

APOSTILA

CURSO PREPARATÓRIO



eutenhofoco.com.br

Prof.^a GYHENIFFER FONTELLA

 profgyhenifferf



DESDE 2011
Transformando sonhos
em realidade!



CULTURA DENTRO DAS RELAÇÕES SOCIAIS

Ao discutir sobre o conceito “Cultura”, logo se imagina edifícios de patrimônio histórico que passem algum tipo de conhecimento ao homem ou a obras de arte que retratem algum sentimento, no entanto, a cultura vai além do patrimônio material e da civilização regional, onde desenvolvem seus hábitos sociais, criando assim, um conjunto de ações que representem aquela região; O que é mais conhecido como cultura.

A cultura juntamente com a civilização está em progressão e aprimoramento, assim como a sociedade não é a mesma, as relações culturais se adequam da mesma forma. Hoje pode-se falar em cultura ao discutir sobre meios de comunicação, uma nova tendência para a sociedade contemporânea. A divisão do espaço social com tecnologias vem tomando maiores porções com o avanço histórico.

Mas o que de fato é a cultura? A cultura é a abrangência de tradições e hábitos de uma sociedade em constante desenvolvimento e conhecimento, ou seja, ela adentra vários campos sociais como educação, erudição, patrimônio, hábitos e costumes construídos através de uma socialização.

Todo indivíduo nasce dentro de um grupo social determinado como grupo primeiro, a família, desta maneira nasce instituído dentro de uma realidade cultural pré-determinada e construída, onde se desenvolve e adquire os hábitos ali criados, podendo modificá-los com a maturação de sua vida.

A estruturação cultural dentro das relações sociais, baseiam-se em três eixos: O ser social, aquisição ou aprendizagem cultura, construção sociedade e mundo. Esses eixos são os responsáveis pela organização dos saberes e dos gostos que caracterizam a cultura por região, assim, pode-se comparar a cultura regional como um espelho que reflete os hábitos e gostos de uma determinada localidade.

Você sabe o que é Relativismo Cultural?

O relativismo cultural acontece quando o Etnocentrismo do homem, se coloca no centro do conhecimento, assim, coloca o seu modo de vida como prioridade e como forma correta de vivência, no entanto, ele enquadra-se apenas num modo cultural de hábito.

O Relativismo pode ser mais percebido quando se aborda a temática educacional, onde a desigualdade encontrada dentro das instituições de ensino são interpretadas como questões

meritocrática, sendo que existem condições sociais condicionantes que também denominam-se cultura, mala cultural, que interferem diretamente na maneira do ser perceber e modificar a realidade a sua volta

.A tirinha a seguir retrata sobre a tolerância do tolerável relativismo encontrado dentro das relações sociais:



EXERCÍCIOS DE AULA

01) (ENEM - PPL – 2019) – É amplamente conhecida a grande diversidade gastronômica da espécie humana. Frequentemente, essa diversidade é utilizada para classificações depreciativas. Assim, no início do século, os americanos denominavam os franceses de “comedores de rãs”. Os índios kaapor discriminam os timbiras chamando-os pejorativamente de “comedores de cobra”. E a palavra potiguara pode significar realmente “comedores de camarão”. As pessoas não se chocam apenas porque as outras comem coisas variadas, mas também pela maneira que agem à mesa. Como utilizamos garfos, surpreendemo-nos com o uso dos palitos pelos japoneses e das mãos por certos segmentos de nossa sociedade.

LARAIA, R. Cultura: um conceito antropológico. São Paulo: Jorge Zahar, 2001 (adaptado).

O processo de estranhamento citado, com base em um conjunto de representações que grupos ou indivíduos formam sobre outros, tem como causa o(a):

- a) reconhecimento mútuo entre povos.
- b) etnocentrismo recorrente entre populações.
- c) comportamento hostil em zonas de conflito.
- d) constatação de agressividade no estado de natureza.
- e) transmutação de valores no contexto da modernidade

02) (ENEM – PLL – 2019) Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas — desalojadas — de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

Do ponto de vista conceitual, a transformação identitária descrita resulta na constituição de um sujeito

- a) altruísta.
- b) dependente.
- c) nacionalista.
- d) multifacetado.
- e) territorializado.

03) ENEM (2014)



DAVIS, J. Garfield de bom humor. Porto Alegre: L&PM, 2011.

Alternativas ao tipo de consumo cultural apresentado nas tiras resultariam de

- A) democratização do acesso a outras esferas de produção cultural.
- B) emissoras comprometidas com princípios cívicos.
- C) censura moralista diante das informações veiculadas.
- D) acesso da população aos canais de sinal fechado.
- E) movimento das Igrejas cristas em defesa da família.

GABARITO:

1 -	2 -	3 -
-----	-----	-----

EXERCÍCIOS DE REVISÃO

01) (ENEM 2009) A mais profunda objeção que se faz à ideia da criação de uma cidade, como Brasília, é que o seu desenvolvimento não poderá jamais ser natural. É uma objeção muito séria, pois provém de uma concepção de vida fundamental: a de que a atividade social e cultural não pode ser uma construção. Esquecem-se, porém, aqueles que fazem tal crítica, que o Brasil, como praticamente toda a América, é criação do homem ocidental.

