

ROTEIROS DE ESTUDOS E ATIVIDADES DE FILOSOFIA



VOLUME 3 – UNIDADE 1

CEEJA MARIA APARECIDA PASQUALETO
FIGUEIREDO



CEEJA “MARIA APARECIDA PASQUALETO FIGUEIREDO”
ROTEIRO DE ESTUDOS E ATIVIDADES DE FILOSOFIA
VOLUME 3 – Unidade 1

Roteiro de estudos - UNIDADE 1 – O indivíduo na cultura

1. Compreender o que é *cultura* e sua importância para os indivíduos (págs.11 a 13);
2. Analisar os conceitos de *individuação* e *individualismo* (págs.14 a 16);
3. Compreender o conceito de *indústria cultural* (págs.19 e 20);
4. Analisar e entender o conceito de *cultura de massa* (págs.20 a 22);
5. Entender e diferenciar *consumo* de *consumismo* (págs.27 e 28);
6. Compreender o significado de *ócio* e *negócio*, e analisar sua importância para a vida (págs.34 a 37);
7. Refletir sobre a questão do trabalho e diferenciar *trabalho alienado* de *trabalho como atividade emancipadora* (págs.35 a 37).

CONCEITO DE CULTURA

Qual o significado de Cultura?

Cultura significa todo aquele complexo que inclui o conhecimento, a arte, as crenças, a lei, a moral, os costumes e todos os hábitos e aptidões adquiridos pelo ser humano não somente em família, como também por fazer parte de uma sociedade da qual é membro.

Cada país tem a sua própria cultura, que é influenciada por vários fatores. A cultura brasileira é marcada pela boa disposição e alegria, e isso se reflete também na música, no caso do samba, que também faz parte da cultura brasileira.

No caso da cultura portuguesa, o fado é o patrimônio musical mais famoso, que reflete uma característica do povo português: o saudosismo.

Cultura na língua latina, entre os romanos, tinha o sentido de agricultura, que se referia ao cultivo da terra para a produção, e ainda hoje é conservado desta forma quando é referida a cultura da soja, a cultura do arroz etc.

Cultura também é definida em ciências sociais como um conjunto de ideias, comportamentos, símbolos e práticas sociais, aprendidos de geração em geração através da vida em sociedade.

Seria a herança social da humanidade ou ainda, de forma específica, uma determinada variante da herança social. Já em biologia a cultura é uma criação especial de organismos para fins determinados.

A principal característica da cultura é o mecanismo adaptativo, que consiste na capacidade que os indivíduos têm de responder ao meio de acordo com mudança de hábitos, mais até que possivelmente uma evolução biológica.

A cultura é também um mecanismo cumulativo porque as modificações trazidas por uma geração passam à geração seguinte, onde vai se transformando, perdendo e incorporando outros aspectos procurando assim melhorar a vivência das novas gerações.

A cultura é um conceito que está sempre em desenvolvimento, pois com o passar do tempo ela é influenciada por novas maneiras de pensar inerentes ao desenvolvimento do ser humano.

Cultura de Massa

A Cultura de Massa (ou “cultura pop”) é o **produto realizado pela Indústria Cultural**. Tem o intuito de atingir a massa social, considerando “massa” em seu sentido de coesão e opacidade.

Portanto, cultura de massas é o meio e o fim pelo qual se submetem as mais variadas expressões culturais a um ideal comum e homogêneo.

A cultura de massas tem a propriedade de absorver os antagonismos e transcender distinções sociais, étnicas, sexuais, etárias, etc., transformando-os em produtos para o consumo num mundo de consumidores livres.

Cultura de Massa e Indústria Cultural

A cultura de massas está intimamente ligada ao advento da modernidade. No século XIX, esse termo foi utilizado para fazer antagonismo entre a educação recebida pelas massas à educação recebida pelas elites (cultura erudita).

A expressão “cultura de massas” passou a designar também o consumo de alguns bens e serviços da sociedade industrializada. O termo, tal como é visto atualmente, especialmente por sua natureza comercial e manipulativa, consolidou-se após a II Guerra Mundial.

Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973) fundaram a Escola de Frankfurt (1923) e juntos criaram o termo “Indústria Cultural”. Esse termo faz referência aos grandes conglomerados midiáticos globais detentores dos meios de comunicação de massa. Eles são utilizados na padronização de produtos, notícias, serviços, etc.

Em suma, a cultura de massas é um produto padronizado e pré-definido para o consumo imediato. Muitas vezes, é considerado como algo trivial, tal qual ouvir uma música ou assistir um programa de televisão.

