

**INDÚSTRIA CULTURAL, CAMPO ERUDITO E CULTURA POPULAR;  
TEMAS E DILEMAS TEÓRICOS**

Bernardo Novais da Mata-Machado<sup>1</sup>

Resumo: o artigo aborda teorias conflitantes que relacionam cultura e política em cada um dos campos da produção cultural: indústria cultural, campo erudito e cultura popular. Sobre a indústria cultural o debate aborda a “teoria da manipulação” *versus* a “teoria da recepção”. No campo erudito discute-se se os intelectuais e artistas são “orgânicos”, ou seja, se expressam visões da classe social a que pertencem, ou se constituem uma categoria social autônoma. Sobre a cultura popular a discussão gira em torno da “teoria da reprodução”, que considera as práticas populares como mero reflexo da cultura dominante, e da “teoria da hegemonia”, que reconhece a capacidade das classes subalternas terem iniciativa própria. Conclui com uma proposta de critérios analíticos que permitem distinguir os três campos de produção cultural.

Palavras-chave: indústria cultural; campo erudito; cultura popular

### **1. Introdução**

Este trabalho discute as relações entre cultura e política, partindo do pressuposto de que permanece válida, do ponto de vista analítico, a clássica divisão da cultura em três campos: indústria cultural (IC), campo erudito (CE) e cultura popular (CP). Depois de situar teoricamente cada um desses campos, discute-se um tema de natureza política pertinente a cada um.

Sobre a indústria cultural o tema selecionado refere-se ao debate entre os que sustentam serem os produtos dessa indústria capazes de manipular ideologicamente as

---

<sup>1</sup> Historiador e cientista político, pesquisador da Fundação João Pinheiro e atualmente exercendo o cargo de Coordenador Geral de Relações Federativas e Sociedade do Ministério da Cultura do Brasil



consciências, com o objetivo de manter a ordem social vigente, e os que crêem na autonomia dos receptores para interpretar as mensagens transmitidas pela IC. Essas duas posições são denominadas, respectivamente, de “teoria da manipulação” e “teoria da recepção”.

O debate sobre o campo erudito refere-se à posição que os artistas e intelectuais ocupam na estrutura social. Nesse caso há os que defendem que eles são orgânicos, ou seja, expressam as visões de mundo da classe social a que pertencem, e os que pensam ser o campo erudito autônomo em face das estruturas social, econômica, política e religiosa. Sobre a cultura popular a discussão situa-se nos pólos antípodas - conformismo e resistência -, atribuídos à CP na sua relação com a cultura dominante. De um lado estão os adeptos da “teoria da reprodução”, que negam a existência de uma cultura popular autônoma, considerando-a simples eco da cultura dominante, e no outro os apoiadores da “teoria da hegemonia”, que reconhecem a capacidade das classes subalternas terem iniciativa própria, mas sempre dentro da interação contraditória com os grupos hegemônicos.

## **2. Indústria Cultural; manipulação ou autonomia?**

Tomando como referência a obra de Pierre Bourdieu, pode-se definir a indústria cultural como o campo de produção submetido aos imperativos da concorrência pela rentabilidade econômica e cujos produtos se destinam ao grande público, social e culturalmente heterogêneo. Para atingi-lo, a IC lança mão de procedimentos técnicos e efeitos estéticos imediatamente acessíveis, excluindo sistematicamente os “temas capazes de provocar controvérsia ou chocar alguma fração do público, em favor de personagens e símbolos otimistas e estereotipados”. O produto da indústria cultural é classificado por esse autor como “arte média”, porque visa o “espectador médio”, tipo ideal que expressa o público mais amplo possível, mesmo quando esses produtos são dirigidos a frações específicas da audiência, como “os jovens, as mulheres, os aficionados de futebol, os colecionadores de selos, etc.”<sup>2</sup>

Para Max Horkheimer e Theodor Adorno, filósofos da Escola de Frankfurt, que cunhou o termo “indústria cultural”, a IC veio substituir a religião “na tarefa de, ao mesmo tempo, conferir sentido à existência dos indivíduos e promover a coesão social

---

<sup>2</sup> BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1982, pp.99-181.

necessária ao funcionamento do sistema econômico e político”.<sup>3</sup> Nesse sentido, além de objetivos econômicos a IC tem também finalidades ideológicas, visto possuir um enorme “potencial de manipulação das consciências”, utilizado para manter o “estado de coisas vigente”<sup>4</sup>, ou seja, o regime capitalista. Essa manipulação não é imediatamente perceptível, porque que a IC, por meio de pesquisas de opinião, identifica as carências e desejos latentes do público e lhe oferece produtos que dão a impressão de terem sido adquiridos por livre escolha desse mesmo público.

