



Estágio I: Transposição Indústria Cultural

A indústria cultural em ação

Milena Rodrigues Estevão

Vitor Moraes dos Santos

Jean Ferreira Peres

UFPEL Licenciatura em Ciências Sociais

Docente Orientadora: Doutora em Educação Analisa Zorzi

Docente Orientador: Doutor em Sociologia Marcus Spolle



A REVISTA DA INDÚSTRIA CULTURAL

Na edição de hoje, aprenderemos os conceitos de indústria cultural e cultura de massas. Veremos também como os meios de comunicação em massa estão intimamente relacionados a esses dois importantes conceitos, abordados por Theodor Adorno e Max Horkheimer em 1944.



A INDÚSTRIA CULTURAL

THEODOR ADORNO E MAX HORKHEIMER

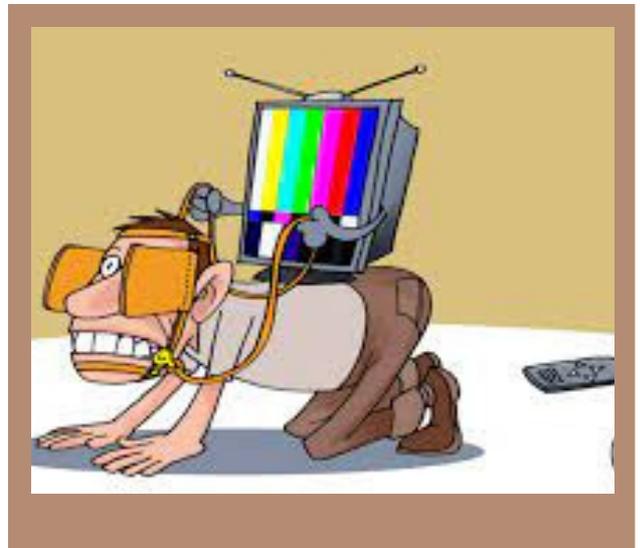
A teoria crítica de Horkheimer e Adorno concebe a indústria cultural em um período de transição no qual ocorriam mudanças significativas no mercado de trabalho e surgiam novidades tecnológicas nos meios de comunicação.

Antes desse período, arte e cultura eram desfrutadas de forma distinta, com a elite consumindo a chamada "arte superior" e a classe trabalhadora a "arte inferior", o que gerava uma clara separação entre esses grupos.



Após a emergência da indústria cultural, a classe trabalhadora deixou de produzir sua arte popular crítica e transformadora da sociedade. Em vez disso, a arte popular e a "arte superior" tornaram-se interligadas em um único propósito: a comercialização.

Essas formas de arte se tornaram totalmente dependentes do mercado e perderam sua espontaneidade. A arte e a cultura tornaram-se produtos do capitalismo e os indivíduos foram transformados em objetos desse sistema cultural e industrial.



É evidente que a indústria cultural não busca apenas lucro, mas também mantém os indivíduos presos em uma ideologia dominante, tornando-se uma ferramenta de manipulação da população.

características da indústria cultural:

RECAPITULANDO...

A indústria cultural é usada como um mecanismo, para controlar as pessoas, fazendo elas gostarem de coisas iguais e comprarem mais. Isso é feito para reforçar os valores do capitalismo e do consumo em massa. A indústria cultural tenta fazer com que as pessoas não pensem muito sobre o que estão comprando, para que comprem tudo igual.

Outra característica da indústria cultural é a massificação dos produtos, que são produzidos em grande quantidade e divulgados para um grande número de pessoas. Além disso, a homogeneização dos produtos é uma prática comum na indústria cultural, com filmes, músicas, novelas, peças de teatro e outros bens culturais seguindo uma fórmula de sucesso semelhante. Isso faz com que eles sejam facilmente reconhecidos e consumidos pelo público, resultando em lucro para a indústria.

qual a relação dos meios de comunicação, com tudo isso?

Com base no que foi apresentado anteriormente, é possível compreender a relação entre a indústria cultural e os meios de comunicação de massa. Esses meios de comunicação têm o papel de disseminar ideias sobre o que é considerado "ideal" na sociedade, desde a maneira como as pessoas devem se vestir e se comportar até o que devem consumir.



Isso os torna grandes aliados da indústria cultural e da cultura de massa, já que ajudam a disseminar essas ideias e produtos para um público ainda maior. Por meio dos meios de comunicação de massa, a indústria cultural pode alcançar um público mais amplo e garantir a continuidade do consumo de seus produtos.

REFERÊNCIAS:

ADORNO, Theodor W. ; HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

A Indústria Cultural - O Iluminismo como mistificação das massas (1947). In.: ADORNO, Theodor W. Indústria cultural e sociedade.