

## M2 - Av3 (presencial) e Av4 (online)

### Av3

Capítulo 7 – Conceitos de trabalho

Capítulo 8 – Definições de Cultura

Capítulo 9 – Cultura e Identidade

Período: 16/05 a 20/05

### Av4

Capítulo 10 – A análise sociológica da religião

Capítulo 11 – A Indústria cultural do Brasil

Capítulo 12 – Formação do Estado Moderno

Período: 27/06 a 01/07

**Arquivo para baixar.**

**Capítulo 11**

**A indústria cultural no  
Brasil**



**Sociologia - 2 ano**

## Capítulo 11

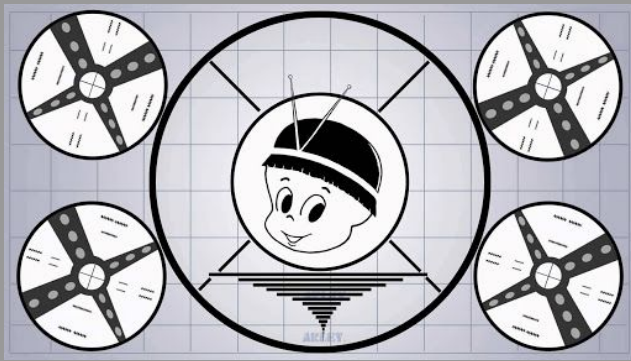


# A indústria cultural no Brasil

2 ano, Rede SMCE - Unidade BR  
Maria Priscila Chagas

## **Ao final desta aula, esperamos que você consiga:**

- Estabelecer uma relação entre o conceito de Ideologia e Indústria Cultural.
- Compreender a construção da identidade nacional no imaginário brasileiro, utilizando a Indústria Cultural.
- Compreender a felicidade ao poder de consumo e entender o papel da televisão no incentivo ao consumo.



## Papel da indústria cultural na formação da identidade nacional brasileira



# Escola de Frankfurt - Indústria cultural.

O conceito de indústria cultural foi desenvolvido pelo filósofo e sociólogo Theodor Adorno (1903-1969), o qual afirma que o “sistema”, isto é , a sociedade tecnológica contemporânea, tem por seus principais instrumentos de domínio, dentro do sistema capitalista, a chamada indústria cultural.

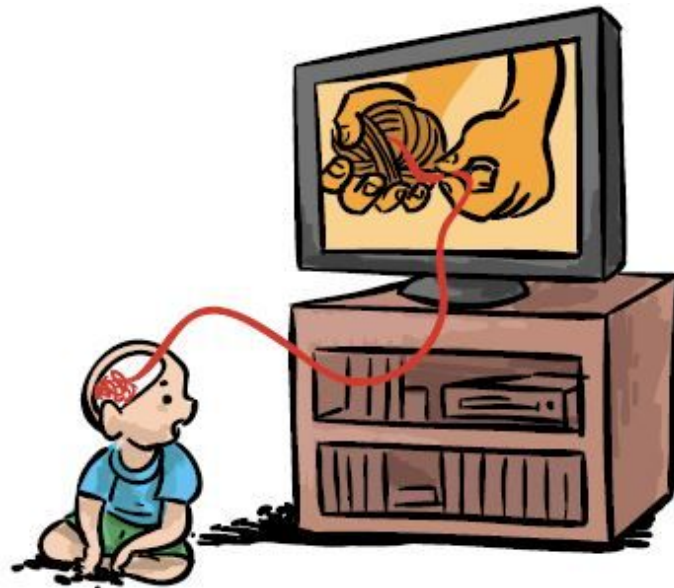
É por meio da indústria cultural que o “sistema” impõe valores e modelos de comportamento, além de criar necessidades e, por último, controlar a linguagem. Todos esses valores, modelos e mesmo a linguagem devem ser de tal forma uniformes para que possam atingir o maior número de pessoas estabelecer uma hegemonia de pensamento. Para que isso ocorra, esses valores devem ser amorfos e assépticos, ou seja, não devem permitir a liberação de criatividade, nem da reflexão, mas tornar as pessoas mais passivas e bloquear sua criatividade.

Pg. 212. 1º e 3º Parágrafo.

# Escola de Frankfurt - Indústria cultural.

A indústria cultural é, assim, a produção de arte como mercadoria, imbuída de uma Ideologia, isto é, de um projeto de poder que busca o controle social.

Pg. 212. 4ºParágrafo.



# Indústria cultural no Brasil.

Identidade  
Nacional.



No Brasil, a indústria cultural se manifesta de diversas maneiras. Uma delas é por meio da tentativa de construir uma identidade nacional, com base em modelos e movimentos artísticos importados da Europa, em um primeiro momento, e dos Estados Unidos, posteriormente.

Pg.212. 5º Parágrafo.

República.



No Brasil moderno, isto é, naquele que teve início com o advento da República (...), essa indústria começou com o rompimento de símbolos, personagens e fatos do passado monárquico, para substituí-los por novos símbolos criados pelos republicanos. Nomes como José Bonifácio de Andrada, Carlos Gomes, Joaquim Nabuco, Dom Pedro II, Princesa Isabel e José do Patrocínio, entre outros, foram, pouco a pouco, esquecidos e substituídos por personagens e simbologias ligadas ao ideal republicano, como Tiradentes, que foi entronizado como símbolo da liberdade do Brasil. Em várias obras, suas feições passaram a ser representadas como próximas à figura de Jesus Cristo, com cabelos longos, castanhos, olhar cômico, vestes brancas etc., prestes a ser martirizado ou já tendo passado pelo martírio

