



## SESSÃO - 02

### 2. A ARTE DAS CULTURAS POPULARES SUBALTERNAS: UMA ANÁLISE SOB O VIÉS DE LEITURAS DA TEORIA CULTURAL MARXISTA

*Fabiana Nogueira Chaves\**

#### **Resumo**

O presente artigo visa uma análise da arte das culturas populares subalternas de forma a procurar entender seu caráter a partir da teoria cultural marxista, porém dentro do atual contexto sócio-cultural globalizado, para assim evitar anacronismos em relação a leituras elaboradas em outros momentos históricos. A presente discussão abordará também o atual contexto histórico sob o viés da teoria da sociedade de massas e da indústria cultural, considerando as culturas populares subalternas, suas manifestações culturais e sua arte como novos produtos para indústria cultural do turismo. Pretende-se concatenar neste artigo as diferentes formas como a arte popular subalterna pode ser entendida, significada ou des-significada.

**Palavras-chave:** Arte; culturas populares subalternas; teoria cultural marxista; indústria cultural

#### **Resumen**

Este ensayo pretende profundizar en el arte de las culturas populares subalternas a fin de tratar de entender su carácter de la teoría cultural marxista, pero en el actual contexto global socio-cultural, a fin de evitar anacronismos en relación a las lecturas preparadas en otras ocasiones la historia. Este debate también se abordará el contexto histórico del actual bajo el sesgo de la teoría de la sociedad de masas y la industria cultural, teniendo en cuenta las culturas populares subalternas, de sus productos a la vanguardia cultural y como nueva industria del turismo cultural. Se pretende concatenar este artículo las diferentes formas que el arte popular subalterno se puede entender, o significado de-significado.

**Palabras clave:** Arte; cultura popular subalterna; la teoría cultural marxista; la industria cultural

\* Mestranda em comunicação pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP)



Quando se fala em cultura, hoje, é necessário referir-se sobre que tipo de abordagem, que tipo de cultura, se quer enfatizar. É como se a palavra cultura tivesse se diluído em diversos significados, que muitas vezes vêm de maneira a encobrir ou mesmo obscurecer os sentidos que a palavra poder ter. É um diluir não nos vários significados que a palavra cultura pode ter dentro dos diversos contextos em que pode ser usada, mas sim no sentido de criarem-se vários planos para entendimento de cultura mesmo quando se fala em cultura como um bem de uma sociedade ou de um povo.

Raymond Willians (2007) define cultura de uma forma processual em seus vários significados enquanto palavra, porém considera que a palavra possui significados que podem gerar confusão, mas nem por isso devem ser deixados de lado, pois a evolução das significações podem dizer muito sobre os contextos sociais. “Diante dessa complexa e ainda ativa história da palavra, é fácil reagir com a escolha de um sentido ‘verdadeiro’, ‘adequado’ ou ‘científico’ e descartar outros sentidos por serem vagos ou confusos”<sup>1</sup> (p. 122). Não é isto o que pretende este artigo. Este artigo visa apenas situar sua conceituação de cultura como as formas de vida reais e cotidianas das culturas populares subalternas, para que possam ser entendidos os reflexos de sua realidade em todas as suas manifestações artísticas.

Deseja-se aqui estreitar os domínios do entendimento da palavra cultura para apenas um âmbito, não afirmando que esta seja a única conceituação exata, porém escolhendo-a como objeto pra este artigo no microcosmo das artes populares subalternas.

Sobre a formação das culturas populares Canclini (1988) afirma que:

“Para la mayor parte de la antropología existen culturas populares (El uso Del plural aqui es importante) porque cada grupo da respostas diferentes a sus necesidades vitales. La respuesta tácita del folclore es que las culturas populares se forman por la conservación de tradiciones em las que los pueblos condensan su visión del mundo e encuentran su identidad. El marxismo, em su versión clásica, sostiene que las culturas populares son el resultado de la división de la sociedad em clases cubren sus privilegios.” (p.49.)<sup>2</sup>

É exatamente no âmbito tomado por Canclini que este artigo entende as manifestações das culturas populares subalternas e a forma de suas relações com a cultura globalizada. Para isso é necessário entender como e porque existem as culturas populares subalternas. Segundo Ferreira (2006):

“Existem culturas populares porque a reprodução desigual gera:

