



CULTURA POPULAR NA PÓS-MODERNIDADE

Zulmira Nóbrega¹

Resumo: A pós-modernidade trata da aceitação da sociedade com suas difusões e complexidades no campo da cultura, política e economia, procurando discutir novos paradigmas para a heterogeneidade das expressões artístico-estéticas, ampliadas pelo foco da mídia conforme os parâmetros da indústria cultural, apesar de não se enquadrar num modelo puramente comercial, tanto que chega a aglutinar, inclusive, expressões da cultura popular que, por sua vez, adapta-se ao novo modelo, porém mantendo suas características básicas de produção e consumo em seu próprio meio social.

Palavras-chave: pós-modernidade, cultura popular, culturas híbridas,

Em nosso mundo globalizado de grande evidência e utilização das culturas pós-modernas, aumentam-se as preocupações, principalmente nas das áreas humanísticas, com a ameaça à universalização e padronização das vivências tradicionais, as expressões culturais e as identidades locais. Diante de tal quadro voltamos nosso interesse, neste artigo, para discutir sobre a preservação e possibilidades de valorização da cultura popular no âmbito da visibilidade.

A definição de pós-modernidade é algo extremamente difícil devido às idéias complexas, díspares e difusas que tratam da matéria no âmbito teórico-epistemológico, o que acaba provocando grande inconsistência conceitual, apesar de a tentativa de

¹ Professora Assistente II do Departamento de Comunicação e Turismo da Universidade Federal da Paraíba e doutoranda do Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. E-mail: zulmiranobrega@uol.com.br.

importantes estudiosos contemporâneos, a exemplo de Jean-François Lyotard², Michel Maffesoli, Jurgen Habermas³ e Fredric Jameson.

Há quem diga que não passam de observações filosóficas sobre novos fenômenos culturais que, apesar de seu caráter de novidade, não teriam significativo simbolismo revolucionário tal qual a modernidade que, conforme algumas interpretações, ainda não foi extinta, sendo simplesmente invadida pela pós-modernidade, e que não haveria uma verdadeira diferença entre ambas. Santaella (p. 108) diz que a distinção somente é pontual “na perda de ilusões heróicas, dos ideais de grandeza e da agressividade combativa, ainda infantis e mesmo adolescentes, dos modernistas, perda esta que significa uma mudança substancial sob o nome de pós-modernidade”.

A interação ou mistura entre ambas seria perfeitamente possível diante do fato de a pós-modernidade não ser nomeada em função de um preciso período cronológico, enquanto a modernidade começou a se delinear com o Renascimento, aperfeiçoando-se com o advento do iluminismo, o capitalismo e o progresso técnico-científico. E o mundo mudou após a Segunda Grande Guerra, vieram os anos de 1960 com as contestações dos valores éticos da sociedade, a perda dos sonhos utópicos e crenças que o modernismo acalentou, surgindo as tendências do irracionalismo, descontinuidade, relativismo e descrenças com os ideais do iluminismo, no campo técnico a força avassaladora da informática, no mundo sócio-cultural expressões com perfis contemporâneos na arte, literatura, música, cinema, “a sociedade do consumo e do

² Na sua obra *A condição pós-moderna*, Lyotard (1979) conseguiu tecer um pensamento lúcido e explicativo sobre a questão, que se mostrava tão difusa, articulando-a de forma interdisciplinar. Porém, se de um lado o livro conseguiu dar coesão a certas idéias sobre a matéria, de outro provocou ainda mais incertezas e polêmicas sobre a matéria, provavelmente pelo fato de o teor da obra suscitar dúvidas e angústias humanas vagas e disformes, clamando por algo que conseguissem lhes dar concretude e soluções. No seu texto, Lyotard interpreta tal dispersão: *A ciência pós-moderna – ao se preocupar com coisas indecidíveis, os limites do controle do preciso, conflitos caracterizados por informações incompletas, fractas, catástrofes e paradoxos pragmáticos – está teorizando a sua própria evolução como descontínua, catastrófica, não retificável e paradoxal. Ela está mudando o sentido da palavra conhecimento, ao mesmo tempo que exprime como essa mudança pode ocorrer. Está produzindo não o conhecimento, mas o desconhecido* (op. cit., p. 60).

³ O neo frankfurtino Jurgen Habermas considera a modernidade como um “projeto inacabado” e criou grande polêmica com os pensadores franceses, na década de 1980, ao criticar e taxar os pós-estruturalistas, especialmente Derrida, via Bataille e Foucault, de “jovens conservadores”; enquanto que Lyotard, conhecido como o arauto da pós-modernidade, e seus seguidores, de “neoconservadores”. Para os franceses, a modernidade tem seus parâmetros a partir de Nietzsche e Mallarmé, especialmente com novas linguagens artísticas e literárias que destruíram o conservadorismo da época. Já para Habermas, a modernidade se articulou com o iluminismo em função da teoria social que contempla a razão que ele tenta recuperar com um novo viés filosófico já que a modernidade ainda não se completara, logo, sua desconsideração seria uma volta ao reacionarismo pré-moderno.

espetáculo”, o crescimento da produção cultural em sistemas industriais sofisticados, a predileção pela imagem, a mercantilização exacerbada da mídia, a força do imaginário na vida das pessoas, a fragmentação e os hibridismos culturais, entre outros fenômenos⁴. Tudo isso foi se ampliando paulatinamente provocando a percepção de a cultura possuir novos parâmetros paradigmáticos que romperam com ideologias e estilos da modernidade.

