



ESTUDOS CULTURAIS

José Renato Batista

Resumo Unidade 3

O que é popular?

Quando nos referimos à chamada “cultura popular” somos levados a pensar imediatamente sobre “aquilo que é do povo ou que vem do povo”. O gosto popular, os programas de TV, a música e as danças, os produtos. Um conjunto vasto de imagens invade as nossas cabeças que junta desde as festas folclóricas tradicionais aos programas de auditório, passando pelas comidas regionais e chegando à garrafinha e à logomarca da Coca Cola. Imaginamos que o “popular” seja basicamente aquilo que é consumido pelo “povo”.

A primeira pergunta que devemos nos fazer, no entanto, é o que significa este “popular”? Ou melhor ainda, o que entendemos como “povo”?

E aí, como veremos nos textos da unidade, essa noção de “popular” e de “povo” é fruto de um processo complexo de negociação e invenção de agentes sociais diversos. Não é que estas coisas “não existam”, mas vimos em unidades anteriores que a cultura é um processo permanente de criação e negociação entre pessoas. Que antes de ser apenas uma entidade abstrata, a cultura é viva, nos molda e nos constrói como pessoas, ao mesmo tempo em que nós mesmos vamos construindo ela e dando sentido à cultura através de nossas ações.

No entanto, o conceito de cultura popular, como veremos, está ligado exatamente às bases da formação de um povo, tenta resgatar as raízes e os modos de vida de um povo, aquilo que há de mais tradicional e íntimo da história de uma cultura. A cultura popular seria então a fonte das raízes, das tradições e dos costumes mais autênticos de um povo. Essa visão romântica foi a base da construção de muitas nações europeias e de diversos povos da América Latina. O resgate das origens dos povos formadores de uma nação parece fornecer um sentido ao modo de ser de um povo. Todas estas construções são, no entanto, objeto de críticas na medida em que justamente criam uma imagem idealizada do passado e do próprio povo.

Desta maneira, são construídos certos estereótipos regionais ou nacionais, na medida em que as tradições populares informam, de alguma maneira, o modo de ser de um povo. Como vimos acima, a cultura nos molda e nos constrói como pessoas, mas nós também influímos sobre ela. Logo, o modo de ser de um povo é constantemente inventado e produzido, desde as suas tradições até o seu

presente e suas ações. Isto será fundamental para compreender noções como identidade, multiculturalismo e o próprio sentido dos Estudos Culturais, como veremos mais adiante.

Compreender a cultura popular, no entanto, nos permite também, como educadores, um acesso maior ao modo de vida dos povos e, em certa medida, elaborar formas de aprendizagem que sejam mais próximas da realidade cotidiana das pessoas. Ao acessar as culturas populares somos informados sobre a maneira que as pessoas elaboram e dão sentido às suas práticas sociais, às suas relações, o seu modo de ver e agir no mundo. Neste sentido, produzir conteúdos para a educação consiste em aproximar os conhecimentos que a escola deve introduzir com a realidade cotidiana das pessoas.

Entretanto, é essencial diferenciar aquilo que chamamos de cultura popular e o que se entende como cultura de massa, ou melhor, entender o processo que Bakhtin denominou como “circularidade da cultura”. Cabe ainda refletir sobre as relações de poder e dominação entre as classes sociais, de modo que a classe trabalhadora e as classes populares de um modo geral, ainda que possam exprimir seus gostos e seu modo de vida, elas estão em uma relação de tensão com a classe dominante. E de certa forma, estas relações de poder resultam muitas vezes em formas de absorção e massificação da cultura popular. Em alguns casos, também temos a imposição de padrões estéticos e artísticos que implicam na massificação e na padronização do gosto popular.

De certa forma, entender estes processos implica encarar de forma crítica a conversão da cultura em produto para consumo e a conversão do cidadão em mero consumidor. Em outras palavras, muitas vezes a expressão genuína de um povo torna-se uma espécie de produto para consumo e a sua massificação leva a um distanciamento profundo de seu sentido original. Um exemplo interessante deste processo é a forma em que os desfiles de escola de samba no Rio de Janeiro, por exemplo, foi transformado em um produto para a TV. De um lado, o carnaval das escolas de samba é ainda uma expressão genuína de várias comunidades populares da cidade do Rio de Janeiro, de outro lado, temos a televisão vendendo um produto onde seus artistas, seus repórteres e comentaristas, ou seja, a sua transmissão é o próprio espetáculo, parecendo algo muito distante da realidade das pessoas que vivem aquele evento. Podemos dizer o mesmo de certas formas musicais como a tradição sertaneja, convertida em produtos como “sertanejo universitário”, ou o forró “pé de serra” e o “forró eletrônico”.

Estes processos demonstram claramente o modo de que as expressões populares circulam das classes mais baixas para os estratos sociais mais altos e são convertidas em produtos para o consumo imediato. O problema maior é



que este consumo imediato está sujeito a modismos e invenções do momento, aos rótulos comerciais e ao descarte destas manifestações na medida em que surge outra moda e outro produto mais rentável aos olhos do mercado. Ou seja, a submissão da cultura popular à massificação leva invariavelmente a uma perda radical de sua potência como expressão genuína. Ao se converter em produto para o consumo de massa ela está sujeita à vala comum destinada aos modismos efêmeros.

No entanto, isso não quer dizer que a cultura de massa seja apenas negativa. Pelo contrário, há também aspectos positivos na difusão em massa de certas práticas culturais. Não podemos assumir uma postura apenas negativa diante das possibilidades artísticas de fenômenos de massa. Sobretudo porque a difusão em escala industrial de imagens da arte erudita, da música, do cinema e de outras expressões artísticas permitiu o acesso de um número cada vez maior de pessoas ao conjunto de bens culturais que eram destinados a uma parcela reduzida das elites.

Portanto, todos hoje podem falar do “sorriso enigmático da Mona Lisa”, na medida em que a clássica obra de Leonardo Da Vinci pode ser acessada por qualquer um, a qualquer momento numa biblioteca ou pela internet. Em outras palavras, se massificação pode de um lado “destruir”, ela também pode ser uma potência criativa se usada em benefício da educação e da ampliação dos saberes entre as classes populares.

Para uma maior compreensão destas questões procure pesquisar autores como Mikhail Bakhtin, Walter Benjamin, Nestor Garcia Canclini, Jesus Martin-Barbero, entre outros.

Bons estudos!