

A NOVELA CARROSSEL E A INDÚSTRIA CULTURAL

Alessandra da Silva DOMINGUES¹

Lucy Mary Soares VALENTIM²

Faculdade de Ciências e Tecnologia de Birigui - FATEB

Esta pesquisa tem por objetivo mostrar a revitalização da indústria cultural na novela Carrossel, apresentada no Brasil pelo Sistema Brasileiro de Televisão. O termo “indústria cultural” foi criado por Adorno Horkheimer e publicado no livro **Dialética do Esclarecimento** em 1947. A partir desse conceito, nosso objetivo será o de mostrar como a arte e a cultural, são explorados transformando-se em meros produtos que serão vendidos aos iludidos pela mídia. O objeto selecionado para análise mostra que a indústria cultural utiliza a novela e seus atores para convencer o telespectador a consumir em excesso e a principal vítima é o público infantil. Ela se apropria da imagem de uma professora ilusória apresentada como um profissional ideal, perfeito, aquele que acolhe, ajuda e orienta a vida de seus alunos, para explorar a venda de produtos aumentando seus lucros. Para problematizar, levantamos a questão sobre quais são os indícios que nos levam a enxergar essa exploração? Para responder a este questionamento, selecionamos o método da pesquisa quali-quant e após várias leituras que embasaram teoricamente o tema escolhido, realizamos a coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas com professores e alunos que assistiram a novela. Os resultados da pesquisa de campo e dos estudos comprovaram a exploração feita pela indústria cultural aos telespectadores que acompanharam a novela.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Exploração. Novela Carrossel.

¹ Aluna do 7º semestre de Pedagogia da FATEB - Birigui-SP

² Orientadora - Doutora em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – São Carlos-SP - Professora II da Fundação Municipal de Ensino de Birigui - Birigui-SP.