Entretanto, entre desafiadoras conceituações e contextualizações epistemológicas, optamos, em função deste pequeno artigo, considerar, sinteticamente, o pensamento pós-moderno no seu viés que se reporta às sociedades contemporâneas em face de suas heterogeneidades e fragmentações culturais, o mundo de aceitação de diferenças com espaços para identidades mutáveis e provisórias. Onde não existe a obrigatoriedade de preceitos científicos uniformes, o espírito cético em relação às idéias acabadas e totalizantes, terras de culturas híbridas, enfim, sendo que esta última idéia parece condensar mais diretamente o direcionamento das expressões artísticas e estéticas, objeto central de interesse do presente estudo. O mundo em que a cultura popular sobrevive, revigora-se e até amplia-se, porém, parodiando Lyotard, na condição pós-moderna.

Devido à coexistência de muitas definições sobre cultura popular, estabelecemos nossa percepção sobre ela ser o conjunto de criações e manifestações espontâneas, originais e autênticas, nascidas e consumidas pelos próprios sujeitos que as geraram. Podendo até ser influenciada por outros tipos de expressões culturais, a erudita, e a industrial massiva, o que não descaracterizaria seu caráter popular.

As expressões que se materializam nas realidades cotidianas ou se fazem presentes em planos simbólicos nas vivências de grupos sociais, desde o âmbito familiar até o convívio participativo comunitário que pode ser em pequena ou grande escala, reunindo poucas pessoas ou mesmo uma multidão. Neste sentido, um jogo de dominó de quatro aposentados, vizinhos de uma mesma rua, assim como uma partida de futebol com uma assistência de cem mil pessoas, naturalmente podem conter comportamentos humanos emotivos e artefatos materiais típicos da cultura popular, como também da

⁴ *Pós-moderno não é apenas uma outra palavra para a descrição de um estilo particular. É também um conceito periódico cuja função é relacionar a emergência de novos caracteres formais na cultura com um novo tipo de emergência da vida social e uma nova ordem econômica – ou seja, aquilo que é eufemisticamente chamado de modernização, sociedade pós-industrial ou de consumo, sociedade das mídias ou do espetáculo, ou capitalismo multinacional. (...) Tanto não marxistas quanto marxistas chegaram ao sentimento geral de que, em algum ponto, após a segunda guerra mundial, uma nova sociedade começou a emergir* (Jameson, 1983, 113 e 117).

cultura industrializada, exemplo que configuraria o hibridismo e volatilidade das expressões culturais de nossos dias, no modelo pós-moderno .

Durante o jogo de dominó, um costume antigo e tradicional que faz parte dos experimentos reais do cotidiano sócio-pessoal – uma notória ocorrência no bojo da cultura popular –, é possível uma conversa sobre a telenovela da época, com temática atual; e a contenda futebolística tem um caráter fortemente espetacular, daí a presença da mídia, em especial a televisão transmitindo para diversos países transmissão, o estádio repleto de anúncios publicitários, ou seja, uma inequívoca demonstração de cultura de massa, um mega evento de largo espectro mercantil (indústria cultural)⁵. Entretanto, um avô pode acompanhar filhos e netos a esse espetáculo industrializado, espetacularizado, com o mesmo espírito de paixão e emoção que ele ia ao jogo no papel de filho ou neto, quando o futebol era até cercado de uma certa ingenuidade perto das cifras econômicas que o movem hoje em dia. Foi-se a simplicidade material, mas ficou a emotividade, o sentimento, as mesmas sensações que filhos e netos experimentam no plano do sensível psico-social. As culturas podem ser mais fortes, consistentes e duradouras no plano simbólico do que na fugaz realidade, presentes em vivências concretas, mas também no imaginário sensível do mundo social.