- A apropriação desigual dos bens econômicos e culturais por parte das diferentes classes e grupos na produção e no consumo;
- Nos setores excluídos da participação plena nos produtos sociais, uma satisfação específica de suas necessidades, a





- partir de suas condições de vida;
- Uma interação conflitiva entre as classes subalternas e as hegemônicas pela apropriação dos bens sociais. (...)  
A diferença entre as classes e grupos sociais não é apenas econômica. Mas é o resultado desta participação diferenciada na reprodução material-simbólica da sociedade. (p.109-110)<sup>3</sup>

Considerar a hegemonia no sistema capitalista de classes é imprescindível para entendermos a relação de conflito em entre as classes subalternas e a hegemônica. Não que as culturas populares subalternas se localizem fora do plano massificador do sistema (pois são fundadas em sua base e se articulam em suas estruturas), mas pode-se ainda considerá-las um lócus de resistência ao massivo e ao mesmo tempo uma existência antagônica ao hegemônico, no sentido de que sua forma de produção se dá nos processos de adaptação e resignificação dos quadros dados pelo sistema, se expressando na cotidianidade.

A hegemonia supõe a existência de algo verdadeiramente totalitário, que não é somente superestrutural. Algo que rege e subordina ao mesmo tempo em que não é determinante, algo que perpassa toda a sociedade. Segundo Willians (2005) fundamentando em Gramsci, a hegemonia "... constitui a substância e o limite do senso comum para muitas pessoas sob sua influência e corresponde a realidade da existência social muito mais claramente do que quaisquer noções de-

rivadas da formula de base e superestrutura." <sup>4 5</sup> Para o autor:

"... Essa noção de hegemonia como algo no qual a consciência de determinada sociedade está profundamente imersa parece fundamental. E a hegemonia leva vantagem sobre noções genéricas de totalidade, pois ao mesmo tempo enfatiza o fato da dominação."<sup>6</sup>

É justamente no antagonismo à hegemonia que as culturas populares subalternas, suas manifestações e sua arte se situam. É importante não confundir hegemonia com massivo, pois, o massivo está localizado dentro do hegemônico. O hegemônico possui estruturas internas complexas, não é estático e nem determinado ou determinante, é dialético com o que produz e com o que o produz, e assim concomitantemente.

Este artigo coloca as culturas populares subalternas em antagonismo ao hegemônico em primeira instância, e à cultura de massas em segundo plano, pois a hegemonia perpassa todos os planos de uma sociedade, inclusive o massivo. Além disso, é importante considerar a existência de elementos da cultura de massa dentro do popular e da cultura popular dentro da cultura de massa, pois ambas se situam dentro da base e da superestrutura social.

Quando se fala na existência de uma base e de uma superestrutura





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

e necessário concernir esta análise no âmbito das diferenciações entre os dois conceitos e fugir de qualquer espécie de entendimento que se aproxime da definição de uma base determinante e de uma estrutura determinada, é necessário lembrar que a base para qualquer análise de cunho marxista é o método dialético e o método materialista histórico. Para diferenciarmos estes conceitos de qualquer tipo de conceito determinista e simplista podemos recorrer à explicação proposta por Raymond Willians (2005):

“Nós temos que reavaliar “superestrutura” em relação a um determinado escopo de práticas culturais relacionadas, e não como um conteúdo refletido, reproduzido ou especificamente dependente de uma base. E, principalmente, nós temos que reavaliar “base” não como uma abstração econômica ou tecnológica fixa, mas como as atividades específicas de homens em relações sociais e econômicas reais, que contêm contradições e variações fundamentais, e por isso estão sempre em estado de processo dinâmico.” (p.214)<sup>7</sup>

Tal conceituação de Raymond Willians se torna facilmente entendida a partir destes conceitos. Assim Lukács (1968) afirma que:

“Aos olhos do marxismo vulgar, a superestrutura é uma conseqüência mecânica, causal do desenvolvimento das forças produtivas. O método dialético não permite semelhante relação. A dialética nega que possam existir em qualquer parte do mundo relações de causa e efeito puramente unívocas: ela reconhece mesmo nos dados mais elementares do real complexas relações de causa e de efeito. E o materialismo

histórico acentua com particular vigor o fato de que, num processo tão plurilateral e cheio de estratificações como é o processo da evolução da sociedade, o processo do desenvolvimento histórico-social só se concretiza, em qualquer de seus momentos, como uma intrincada trama de interações.” (p. 16)<sup>8</sup>

É, mais precisamente, dentro desta conceituação histórica e dialética que este artigo pretende entender a forma como se dão as interações sócio-culturais e de mercado com a arte popular das culturas subalternas, considerando a mídia e o mercado de turismo como fortes armas da cultura hegemônica.