Cultura de Massa e o Capitalismo

Como vimos, a cultura de massas padroniza e homogeneiza os produtos. Contudo, isso gera o mesmo efeito nos consumidores, os quais são induzidos a desejos e necessidades superficiais. Tudo isso tem uma meta muito clara: as vendas e o consumo.

Desse modo, substitui-se a vasta gama de cultura erudita, cultura popular e folclórica, por simulações dessas culturas autênticas. Esses simulacros devem satisfazer um denominador comum, para um consumidor comum.

Isso sugere a simplificação dessas culturas para vendê-las em larga escala, segundo a lógica do capitalismo industrial e financeiro.

Conceito de individualismo e de individuação

Individualismo: é centrar-se em si mesmo, sem considerar o outro e o como as nossas escolhas e ações possam afeta-los. Individualidade é uma noção de si, dos seus limites e da necessidade de estar consigo para realizar projetos, interiorizar conteúdos e se respeitar. Mas, diferente do individualismo não desconsidera o outro, pelo contrário, reconhece que estar só e voltado para sua interioridade poderá reverter-se em relações mais qualitativas e trocas interessantes.

Individuação: Esse termo foi cunhado pelo psiquiatra suíço Carl Gustav Jung para designar o processo de tornar-se a si mesmo, o encontro com a nossa essência. Nascemos em uma família e meio social com valores próprios a esse grupo. O processo de individuação é a busca de quem somos, a que viemos sem desconsiderar o nosso meio. É a arte de encontrar-se consigo mesmo sem isolar-se do mundo e das pessoas, sem ser individualista, mas com uma busca profunda de autoconhecimento e de individualidade. Somos muito mais do que papéis sociais e quando estamos desconectados da nossa contribuição ao mundo e de nós mesmos, além de nos frustrarmos, privamos a nós e aos outros da ampliação de consciência que nosso autoconhecimento possa gerar em nosso entorno. Ou

seja, cada um de nós é um agente coletivo. Pessoas éticas, com autoconhecimento, respeito e amor próprio são pessoas melhores para si e para o mundo. Assim, esse processo que dura a vida toda tem como finalidade a busca interior sempre acompanhada pelo estar no mundo. A consciência de nós mesmos, de nossa luz e de nossa sombra, é um grande catalisador de mudanças externas.

Conceito de Consumo e consumismo

O que é consumo?

O termo diz respeito ao fato de comprar itens de acordo com o aspecto cultural e a necessidade de cada consumidor.

Consumidor é aquele que pratica o ato de consumir alguma coisa. Desse modo, **consumo** é a prática econômica de obter bens ou serviços.

Para que a empresa saiba qual é o seu público-alvo, o marketing precisa estudar o comportamento do consumidor. Assim sendo, por meio de estratégias específicas, a empresa vai saber qual é o perfil de seus clientes.

O ato de consumir é influenciado por fatores diversos culturais. Alguns exemplos, dentre outros fatores, são costumes, rotinas e memórias. Esses aspectos são essenciais para que os órgãos se organizem e estabeleçam um posicionamento em relação ao seu público.

Consumo Consciente

É aquele praticado por pessoas que relacionam seus hábitos aos fatores sócio-ambientais. Esse tipo de cliente busca fazer compras mais planejadas, por meio de marcas e fornecedores que trabalham com a redução de suprimentos em sua produção e procuram reduzir o impacto social e ambiental de suas atividades.

O **consumismo** é uma compulsão que leva o indivíduo a comprar de forma ilimitada e sem necessidade bens, mercadorias e/ou serviços. Ele se deixa influenciar excessivamente pela mídia, o que é comum em um sistema dominado pelas preocupações de ordem material, na qual os apelos do capitalismo calam fundo na mente humana. Não é à toa que o universo contemporâneo no qual habitamos é conhecido como “sociedade de consumo”. Depois da Revolução Industrial, que possibilitou o aumento da escala de produção e incrementou o volume de mercadorias em circulação, o mundo se modificou profundamente. Com a industrialização veio o desenvolvimento econômico nos moldes do liberalismo e

o consumismo alienado, ou seja, é como se as mercadorias fossem entidades abstratas e autônomas, independentes dos esforços humanos. Porque agora o homem não consome mais, como outrora, os produtos que ele mesmo elabora. Ele se encontra apartado dos frutos de seu próprio trabalho.