Sabemos do incomensurável valor dos patrimônios e legados brasileiros para o conhecimento, memória e identidade da nação e do povo, presentes em objetos materiais: peças artísticas e artesanais diversificadas gravadas em qualquer dispositivo com forma tangível e concreta, a exemplo de obras arquitetônicas, pinturas, esculturas, textos literários e elaborações artesanais, além da variedade de utensílios de uso lúdico ou laboral, doméstico e profissional. Havendo ainda as representações imateriais: cantos, músicas, danças, performances teatrais, histórias e narrativas orais, rezas,

⁵ O conceito de “indústria cultural” elaborado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, e celebrizado no teor de seu texto *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, no bojo da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt reúne, provavelmente, a mais discutida base teórica para a discussão da mídia diante de seu papel de difusora cultural com objetivos comerciais. Reúne, de um lado, detratores ao seu teor demasiadamente pessimista quanto às possibilidades de informação de baixa qualidade pelos veículos de comunicação, e de outro lado, opiniões favoráveis que destacam a sua lucidez em apontar a nocividade da cultura industrial massiva, como também interpretações que se situam na linha divisória, as quais enxergam problemas nas idéias frankfurtianas, mas também pensam que elas, apesar de serem tecidas em meados dos anos de 1940, continuam válidas para contribuir com a compreensão de fenômenos pós-modernos, já que a presença de produtos culturais massivos se recrudesceram na contemporaneidade. Todavia, independentemente dessas considerações, acreditamos ser indispensável lembrar que não podemos colocar no mesmo baú da indústria cultural todas as expressões artísticas e estéticas veiculadas na mídia. Nem todas elas, mesmo que atinjam um grande público (massivo), podem ser taxadas como de má qualidade, na concepção negativa frankfurtiana destinada às culturas de massa industrializadas, especialmente na concepção pós-moderna em que há de tudo.

receitas medicamentosas e gastronômicas, simpatias, prosa e poesia, rituais religiosos e sociais, jogos e brincadeiras, além de outros feitos.

O valor desse conjunto cresce ainda mais, não apenas pela enorme variedade de suas peças de notável potencialidade criativa, mas também por possuir o poder de decidir sobre seus próprios tempos e espaços de efetivação. Permanece viva em milhares de comunidades espalhadas por todo o país, rurais, suburbanas e até mesmo em setores urbanos, defendidos por alguma lógica espacial, que sobrevivem e continuarão sobrevivendo alheias às pressões da tecnologia e das culturas pós-modernas, e ao foco de interesse de olhares de fora.

Todavia, vislumbramos a cultura popular brasileira também dotada da capacidade de convivência com o modelo cultural heterogêneo diante da presença dos atos pós-modernos, cuja identificação dependeria de olhares otimizados pelas oportunidades de apreciação nas dimensões espaciais, temporais e comunicacionais. Num jogo de interessante caleidoscópio, de múltiplas possibilidades, conforme o pensar de Canclini (2001) ao tratar de *Culturas Híbridas* (título de sua obra que se aprofunda magistralmente sobre a matéria): uma “obliquidade de tramas culturais”.

As cidades brasileiras, durante quatro séculos de colonização, historicamente formadas e inchadas por contingentes vindos de sociedades rurais fechadas em feudos, em sua maioria núcleos eclesiásticos, cresceram subordinadas ao campo. Mas, a partir do início e transcorrer do século 20, a produção industrial provoca o aumento da população vinda do campo determinando um incremento considerável na concentração urbana e a socialização das relações de trabalho (Carlos, 2000, p. 227). Eram tempos de modernidade em que as pessoas se situavam em determinadas esferas sociais bem definidas, principalmente no âmbito espacial (escola, família, trabalho, igreja, clubes e associações, locais de lazer, participação em celebrações etc), com a possibilidade de mudanças de grupos de relacionamento, como também do seu papel social.

Na modernidade caracteriza-se o estabelecimento de estruturas bem definidas e separadas em campos normativos, sociais, políticos e institucionais da economia, trabalho, família, religião, escola, estado, ciência, ética e estética, cada um deles com especificidades independentes na elegibilidade de seus valores culturais, aquilo que Max Weber, conforme a analogia de Lash (*apud* Urry 2001, p. 119), denominou de *Eigengesetzlichkeit*, ou “autolegislação”. Isso vale dizer que as formulações da cultura de cada setor institucional possuem identidade própria. A modernidade, então, seria composta por dimensões culturais distintas em função de suas respectivas instituições,

num processo considerado de “diferenciação”, conforme a compreensão de Urry (op. cit., p. 119 - 120). “Cada esfera desenvolve suas próprias convenções e modos de avaliação. O valor, nas esferas culturais, depende da eficácia com que um objeto cultural corresponde às normas apropriadas a essa esfera. A isso chamarei de diferenciação horizontal”.

Porém, a modernidade também apresenta traços de verticalidade em sua esfera cultural, com muitas distinções, entre cultura e vida, cotidiano e datas especiais de celebração, arte erudita e popular, formas de consumo elitistas, populares e de massa. De forma que a modernidade é composta por aspectos culturais horizontais e verticais. Na pós-modernidade, principalmente no que tange à esfera cultural, admite-se apenas a verticalidade, ou seja, não há distinções entre os valores culturais.

