

CULTURA POPULAR: UMA REVISITAÇÃO CONCEPTUAL

Rita Ribeiro*

Resumo

Do debate teórico sobre a cultura tem estado ausente a cultura popular ligada às manifestações tradicionais. Acossada pela modernização das sociedades e em atrofia nos combates simbólicos com a cultura erudita e a cultura de massas, a cultura popular tornou-se o outro da cultura na modernidade. Sobrevive, ainda assim, e é central na construção identitária das comunidades, provando resistir à expropriação e reificação a que foi submetida. Urgem, agora, análises conceptuais que incorporem as transformações recentes por que passa a cultura popular de matriz tradicional, uma vez que se evidenciam formas novas de as comunidades revigorarem e viverem estas manifestações culturais, a partir de visões reflexivas que incorporam tanto a valorização e reconhecimento inerentes à noção de herança ou património cultural, quanto os riscos da sua captura pela lógica mercantil.

Palavras-chave: Cultura popular; tradição; reflexividade; comunidade

* Rita Ribeiro é Professora Auxiliar do Departamento de Sociologia, do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Doutorou-se em Sociologia, em 2008, pela Universidade do Minho, onde fez também mestrado em Antropologia. É investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, no grupo de investigação em Estudos Culturais. Tem desenvolvido investigação na área da sociologia da cultura com particular atenção ao tema das identidades culturais. Os seus trabalhos têm procurado cruzar os estudos da cultura com os temas das migrações, turismo, diversidade e cidadania. Tem desenvolvido também atividades de ligação à comunidade, nomeadamente no âmbito de Guimarães 2012 - Capital Europeia da Cultura e do estudo de manifestações de cultura popular. É Investigadora Responsável do projeto “Festa, património cultural e sustentabilidade comunitária. Investigação e comunicação no caso da Bugada e Mouriscada de Sobrado” (2018-2021), financiado pela FCT. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal. E-mail: rmgr@ics.uminho.pt

Em tempos de transculturalidade, omnivoracidade e globalização cultural, antropólogos e sociólogos da cultura carregam desde há muito tempo uma peça solta, fora do lugar, ora encolhida, ora histriónica. A cultura popular parece não caber com inteireza nas arrumações conceptuais dos estudos contemporâneos sobre cultura. Não porque esteja ameaçada de extinção, mas porque entrou no domínio da alteridade, isto é, tornou-se, na modernidade, o outro da cultura.

Sabemos, desde Marx (1867/1990), que o destino de todas as relações sociais modernas é serem capturadas pela lógica mercantil. Eco (1986) e Baudrillard (1991) deram-nos a palavra para a morfologia da representação das relações sociais mercantilizadas: simulacro. Participar da lógica mercantil não se reduz à equivalência materialista de um bem, recurso ou relação com a moeda; antes disso, acontece que tal bem, recurso ou relação passa pela alienação, pelo estranhamento de si, que fique *atopos*, fora do lugar, feito como simulacro ou reconstituição artificial de uma singularidade. Neste âmbito cabe muito do que hoje se acolhe sob o chapéu heteróclito da cultura popular. Stuart Hall (1981, p. 227) dizia que tinha alguns problemas com a noção de popular, quase tantos problemas com o “popular” como com a “cultura”:

quero falar de algumas das dificuldades que tenho com o termo “popular”. E tenho quase tantos problemas com “popular” quanto com “cultura”. Quando se colocam os dois termos juntos, as dificuldades podem ser bem terríveis.

Uma cultura sob tutela

O conceito de cultura popular está repleto de ambiguidade semântica, quer nas Ciências Sociais e Humanas, quer na linguagem quotidiana e mediática. De que falamos quando falamos em cultura popular? Certamente, da cultura do povo, das práticas culturais tradicionais produzidas e reproduzidas, de forma anónima e coletiva, pelos estratos mais baixos de uma sociedade, práticas quase sempre com ligação estreita às suas atividades quotidianas e crenças e à transposição das práticas de trabalho para os momentos de lazer (Certeau, 1980). Mas a cultura popular pode designar também a cultura para o povo, isto é a produção cultural feita para chegar a muitos, aquilo que se designa também por cultura de massas, saída das fábricas da indústria cultural. É tal o emaranhado de sentidos que aquilo que em português designamos por cultura de massas, é dito em língua inglesa

popular ou *pop culture*, e designa-se em língua portuguesa cultura popular ao que os anglo-saxónicos chamam *folk culture*, da raiz germânica *volk* (povo), na origem de folclore. Ou seja, a cultura popular, como existe e a analisamos hoje, é um lugar de conexão e disputa entre a produção cultural massificada para o povo e a ideia de cultura tradicional e autêntica do povo.

