

# Cultura de massa

---

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

**Cultura de massa** (também chamada de **cultura popular** ou **cultura pop**) refere-se ao conjunto de ideologias, perspectivas, atitudes, imagens e outros elementos que são adotados por um consenso informal, tendo como referência uma dada visão de mundo, especialmente ocidental, a partir da segunda metade dosséculo XX.

Fortemente influenciada pela mídia de massa, essa coleção de ideias permeia o cotidiano da sociedade. Em contraste, o folclore se refere a um cenário cultural de sociedade mais locais ou pré-industriais.

A cultura popular é frequentemente vista comtrivial e simplificada para que se possa encontrar uma aceitação consensual através do contexto maior. Como resultado, ela tem forte criticismo de várias subculturas (mais notavelmente grupos religiosos e contraculturais) que acreditam-nasuperficial, consumista, sensacionalista, e corrupta.<sup>[1][2][3][4][5][6][7][8][9]</sup>

O termo "cultura popular" surgiu no século XIX, em uso original para se referir à educação e cultura das classes mais baixas.<sup>[10]</sup> O termo começou a assumir o significado de uma cultura de classes mais baixas, separado e se opondo à "verdadeira educação" próximo do final do século,<sup>[11]</sup> um uso que se tornou estabelecido no período de entreguerras.<sup>[12]</sup> O significado corrente do termo, cultura para consumo da massa, originou-se especialmente nos Estados Unidos, estabelecendo-se ao final da Segunda Guerra Mundial.<sup>[13]</sup> A forma abreviada "pop culture" data da década de 1900.<sup>[14]</sup>

## Índice

---

**Propagação institucional**

**Cultura de massa e capitalismo**

**Cultura popular**

**Ver também**

**Referências**

**Bibliografia**

**Ligações externas**

## Propagação institucional

---

O ensaio *A Crise da Cultura* de Hannah Arendt, escrito em 1961 sugere que uma "mídia dirigida pelo mercado lideraria o deslocamento da cultura pelos ditames do entretenimento."<sup>[15]</sup> Susan Sontag argumenta que, na nossa cultura, os mais "...inteligíveis, persuasivos valores são [crescentemente] tirados das indústrias de entretenimento", "debilitam os padrões de seriedade". Como resultado, tópicos "tépidos, suaves e sem sentido" estão se tornando a norma.<sup>[15]</sup> Algumas críticas argumentam que a cultura popular é simplificada: "...jornais que uma vez veicularam notícias estrangeiras agora apresentam fofocas sobre celebridades, fotografias de jovens garotas com pouca roupa... a televisão substitui a dramatização de alta qualidade por jardinagem, culinária e outros programas de 'estilo de vida'...[e] bobos 'reality shows'," a ponto de as pessoas estarem constantemente imersas em curiosidades sobre a cultura das celebridades.<sup>[15]</sup>

Críticos de televisão e cinema têm argumentado que a qualidade das produções televisivas têm sido diluídas como a perseguição implacável ao "populismo e avaliações", focando no "insípido, exibível e popular." No cinema, "a cultura e os valores de Hollywood" estão cada vez mais dominando as produções de outros países. Os filmes de Hollywood têm mudado de criar filmes com uma certa

fórmula pré-definida que enfatizam "...o choque de valores e impressão (impressões) superficial (superficiais)" e efeitos especiais, com temas que focalizam nos "...instintos básicos de agressão, revanche, violência [e] ganância". Os roteiros "...frequentemente parecem simples, um modelo padronizado tirado da estante, e o diálogo é mínimo." As "personagens são superficiais e não convincentes, o diálogo é também simples, irreal e mal construído."<sup>[15]</sup>

## Cultura de massa e capitalismo

---

Como consequência das tecnologias surgidas no século XIX, a cultura de massa desenvolveu-se ofuscando outros tipos de cultura anteriores e alternativos a ela. A chegada da cultura de massa acaba submetendo as demais expressões “culturais” a um projeto comum e homogêneo — ou pelo menos pretende essa submissão. Por ser produto de uma articulação de porte internacional (e, mais tarde, global), a cultura de massa esteve sempre ligada ao poder econômico do capital industrial e financeiro, configurando aquilo que Noam Chomsky considera uma forma de totalitarismo, baseado na publicidade. Chomsky afirma que "a propaganda significa para a democracia o mesmo que o porrete significa para o estado totalitário"<sup>[16]</sup>. Desta forma, para Chomsky, a massificação da cultura se dá através de um artifício totalitário, servindo a interesses econômicos.

