



H0876

### **A FORMAÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL NO BRASIL**

Giovani Espíndola Ribeiro (Bolsista SAE/UNICAMP) e Prof. Dr. José Ricardo Barbosa Gonçalves (Orientador), Instituto de Economia - IE, UNICAMP

Devido à importância social dos meios de comunicação de massas ao difundir valores, orientar o comportamento dos indivíduos e participar da formação de suas identidades, analisamos a evolução dos setores econômicos midiáticos no Brasil. Para isso, primeiramente nos valem dos dados relativos à difusão e à expansão do Rádio e Televisão, para entendermos como ocorreu o processo de oligopolização dessas indústrias no Brasil por uma perspectiva quantitativa. Agregamos também nesse eixo a análise das transformações ocorridas no marco regulatório da comunicação social. Num segundo momento adentramos o debate teórico relativo à Indústria Cultural. Para isso analisamos detidamente os textos da Escola de Frankfurt, seguindo para alguns de seus críticos, para pensarmos as possíveis interpretações sociológicas do fenômeno em questão, dialogando com abordagens que tratam da especificidade brasileira. Como conclusão, fazemos uma leitura da Tropicália, movimento artístico que interagiu com esta indústria de maneira singular em nossa história, olhando-a de maneira crítica. Através dessa abordagem, podemos pensar a mercantilização da cultura no contexto brasileiro, e os constrangimentos sociais resultantes de uma estrutura oligopólica de Comunicação de Massas.

Modernização - Tensões sociais - Indústria cultural