As formas culturais pós-modernas não são consumidas em estado de contemplação, a exemplo do que ocorre em um concerto clássico, mas de distração. A cultura pós-moderna afeta os espectadores através de seu impacto imediato, por meio daquilo que ela faz por alguém, através de regimes de prazer e não das propriedades formais do material estético. Isso serve para solapar qualquer distinção vigorosa entre uma alta cultura, apreciada por uma elite conhecedora da estética de determinada esfera (pintura, música, literatura) e a cultura popular ou baixa das massas. A pós-modernidade é anti-hierárquica e se opõe a essas diferenciações verticais. Existe uma desdiferenciação da “economia cultural” (Ibidem, p. 121).

Percebemos na pós-modernidade a fragmentação e o entrelaçamento de representações de diferentes campos normativos e institucionais, admitindo-se várias identidades que se estabelecem por valores intrínsecos e extrínsecos, motivados por uma sociedade disforme, um mosaico de geometrias díspares com diversos elementos limitados alternadamente por relações ambíguas, união e conflito, amabilidade e agressividade, que, curiosamente, estabelecem um modelo real e concreto. Para Maffesoli (1998, p. 27), simplesmente a distinção entre ética e estética, um conjunto de categorias e de sensibilidades alternativas às conjunturas da modernidade.

A pós-modernidade é feita de um conjunto de elementos totalmente diversos que estabelecem entre si interações feitas de agressividade ou de amabilidade, de amor ou de ódio, mas que não deixam de constituir uma solidariedade específica que é preciso levar em conta (Maffesoli, 1996, p. 15-16).

Em vilas e bairros de comunidades populares, a exemplo do que acontece em muitos espaços sócio-geográficos do Brasil, especialmente em comunidades com menor poder aquisitivo, encontramos um perceptível e significativo paradoxo. Há lugares que impera a ordem dos fora da lei, principalmente traficantes, locais de extrema violência nos quais a relação moradores e marginais é flutuante: pode acontecer de as pessoas da

comunidade suportarem o estado de beligerância por não ter para onde ir, e temendo represálias não denunciam os bandidos mesmo quando acionados pelos órgãos de segurança pública ou justiça, como também certo tipo de marginais serem bem quistos pela comunidade por impor uma certa disciplina que até protege a comunidade, além de desenvolverem ações de filantropia e assistência. É um tipo de solidariedade “pós-moderna”, o crime substituindo o Estado, aonde este não consegue cumprir suas obrigações constitucionais.

Mas a solidariedade e a união entre moradores, em lugares de violência ou não, para a ajuda mútua e a luta pela sobrevivência e melhoria do conforto coletivo objetivando transporte, saúde, educação, segurança e lazer, entre outras conquistas. As atividades criam modelos especiais de socialidades, num ambiente de identidade coletiva, de usos e costumes comuns, práticas tradicionais manifestas no cotidiano ou em oportunidades especiais, a exemplo dos rituais religiosos e festejos diversos que espontaneamente concentram um cabedal de elaborações da cultura popular que, por sua vez, diferentemente das culturas pós-modernas, somente se efetiva na união da ética com a estética.

Tais atos se efetivam nos jogos de dominó, carteados, conversas nos bares, praças e em frente às casas, brincadeiras diversas entre crianças e adolescentes, as peladas de futebol, costumes alimentares, medicina e literatura popular, devoção e prática religiosa. Atos “socializantes” de solidariedade e amizade, especialmente aqueles registrados em celebrações de festejos quando se pronunciam cantos, músicas, danças e performances teatrais com graus de autenticidade que atestam sua naturalidade no âmbito de sua realidade espacial peculiar e lógica temporal própria.

Mesmo com a presença massiva da televisão, o grande veículo propagador da indústria cultural universalista; a internet em domicílio próprio ou em casas especializadas; unidades de redes de supermercados modernos; casas de jogos eletrônicos que exercem grande fascínio sobre crianças e adolescentes; os bairros, em especial os periféricos, daí o oportunismo do termo suburbano, referenciam um estado de vínculo com o rural e mantêm um status de socialização com e no próprio cotidiano que marca especificidades de costumes locais, de cunho popular próprio e independente das culturas globalizantes, quase sempre com marcas identitárias e memórias de raízes históricas.

Entre as possíveis histórias do urbano estaria a história das atividades que na cidade se realizam; do emprego, das classes, da divisão do trabalho e do seu inverso, a cooperação; e uma história que não é bastante feita: a história da socialização pela

cidade. E entre as histórias da cidade, haveria a história dos transportes, a história da propriedade, da especulação, da habitação, do urbanismo, da centralidade (Santos, 1998, p. 69-70).

Nesse sentido, espaço e tempo são categorias inerentes à sociedade e cultura merecedoras de especial atenção, as quais, segundo Castels (1997), necessitam de fundamentação teórica para analisar suas “ressignificações”. O pensador afirma que o espaço é a expressão do meio social em seu estado puro, não seu simulacro, o *corpus* e o *modus vivendi* de uma determinada sociedade, desenvolvida pela dinâmica de sua própria estrutura social, com aparência e detalhes físicos e espirituais contraditórios e conflituosos face às estratégias de diferentes atores procurando estabelecer seus interesses e valores. Mesmo quando opostos às opções de outros membros da comunidade, processos que conformam a espacialidade atuante sobre entorno construído, decorrente de outras estruturas sócio-espaciais prévias.