Mas não apenas. O quadro não ficaria completo sem convocarmos também a cultura erudita, a cultura das classes elevadas, distintiva e segregadora por definição. Como mostraram Bourdieu (1985) e DiMaggio (1982), a cultura erudita e inovadora das classes altas foi sempre um dispositivo de diferenciação e demarcação simbólica que, ao alargar a distância social entre práticas culturais de diferentes grupos sociais, impôs também uma lógica classificativa e hierárquica. A cultura torna-se assim, como diz Bourdieu (1987, p. 20), “o meio de expressão por excelência da busca da diferença pela diferença”, porque com isto as desigualdades sociais e económicas são simbolicamente transfiguradas em diferenças culturais e, assim, naturalizadas. Ao estabelecer uma fronteira simbólica entre os culturalmente competentes e os incompetentes, a cultura erudita e de classe legitima a superioridade de umas formas culturais sobre outras, de uma estética sobre outra, de um gosto sobre outro – e institui incontestavelmente a alta cultura como cultura legítima e não apenas dominante (Bourdieu, 1985).

Não podemos, pois, falar de cultura popular sem a colocar neste enfrentamento com a cultura de massas e a cultura erudita. Cultura erudita, popular e de massas funcionam desde, pelo menos, o início do século XX num sistema de vasos comunicantes, com um *continuum* entre elas – não há formas culturais íntegras e autênticas, o que há são lutas simbólicas pela mútua delimitação e exclusão. Mais importante do que os conteúdos são as demarcações simbólicas, as barreiras distintivas, os códigos de fruição e os instrumentos de leitura e apropriação.

Sabemos que a noção de cultura popular foi fortemente influenciada pelo movimento do Romantismo no século XIX, associando-a a práticas supostamente genuínas, tradicionais e ancestrais da cultura rural, campestre, do povo. Ao mesmo tempo, ocorre a industrialização e o colapso dessas estruturas rurais e, em complemento, a emergência da classe trabalhadora, urbana e industrial, que passa a consumir as primeiras formas de cultura massificada.

Conforme múltiplos estudos têm revelado, a *folk culture* foi, de facto, uma invenção produzida pelas elites letradas e não simplesmente gerada pelo *common people* (Storey, 2003). A cultura popular esteve associada à emergência dos nacionalismos e das culturas nacionais na Europa e representaria o carácter ou alma de

cada nação. É sob esta premissa que se desencadeia um movimento de resgate e preservação de práticas culturais do povo, que vai ser conduzido por arqueólogos, folcloristas, etnólogos, filólogos, musicólogos, etc., com o objetivo de definirem e fixarem o que é a “cultura autêntica” e como nela se expressa o carácter nacional. Como consequência, essas práticas foram resgatadas dos seus contextos originais e apropriadas e incorporadas pela emergente classe média. Esse processo resulta numa imaginação e mitificação do passado das nações, dos povos e da ruralidade, em contraponto à idade moderna, industrial urbana e artificial, e às suas formas culturais, principalmente as das classes operárias.

Nos estudos da cultura, estabelecem-se duas visões sobre a cultura popular: 1. a cultura popular como uma cultura marginal, não autónoma, de imitação da cultura dominante legítima e de referência. Neste sentido, a cultura popular seria um subproduto, uma cópia simplificada e adulterada da cultura de elite; 2. no outro extremo, a cultura das classes populares como cultura autêntica e autónoma da cultura das classes dominantes, e que não pode ser vista como inferior.

