

OLHARES SOBRE “CULTURA POPULAR” – UM BREVE HISTÓRICO

(REFLECTIONS ON “POPULAR CULTURAL” – A BRIEF HISTORY)

RESENHA DO LIVRO “CULTURA POPULAR – UMA INTRODUÇÃO” DE DOMINIC STRINATI. TRADUÇÃO DE CARLOS SZLAK. EDITORA HEDRA, SÃO PAULO, 1999. 270 PÁGINAS.

POR JOCENY PINHEIRO¹

Um conceito nada fácil de pensar tem sido, até então, o de cultura. Ainda menos o de cultura popular. Após tantas tentativas de definição acabada, pelas mais variadas correntes e recentes escolas do pensamento social, resta-nos apenas um fragmentado conjunto de termos que mais tem servido para tornar complicada a compreensão do que vem a ser cultura em qualquer uma de suas “versões” ou em quaisquer que sejam os “tipos”. É disso que vai tratar Dominic Strinati em seu livro, recentemente traduzido para o português, intitulado “Cultura Popular – Uma Introdução”, um interessante trabalho para pesquisadores que se dedicam à área da educação, comunicação, sociologia, antropologia ou mesmo para leigos no assunto.

Strinati começa nos contando como, já em 1920, eram vários os estudiosos que acreditavam na existência de três categorias que corresponderiam, primeiramente, à “cultura erudita” ou “arte” – instância privilegiada, composta por obras de autenticidade evidente, à “cultura *folk*” – ou seja, aquela “feita pelo próprio povo” e detentora de um poder de subversão e, por fim, à “cultura de massa” – decorrente do que se convencionou chamar de “sociedade de massas”. Nessa visão, a “cultura popular” era “*folk*” em sociedades pré-industriais e “de massa” nas sociedades industriais, nascendo aí o intenso debate sobre o que viria a ser essa “cultura de massa”, resultado do aperfeiçoamento de técnicas de produção industrial e da comercialização para um consumo de larga escala. Uma cultura em que o mercado devia falar mais alto.

“Padronizada”, “repetitiva” e “superficial”, passou a ser considerada por muitos teóricos como “banalizante” e “apassivadora”, em nada se comparando ao papel desempenhado pela “alta” cultura ou mesmo por sua versão *folk*. Isso porque, aparentemente, uma visível fronteira estaria separando a “alta” cultura da elite, de um lado, e a cultura “popular” ou de “massa” do outro. A *folk*, que se caracterizaria pela “harmonia

orgânica”, pelos “valores autênticos” de um povo (ou de um grupo) e pelo sentido moral do “mérito comunitário”, seria solapada pela crescente onda de “americanização” nos meios de “comunicação de massa”. Para dar um exemplo, até mesmo o *jazz* poderia chegar a ser nada mais que o equivalente dessa chamada influência da cultura “frágil” na música.

Esse era o pensamento da Escola de Frankfurt de Pesquisa Social, fundada em 1923. Com sua crítica ao desenvolvimento do capitalismo moderno, a Escola elabora uma teoria das “instituições culturais”, aprofundando-se no conceito de “indústria cultural” para mostrar que, de modo semelhante a algo que Marx enunciou, a cultura também poderia se reduzir ao “fetiche” da “mercadoria”. Um fetichismo que era acentuado pelo domínio do dinheiro e que levou Marcuse a teorizar sobre o conceito de “necessidades supérfluas”, ou seja: necessidades que advinham do desejo inspirado no puro consumismo. Nada mais certo, então, que pensar, segundo Adorno, Horkheimer e Marcuse, que o cultivo das “necessidades supérfluas” vinculava-se diretamente “ao papel da indústria cultural”: justamente essa indústria que produzia uma música popular padronizada, “pseudo-individualizada” apenas por refrões.

Vendo esse breve resumo, é fácil pensar que, hoje, as idéias frankfurtianas (a grosso modo aqui representadas) constituem apenas uma abordagem entre as demais, mas, na verdade, elas seriam extremamente importantes e até indispensáveis para o desenvolvimento de futuros estudos. O pensamento frankfurtiano permaneceria decisivo mesmo em 1950, quando o “estruturalismo” e a “semiologia” despon-

R
E
S
E
N
H
A

¹ Cientista Social e aluna do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará.

navam como duas correntes que alcançavam notoriedade nos estudos de cultura popular.

O Estruturalismo oriundo da lingüística de Saussure e dos estudos de Lévi-Strauss – com os conceitos de “cultura” e “mito” – rapidamente se difundiria. Exemplo de tal abordagem seria o trabalho de Umberto Eco sobre os romances de James Bond, escritos por Ian Fleming, onde o primeiro tenta mostrar que há uma “seqüência” de ações que pode variar, existindo, no entanto, uma “estrutura” que permanece a mesma, com “arquétipos” que são universais, além de uma “oposição binária” fundamental entre o bem e o mal.

Por outro lado, alguns se inspirariam no trabalho de Barthes e sua teoria semiológica, fazendo uso de termos como “significante” (forma) e “significado” (conceito), na tentativa de levar a cabo a tarefa de “ir além das denotações” e chegar às “conotações” dos “signos” (significação). “Signos” estes presentes nos inúmeros meios (textos, imagens etc.) de expressão da cultura. Os “sentidos conotativos” ou as mensagens “ocultas” presentes na propaganda televisiva e na publicidade chamariam a atenção de marxistas e feministas interessados em desvendar a repetição de mitos e “estereótipos” por trás da “aparência” de palavras, frases ou imagens.