Embora abordada de forma esporádica pelos frankfurtianos, que se concentraram mais no estudo do rádio, televisão e cinema, ressalta, no mundo contemporâneo, o papel da publicidade, chamada por Adorno e Horkheimer de “elixir da indústria cultural”. Isso porque ela cumpre

“a tarefa de seduzir os consumidores para a aquisição dos mais variados produtos, transformando-os em bens de imediata necessidade (...). Ao tentar estabelecer uma identificação entre produto e consumidor, a publicidade pretende realizar o indivíduo como tal. No entanto, como pilar da sociedade de consumo, ela consolida o processo inverso: a castração da individualidade (...). Na verdade, a publicidade sacrifica o indivíduo, porque reitera sua dependência em relação ao mundo das mercadorias.”<sup>5</sup>

É nesse sentido que se fala na heteronomia dos receptores das mensagens da indústria cultural, considerada pela “teoria da manipulação” como a “expressão acabada do projeto ocidental de dominação.”<sup>6</sup>

Essa tese sobre a indústria cultural foi aceita por uns e refutada por outros. Entre os últimos destacam-se os sociólogos norte-americanos, que a partir da década de 1950 realizaram pesquisas sobre a transmissão e a recepção de produtos simbólicos, com destaque pelos veiculados pelos meios de comunicação de massas. Esses estudos formam o que se convencionou chamar de “teoria da recepção”, cujo argumento principal é de que o receptor não é um ente passivo, que assimila as mensagens sem processá-las. Pelo contrário, os receptores são capazes de refletir e podem até mesmo intervir na veiculação das mensagens.

<sup>3</sup> DUARTE, Rodrigo. *A celebração da virtualidade real*. **Mosaico**; revista da Fundação João Pinheiro, 1(0), 2002.

<sup>4</sup> Id. *Ibidem* p. 102

<sup>5</sup> SILVA, Rafael Cordeiro. *Indústria Cultural e Manutenção do Poder*. **CULT – Revista Brasileira de Cultura**. São Paulo: Bregantini, 2011, nº 154, pp. 63-65.

<sup>6</sup> DUARTE, **Rodrigo**. **Adornos; nove ensaios sobre o filósofo frankfurtiano**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1997, p. 18.

Entre esses pesquisadores destaca-se John B. Thompson, que arrola uma série de características da recepção: (a) ela deve ser encarada como uma atividade e não como algo passivo; (b) os usos que os receptores fazem das mensagens podem divergir dos pretendidos por aqueles que as produzem; (c) a recepção é “situada”, ou seja, “os produtos da mídia são recebidos por indivíduos colocados em “contextos sócio-históricos” específicos; (d) a recepção é “especializada”, porque depende de habilidades e competências adquiridas que “podem variar em muitos aspectos de um grupo para outro, de uma classe para outra ou de um período histórico para outro”; (e) a recepção é um “processo hermenêutico”, porque é só por intermédio da interpretação dada pelos indivíduos que as mensagens “adquirem sentido”. Em face dessas características, a conclusão é que os receptores são, de fato, ativos e criativos, porque interpretam os significados das mensagens no “próprio processo de recepção”. Thompson avança ao afirmar que, mais do que “receber”, verbo que denota certa passividade, os indivíduos, na verdade, se “apropriam” das mensagens. Ao interpretá-las eles as utilizam “como veículos para reflexão sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem”.<sup>7</sup>

Para sustentar a tese da manipulação, um dos argumentos da Escola de Frankfurt é de que os meios de comunicação detêm o poder exclusivo de transmitir mensagens, sem a equivalente contrapartida do receptor. No entanto, como observa Leonardo Avritzer, os receptores possuem instrumentos de intervenção: cartas são escritas aos jornais, a audiência da TV pode mudar de canal e, principalmente, “as instituições midiáticas são sensíveis a campanhas públicas que afetem sua credibilidade”.<sup>8</sup> Além disso, tecnologias mais recentes, como a Internet, propiciam uma interatividade em tempo real. Com base nessa evolução, Avritzer sustenta que o que de fato existe é um desequilíbrio entre produtor e receptor, que varia de mídia para mídia: “ele é maior no caso do rádio, menor no caso da televisão e quase inexistente no caso da Internet”.<sup>9</sup>

Embora bastante questionada, a ponto de ser tida por J. B. Thompson como definitivamente descartada, a “teoria da manipulação” ainda encontra apoiadores. Rodrigo Duarte aponta o empreendimento do conglomerado da indústria cultural

---

<sup>7</sup> THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade; uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998, p. 41-6.