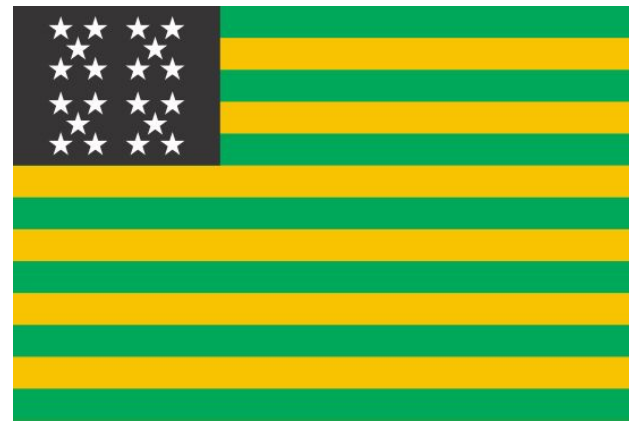
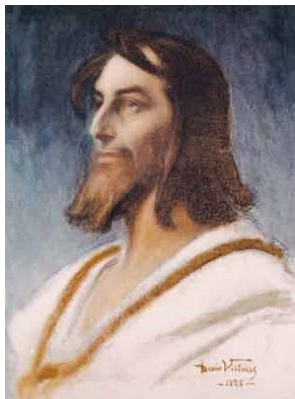
Pg. 212. 6º Parágrafo.





# Indústria cultural no Brasil.

## Símbolos Republicanos.



# Indústria cultural - Estado - Vargas.

No entanto, a indústria cultural mais significativa teve início somente a partir da Revolução de 1930, tendo Getúlio Vargas como um personagem fundamental por um longo período da história do Brasil. Pessoalmente, Vargas era uma personalidade que entendia a importância da cultura e da propaganda, ao mesmo tempo em que possuía um senso prático, aliado ao carisma e à capacidade de diálogo com o grande público. Esse conjunto de características permitiu a ele ter muito claro um projeto e sua realização: a união do Brasil por meio de uma nova identidade nacional, criada e controlada pelo Estado, e difundida pelos meios de comunicação de massa da época. Isso era também uma criação da imagem de si mesmo como grande líder, o “pai dos pobres”, embora na prática, fosse autoritário e, em sendo nacionalista, tenha feito várias concessões ao capital estrangeiro para viabilizar seu poder.



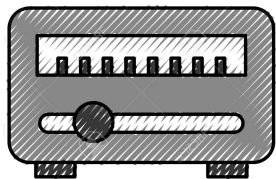
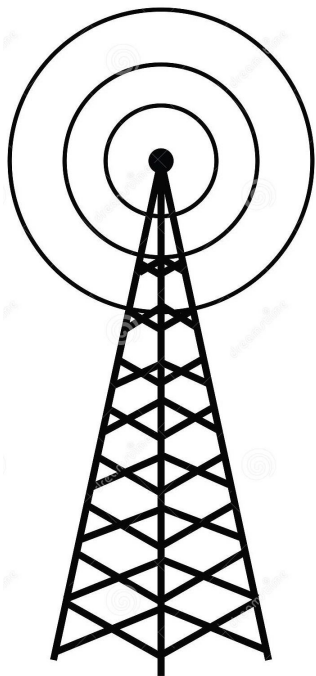
Pg 213. 3º Parágrafo.

# Indústria cultural - Estado - Vargas.

## Nas ondas do rádio.

Para tanto, o uso dos meios de comunicação de massas foi essencial, sobretudo, o rádio, que passou a ser o principal instrumento de difusão desse ideal cultural, criado e controlado pelo Estado. Por exemplo, o primeiro *Programa Nacional* foi ao ar em 22 de julho de 1935, levando notícias e informações diariamente. Ele existe até hoje, sob o nome de *Voz do Brasil*. Foi criada também a Rádio Nacional do Rio de Janeiro - quinta rádio mais potente do mundo à época -, qual foi estatizada em 1940, passando a ser emissora oficial de Getúlio Vargas.

Pg. 213. 4ºParágrafo.



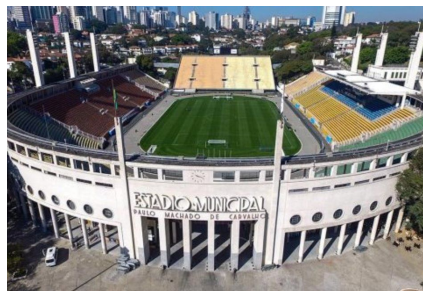
# Indústria cultural - Estado - Vargas.

Cultura Nacional

## Samba e Carnaval.



## Futebol

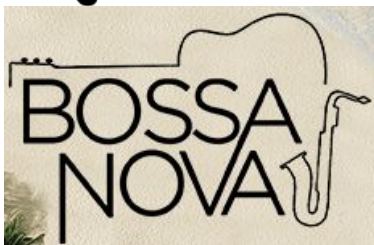




# Poder de Consumo - Televisão.



- No governo de JK, com o programa **nacional - desenvolvimentismo**, e a vinda de indústrias multinacionais gerou;
- o fortalecimento do consumo, com o fortalecimento da classe média e de uma elite assalariada.
- A propaganda vinculada ao desenvolvimento da televisão no Brasil, acabou por gerar o consumo.
- A felicidade passou a ser associada ao prazer do consumo de produtos que facilitariam o dia a dia das famílias do país.
- Com isso a mídia passou a ditar a moda e a construção cultural do país.



funk



# Bibliografia

GHELERE, Gabriele Doll. *A indústria cultural no Brasil*. in: Filosofia e Sociologia. Coleção SAS. Vol 1. 6ª Ed. Fortaleza: Sistema Ari de Sá de Ensino. 2020.