O consumista não age como o consumidor, que compra as mercadorias e os serviços de que necessita para sua existência, já aquele está sempre atravessando as fronteiras da necessidade e tocando as margens do supérfluo. Ele atua muitas vezes movido por distúrbios emocionais e psicológicos, ou por motivações sócio-econômicas, como uma espécie de compensação pela frieza do convívio social, pela carência financeira, por uma autoestima deteriorada, e por tantas outras razões. O resultado dessa atitude impulsiva é geralmente o endividamento crescente, então o indivíduo assume uma sobrecarga de trabalho, na tentativa de eliminar as dívidas, conseqüentemente é submetido a um regime de exploração no trabalho, novamente se vê emocionalmente frágil e se torna propenso de novo ao consumismo feroz. Como se percebe, cria-se um círculo vicioso, do qual somente com muito esforço e um eficaz tratamento terapêutico o sujeito pode se libertar.

Definição de ócio e negócio

O **ócio** consiste em fazer nada, entretanto, para a filosofia, o significado de ócio pode ir mais além. O ócio permite o desenvolvimento do raciocínio, bem como de uma crítica fazendo com que o indivíduo seja capaz de chegar a alguma conclusão sobre a vida.

O **negócio** para filosofia significa fazer algo em favor do desenvolvimento, não sendo apenas uma realização administrativa, mas sendo algo legítimo de estudo e de observação.

Trabalho alienado e trabalho emancipado

Trabalho alienado:

A alienação (do latim, *alienatio*) significa estar fora de algo, estar alheio a algo. No caso da alienação do trabalho, ela é o efeito do trabalhador não ter acesso aos bens que ele mesmo produz. O conceito de alienação do trabalho é um dos principais conceitos desenvolvidos por Karl Marx ao longo de sua obra. Numa linha de produção, por exemplo, o trabalhador faz apenas parte do processo, estando completamente alheio ao produto final e, por conseqüência, do valor agregado ao bem a partir de seu trabalho.

Trabalho emancipado

Considerando a ação transformadora do homem, define-se trabalho como a atividade vital responsável pela relação deste com a natureza, sendo assim, o fundamento ontológico do surgimento do homem, pois o mesmo produz trabalho de forma consciente e planejada (teleologia) de acordo com suas necessidades. A característica teleológica do homem se traduz pela sua capacidade de planejamento, ou seja, de idealizar o objeto, antes de torná-lo matéria. Para Engels (1876): “Quanto mais os homens se afastam dos animais, mais sua influência sobre a natureza adquire um caráter de uma ação intencional e planejada, cujo fim é alcançar objetivos projetados de antemão”. Para que o trabalho se realize, deve ser mediado por instrumentos que facilitem a manipulação dos elementos naturais; assim como o trabalho é meio de transformação da natureza, é, também, instrumento de transformação do homem, já que ao modificar a natureza, o homem se auto-modifica numa relação dialética, em que quanto mais o homem desenvolve sua ação intencional sobre a natureza, mais se distancia dela.

ATIVIDADES PROPOSTAS

UNIDADE 1

Responda às seguintes questões:

1. O que é *cultura* e sua importância para os indivíduos;
2. Explique os conceitos de *individuação* e *individualismo*;
3. O que é *indústria cultural*;
4. Explique o conceito de *cultura de massa*;
5. Analise a charge a seguir:



(Disponível em: <http://arteemanhasdalngua.blogspot.com.br/2014/11/calvin-e-o-poder-da-midia.html>.)

A análise da charge, tendo em vista os conceitos de “cultura de massa” e “indústria cultural”, nos permite inferir corretamente que:

- (A) A cultura de massa torna as pessoas mais críticas e conscientes.
- (B) O fazer cultural é influenciado pela lógica da produção industrial, mas atinge prioritariamente as crianças.
- (C) A tecnologia se desenvolvendo, as técnicas se aprimorando e a produção aumentando, a cultura também se democratiza.
- (D) Existe, sob o corolário do “lucro acima de tudo”, a idealização de produtos adaptados para consumo das massas e sua alienação.
- (E) Na “indústria cultural” se fabricam ilusões que se mercantilizam, mas que mantêm o intuito de reproduzir os interesses de cada cultura específica.

6. Quanto às reflexões de teóricos vinculados à Teoria Crítica a respeito da *indústria cultural* e *cultura de massa*, é correto atribuir-lhes a seguinte noção:

(A) A indústria cultural, ao popularizar as diversas manifestações culturais, tende a neutralizar a homogeneização.

(B) Cultura de massa é um conceito que designa um tipo de manifestação construída de forma espontânea.

(C) A razão positivista torna-se excessivamente crítica e com isso perde sua capacidade de compreender o papel da cultura na sociedade.

(D) A indústria cultural se opõe ao processo de racionalização da cultura ao proporcionar liberdade e da diversidade de acesso aos bens culturais.

