



# XXV Congresso de Iniciação Científica da Unicamp

18 a 20 Outubro Campinas | Brasil

25  
anos

2017



## CULTURA E A LÓGICA DE MERCADO: AS FUNÇÕES SOCIAIS DA CULTURA

Lara B. Campoli\*

### Resumo

Tendo como pano de fundo as interfaces entre cultura, mercado e sociedade, o presente trabalho se propôs a pensar as funções sociais que a cultura apresenta, bem como suas contradições. Apresenta-se um quadro histórico-conceitual da cultura, mostrando suas transformações e apontando os desafios trazidos pelo atual contexto econômico-social. Destacando sua capacidade de intervenção na realidade, busca-se entender o duplo movimento cultural que ora se coloca enquanto afirmação da lógica do capital, ora como resistência. Investiga-se as transformações das condições materiais e tecnológicas, seus reflexos na estrutura perceptiva e consequências no campo cultural.

### Palavras-chave:

Cultura, massa, tecnologia

### Introdução

O trabalho de pesquisa começa com a introdução de conceitos importantes para a compreensão das problemáticas tratadas nas partes posteriores. Além dos significados atribuídos a própria palavra cultura, apresentam-se termos tais como “cultura de massa”, “cultura folclórica” e “indústria cultural”.

A pesquisa busca entender, através das análises das relações entre cultura e mercado, de que forma a cultura contribui para a legitimação, bem como a perpetuação, ou ainda, a expansão da lógica capitalista. Para isso recorre-se, primeiramente, às teorias construídas, principalmente, pela Escola de Frankfurt. Estas caracterizam-se pela crença de que a cultura pode ser uma forma de coordenação e manipulação dos indivíduos. Os movimentos britânico e americano dos Estudos Culturais, por outro lado, apresentam um olhar mais crítico, atento às formas de dominação cultural. Reconhecem a tendência à reprodução do campo ideológico através dos meios de comunicação, mas enxergam a dominação sendo confrontada por relações de poder entre classe, sexo, raça e idade. Reconhecem a existência de uma resposta cultural visivelmente organizada em algumas subculturas, como, por exemplo, o movimento *punk* dos anos 1960, na Inglaterra.

Volta-se a atenção, também, para a revolução cultural que a internet, as novas tecnologias da informação e comunicação (TICs) e o conseqüente avanço da globalização trouxeram e ainda tem trazido. O avanço da tecnologia possibilitou a criação de um gigante repertório de informações que podem ser compartilhadas, alteradas e combinadas de diversas formas e por diversos indivíduos ou grupos. Movimento que se coloca como uma ameaça às formas tradicionais de se produzir, circular e consumir conhecimento.

### Resultados e Discussão

O trabalho de pesquisa resultou na elaboração do Trabalho de conclusão de curso “CULTURA E A LÓGICA DE MERCADO: AS FUNÇÕES SOCIAIS DA CULTURA” apresentado ao Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas. A pesquisa consiste em um estudo teórico, baseado em uma revisão da literatura acerca do tema e está dividido em três partes,

além da conclusão: o levantamento de conceitos importantes e apresentação de um quadro histórico-conceitual da palavra cultura; investigação de diferentes olhares sobre a cultura, sobretudo da Escola de Frankfurt e dos Estudos Culturais britânicos e americanos; e introdução dos novos desafios e possibilidades que a globalização e os novos meios de comunicação estão trazendo.

Além do mais, os estudos tanto impulsionaram quanto favoreceram minha candidatura e aprovação no programa de pós-graduação em Estudos Culturais (PPEC), no Mestrado na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP, com projeto de pesquisa voltado para questões semelhantes.

### Conclusão

A apresentação das problemáticas da cultura mostrou uma variedade de olhares voltados à questão. Em todos os momentos é possível contrapor visões pessimistas e otimistas; visões que partem da passividade dos consumidores – ou das “massas” – e aquelas que crêem em sujeitos ativos capazes de compreender, reagir e reorganizar seus espaços no mundo.

O atual contexto complica ainda mais as questões, trazendo novos desafios para a sua compreensão. A lógica de mercado continua se apropriando das novas tecnologias, dos novos meios de comunicação, e novos contextos culturais, usando-os como fonte de valorização do capital. Grupos e indivíduos continuam encontrando novas formas de subverter e resistir a essa lógica. A relação, como sempre, é conflituosa. Mas por que não ser otimista? O processo é longo e doloroso. As mudanças sistêmicas estruturais só são possíveis através da ação cotidiana daqueles que, seguindo uma “lógica operatória cujos modelos remontam talvez às astúcias multimilenares dos peixes disfarçados ou dos insetos camuflados” (CERTEAU, 1998, p. 38)<sup>1</sup>, sentem-se desconfortáveis, insatisfeitos e deslocados.

<sup>1</sup> de CERTEAU, M. *A Invenção do Cotidiano*. 3a ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.