De forma mais realista, outros autores consideram que a cultura popular não pode ser entendida nem como mera reprodução, nem como criação autónoma face à cultura letrada das elites. Por se tratar da cultura própria de grupos dominados, a cultura popular não pode ser entendida como completamente autónoma; resultaria então da síntese de elementos originais e de outros importados, acontecendo com frequência que se torna veículo de resistência, inversão e contestação à cultura dominante. Igualmente, a cultura popular pode ser manipulada pelas elites, designadamente através dos especialistas (folcloristas, etnógrafos, historiadores) e das elites locais (Bourdieu, 1985; Certeau, 1980).

A Escola dos Estudos Culturais de Birmingham e, em particular, Stuart Hall vêm enfatizar que não há uma cultura popular autêntica e, sobretudo, que ela nunca é autónoma de relações de poder. Na verdade, as representações da cultura popular produzidas pelas elites foram e são fórmulas de performatividade, constituem a realidade que enunciam, veiculam os modelos e referenciais que vão ser incorporados pelas classes dominadas e passam a constituir a norma sobre o que é e como se faz a cultura popular. Isto é, a cultura dominante dispõe a cultura popular e dispõe da cultura popular. A cultura popular é uma arena de disputa e reação, mas não deixa de ser uma cultura sob influência.

Não deve, todavia, pressupor-se a passividade da cultura popular e dos seus agentes. Se a cultura popular é espaço de dominação e expropriação, também é de luta e resistência, desde logo contra a marginalização a que as suas expressões

foram votadas pelas formas modernas, *domesticando* e *civilizando* as manifestações populares, *educando* o povo. Neste sentido, a tradição tanto pode ser uma forma de conservadorismo como de resistência (Hall, 1981).

Se as classes dominantes revelam interesse em manipular e moldar a cultura popular, isso não acontece menos com a indústria cultural. Quando a cultura se torna mercadoria e bem de consumo, objeto de reprodução e mediação técnica, são também as práticas das classes populares e pobres que estão em causa. Seguindo os teóricos da Escola Crítica (Adorno, 2002), o que hoje entendemos por cultura popular é, sobretudo, o que resultou da sua massificação. A popularização da cultura, mediada pelas tecnologias de reprodução como o cinema, o disco, a televisão e a rádio, produziu a cultura de massas e tornou-se um instrumento vital do imperialismo cultural. Trata-se de formas culturais orientadas para as massas, que chegam a públicos amplos e heterogêneos e nas quais produção, difusão e consumo são industrializados e veiculados pelos *mass media*. O resultado da indústria cultural massificada são produtos estandardizados, repetitivos, previsíveis, na medida em que a cultura é reduzida ao mínimo denominador comum das massas. A massificação da comunicação e da cultura resulta em alienação cultural e no aniquilamento da capacidade crítica e criativa dos indivíduos, tendo um efeito de uniformização, nivelamento cultural, narcotização e escapismo das massas.

Assim, estamos perante a cultura para o povo, mas já não a cultura feita na e para a comunidade. Em reação aos processos de democratização e emancipação das massas trabalhadoras e do seu crescente acesso à alfabetização e bens culturais, as elites desenvolvem uma conceção de cultura popular como uma forma cultural menor. Daqui deriva a necessidade de reforçar as distinções de classe, reforçando as distinções culturais. Surge, desta forma, a divisão entre a cultura popular, cada vez mais equivalente ao entretenimento, e a cultura erudita ou alta cultura, produto da luta das classes superiores para demarcarem um território estético-cultural que não seja acessível às classes trabalhadoras, ao povo.

Esta incursão pela noção de cultura popular serve para revelar as ambiguidades em que se move e a ação simbiótica ou parasitária a que foi sujeita, e serve sobretudo para perguntar: onde situamos hoje a cultura popular? Como se relaciona com a lógica de mercado que atravessa inapelavelmente todas as relações sociais? Como se relaciona com a nuvem de cultura global que é a nova atmosfera que respiramos?

As últimas décadas radicalizaram a produção da indústria cultural e disso resultou a crescente apropriação das formas culturais populares, a sua reificação e

a infantilização das audiências. A cultura do mercado criou o mercado da cultura. A intensificação das trocas económicas, sociais e culturais consolidou uma cultura global, com imagens, referências, imaginários comuns e partilhados num *melting pot* de linguagens culturais, ao mesmo tempo que se expandiu a apropriação desterritorializada dos bens culturais.