(E) A cultura é transformada em mercadoria formando uma indústria que, com base na racionalidade técnico-industrial, planeja, fabrica e distribui bens de consumo culturais.

7. A partir dos estudos do roteiro desta unidade 1 – “Ócio e negócio”, relacionem as palavras a seguir relacionadas ao “trabalho”, colocando (A) para trabalho como atividade “emancipadora”, e (B) para “trabalho alienado”.

() Pelo trabalho o homem produz coisas, torna-se humano e constrói a sua própria subjetividade.

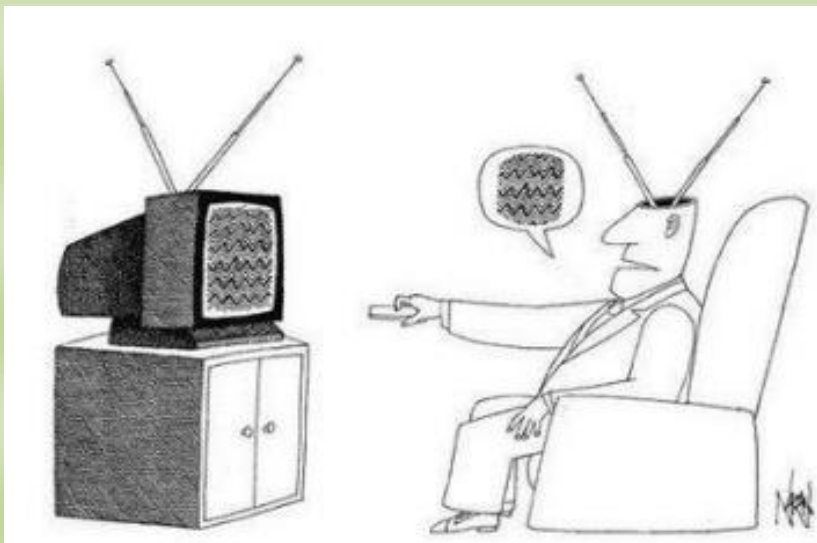
() Trabalhar em algo que não te dá o menor prazer, não se desenvolve, não amadurece e adocece geralmente.

() Trabalho como possibilidade de liberdade, que faz que o sujeito se sinta útil, se reconheça e se sinta ocupando um lugar no mundo.

() Desenvolve a imaginação, aprende a se relacionar com os demais, a enfrentar conflitos, a exigir de si mesmo a superação de dificuldades.

() Quando o trabalhador não conhece seus direitos, ele fica totalmente por fora, é explorado pelo patrão sem saber, trabalha muito e ganha bem menos do que deveria.

8. Analise a charge abaixo:



A partir da charge acima, que ilustra o fenômeno da cultura de massa, assinale (V) para a afirmativa verdadeira e (F) para a falsa.

() A cultura de massa é própria da era industrial e foi possibilitada pelas técnicas de reprodutibilidade de imagens e sons aplicadas ao tempo livre e à informação.

() A cultura de massa está relacionada à sociedade de consumo e à existência de uma indústria que produz cultura enquanto mercadoria, em grande escala, fabricando-a segundo exigências econômicas.

() Cultura de massa é o conjunto das práticas e dos valores compartilhados por vastos segmentos das sociedades ocidentais modernas e cujos conteúdos são transmitidos principalmente pelos meios de comunicação de massa.

A alternativa correta é:

(A) V, F, F (B) V, V, F (C) V, F, V (D) F, V, V (E) V, V, V

9. . Em relação ao conteúdo de estudos relacionados ao roteiro desta unidade sobre “ócio e negócio”, relacione as palavras abaixo ao seu verdadeiro significado, colocando (A) para aquelas relacionadas ao “Ócio” e (B) para as relacionadas à “Negócio”.

() Está relacionado à uma atividade remunerada e com afazeres específicos.

() Pode ter um significado de estudo, na medida em que um homem, por não ter de trabalhar para sua subsistência, pode se ocupar voluntariamente de uma ação.

() Está associado a uma imagem negativa de folga, preguiça, “falta do que fazer. Durante o processo de industrialização, essa máxima foi resgatada pela burguesia a fim de fazer que o ser humano dedicasse sua vida inteiramente ao trabalho.

() Diz respeito à produção de coisas, tornando o indivíduo mais humano, construindo a sua própria subjetividade. Desenvolve a imaginação, aprende a se relacionar com os demais, a enfrentar conflitos, a exigir de si mesmo a superação de dificuldades.

10. A partir da charge abaixo escreva em pequeno texto sobre o consumismo e suas principais consequências para os indivíduos.

