

3ª Série



BEM VINDO! CANAL SEDUC-PIB

PROFESSOR: MAC DOWELL

DISCIPLINA: SOCIOLOGIA

CONTEÚDO: CULTURA E INDÚSTRIA

CULTURAL

AULA: 02

CULTURA



Pueril - MENINO
PUERIL = INFANTIL

Cultura

PUERICULTURA → O CUIDADO COM AS CRIANÇAS PEQUENAS

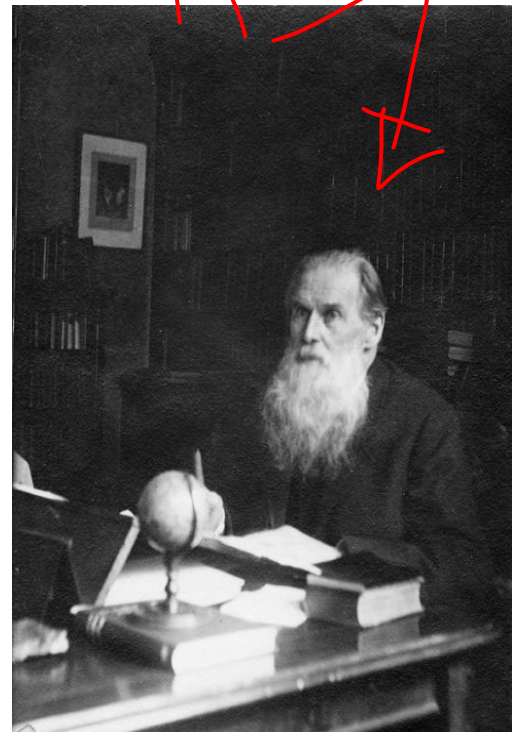
Do latim *cultura*, cultivar, cuidar.

COLĒRE

AGRICULTURA → O CULTIVO DO CAMPO

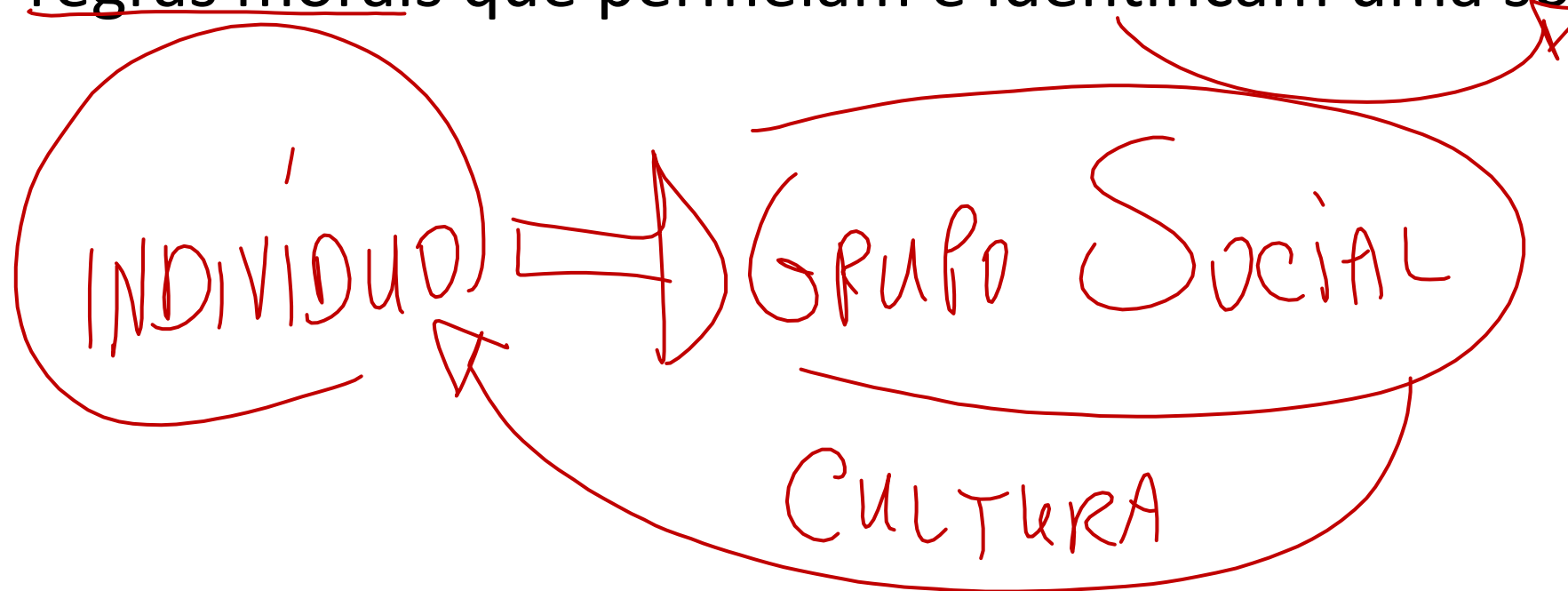
PISCICULTURA → O CULTIVO DE PEIXES.

TYLOR



Cultura - Edward Burnett Tylor

- São práticas e ações sociais que seguem um padrão determinado no espaço. Refere-se a crenças, comportamentos, valores, instituições, regras morais que permeiam e identificam uma sociedade;



Cultura e Sociologia

- O conceito de cultura tem um sentido diferente do senso comum. Sintetizando simboliza tudo o que é aprendido e partilhado pelos indivíduos de um determinado grupo e que confere uma **identidade** dentro do seu grupo que pertença.