As vertentes turísticas que têm ganhado maior visibilidade e gerado novos investimentos nos últimos anos são as ligadas, principalmente, ao mercado do turismo cultural e ao turismo ecológico<sup>9</sup>, digamos que seria uma nova moda em turismo. Mas, quando falamos em mercado, em geração de lucro, não podemos esquecer que isto pressupõe a existência de consumidores e produtos. Mas que produtos seriam estes, qual sua abrangência? E quem seriam estes consumidores? É neste sentido que se torna necessária uma abordagem mais complexa dos fenômenos explorados pelo turismo, dos seus variados objetos expostos para consumo, da forma como são expostos pelas mídias e pela propaganda, e das diferentes formas de consumo que se lhe dão.





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

A mudança do enfoque turístico nos últimos anos e o interesse pelas pequenas comunidades vem aumentando não somente por uma iniciativa isolada do mercado turístico, mas sim, e principalmente, pela sua parceria com a mídia.

As pequenas comunidades caíram na lógica do que poderia ser chamado, citando Adorno, de Indústria cultural. De acordo com Theodor W. Adorno (1978), a indústria cultural é a cultura produzida como mercadoria. Ela apresenta todas as características de um produto meramente comercial, tem preço, mercado e, por fim, se torna descartável. Ela é criada para o mercado, para as massas.<sup>10</sup> Portanto a arte popular e todas as demais manifestações culturais subalternas das pequenas comunidades passam a ter valor de mercado, perdendo muitas vezes seu valor simbólico.

De acordo com Zygmunt Bauman (2005), ao falar sobre os modismos e a criação de necessidades mutantes e constantes pelos mecanismos midiáticos:

“Somos consumidores em uma sociedade de consumidores. A sociedade de consumidores é uma sociedade de mercado. Todos nós nos encontramos dentro dele, e ora somos consumidores, ora mercadorias. Não admira que o uso/consumo de relacionamentos se aproxime, e com rapidez do padrão de uso/consumo de carros, repetindo o ciclo que começa na compra e termina na remoção do lixo. (p.151 e 152)<sup>11</sup>”

Pode-se reportar o que diz Bauman sobre a velocidade de descarte de objetos e de pessoas, da mudança rápida de necessidades que produz lixo, para o âmbito da arte popular subalterna. É o mesmo sentido que Bauman dá para sua teorização a cerca do que ele chama de encontro veloz.

O que se promove pela indústria cultural do turismo, juntamente com a mídia, hoje, é um encontro veloz e superficial com o a cultura do outro. Em relação às culturas populares subalternas os impactos causados por este tipo de encontro são ainda maiores que em relação a outros tipos de consumos descartáveis. Promove-se um contato curto e inexpressivo, pago, no qual quer se fazer acreditar na captura de uma essência do outro que na verdade não existe para o consumidor, pois a realidade que se visa consumir está fora de seu contexto social e simbólico. Os símbolos da cultura popular subalterna (assim como o que é manifesto pela arte) tornam-se aí objetos que não têm necessidade de significação. Perde-se, muitas vezes, também a necessidade de significação para os próprios produtores da arte popular, pois estes passam a produzir cultura para a venda, como objetos encomendados e modificados aos gostos dos turistas, dos compradores, vislumbrando unicamente o lucro, não havendo interesse pelo contexto histórico e social das comunidades.





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

Partindo do pressuposto que o contexto histórico e social é inseparável das manifestações populares, como no caso da arte das culturas populares subalternas, estudar o impacto da indústria cultural sobre as pequenas comunidades (separando história e sociedade), faz tornar mais palpável, também, os vários estudos teóricos realizados sobre *arte*, os ritos e costumes que sobrevivem ao tempo e sua relação com a comunicação na era da globalização.

Para Lukács a arte representa sempre o mundo dos homens. A arte revela o estágio social em que uma sociedade se encontra, reflete, de maneira dialética, o que está intrincado ao mundo dos homens e a sua realidade social. Apesar de o conceito utilizado por Lukács ser formulado a partir de outros pressupostos e para um período histórico diferente do que se apresenta a obra de arte das culturas populares subalternas atualmente, ele pode ser facilmente reportado (o modelo teórico) para o âmbito que pretendemos abordar em relação a este tipo de arte.