Cultura popular, património e reflexividade

O que tem acontecido às manifestações culturais tradicionais, aquelas que emanam das comunidades: as festas, os rituais, os ofícios artesanais, as expressões performativas e orais, como músicas e danças, as gastronomias? Sabemos que têm sido ao mesmo tempo acossadas e salvas pelos quatro cavaleiros do apocalipse ultra-modernos da *tragédia da cultura*: mediatização, turistificação, mercantilização e patrimonialização. Isto é, a cultura popular tradicional torna-se conteúdo mediático, sob a forma de reportagens, documentários, festivais e feiras tornadas palco de emissões dos média. Quando se transforma em património, classificado ou não, sobrevém o risco de a cultura popular tornar-se peça silenciosa de museu ou isco turístico; de uma forma ou de outra, mais na segunda do que na primeira, a cultura popular é convertida em mercadoria.

O património cultural classificado arrasta hoje multidões e é uma indústria milionária quando se associa ao chamamento turístico – os carnavais já não se dançam mas vêem-se de camarote. Cada vez mais o público chega a manifestações culturais tradicionais porque conquistaram um selo classificativo de património cultural (de que a marca Unesco é a mais valiosa) ou porque conquistaram espaço mediático. Deve dizer-se que o acossamento e salvação da cultura popular tem estado a cargo também do trabalho de investigação académica, do bisturi dissegador e inventariador das Ciências Sociais.

Poderia ser diferente? Provavelmente, não. Com efeito, não podemos imaginar a cultura popular como ilha isolada e imune às transformações da contemporaneidade. A vida mudou e mudou o que as pessoas fazem, como o fazem e porque o fazem. Não se pode pensar a cultura popular como estática e fechada sobre si mesma, como se os seus significados fossem imutáveis e isentos de historicidade. Precisamente, tal visão corporiza uma das mais sérias armadilhas dos estudos sobre cultura tradicional e popular. É a plasticidade e a ligação íntima à vida das pessoas e das comunidades que são o sopro que vivifica e renova as manifestações

de cultura popular. E, se a integração de formas culturais no circuito económico capitalista é a resposta para a sobrevivência de pessoas, grupos e comunidades, é legítimo um julgamento – em última instância, elitista – sobre as opções e estratégias com que defendem um modo negligenciado de fazer a vida em comum?

O que sobra, portanto, da cultura popular tradicional? O património e os seus simulacros? A exibição de si mesma? A indústria da memória? Haverá manifestações culturais que escapem a estas capturas, quer pelas elites, quer pela indústria massificadora?

As respostas que possam ensaiar-se a estas interrogações exigem a reconceptualização da ideia de cultura popular enquanto cultura dos comuns e não como cultura sob influência, ou sob tutela. Isso mesmo vemos emergir, por exemplo, nos carnavais que rejeitaram a mercantilização da festa e são tomados por todos e qualquer um que queira fazer o seu carnaval, retomando uns aspetos do carnaval, escolhendo não adotar outros. É também o caso de festividades a que se dá continuidade ou a que é dada uma segunda vida, já não como mera repetição fixista do passado, mas a partir de um ensejo coletivo de criar um sentido partilhado de comunidade. Efetivamente, as divisões que dilaceram a noção de cultura têm hoje de ser vistas num quadro mais complexo, uma vez que as práticas culturais se globalizam a partir de referências transnacionais e o próprio consumidor cultural abre a paleta de opções e adquire um gosto omnívoro, plural e transversal (ou é compelido a isso pelos mercados da cultura).