Os atos culturais são impregnados de influências relativas ao espaço e ao tempo como práticas sociais fomentadas por determinações institucionais familiares, econômicas, religiosas, políticas, intelectuais, sexuais, lúdicas, entre outras, sujeitas aos processos pós-modernos padronizados de práticas imaginativas e comunicacionais, tendo a forma como uma base motora que cria, desenvolve e mata os elementos que caracterizam uma sociedade.

Entretanto, devemos lembrar que mesmo numa comunidade suburbana e até mesmo rural, com o máximo possível de realizações originais e autênticas da cultura popular, não podemos esperar uma total assepsia em relação às influências contemporâneas e pós-modernas. Não há como negar a natural evolução dos usos e costumes, influências do aparato tecnológico e dos avanços gerais impostos pelas ordens sociais e econômicas em constante mutação, materializando-se a circularidade comentada por Bakhtin. As culturas populares, eruditas e pops, as identificações pós-modernas e as da indústria cultural não possuem estatutos diferentes, mas se situam numa mesma esfera cultural, fazendo com que uma categoria se aproprie de criações da outra, em ações recíprocas, provocando os processos de hibridismos culturais, o que solidifica nossa idéia de heterogeneidade.

Maffesoli (1996, p. 15 - 16) diz que a pós-modernidade provoca nas pessoas uma necessidade comum em que o comportamento sócio-psicológico emotivo e ético necessita da proximidade das pessoas privilegiando o estético, num processo em que ele denomina de “tribalismo” destes nossos tempos. Nele os indivíduos se juntam, mesmo sem se conhecerem, sem objetivos específicos, mas devido à simples vontade de estar,

sair, não importando o destino. A motivação se situa mais em dispositivos simbólicos que na realidade, com significações figurativas e visuais, conforme diz Urry (2001, p.121):

Existe um relacionamento mais próximo e íntimo entre a representação e a realidade do que quando a significação se exerce através das palavras e da música, sem as vantagens de um filme de televisão, vídeo, “vídeo pop” etc. Além disso, uma proporção cada vez maior dos referentes da significação, a “realidade” é uma representação ou, conforme a famosa argumentação de Baudrillard, aquilo que consumimos cada vez mais são os signos ou representações.

Neste mundo, então, não haveria bases sólidas ou referências sobre ocorrências reais, fenômenos com materialismo histórico como causas naturais de comportamento sócio-cultural, prevalecendo a superficialidade. O autor lembra que Lash trata da questão como uma “nova inconsistência da realidade”, ou seja, “*o modernismo concebe as representações como problemáticas, enquanto o pós-modernismo problematiza a realidade*” (Lash *apud* Urry, op. cit., p.121).

Seguindo a diretriz dos autores, percebemos a formação das tribos metropolitanas motivadas pela apreciação da virtualidade ou contatos rápidos e efêmeros promovendo a cultura informal, baseada, apenas, na proximidade, plenamente aberta receptiva aos enunciados culturais massivos. Ao não ter um caráter espontâneo, mas a lógica do “dever-ser” igual para pertencer à tribo, a obrigatoriedade da emoção coletiva, afasta a possibilidade de um ambiente social natural propício aos feitos de uma cultura original. Como ilustração a tal fato, sugerimos um evento musical de nossa história recente, ocorrido em fevereiro de 2006, decorrente do mega show realizado pela banda de rock anglo-americana *Rolling Stones*, realizado nas areais da Praia de Copacabana que reuniu mais de um milhão de pessoas.

Já nos dias antecedentes ao show, realizado e amplamente divulgado pela Rede Globo de Televisão, nos perguntávamos, apesar da mitificação em volta da banda, diante de tanto interesse da mídia, até em que patamar os brasileiros realmente apreciariam o grupo. Nossa indagação se baseava no fato de que suas músicas não são tão comuns no dia a dia, e mesmo se toda a representatividade fosse derivada de pessoas mais velhas, tivemos informações empíricas de que a banda não tinha tantas canções gravadas na memória dos brasileiros, além de *Insatisfaction*, um hit de sucesso mundial, talvez até mitificado. Trata-se de uma composição com um forte refrão de única palavra.

Tínhamos a idéia, agora ainda mais reforçada, que tudo não passava de destaque exacerbado na mídia, despertando a necessidade das pessoas se ligarem a um mito, pertencerem a uma tribo que também procura, aceita e deseja visibilidade.