<sup>8</sup> AVRITZER, Leonardo. *Entre o diálogo e a reflexividade*. In: AVRITZER, Leonardo & DOMINGUES, José Maurício (orgs). **Teoria Social e Modernidade no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000, p. 61-83.

<sup>9</sup> Id. *Ibidem*, p. 71.

Disney, - um condomínio residencial chamado “*Celebration*”, localizado próximo de Orlando, na Flórida - como um exemplo concreto da vitalidade dessa teoria. Nesse lugar, tudo foi planejado

“de modo que o morador ou usuária se sinta numa *belle époque* que provavelmente nunca terá existido. Não há criminalidade e os problemas de segurança das grandes cidades norte-americanas, pois a área é totalmente cercada e vigiada vinte e quatro horas por dia: não há pedinte porque sua entrada é simplesmente vedada; não há poluição, pois ocorre um rígido controle da emissão de gases (...). As moradias são oferecidas em apenas seis ‘estilos’: ‘vitoriano’, ‘clássico’, ‘colonial *revival*’, ‘mediterrâneo’, ‘francês’ e ‘costal’ (...). À beira de uma lagoa, encontra-se um centro comercial com restaurantes, lanchonetes, supermercados e um ancoradouro - tudo reproduzindo um estilo nostálgico: a encenação de um mediterrâneo idealizado”<sup>10</sup>

Para Duarte “*Celebration*” é a expressão desenvolvida de uma das facetas da indústria cultural que está na base do seu caráter manipulador: a capacidade de reproduzir, o mais realisticamente possível, a nossa percepção sensível, fenômeno originalmente criado pelo cinema. “*Celebration*”, na visão desse autor, sinaliza para “um desenvolvimento da indústria cultural que talvez esteja apenas começando: a celebração da virtualidade real”.<sup>11</sup>

### 3. Campo erudito: autonomia ou dependência “orgânica”?

“Os intelectuais são um grupo social autônomo e independente, ou cada grupo social tem sua própria categoria especializada de intelectuais?”<sup>12</sup> A pergunta de Antonio Gramsci, que pode ser estendida aos artistas, ainda hoje divide opiniões, até mesmo entre os tributários da teoria marxista, à qual se filia o pensador italiano.

Refletindo sobre a atividade intelectual, que julga estar presente em qualquer trabalho humano – mesmo o mais mecânico e degradado trabalho físico exige um mínimo de qualificação técnica, ou seja, intelectual -, Gramsci conclui que não se pode separar o “*homo faber*” do “*homo sapiens*”. No entanto, distingue a atividade intelectual em geral, da categoria profissional dos intelectuais, que compreende aqueles cujo trabalho envolve um esforço cerebral maior, se comparado ao esforço muscular.

Fiel à concepção economicista, Gramsci considera que, historicamente, cada novo grupo social que ocupa funções essenciais no mundo da produção - como a

<sup>10</sup> DUARTE, R. op. cit. nota 2, p. 106.

<sup>11</sup> Id. Ibidem, p. 107.

<sup>12</sup> GRAMSCI, Antonio. **Obras Escolhidas**. Lisboa: Editorial Estampa, 1974, vol. II, p. 189.

burguesia e o proletariado -, cria para si, “organicamente”, intelectuais que lhe dão “homogeneidade e consciência da própria função, não só no campo econômico, mas também no campo social e político.”<sup>13</sup> A dita “autonomia” não passa de uma utopia das categorias intelectuais preexistentes, que se julgam imersas num contínuo histórico ininterrupto, mas que, na verdade, são organicamente vinculadas à ordem econômica anterior. A esse tipo de intelectual Gramsci dá o nome de “tradicional” e à filosofia que o sustenta chama de “idealista”.