A arte das culturas populares subalternas, assim como suas diversas manifestações (as festas populares, por exemplo) por existirem na cotidianidade, no que se representa no dia a dia, representa a realidade dos homens daquela comunidade, representa suas tradições sobreviventes à cultura hegemônica. Aqui não se define o real na arte apenas

como copia fotográfica da realidade, mas sim como um reflexo, não exatamente no sentido estrito do retratar, mas sim no sentido de apresentar-se, mesmo que de forma sobre-humana o que permeia a vida dos homens dentro de uma realidade social e de um período histórico. Lukács (1968) afirma que:

“Já que a arte representa sempre e exclusivamente o mundo dos homens, já que em todo ato de reflexo estético (diferentemente do científico) o homem está sempre presente como elemento determinante, já que na arte o mundo extra-humano aparece apenas como elemento de mediação nas relações, ações e sentimentos dos homens, deste caráter objetivamente dialético do reflexo estético, de sua cristalização da individualidade na obra de arte, nasce uma duplicidade dialética do sujeito estético, isto é, nasce no sujeito uma contradição dialética que, por sua vez, revela também o reflexo de condições fundamentais no desenvolvimento da humanidade.

Trata-se aqui da relação entre homem e humanidade. Objetivamente, esta relação sempre existiu, razão pela qual devia sempre reaparecer, de um modo ou de outro, nas formas do reflexo da realidade.” (p.191)<sup>12</sup>

As culturas populares subalternas, bem como sua arte, se expressando de diversas formas, muitas vezes em forma de artesanatos em algumas comunidades, em produção de objetos de bambu (como cestos) em outras, na confecção de máscaras em outras, tem como objetivo sempre a ligação de tal comunidade com a sua realidade ou com sua produção, ou seja, com a confecção de sua realidade atual pelas realidades anteriores. Para





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

melhor entender-se, pode-se dizer que as comunidades representam seu passado, porque foi este que as transformou no que são no presente. Não é entender história somente como linearidade, mas sim como um processo que se direcionou, por diversos fatores, para o que tal comunidade tem como entendimento de si hoje.

Para expressar melhor a forma de representação artística do que Lukács chamou de extra-humano pode-se citar a produção de máscaras com rostos não totalmente humanos por muitas comunidades negras do Brasil. A comunidade de Lavras Novas <sup>13</sup>, em Minas Gerais, por exemplo, produz máscaras (além de outros diversos tipos de artesanatos, como os cestos de taquara que hoje são vendidos até pela Todeschini) para a venda a turistas. São máscaras que apresentam rostos deformados e coloridos, não são representações fotográficas do que são os homens daquela comunidade nem sua visão de si mesmos, mas sim a representação de sua realidade religiosa, a representação do incorpóreo de seus antepassados e de sua energia vital, apesar de não sua materialização. É deste modo que este artigo re-interpreta o entendimento do que Lukács chamou de extra-humano, porém real, para o âmbito da arte das culturas populares subalternas. Na verdade poder-se-ia chamar, mais acertadamente, de uma amplificação do conceito para uma nova esfera, o da arte

das culturas populares subalternas.

Outro aspecto importante a ser ressaltado em relação às obras de arte das culturas subalternas é em relação a seu consumo e sua apreciação remetida a realidade em que tal obra está inserida. Segundo Lukács (1968):

“O reflexo estético cria, por um lado, reproduções da realidade nas quais o ser em-si da objetividade é transformado em um ser para-nós do mundo representado na individualidade da obra de arte; por outro lado na eficácia exercida por tais obras, desperta e se eleva a autoconsciência humana; quando o sujeito receptivo experimenta - da maneira acima referida - uma tal realidade em si, nasce nele um para si do sujeito, uma autoconsciência, a qual não está separada de maneira hostil do mundo exterior, mas antes significa uma relação mais rica e mais profunda de um modo externo concebido com riqueza e profundidade, ao homem enquanto membro da sociedade, da classe, da nação, enquanto microcosmo autoconsciente no macrocosmo do desenvolvimento da humanidade.” (p.201) <sup>14</sup>

Mas como pode haver criação de autoconsciência quando o consumo de um determinado tipo de arte é feito fora de sua realidade sócio-cultural, ou seja, fora de onde seus valores simbólicos são entendidos e significados? Quando a obra de arte é descaracterizada simbolicamente por ser consumida fora de seu contexto perde-se a riqueza na contemplação, pois se perde o autoconhecimento através desta. A arte perde o valor simbólico para ganhar valor mercadológico, perde





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

sua riqueza de produção e de trabalho para o valor estético de quem a compra, ou, em maior instância, para o valor estético que é ditado para quem a compra: A arte da cultura popular subalterna vira produto da indústria cultural, servindo à hegemonia.