## Cultura popular

---

A **cultura popular**, produzida fora de contextos institucionalizados ou mercantis, teve de ser um dos objetos dessa repressão imperiosa. Justamente por ser anterior, o popular era também alternativo à cultura de massa, que por sua vez pressupunha — originalmente — serhegemônica como condição essencial de existência.

O que a indústria cultural percebeu mais tarde - e o que Adorno constatou, pessimista - é que ela possuía a capacidade de absorver em si os antagonismos e propostas críticas - incorporando-os e esterilizando-os, em vez de se contrapor a eles ou combatê-los. Desta forma, sim, a cultura de massa alcançaria a hegemonia: elevando ao seu próprio nível de difusão e exaustão qualquer manifestação cultural, e assim tornando-a efemêra e desvalorizada.

A crítica, que antes era externa à indústria cultural, passa agora a estar no berço dessa indústria. A cultura popular, em vez de ser recriminada por ser "de mau gosto" ou "de baixa qualidade", é deixada de lado quando usado o argumento mercadológico do "isto não vende mais" — depois de ser repetida até exaurir-se de qualquer significado ideológico ou político.

No contexto da indústria cultural — da qual a mídia é o maior porta-voz — são totalmente distintos e independentes os conceitos de "popular" e "popularizado", já que o grau de difusão de um bem cultural não depende mais de sua classe de origem para ser aceite por outra. A grande alteração da cultura de massa foi transformar todos em consumidores - coerentemente com a lógica iluminista, segundo a qual todos são iguais e livres para consumir os produtos que desejarem.<sup>[17]</sup> Dessa forma, pode haver o "popular" (i.e., produto de expressão genuína da cultura popular) que não seja popularizado (i.e., "que não venda bem") e o "popularizado" (i.e., o que vende bem, ainda que não tenha origem na cultura popular). No contexto da indústria cultural, "popular" corresponde a algo - um pessoa, uma prática, uma crença, um produto - amplamente aceite e aprovado pelo público em geral. Portanto o bem cultural é reificado, tornando-se objeto de compra ou venda no mercado ou uma mercadoria produzida em massa e destinada ao consumo de massa. Cria-se então uma implicação recíproca - segundo a qual aquilo que é "de massa" é "popular", e o que é "popular" é "de massa" - que irá constituir o próprio fundamento da produção da cultura de massa e, portanto, da indústria cultural. Nas palavras de K. Turner, *a cultura popular e a mídia de massa têm uma relação simbiótica: cada uma depende da outra em uma íntima colaboração.*<sup>[18]</sup>

## Ver também

---

- Cultura
- Mídia
- Comunicação
- Comunicação de Massa
- Indústria Cultural
- Escola de Frankfurt
- Teoria da Comunicação
- Pós-Modernidade