PEDROSA, M. Utopia: obra de arte. *Vis – Revista do Programa de Pós-graduação em Arte (UnB)*, Vol. 5, n. 1, 2006 (adaptado).

As ideias apontadas no texto estão em oposição, porque

- A) a cultura dos povos é reduzida a exemplos esquemáticos que não encontram respaldo na história do Brasil ou da América.
- B) as cidades, na primeira afirmação, têm um papel mais fraco na vida social, enquanto a América é mostrada como um exemplo a ser evitado.
- C) a objeção inicial, de que as cidades não podem ser inventadas, é negada logo em seguida pelo exemplo utópico da colonização da América.
- D) a concepção fundamental da primeira afirmação defende a construção de cidades e a segunda mostra, historicamente, que essa estratégia acarretou sérios problemas.
- E) a primeira entende que as cidades devem ser organismos vivos, que nascem de forma espontânea, e a segunda mostra que há exemplos históricos que demonstram o contrário.

02) (ENEM 2011) “As tendências da moda, literatura, música, cinema, esportes, política, vida familiar refletem a mentalidade de uma época. E os mercados de ações registram, da mesma forma, essa mentalidade prevaiente. Os preços das ações são o melhor indicador do grau de otimismo, da disposição, da psicologia das multidões,” afirma Robert Prechter, em *Cultura Popular e o Mercado de Ações* (1985).

Época. Ed. 549, 24 nov. 2008.

O texto mostra como as práticas sociais estão relacionadas com os valores predominantes em uma determinada época, em que os fatores influenciadores são ações:

- A) econômicas isoladas.
- B) sociais interativas.
- C) psicológicas individuais.
- D) intuitivas herdadas.
- E) culturais locais.

03) (ENEM 2011)

Texto I

A bandeira no estádio é um estandarte/A flâmula pendurada na parede do quarto/ O distintivo na camisa do uniforme/ Que coisa linda é uma partida de futebol/ Posso morrer pelo meu time/ Se ele perder, que dor, imenso crime/ Posso chorar se ele não ganhar/ Mas se ele ganha, não adianta/ Não há garganta que não pare de berrar/ A chuteira veste o pé descalço/ O tapete da realeza é verde/ Olhando para a bola eu vejo o sol/ Está rolando agora, é uma partida de futebol SKANK. **Uma partida de futebol.**

Disponível em: www.letras.terra.com.br. Acesso em: 27 abr. 2010 (fragmento).

Texto II

O “gostar de futebol” no Brasil existe fora das consciências individuais dos brasileiros. O gosto ou a paixão por um determinado esporte não existe naturalmente em nosso “sangue”, como supõe o senso comum. Ele existe na coletividade, em nosso meio social, que nos transmite esse sentimento da mesma forma que a escola nos ensina a ler e a escrever.

HELAL, R. *O que é Sociologia do Esporte?* São Paulo: Brasiliense, 1990.

Chamado de ópio do povo por uns, paixão nacional por outros, o futebol, além de esporte mais praticado no Brasil, pode ser considerado fato social, culturalmente apreendido, seja por seus praticantes, seja pelos torcedores. Nesse sentido, as fontes acima apresentam ideias semelhantes, pois o:

- A) futebol aparece como elemento integrante da cultura brasileira.
- B) lazer aparece em ambos como a principal função social do futebol.
- C) “tapete verde” e a “bola-sol” são metáforas do nacionalismo.
- D) esporte é visto como instrumento de divulgação de valores sociais.
- E) futebol é visto como um instante de supressão da desigualdade social.

04) (ENEM 2011) A Unesco define como Patrimônio Cultural Imaterial “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas — junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados — que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.” São exemplos de bens registrados como Patrimônio Imaterial no Brasil: o Círio de Nazaré no Pará, o Samba de Roda do Recôncavo Baiano, o Ofício das Baianas de Acarajé, o Jongo no Sudeste, entre outros.

Disponível em: <http://www.portal.iphan.gov.br>. Acesso em: 29 jul. 2010 (adaptado).

É bastante recente no Brasil o registro de determinadas manifestações culturais como integrantes de seu Patrimônio Cultural Imaterial. O objetivo de se realizar e divulgar este tipo de registro é:

- A) reconhecer o valor da cultura popular para torná-la equivalente à cultura erudita.
- B) recuperar as características originais das manifestações culturais dos povos nativos do Brasil.
- C) promover o respeito à diversidade cultural por meio da valorização das manifestações populares.
- D) possibilitar a absorção das manifestações culturais populares pela cultura nacional brasileira.
- E) inserir as manifestações populares no mercado, proporcionando retorno financeiro a seus produtores.

GABARITO:

1 - A	2 - B	3 - C	4 - C
-------	-------	-------	-------