Na verdade, quase toda a horda que se dirigiu às areias de Copacabana desejava fazer parte do maior espetáculo de todos os tempos, em termos de audiência presente, com muitas de suas fileiras vindo de longe. Gostar tanto assim dos *Stones* ou conhecer suas músicas não pareceu ser um motivo tão importante para justificar tanto interesse. Daí, pareceu-nos que os repórteres televisivos designados para cobrir a preparação e a efetiva realização do show pensaram como nós. Tanto que, mesmo não podendo admitir tal sentido, nas matérias editadas já há dois ou três dias antes da apresentação, não se furtaram em insistir nas perguntas às pessoas que chegavam: De onde você veio? As respostas eram entusiasmadas, em tons de defesa de sua terra, havendo nomeações de todos os lugares do país. Porém a segunda pergunta obtinha uma resposta única: “Qual música dos *Stones* você espera ouvir no show?” – “*Insatisfaction*’, é claro”. Quando da, nem sempre efetuada, terceira pergunta: “*Alguma outra*”? – “*Todas as outras são legais também*”. Numa das entrevistas, que corou nosso pensar, um senhor muito solícito e empolgado, aparentando cerca de 40 anos e que era *experct* “em *Stones*”, vindo do estado do Paraná, surpreendido com a mudança gramatical do pronome interrogativo “qual”, para o plural “quais”, por um ou dois segundos mostrou-se surpreendido, mas rapidamente reagiu. Não perdeu a pose e com ares de autoridade sobre as canções questionadas: “*Todas, mas principalmente ‘Insatisfaction*”.

Ficamos finalmente satisfeitos com a confirmação de nossa previsão, quando numa entrevista transmitida do camarote VIP do evento, em momentos que show deveria estar pela metade, o ator de telenovelas, Dado Donabella, perguntado sobre sua opinião sobre o espetáculo, respondeu: “Está demais, desde adolescente sou louco pelos *Stones*”. Surpreendido pela segunda indagação (*Insatisfaction* ainda não havia sido interpretada): “Qual música você mais curtiu até aqui”?, Donabella não conseguiu disfarçar sua expressão de quem estava dissimulando e foi pego de surpresa e nada conseguiu responder. A certeza de que poucos realmente conhecem a obra dos roqueiros, ficou sacramentada quando o *Portal Uol* da Internet, publicou uma nota, no dia posterior ao show: “*O ministro da Cultura Gilberto Gil comprovou ser fã dos Rolling Stones, ao acompanhar atenciosamente o show, cantando junto todas as canções*”.

A visibilidade de produtos culturais depende, principalmente, de sua aceitação como uma coleção de signos, segundo o plano simbólico que o tece, devidamente ampliado quando a mídia o enuncia, conforme afirma (Rodrigues, 1997: 27).

Assim a publicidade não se limita a designar um produto particular a vender, porém, pela utilização de uma linguagem e de meios de informação cuidadosamente elaborados, difunde-se uma imagem de um modo de vida e de uma ideologia inspirados por grupos líderes de população, aos quais convém imitar pelos seus comportamentos e hábitos de consumo.

Num esforço analítico particular, destinamos um outro olhar para as idéias de “tribalismo”, para um ponto contrário ao do objeto original, justamente o de negação ao mundo pós-moderno, presentes – mesmo que parcialmente, diante do fato de as mídias massivas estarem presentes nas mais recônditas regiões, particularmente a televisão – nas vivências comunitárias rurais, suburbanas ou mesmo urbanas, desde que livres da universalidade tecnológica, signos de comportamentos virtuais e, principalmente, com laços sociais derivados da proximidade física espontânea. As ações se concretizam nos atos de pessoas que vivem a realidade de pertencimento pela aproximação física com referenciais de mesmos objetivos e projetos específicos, a exemplo de moradores de uma mesma rua em casas pequenas, divididas por muros baixos, com locais comuns de acesso (praça, bar, mercado, ponto de ônibus, associação, recantos de lazer etc). Repartem os mesmos problemas e aspirações (trabalho, transportes, saúde, segurança, educação, entre outros), que, convivendo no cotidiano e organizando suas próprias celebrações e festejos, revelam usos e costumes próprios e tradicionais, inerentes à sua cultura popular. Nesses lugares a condição de indivíduo é inexistente, face à valorização da identidade social, nas modalizações transversais da sua fala, atitudes, informalidade, despojamento e descontração.

O *frankfurtiano* Benjamin (1988) alcançou grande notoriedade com seu célebre texto *A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica*, com escritos tratando da perda de originalidade e autenticidade das criações artísticas, ao serem reproduzidas por algum equipamento técnico. Nesse sentido, a obra original teria uma “aura” referencial ao fato de ser única, auto proclamando sua singularidade, numa unidade orgânica formal sem qualquer continuidade, sendo então um registro que não se populariza, por isso separado do corpo social. Daí, Urry (2001, p. 120) afirmar que “*a cultura pós-moderna é anti-aurática*”. Mesmo suas peças não se anunciando como únicas e singulares são reconhecidas graças às suas reproduções mecânicas e eletrônicas.