O MACHISMO

O RACISTA

APRENDIZADO

Tipos de cultura



Tipos de cultura

- Vivemos em uma sociedade homogênea, toda produção cultural está sujeita a avaliação que dependem da posição social do grupo a que ela pertence. Para exemplificar vamos estabelecer algumas distinções, considerando as seguintes divisões:

ERUDITA

CULTURA

Cultura erudita

POPULAR

- É a produção acadêmica centrada no sistema educacional, sobretudo na universidade, produzida por uma minoria de intelectuais. Além de ser produzida formalmente, seus traços são complexos e refinados, exigindo uma elevada formação e sensibilidade estética de quem os aprecia. Alguns exemplos dos traços desta cultura podem ser a música clássica, o ballet, as artes plásticas, os conhecimentos científicos etc.

LITERATURA UNIVERSAL

Cultura popular

- É identificada com folclore, conjunto das lendas, contos e concepções transmitidas oralmente pela tradição. É produzida pelo homem do campo, das cidades do interior ou pela população suburbana das grandes cidades. Sua produção está empenhada em resgatar tradições e valores culturais, não seguindo, por isso, tendências de moda. O povo simples é o autor da produção cultural. Alguns exemplos de manifestações dessa cultura podem ser vistos nas festas populares, nas danças regionais, nas lendas, nos ensinamentos e práticas que são passados de geração em geração de modo informal.

Cultura de massa

- É aquela resultante dos meios de comunicação de massa, tais como a indústria fonográfica (música), a cinematográfica (cinema), Tv's, Rádios, etc. Produzida “de cima para baixo”, já que o consumidor não participa de sua produção, esse tipo de cultura, veiculada pela *indústria cultural* (como veremos no próximo tópico), impõe padrões e homogeneíza o gosto, através das modas culturais.

Indústria Cultural e a cultura como mercadoria

- Para Adorno e Horkheimer, representantes da *Escola de Frankfurt*, a indústria cultural é a indústria da diversão. Ela *não provoca construção de juízo crítico*. O consumidor da indústria cultural é distraído e, por isso, não está preocupado com a análise das obras. Não há uma preocupação profunda com a forma e o produto cultural tem como finalidade principal o entretenimento. Não há o desejo de que a massa questione, e sim que ela simplesmente alimente o sistema, consumindo essa espécie de "pacote" que lhe é "imposto".

Indústria Cultural e a cultura como mercadoria

- Uma outra característica da indústria cultural, destacada pelos pensadores da Escola de Frankfurt, é a *banalização das obras de arte*, sobretudo as obras eruditas. Banalizar as obras de arte significa subtrair da obra a sua aura, ou seja, aquele algo que a torna única e rara (e por isso, de grande valor artístico). Foi o que ocorreu com a famosa obra de arte, a "Monalisa", que foi reproduzida em camisetas, chaveiros e réplicas pelo mundo inteiro. Ela perdeu a aura que a tornava única, aparecendo nos mais inusitados locais. Explorada de várias maneiras pela indústria do entretenimento, hoje ela até virou motivo de piada na Internet.

Indústria Cultural e a cultura como mercadoria

- *A cultura vira um mero produto para consumo imediato.* Depois de consumido, tal como qualquer mercadoria, é descartado. A sociedade moderna possibilita a reprodução técnica e muda a relação espectador - obra de arte. A indústria cultural não cria um sujeito crítico e sim um sujeito condicionado, alienado, passivo e facilmente manipulado.

Indústria Cultural e a cultura como mercadoria

- ❖ Além das características acima mencionadas, podemos destacar outras:
- **Homogeneização:** os produtos da indústria cultural são produzidos de forma massificada, ou seja, são dirigidos a todos, sem considerar as diferenças estéticas, de classe, étnicas, regionais, culturais etc. As pessoas são tratadas como um todo homogêneo;
 - A produção cultural não é feita ou promovida pelas massas populares. O povo é apenas o alvo e não a origem dessa produção;

Indústria Cultural e a cultura como mercadoria

- **Pasteurização dos traços das culturas erudita ou popular:** a indústria cultural faz adaptações sobre determinadas obras de arte eruditas ou populares, retirando a sua originalidade, oferecendo uma visão pálida de arte. Um exemplo disto, é a criação da música sertaneja (cultura de massa), com ritmos, temas e valores próprios, a partir da música caipira (cultura popular);
- Além do entretenimento, o interesse econômico ou lucro é principal fator motivador da produção da indústria cultural;
- O público-alvo da indústria cultural não se reconhece por meio de sua produção, por isso não possui uma ligação vivencial com ela;

Indústria Cultural e a cultura como mercadoria

- **Alienação:** a indústria cultural desloca os indivíduos da realidade em que vivem, colocando-os num plano fictício, movido pelas ilusões e desejos de consumo.



Pensamentos

- “A cultura é uma necessidade imprescindível de toda uma vida, é uma dimensão constitutiva da existência humana, como as mãos são um atributo do homem.” (José Ortega y Gasset)
- “A cultura não deve sofrer nenhuma coerção por parte do poder, político ou econômico, mas ser ajudada por um e por outro em todas as formas de iniciativa pública e privada conforme o verdadeiro humanismo, a tradição e o espírito autêntico de cada povo.” (Papa João Paulo II)



21 DE MAIO DIA DA DIVERSIDADE CULTURAL