O problema que se instala nas culturas populares subalternas, em suas festas, e aqui, mais precisamente, em sua arte popular é o consumo descontextualizado incentivado pelo mercado de turismo, à cultura das pequenas comunidades. Muitas comunidades, hoje, produzem em grande escala apenas para venda, não produzem arte como uma autoconsciência da própria comunidade, como enfatiza Lukács. O problema é que com isso muito do que essas comunidades tinham para si como reflexo de sua realidade passa a ser enxergado como obsoleto e como futilidade, trocando os valores simbólicos por obtenção de Lucro. Desta maneira desmancha-se a lógica de resistência ao massivo e a lógica antagônica a hegemonia das culturas populares subalternas, para agir como colaboradora à manutenção sistêmica.

Lukács (1968) afirma que “A hostilidade à arte e à cultura, própria do sistema capitalista, comporta, ao contrário, o fracionamento da totalidade concreta em especializações abstratas.” (p.24)

<sup>15</sup> Segundo o autor “Marx e Engels jamais negaram o caráter progressista do

sistema capitalista de produção, mas ao mesmo tempo, desmarcaram-lhe, desapidadamente os aspectos desumanos.” (p.24) <sup>16</sup>

Toma-se hostilidade, aqui, ao entendê-la como a transformação de arte em produto, não como parte de uma história possuidora de tradições. Todos os valores são substituídos pelo *possuir*, foi o que Marx chamou de fetichização, e na mesma abordagem foi conceituado, anos depois, por Adorno e Horkheimer, pelos termos *indústria cultural* e *cultura de massas*. O sistema capitalista desumaniza, vai contra o que é o objeto da arte das culturas populares subalternas: o homem.

Se o sistema produz para o consumo superficial, para a criação de uma falsa consciência e de um falso entendimento do que seria a cultura do outro, não se espera que esse produto possa ser consumido de outra maneira e outros âmbitos dentro dos ambientes aos quais foram estes produtos destinados.

Segundo Adorno (1995):

“A manipulação tem seus limites. Por outro lado, é preciso ter em conta que a trivialidade e a superficialidade de um material destinado de antemão a ser percebido em situações de distração não permite esperar senão relações relativamente triviais e superficiais.” (p.156) <sup>17</sup>

É o que acontece quando, por exemplo, se coloca uma máscara africana







## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

produzida em Lavras Novas<sup>18</sup> – Minas Gerais, na sala de espera de um consultório, por exemplo, não se pode esperar que as pessoas que vão entrar em contato visual com aquela produção artística entendam o significado daquela máscara. Essas pessoas vão reportar o sentido daquela produção artística popular para dentro de sua bagagem cultural, muitas vezes até mesmo para dentro do que se pode afirmar como massificado e distorcido, e assim des-significar a existência daquele objeto. Passa-se somente a existir a estética por ela mesma, a questão da forma sem conteúdo expressivo. Em outro contexto, a máscara que tinha um significado de culto aos antepassados e remetia à existência de uma energia vital passa apenas ao plano formal.

O impasse que se cria imbricando arte popular subalterna e descontextualização pode ser remetido à conceituação de formalismo utilizada por Lukács. Apesar de o conceito ser utilizado pelo autor para contrapor arte naturalista e arte formalista, a conceituação de vazio proposta por ele pode se levar em conta por ser explicitada da mesma maneira na qual este artigo entende o formalismo relativo à existência de objetos fora de seus ambientes de significação.

Ao mesmo tempo em que formalmente se pode descrever cores, formas, texturas dos objetos das artes populares subalternas, não se pode dizer o que

aquele objeto artístico tem haver coma a realidade social daquele ambiente em que foi instalada (no caso do exemplo do consultório médico citado acima, por exemplo). É o ter a forma como decoração, como adorno que não precisa dizer nada, que se basta pela presença e pelo visual. Não é que a forma não seja importante, mas sim acreditar que a importância da forma advém do lócus de origem e de seus significados de criação.