A reconceptualização da cultura popular obriga a pensá-la como cultura de todos, “dos comuns”, já não circunscrita à tradição cristalizada, que até recentemente resultava da necessidade ou das lógicas de classificação e heterodeterminação, mas portadora de agência e ancorada na participação e na cidadania cultural. Deste ponto de vista, fazer cultura é saber-se parte do que é comum, seguido da responsabilidade de tomar conta do que é comum. Ao mesmo tempo, a cultura tradicional deve ser pensada a partir das suas intersecções com linguagens contemporâneas, urbanas e tecnológicas, assumindo a re-significação da tradição nas sociedades modernas (Bauman, 2011). Tal implica compreender a reflexividade presente nas manifestações culturais tradicionais na contemporaneidade, ou seja, de que forma está ao alcance dos agentes sociais analisar as práticas culturais e o conhecimento sobre elas produzido para, informadamente, as reproduzir ou transformar (Beck, Giddens & Lash, 2000).

Deste modo, a cultura popular é libertada de visões simplistas que encontram na ideia de tradição a única caução legitimadora para a continuidade das

práticas e passa a ser vivida, em concreto, como escolha e herança reivindicada, conforme Jean Pouillon (1975, pp. 159-160) perspectiva a própria ideia de tradição – o movimento que vai do presente ao passado, ao jeito de uma “retro projecção: escolhemos aquilo pelo qual nos declaramos determinados, apresentamo-nos como os continuadores daqueles que fizemos nossos predecessores. (...) para definir uma tradição é necessário ir do presente ao passado e não o inverso”. Não se trata, portanto de buscar enfaticamente uma autenticidade ou origem quiméricas, mas de integrar reflexivamente o conhecimento que situa a prática. Enquanto herança reivindicada, a cultura tradicional converte-se hoje em património cultural – material e, sobretudo, intangível – que reflete um duplo *enjeux* sobre tais manifestações. É, por um lado, sinal da ação reflexiva das comunidades que “fazem a sua cultura” e lhe dão um sentido renovado num contexto societal em que os modos de vida tradicionais foram sendo substituídos ou suplementados pelos modernos. É, por outro lado, sinal do reconhecimento externo através de mecanismos de inventariação e classificação patrimonial que constituem uma validação da cultura popular, já não sob a regência erudita e engenhosa dos romantismos e nacionalismos, mas tendo como pressuposto a “restituição” aos detentores do património, que se tornam responsáveis pelo seu passado, presente e futuro.

O lugar de alteridade da cultura popular e a eminência da sua conversão à lógica esbulhadora do mercado e do turismo são riscos de reificação que são hoje específicos, mas não são inéditos. A modernidade que emancipou o povo foi a mesma que escarneceu das suas tradições e erodiu o sentido de comunidade. A ambivalência que daqui resultou não destruiu as manifestações tradicionais populares e, no tempo presente, arrisco dizer que o lugar de incerteza que ocupou nos últimos séculos será o salvo-conduto para persistir e renovar-se na liquidez das sociedades contemporâneas (Bauman, 2011).

Referências

- ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. (2002). The culture industry: enlightenment as mass deception. In G. Schmid Noerr (Ed.), *Dialectic of enlightenment: philosophical fragments* (pp. 94-136). Stanford: Stanford University Press.
- BAUDRILLARD, J. (1991). *Simulacros e simulações*. Lisboa: Relógio D'Água.
- BAUMAN, Z. (2011). *Culture in liquid modern world*. Cambridge: Polity.

- BECK, U., Giddens, A. & Lash, S. (2000). *Modernização reflexiva*. Oeiras: Celta Editora.
- BOURDIEU, P. (1985). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions du Minuit.
- BOURDIEU, P. (1987). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspetiva.
- CERTEAU, M. (1980). *L'invention du quotidien. I - Arts de faire*. Paris: U.G.E.
- DIMAGGIO, P. (1982). Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston. The creation of an organizational base for high culture in America. *Media Culture and Society*, 4, 33-50.
- ECO, U. (1986). *Faith in fakes: Travels in hyperreality*. London: Vintage
- HALL, S. (1981). Notes on deconstructing 'the popular'. In R. Samuel (Ed.), *People's history and socialist theory* (pp. 227-240). London: Routledge and Kegan Paul.
- MARX, K. (1867/1990). *O capital*. Lisboa: Edições Avante.
- POUILLON, J. (1975). *Fétiches sans fétichisme*. Maspero: Bibliothèque d'anthropologie.
- STOREY, J. (2003). *Inventing popular culture. From folklore to globalization*. Malden: Blackwell.