não para fazê-lo pensar com informações novas que o perturbem, mas para propiciar-lhe uma fuga da realidade.

Mesclando cultura e ideologia

Os meios de comunicação e a vida cotidiana

O avanço contínuo da tecnologia dos meios de comunicação não invalida o conceito de indústria cultural.

Produtos de baixa qualidade têm a oferta justificada pelo argumento de que atendem às necessidades de pessoas que desejam apenas entretenimento e diversão. Mas esses produtos são oferecidos tendo em vista as necessidades das próprias empresas, ou seja, o lucro.



VIVEMOS NO MUNDO
DAS IMAGENS

Mesclando cultura e ideologia

O “mundo maravilhoso” e sem diferenças está presente nos programas de televisão.

O cientista social italiano Giovanni Sartori reflete sobre esse meio de comunicação. Até o advento do cinema, no final do século XIX e início do século XX, o universo da comunicação era puramente linguístico, quer a linguagem fosse escrita, quer fosse falada.



Thinkstock/Getty Images