Lukács (1968), apesar de falando da descontextualização na literatura, afirma que “As coisas só tem vida poética enquanto relacionadas com acontecimentos de destinos humanos.” (p.78)<sup>19</sup> O contexto, portanto, é indispensável para a captura de uma significação não deformadora.

Brecht também pode ser citado para aprimorar a conceituação em relação ao que foi falado sobre formalismo dentro da arte popular subalterna. Apesar de uma leitura um pouco diferente da de Lukács e de suas muitas divergências teóricas, Brecht contribui com muitos elementos em relação à análise da arte formalista que podem convergir com o que este artigo tomou dos conceitos de Lukács para abordar de uma maneira, relativamente nova, a arte popular subalterna.

Brecht, apesar de falando sobre o expressionismo e o formalismo na li-





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

teratura, coloca pontos importantes que podem ser reportados (não anacronicamente, mas considerando as mudanças sócio-culturais de contextos) ao que pretende-se apontar como consumo formalista da arte, e as duas conceituações (formalismo em relação a literatura e a popular subalterna) não se contradizem em nenhum aspecto, somente se transformam devido ao campo que pretendem abarcar, assim como já foi utilizado neste artigo o conceito proposto por Lukács. Brecht afirma que “Se queremos falar para o povo, temos que ser entendidos pelo povo. Mas também isto não é uma simples questão de forma.” (p.240) <sup>20</sup>.

Nesta afirmação de Brecht o autor se reportava a forma de dirigir a arte ao povo em um contexto socialista, diferente do contexto atual em que se enquadra a arte popular subalterna, porém, o falar ao povo é estar em seu contexto, é falar dele para quem está nele de maneira que a forma e o conteúdo sejam complementares. Para se entender um contexto ou explicá-lo devemos estar inseridos nele. O mesmo acontece com a arte.

Não que as culturas populares subalternas não possam ser entendidas e conhecidas por indivíduos que fazem parte de outros modos de vida, mas enfatiza-se aqui o jeito como o consumo dos objetos das culturas populares subalternas, sua arte e suas manifestações são incentivados a serem entendidos de-

formadamente e simplificada e pelas maneiras superficiais e pontuais em que os meios de comunicação de massa as colocam.

A situação incitada há algum tempo pela indústria cultural do turismo vem agravando a questão da arte dentro das pequenas comunidades, tanto que podemos perceber a transformação de comunidades e de pontos turísticos, assim como bens imateriais das artes subalternas, serem colocados como lugares autônomos pela mídia e expostos para consumo sem nenhum rosto social, como não pertencente a nenhum espaço possuído e produzido por pessoas. Os objetos vêm prontos sozinhos, sem rosto. Acaba-se como sentido dialético da produção dos bens culturais de uma comunidade.

As artes populares subalternas vêm sendo associadas a conhecimento, cultura. Torna-se bonito possuir um objeto cultural subalterno e consumir as manifestações populares como forma de conseguir status, de se mostrar culto. É o termo cultura significando conhecimento, bagagem de conhecimento, porém controversamente.

A mídia, não só com suas propagandas diretas, mas também com suas “propagandas” feitas durante programas de reportagem na televisão (indiretas), em revistas especializadas e em jornais, segundo Barreto (2003, p.10) <sup>21</sup>, cria uma





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

separação inexistente entre patrimônio material e imaterial, pois o patrimônio deve ser percebido como um conjunto entre todos os bens de uma comunidade, não fazendo sentido um sem o outro. Porém o turismo de vitrines vende somente cartões postais, sempre inabitados, onde sempre se reconhece somente o legado material. As poucas vezes em que se apela para os bens que seriam imateriais é de forma alienante e etnocêntrica, onde o exótico predomina como característica principal do produto para a venda de um conhecimento deturpado.

Podemos tomar como exemplo a propaganda de incentivo ao turismo que foi ao ar, pelo Ministério do Turismo, no início do ano de 2009. A propaganda tinha como *gingle* “... Ta na hora de conhecer o Brasil...”. Era uma propaganda de incentivo do governo para a geração de renda. Porém a forma como as comunidades a serem visitadas eram apresentadas por esta propaganda incentivava, mesmo que inconscientemente, o turismo predatório e a descaracterização cultural. Na maioria dessas propagandas se mostrava pontos turísticos vazios, inabitados. Artesanatos indígenas eram apresentados como que lembrancinhas para se levar para casa, e apenas isso.