Existe uma negação da separação entre o estético e o social e do ponto de vista segundo o qual a arte pertence a uma ordem diferente que a da vida. O valor atribuído à unidade do trabalho artístico é desafiado por meio de uma ênfase no pastiche, na colagem na alegoria etc (Urry, 2001, p. 120).

Assim como pensamos numa outra aplicação às idéias de “tribalismo”, fazemos o mesmo para trabalhar com a concepção de aura. Se a cultura pós-moderna é “anti-aurática”, principalmente por se estabelecer com obras pasteurizadas que se repetem continuamente, em esferas sociais que podem alcançar grande amplitude, já que juntam pessoas com o mesmo interesse, mesmo morando em diferentes locais, sem identidade espacial, podemos acreditar que a cultura popular é “aurática”: manifesta-se com originalidade em espaços próprios e singulares, obedecendo à máxima de ser consumida espontaneamente no meio e por aquelas que a criam.

É perceptível que as observações acadêmicas, ao considerar a cultura popular no estatuto de autenticidade e originalidade, havendo ainda uma admiração e reconhecimento pela maior parte de sua gênese criativa ocorrer entre as populações carentes e humildes, mantêm um olhar mais duro direcionado às culturas pós-modernas, vistas como produtos consumidos graças aos seus enunciados simbólicos, diante o estímulo prévio do público no âmbito do imaginário para a vivência de práticas culturais alegóricas. Tanto que Maffesoli (1996) diz que o olhar humano é construído por meio de signos, e a satisfação pessoal nasceria já a partir da expectativa, da procura do prazer já alocado na imaginação.

O disparo de uma metralhadora giratória verbal sobre as culturas pós-modernas sem considerar seu caráter evolutivo e transnacional, como também seu hibridismo e heterogeneidade, seria uma atitude maniqueísta, por isso, inaceitável. Além disso, lembramos que convivemos, diariamente, com enunciações da pós-modernidade. Basta ligar a televisão agora, principalmente se conectada aos sistemas “a cabo” ou “via satélite”, ou mesmo nas redes abertas. Ao passar por diversos canais de recepção, automaticamente faremos um percurso por variados segmentos culturais, conforme a difusão pós-moderna, encontrando, inclusive, representações que contrariam e desdizem a idéia preconceituosa de elemento exclusivamente de feição cultural massiva e descartável, ou seja, ocorrências culturais da pós-modernidade que têm valor informativo, cultural, intelectual, chegando a apresentar manifestações de cultura popular.

Diante disso, escolhemos um exemplo de cultura pós-moderna que nos proporciona vislumbrar os dois lados da moeda. Inicialmente a face que nos mostra a heterogeneidade, dependência, alegoria e pastiche. Depois, a outra que se volta para a valorização da autenticidade da cultura popular.

O forró nordestino historicamente se popularizou nas vozes e instrumentos (poucos: sanfona, triângulo e zabumba) de Sivuca, Luiz Gonzaga e Dominginhos, além de outros artistas não tão famosos. Mas, há alguns anos passou a ser o motivo de um sucesso estrondoso de dezenas de bandas, reconhecidas como *Forró Vanerão*. O motivo? Tais bandas passaram a utilizar as fórmulas de sucesso da pós-modernidade. Se elas começaram há dez anos atrás, até demoraram um pouco, considerando que os sertanejos do sudeste do país já haviam adotado tal procedimento desde a década de 1980. A dupla Chitãozinho e Chororó caiu no gosto do grande público ao levar aos seus palcos a tradicional música caipira, porém com jeito do *country* norte-americano, com requintes de super produção, instrumentos musicais variados (guitarras, baterias, saxofones, pistões, teclados etc.) tocados por músicos competentes, iluminação e visual chamativos, inclusive em seus vestuários. Simplesmente adotaram o mesmo procedimento das grandes bandas de rock.

Talvez para compensar o atraso, as bandas de forró vanerão ousaram mais no visual numa promiscuidade cultural, visual, vocal, rítmica e instrumentista de fazer Luiz Gonzaga se virar no túmulo. Juntaram cantores cabeludos com roupas e brincos dignos de artistas pop, cantoras com roupas sumárias, bailarinas menos vestidas ainda, canções de duplo sentido, passos de dança com forte apelo sexual, assim como as letras das músicas, além, é claro, de esquemas de super produção, com variedade de instrumentos musicais que poderiam tocar qualquer gênero e portentosa iluminação. As denominações desses grupos são um capítulo à parte no quesito originalidade: *Calcinha Preta, Mastruz com Leite, Limão com Mel, Aviões do Forró, Os Magníficos, Cavaleiros do Forró* e dezenas de outros.

Diante disso, paradoxalmente, jovens urbanos muitos deles universitários, inclusive do sul e sudeste do país, começaram a também se interessar por forró, mas pelo verdadeiro e original. O ritmo que desde os tempos de Lampião é conhecido nos limites do Nordeste Sentrional como *Forró Pé-de-serra*, dançado ao som da zabumba, triângulo e concertina (sanfona antiga), que agora foi rebatizado com *Forró Universitário*, atualmente dançado em São Paulo e Rio de Janeiro.

