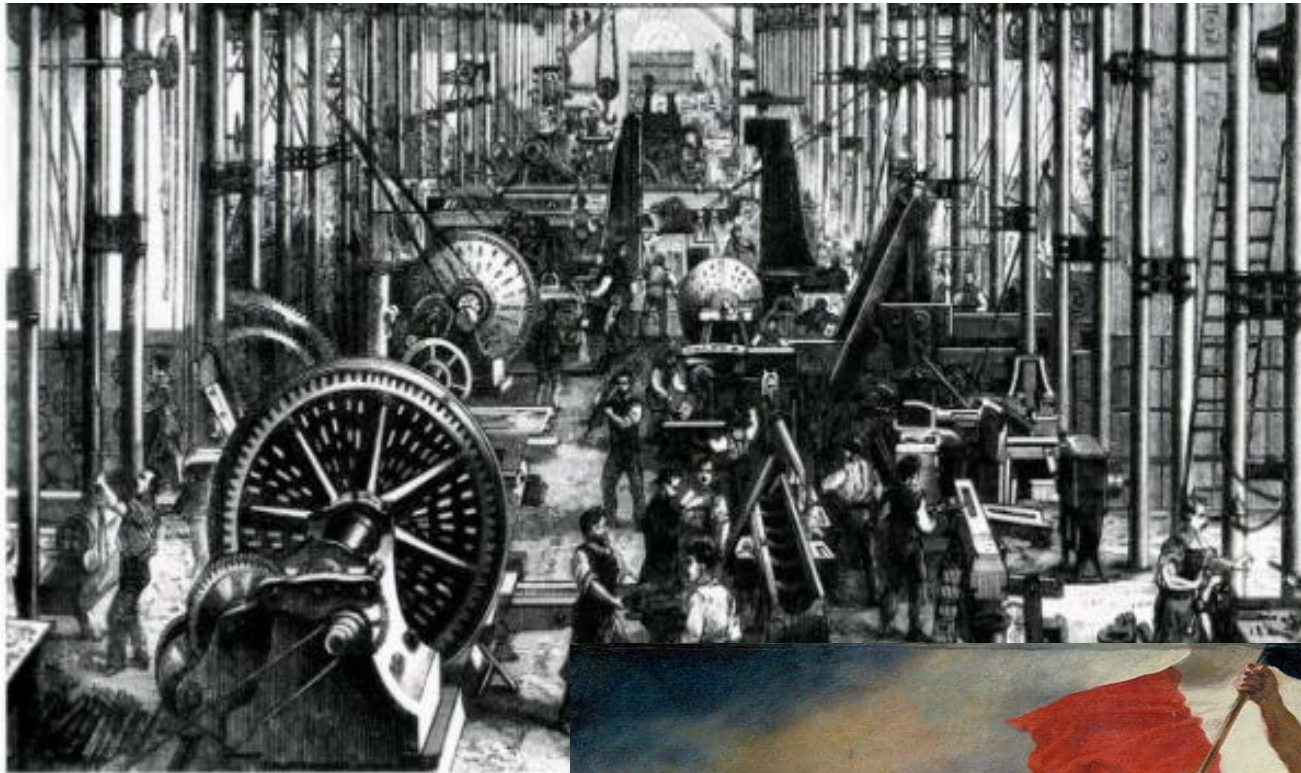


IDENTIDADE CULTURAL E SOCIEDADE DE MASSA

SOCIOLOGIA – PÁG 20 ATÉ 27

A ERA DAS REVOLUÇÕES



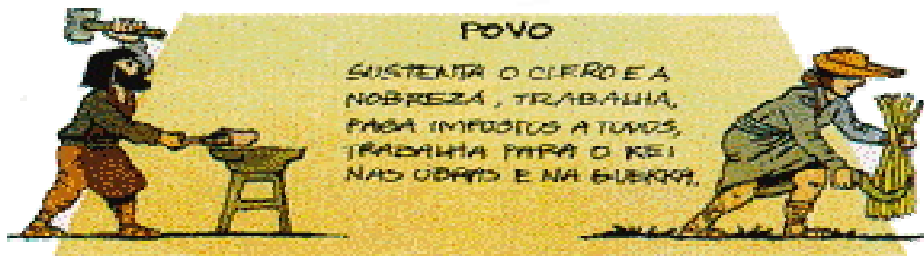
Provocou mudanças nas relações de produção e na produção cultural, que agora precisa estar voltada para o fomento ao consumo dessas mercadorias.