O ministério do turismo lançou, já no final de 2009, outra versão desta mesma propaganda. A propaganda, que ainda está no ar, consiste em mostrar

alguma beleza natural ou algum monumento ou construção histórica e dar algumas opções para que o telespectador adivinhe o local onde se encontra tal imagem exposta. É interessante observar que em nenhuma das imagens existem pessoas da comunidade, apenas em uma delas aparece uma família de turistas fotografando em uma Igreja de Ouro Preto.

A idéia de locais autônomos se faz presente perfeitamente no exemplo citado acima. São formas muitas vezes inconscientes que fazem com que se crie uma descaracterização na identidade cultural de uma região, pois não só os turistas passam a procurar somente os produtos que lhes são oferecidos, mas também os sujeitos que habitam em tais comunidades e possuem suas tradições, festas, costumes, passam a entender, muitas vezes, que suas manifestações culturais subalternas têm apenas valor como produto a ser vendido para a observação de turistas, e não como um importante alicerce para seu entendimento enquanto grupo sócio-cultural.

É com a criação de lugares aparentemente autônomos e de comunidades que existem simplesmente como manifestações artesanais pontuais, desaparecendo posteriormente, que a indústria do turismo cultural reifica localidades e mesmo comunidades de forma a oferecê-las dentro de um falso conhecimento. Cria-se uma esfera inexistente de realida-





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

de. Uma produção de arte que não reflete a realidade do grupo que a produz, mas sim a lógica do sistema em que passa a se enquadrar.

A criação de lugares autônomos facilita a venda dos produtos artísticos sem maiores questionamentos, pois, subconscientemente, o que a indústria cultural vem vendendo são produtos de ninguém, coisas do local, não do povo do local. Suprimi-se sempre a palavra povo. É a constante desumanização do sistema capitalista.

O objetivo deste artigo não é reafirmar o poder de persuasão da indústria cultural sobre a sociedade, e nem de mostrar uma superfície imutável, mas sim de entender a forma como a se articulam, em sua complexidade, as deformações na arte popular subalterna e na cultura popular subalterna como um todo, fazendo com que se crie uma esfera aparentemente real, que poucos pensam em questionar, justamente por se apresentar tão comum ao dia-a-dia.

É somente entendendo os mecanismos complexos de funcionamento da sociedade e enxergando as constantes transformações da base e da superestrutura social, entendendo seu processo dinâmico e a forma como a indústria cultural vem se organizando juntamente com a mídia, que se tornará mais fácil entender a situação em que se encontram nas artes

populares subalternas hoje: Uma posição aparentemente em destaque, mas de maneira deformada, tendo valorizadas a estética e as coreografias ensaiadas e não o valor simbólico tradicional que dão o sentido de existência a uma arte verdadeiramente popular, que se expressa na cotidianidade. Somente a partir do entendimento das deformações e da forma como essas deformações acontecem em seu constante dialogismo com a base se tornará palpável uma transformação social real, não superficial. É necessário conhecer para transformar.



### Referências bibliográficas

- ADORNO, T.W. *A indústria cultural* in: Cohn, G. (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Nacional, 1978.
- \_\_\_\_\_. *Experiências científicas nos Estados Unidos* in: ADORNO, T. W. *Palavras e Sinais*. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 137-178.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas* in: ALMEIDA, Jorge M.B. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BARRETO, M. *Turismo e legado cultural*. 4. ed. Campinas: Papirus, 2003.





## Cultura, Cidadania e Mídias Alternativas

BAUMAN, Z. *Vidas Desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BRECHT, B. *O debate sobre o expressionismo* in: MACHADO, C. E. J. *Um capítulo da história da modernidade estética: Debate sobre o expressionismo*. São Paulo: Editora UNESP, s/a, p. 239 -266.

CANCLINI, N. G. *Cultura Transnacional y Culturas populares*. Lima: IPAL, 1988.

COELHO, T. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1998.

FERREIRA, M. N. *Alternativas metodológicas para a produção científica*. São Paulo. Celacc/Eca/USP. 2006.