A forma de produção e circulação da se modificou. Um caminho possível para dar conta desses novos paradigmas é percebê-los através dos estudos sobre economia criativa ou indústrias criativas que, cada vez mais em expansão, parte do pressuposto que existe uma circulação de bens e serviços simbólicos. Essa nova economia da criatividade é também uma nova economia política, no sentido de que ela tem regras, divisão de trabalho, vencedores e vencidos. Difere da idéia da indústria cultural, que enfatizam as relações entre comércio e as tradições culturais, a discussão sobre se estamos ou não comercializando a cultura. O que interessa saber é como isso se produz, lembrando que até produtos inspirados na cultura popular e folclore são veiculados com uso de tecnologias pós-modernas.

A Rede Globo, vista como uma expressão máxima da Indústria Cultural, freqüentemente foca assuntos de conteúdo informativo-cultural de considerável valor, em telejornais, telenovelas e até mesmo no *Fantástico*. Por mais estranho que possa parecer, eleger a emissora, também como transmissora de conteúdo cultural de qualidade, é normal e bastante oportuno para a exemplificação de nossas idéias. A programação *Global* repete pela sexta vez, neste ano de 2008, a mimese *Big Brother*; transmite as competições de *Fórmula Um*, garantindo, além de seu próprio faturamento financeiro, a visibilidade das multinacionais ligadas ao automobilismo; insiste incansavelmente em roteiros padrões de telenovelas que se alteram segundo a vontade os telespectadores, atores estigmatizados, personagens e situações notabilizados por clichês e alegorias, um grande leque de mercadorias do ramo do entretenimento, de cunho alienante e pouca utilidade intelectual.

Contudo, procurando fazer referências mais atuais às veiculações da emissora, acreditamos que o telespectador menos informado, numa mini-série com *A Pedra do Reino* apresenta um obra baseada na cultura popular (seu criador, Ariano Suassuna insiste nessa temática) que até chega a ter conotações eruditas.

Nesse sentido, procurando ver o lado positivo dos elementos culturais da pós-modernidade, nos voltamos ao embasamento teórico que contempla tal face. Segundo, a compreensão de Maffesoli (1996, p. 27), na realidade pós-moderna os fatos corriqueiros do dia a dia. Desse modo, as brincadeiras, a culinária, o jogo das aparências, os pequenos momentos festivos, as deambulações diárias, os lazeres e conversas informais não devem ser desconsiderados nem vistos como acontecimentos frívolos, mas sim expressões sociais das emoções coletivas, formando uma “centralidade subterrânea”, uma irremediável vontade de viver, que desafia a análise crítica epistemológica.

Nossa crítica e preocupação se voltam, então, não ao conteúdo do cabedal de atos pertencentes às dimensões das culturas pós-modernas, mas sim ao seu foco, modalização e enunciação por parte da mídia, garantindo sua maior exposição e visibilidade, em conseqüência, maior consumo, no velho esquema de arcabouço e dominação da indústria cultural. Os meios de comunicação de massa veiculariam nada mais que um “conjunto de protocolos” alienante, conforme as críticas dos frankfurtianos Adorno e Horkheimer. (1988, p. 195). O problema, neste caso, tomaria maiores vultos, com a predileção da mídia pelas mercadorias de utilidade cultural na pós-modernidade, compostas na sua grande parte por peças de uso serial, eivadas de enunciações que empobrecem o intelecto da população, utilizando preferencialmente o simulacro e o clichê.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas*. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

BAUDRILLARD, Jean. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1991.

_____, Jean. *Simulações e Simulacros*. Lisboa: Relógio D'Água, 1995.

BENJAMIM, Walter. *A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica*. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Espaço e Indústria*, 8^a ed. São Paulo: Editora Contexto, 2000.

CANCLINI, Nestor García. *Culturas Híbridas*. Tradução: Heloísa Pezza e Ana Regina Lessa. São Paulo: Edusp, 1998.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Nova Cultural: Brasiliense, 1986.

JAMESON, Fredric. Postmodernism and consumer society. In “The anti-esthetic. Essays in the postmodern culture”. Hall Forster (ed.). Washington: Bay Press.

LYOTARD. *La condition postmoderne – rapport sur le savoir*. Paris: Les Editions du Minuit.

RUBIM, Antonio A. Canelas. Espetáculo. _____ (org.). In: *Cultura e atualidade*. Salvador: EDUFBA, 2005a

_____, Antonio A. Canelas. Marketing Cultural. In: Linda Rubim (org.). *Organização e Produção da Cultura*. Salvador: EDUFBA, 2005b.

MAFFESOLI, Michel. *No Fundo das Aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das Tribos*. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. *Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*, São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*, 12^a ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

RÜDGER, Francisco. *A Escola de Frankfurt*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.

URRY, John. *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: SESC / Stúdio Nobel, 2001.

VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.