Simultaneamente, os estudiosos do assunto foram se apropriando do conceito de “ideologia”, fundamentando-se na “economia política” de Marx e ancorando-se, também, na “teoria da ideologia” de Althusser. Por volta de 1960 ou 1970, era o chamado “marxismo estruturalista” que aparecia como arcabouço teórico para se pensar a cultura popular. O conceito de “hegemonia” de Gramsci é somado aos anteriores e, a partir daí, o feminismo se volta para a investigação da representação das mulheres na propaganda. Usufruindo as diversas reflexões presentes em trabalhos anteriores, o feminismo se especializa nas famosas “análises de conteúdo” que acreditam na existência de um sentido não-explícito nas propagandas, emitido pela imprensa e pela mídia em geral de modo a ser absorvido pelo público sem que este tenha consciência por completo.

Não tarda muito e logo aparece uma nova teoria baseada na análise pós-moderna da cultura popular contemporânea. Com maior ênfase nos estudos da década de 90, o pós-modernismo descreve o advento de uma ordem social na qual “os meios de comunicação de massa e cultura popular governam e moldam todas as outras formas de relacionamentos sociais” (217). É, na verdade, o nascimento de uma sociedade totalmente subordinada aos meios de comunicação de massa. Uma sociedade que orienta a sua percepção da realidade através dos “signos” da

cultura popular e das imagens veiculadas pelos vários canais midiáticos aí existentes. Esse pós-modernismo leva a uma ênfase sobre o “estilo” – ou seja, as aparências e *designer* acima de tudo, a uma indistinção entre “arte” e “cultura popular”, a uma confusão ou “incoerência” do sentido espaço-temporal e a um declínio das “metanarrativas”.

O pós-modernismo vai, portanto, marcar presença na arquitetura, no cinema, na televisão, na propaganda, na música *pop*, no surgimento das novas profissões da classe média e até mesmo na formação das identidades pessoais e coletivas. Para os que crêem em nessa tendência, não há dúvida: os meios de comunicação de massa (*mass media*) controlam a “realidade”. E o pior: conseguem com isso erodir as identidades, transformar a cultura popular moderna em “cultura *trash*”, exercendo poderosa influência ideológica sobre o público em geral.

A teoria da cultura de massa e a Escola de Frankfurt são as primeiras tentativas de entendimento do assunto, seguidas, por um lado, pelos trabalhos teóricos excessivamente generalizantes do estruturalismo e do marxismo, e, por outro, pela perspectiva mais empírica do feminismo. A orientação mais recente tem sido, justamente, a do pós-modernismo, que parece se opor tanto à “teoria sistemática” quanto à “pesquisa empírica”. O fato é que nenhuma dessas abordagens pode ser considerada ultrapassada, elas apenas revelam que há diversas teorias em circulação, por isso mesmo, diversas maneiras de conceber a cultura popular e os meios de comunicação, dando chance a alguns de extrair as contribuições que julgar pertinentes em cada uma delas.

Obviamente, há inegáveis avanços nas reflexões (de um ou outro modelo) que, independentemente do viés adotado, permanecem em quaisquer que sejam as discussões. Este é o caso de algumas conceituações como “sociedade, consumo e cultura de massa”. Nesse sentido, parece valer a pena escutar o que têm certos autores a dizer sobre o limite de cada uma dessas abordagens. Expondo as idéias centrais e fazendo uma avaliação crítica de cada qual, Dominic Strinati, em seu livro supracitado: “Cultura Popular – Uma Introdução”, faz uma exaustiva análise de como foi tratada a cultura popular de acordo com os mais diversos pontos de vista, minuciosamente expostos ao longo de 270 páginas.

No livro, o leitor tem a oportunidade de conhecer um histórico dos estudos de cultura e, ao mesmo tempo, entrar em contato com uma crítica à teoria da cultura de massa, à Escola de Frankfurt (com uma breve explicação sobre a visão de Benjamin – uma espécie de *outsider* da Escola), percebendo tam-

bém os “problemas-chave” do estruturalismo e da semiologia até uma avaliação dos limites do pós-modernismo.

Mais que isso, Strinati oferece um balanço final de sua investigação, onde discute a idéia do “discurso e a cultura popular”, da “abordagem dialógica” e, por fim, do chamado “populismo cultural”. É um longo e denso livro que surgiu a partir dos cursos que ministrou no departamento de sociologia da universidade inglesa de Leicester. Bom para se inteirar de como o tema foi e continua a ser tratado. Mas pouco inte-

ressante para quem espera sair com uma definição acabada do que vem a ser, enfim, “cultura popular”.

Por mostrar as variadas concepções do termo e as diferentes maneiras de entendê-lo, Strinati não permite que o leitor saia com a certeza de que compreendeu a distinção básica entre o popular, o erudito, o popular-massa etc., se é que, de fato, essas definições se justificam. Felizmente, eu diria, não é possível finalizar o livro com a certeza citada, felizmente, pois nisso consiste seu maior êxito: impedir que o leitor reduza ou simplifique questões demasiado complexas.