\_\_\_\_\_. *Os desafios da produção científica no neoliberalismo: As culturas e a comunicação subalterna* in: *Comunicação e Política*, v. 25, Rio de Janeiro, 2006, p. 101-120.

\_\_\_\_\_. *Comunicação, resistência e cidadania: as festas populares* in: *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, v. 24, 2006, p. 61-71.

LUKÁCS, G. *Narrar ou descrever* in: LUKÁCS, G. *Ensaios sobre literatura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968, p. 47-99.

\_\_\_\_\_. *A arte como autoconsciência do desenvolvimento da humanidade* in: NETTO, J. P. *Georg Lukács: Sociologia*. Rio de Janeiro: Ática, s/a, p. 190 - 202.

\_\_\_\_\_. *Introdução aos Escritos estéticos de Marx e Engels* in: LUKÁCS, G. *Ensaios sobre a literatura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968, p. 13-45.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

WILLIAMS, R. *Palavras-chave: um voca-*

*bulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007.

\_\_\_\_\_. *Base e Superestrutura na Teoria Cultural Marxista*. Revista USP, n° 65, São Paulo: USP, 2005, p.210-224.

\_\_\_\_\_. *Língua* in: WILLIAMS, R. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2007, p. 27-49.

### Notas

<sup>1</sup> WILLIAMS, R. *Palavras-chave : um vocabulário de cultura e sociedade*. 1ª Ed. São Paulo: Boitempo, 2007.

<sup>2</sup> CANCLINI, N.G, RONCAGLLOLO . *Cultura Transnacional y Culturas populares*. Peru: IPAL, 1988.

<sup>3</sup> FERREIRA, M. N. *Os desafios da produção científica no neoliberalismo: As culturas e a comunicação subalterna*. *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, v. 25, p. 101-120, 2006.

<sup>4</sup> Aqui o autor refere-se ao sentido idealista de concepção social, o qual consideraria como fórmula para entendimento social os conceitos determinantes da base sobre a superestrutura, fugindo de uma forma de concepção dialética.

<sup>5</sup> WILLIAMS, R. *Base e Superestrutura na Teoria Cultural Marxista*. Revista USP, São Paulo, no 65, p.210-224, 2005.

<sup>6</sup> Conforme nota 6.

<sup>7</sup> Conforme nota 6.





<sup>8</sup> LUKÁCS. G. Introdução aos Escritos estéticos de Marx e Engels. In: LUKÁCS. G. Ensaios sobre a literatura. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968, p. 13 - 45.

<sup>9</sup> Conforme nota 2.

<sup>10</sup> ADORNO, T.W. A indústria cultural. In: Cohn, G. (Org.). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Nacional, 1978.

<sup>11</sup> BAUMAN, Z.. Vidas Desperdiçadas. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

<sup>12</sup> LUKÁCS. G. A arte como autoconsciência do desenvolvimento da humanidade. In: NETTO. J. P. Georg Lukács: Sociologia. Rio de Janeiro: Ática, p. 190 - 202.

<sup>13</sup> Lavras Novas, atualmente, é um dos oito distritos de Ouro Preto, situa-se a 17 km da cidade, e a 120 km de Belo Horizonte. Está localizada no alto da Serra do Espinhaço (com altitude entre 1.200 e 1.300 metros) ao sul da cidade de Ouro Preto, e possui cerca de 50 km de extensão territorial. A região está localizada em uma área de transição entre a Floresta Atlântica e o cerrado, predominando a vegetação arbustiva. O distrito possui população de aproximadamente 1500 habitantes, de maioria negra (cerca de 90%).

<sup>14</sup> Conforme nota 13.

<sup>15</sup> Conforme nota 9.

<sup>16</sup> idem.

<sup>17</sup> ADORNO. T. W. Experiências científicas nos Estados Unidos. In: ADORNO. T. W. Palavras e Sinais. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 137 -178.

<sup>18</sup> Conforme nota 14.

<sup>19</sup> Conforme nota 13.

<sup>20</sup> BRECHT. B. O debate sobre o expressionismo. In: MACHADO. C. E. J. Um capítulo da história da modernidade estética: Debate sobre o expressionismo. São Paulo: Editora UNESP, 239 -266.

<sup>21</sup> BARRETO, M. Turismo e legado cultural. 4. ed. Campinas: Papirus, 2003.