# Referências

---

1. «Teens for Jesus want wholesome pop culture» (<http://www.auburnpub.com/articles/2008/02/15/lake-life/lake-life05.txt>). AuburnPub.com. 15 de fevereiro de 2008 Consultado em 21 de junho de 2009.
2. «truthXchange Articles >Spirit Wars in the Third Millennium» (<http://www.truthxchange.com/article/spirit-wars-in-the-third-millennium/>) Truthxchange.com Consultado em 21 de junho de 2009.
3. Darrell L. Bock and Daniel B. Wallace. «Rebecca's Reads - Darrell L. Bock & Daniel B. Wallace - Dethroning Jesus: Exposing Popular Culture's Quest to Unseat the Biblical Christ» (<http://www.rebeccasreads.com/Reviews/ReviewBockDethroningJesus.html>) Rebeccasreads.com Consultado em 21 de junho de 2009.
4. «Calvin College: Calvin News» (<http://www.calvin.edu/news/2000-01/eyes.htm>) Calvin.edu. 15 de março de 2001. Consultado em 21 de junho de 2009.
5. Ian Fortey (18 de setembro de 2008). «7 Things From Pop Culture That Apparently Piss Jesus Off» ([http://www.cracked.com/article\\_16619\\_7-things-from-pop-culture-that-apparently-piss-jesus-off.html](http://www.cracked.com/article_16619_7-things-from-pop-culture-that-apparently-piss-jesus-off.html)). Cracked.com
6. «Christotainment: Selling Jesus Through Popular Culture: STEINBERG SHIRLEY R. : 9780813344058 : Book» (<http://www.ecampus.com/book/9780813344058>). eCampus.com. 21 de fevereiro de 2009 Consultado em 21 de junho de 2009.
7. Tucker, Austin B. «Christian Living In A Pagan Culture» ([http://www.preaching.com/resources/from\\_the\\_lectionary/11550972/](http://www.preaching.com/resources/from_the_lectionary/11550972/)). Preaching.com Consultado em 21 de junho de 2009.
8. «Book Review- Jesus Made in America – Irish Calvinist» (<http://www.irishcalvinist.com/?p=1841>) Irishcalvinist.com. 14 de outubro de 2008 Consultado em 21 de junho de 2009.
9. «Japan's increasingly superficial pop culture? | Bateszi Anime Blog» (<http://bateszi.animeuknews.net/2007/01/18/japans-increasingly-superficial-pop-culture/>) Bateszi.animeuknews.net. 18 de janeiro de 2007 Consultado em 21 de junho de 2009.
10. Per Adam Siljeström, *The educational institutions of the United States, their character and organization*. J. Chapman, 1853, p. 243: "Influência da emigração europeia no estado da civilização nos Estados Unidos
11. "Learning is dishonored when she stoops to attract," cited in a section "Popular Culture and True Education" in University extension, Issue 4, The American society for the extension of university teaching, 1894.
12. e.g. "the making of popular culture plays [in post-revolutionary Russian theater]", Huntly Carter *The new spirit in the Russian theatre, 1917-28: And a sketch of the Russian cinema and radio, 1919-28, showing the new communal relationship between the three* Ayer Publishing, 1929, p. 166.
13. "one look at the sheer mass and volume of what we euphemistically call our popular culture suffices", from Winthrop Sargeant, 'In Defense of the High-Brow', an article from *LIFE* magazine, 11 April 1949, p. 102.
14. Gloria Steinem, 'Outs of pop culture' *LIFE* magazine, 20 August 1965, p. 73.
15. «dumbing down» ([http://nomuzak.co.uk/dumbing\\_down.html](http://nomuzak.co.uk/dumbing_down.html)). Nomuzak.co.uk Consultado em 21 de junho de 2009.
16. «Branco, Henrique. *A Manipulação do Público, Noam Chomsky e E.S. Herman*» (<http://henriquegeo.blog.terra.com.br/tag/noam-chomsky/>) *O PIG e as eleições de 2010: Análise dos meios de comunicação de massa por Chomsky*. Abril de 2010
17. A Indústria Cultural. O esclarecimento como mistificação das massas (<https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/05/a-industria-cultural.pdf>) Por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. In ADORNO, T.W. e HORKHEIMER, M., *Dialética do Esclarecimento. Fragmentos Filosóficos* 1947
18. K. Turner (1984:4) *apud* Shuker, Roy (1994). *Understanding Popular Music* (<https://books.google.com.br/books?id=PMpOGovFGFoC&pg=PA3&dq=popular+culture+++media++K.+Turner&source=bl&ots=6pjCFG2CEw&sig=JXQotz9pEkvseWJyJpDFgAY00&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKewj7i52Vml7dAhXGfpAKHazvC30Q6AEwB3oECAcQAQ#v=onepage&q=popular%20culture%20%20%20media%20%20K.%20Turner&f=false>), p. 3. ISBN 0-415-10723-7.

# Bibliografia

---

- ECO, Umberto *Apocalípticos e Integrados* 1964
- ECO, Umberto. *O Televisonário*

# Ligações externas

---

- Reificação e utopia na cultura de massa Por Fredric Jameson (tradução: João Roberto Martins Filho; revisão técnica: Maria Elisa Cevasco)
- Adorno e a cultura de massa por Voltaire Schilling. *História - Cultura e Pensamento Educaterra*.

---

Obtida de "[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cultura\\_de\\_massa&oldid=53002563](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Cultura_de_massa&oldid=53002563)

Este texto é disponibilizado nos termos da licença [Atribuição-CompartilhaIgual 3.0 Não Adaptada \(CC BY-SA 3.0\)](#) da [Creative Commons](#) pode estar sujeito a condições adicionais. Para mais detalhes, consulte [as condições de utilização](#)