	Mundo feudal	Mundo moderno
Modo de vida	Vivia-se no campo, em castelos e fortalezas. O tempo era regido pela natureza.	Vida urbana em cidades superlotadas, com péssimas condições de higiene.
Riqueza	A posse de terras era a principal medida de riqueza. Somente os senhores tinham direito à terra.	A riqueza era extraída da produção e da venda de mercadorias em grande quantidade.
Sistema de trabalho	Em troca da proteção dos senhores, os servos produziam riquezas retiradas da terra. Ficavam apenas com o necessário para sobreviver.	Trabalho assalariado e livre. O trabalhador vendia sua força de trabalho ao dono da fábrica. Havia maior controle do tempo.
Organização política	A legitimação do poder se dava pelo argumento da vontade divina. A vida social era uma representação do mundo divino.	Estado nacional burocrático no qual a racionalidade técnica era empregada na gestão pública – nacionalismo.

CULTURA, PODER E IDEOLOGIA

IDADE MÉDIA



IDADE MODERNA



CULTURA, PODER E IDEOLOGIA

Toda ordem de poder necessita de um suporte de ideias para se manter. A religiosidade do mundo feudal garantia o controle da população e aceitação do sistema de governo.

Após tantas transformações, passou a ser importante não só controlar o tempo livre dos trabalhadores, mas fazer a massa trabalhadora consumir as mercadorias produzidas. A alfabetização em massa serviu para criar apreciadores de uma **Cultura de Massa**.

Manifestações artísticas passaram a ser também **produtos de consumo**.

Tal cultura da ideologia dominante serviu para **imprimir valores e alienar os trabalhadores** para as disputas políticas mais importantes.

CULTURA, PODER E IDEOLOGIA



Entretenimento: consumo e alienação.



O modo de vida americano – The american way of living



Theodor Adorno e Max Horkheimer, foram os primeiros a denunciar que os progressos científicos da modernidade se transformaram em instrumentos de dominação política do homem, onde a lógica industrial se sobrepunha a cultura, daí o termo **Indústria Cultural**.



Visa produzir mercadorias e seu objetivo é difundir padrões de comportamento e sustentar a ordem capitalista.



Assuntos abordados refletem os interesses dos grupos de mídia.

Capacidade midiática se transforma em poder político.

Acionista de um dos maiores grupos de comunicação do nordeste.

Acionista de um dos maiores grupos de comunicação do norte.



Cinco famílias controlam 50% dos principais veículos de mídia do país, indica relatório



01/11/2017
FAMILIA SAAD



FAMILIA SIROTSKY



FAMILIA FRIAS

19º No ranking que reúne os maiores conglomerados de mídia do mundo

GRUPO **GLOBO**



FAMILIA MARINHO

GRUPO GLOBO

MEDIA OWNERSHIP MONITOR
Brasil



^{1,2} Kantar Ibope 2016, ³ PTS Paid TV 2016, ⁴ IVC 2016, ⁵ PBM 2016, ⁶ Alexa 2017.

MÍDIA E IDENTIDADE

A Mídia que consumimos ajuda a fixar os padrões de comportamento e estética que forma a nossa identidade, numa construção paradoxal.

Até que ponto também somos responsáveis pelo que a mídia produz?



OS GRUPOS DE REFERÊNCIA desempenham papel decisivo na escolha daquilo que consumimos servindo de orientação para os valores padrões comportamentais da pessoas.

OS MAIS SEGUIDOS DO TWITER



ATIVIDADE PÁGINA 25