A posição de Gramsci, entretanto, não é uma unanimidade entre os marxistas, principalmente entre aqueles que viveram a ascensão dos regimes totalitários. Leia-se, por exemplo, o “Manifesto por uma Arte Revolucionária Independente” (1938), liderado pelo surrealista André Breton e co-assinado, no México, por Diego Rivera e Leon Trotsky. Embora tenha como alvo a defesa da liberdade da arte e do artista, o manifesto aborda a atividade intelectual como um todo, e apoiado no jovem Marx, mas também na psicanálise, defende o respeito às “leis específicas a que está sujeita a criação intelectual”, que conserva “individualidade em sua gênese” e aciona “qualidades subjetivas” que levam a um “enriquecimento objetivo” do conhecimento.<sup>14</sup>

O manifesto foi traduzido no Brasil pelo também marxista e crítico de arte Mário Pedrosa. Embora no início da década de 1930 tenha se posicionado a favor de uma “arte proletária” com “função social”, Pedrosa, acompanhando o curso da história, alterou gradualmente sua posição sem, contudo, perder a perspectiva de uma arte revolucionária, que ele sempre associou às vanguardas artísticas, aí incluídas a arte abstrata (ou concreta), na década de 1950, e as manifestações da contracultura, na década de 1960-70, nas quais ele vislumbrou um ressurgimento das “fontes inovadoras das vanguardas históricas” e “maneiras extremas de se preservar a autonomia da arte”.<sup>15</sup>

Carlos Estevam, teórico dos Centros Populares de Cultura, identificado muitas vezes equivocadamente com o marxismo ortodoxo, também reconhece a autonomia do “mundo da cultura”, que ele chama de “superestrutura espiritual” da sociedade. E não descarta o reflexo da infra-estrutura econômica, na qual ele inclui, além das necessidades materiais, outras que visam “a realização do ser do homem no mundo”, como a ciência, a arte, a filosofia e a educação.

---

<sup>13</sup> Id. Ibidem, p. 189.

<sup>14</sup> [www.culturabrasil.pro.br/poruma.htm](http://www.culturabrasil.pro.br/poruma.htm).

<sup>15</sup> ARANTES, Otília Beatriz Fiori. **Mário Pedrosa; itinerário crítico**. São Paulo: Página Aberta, 1991, p. XII e 140.

“A necessidade de emoção artística, por exemplo, tornou-se para a espécie humana uma necessidade tão imperativa quanto o são as determinadas pelo funcionamento do organismo e a manutenção da vida. O mesmo se pode dizer de outras necessidades como o saber, a convivência moral, a educação, o divertimento, etc.”<sup>16</sup>

A questão da existência ou não de artistas e intelectuais independentes, sob o aspecto social, econômico, político e cultural, foi bem respondida quando Pierre Bourdieu descreveu, historicamente, a emergência da autonomia do “campo erudito”, processo que se inicia no final do século XVIII e se consolida na segunda metade do XIX. De modo progressivo, constitui-se um público amplo e socialmente diversificado de consumidores de bens simbólicos (via generalização do ensino fundamental), que viabiliza o surgimento de um corpo numeroso e diferenciado de produtores desses bens e induz a criação de um mercado cultural e de instâncias próprias de consagração (academias, associações científicas, salões de artes, editoras, direções artísticas de teatros), relativamente independentes do poder econômico, político e religioso.

Contribui para a consolidação do campo erudito a instituição do direito autoral, que nasce na Revolução Francesa (1789) como resultado da luta dos escritores em defesa de seus interesses e que, em 1886, é alçado ao plano internacional pela Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas. Para compreender o significado desse documento é preciso inseri-lo no contexto histórico, marcado, entre outros fatos, pela proliferação de inventos – como luz elétrica, telefone, fonógrafo, fotografia e cinema -, que viabilizam a reprodução e a disseminação mundial de textos, sons e imagens.

De acordo com Bourdieu, vários elementos caracterizam a autonomia do campo erudito: (a) as obras são criadas prioritariamente para o consumo e avaliação dos próprios pares: intelectuais e artistas; (b) a avaliação é feita com base em critérios (lei cultural) criados no âmbito do próprio campo; (c) esses critérios se referem à forma, ou estilo, das obras (modo de representação) mais do que ao conteúdo (objeto de representação) que, em geral, segue uma demanda que vem de fora do campo; (d) a valorização das obras é conferida pelo grau de originalidade e singularidade, tendo como referência os preceitos e ortodoxias imediatamente precedentes; (e) as instituições

---

<sup>16</sup> ESTEVAM, Carlos. **A questão da cultura popular**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1963, p. 10.

que conferem reconhecimento e consagração são criadas e constituídas pelo próprio campo; (f) os intelectuais e artistas formulam eles mesmos as teorias que justificam ideologicamente a autonomia do campo, entre elas: a teoria da arte pela arte; a cultura como realidade superior, irredutível ao mercado; a criação artística e intelectual como sendo livre e desinteressada; o gênio como um ser distinto tanto da burguesia como do povo; (f) a desconsideração, no interior do campo, de fatores de diferenciação econômica, social e política entre os artistas e intelectuais, que são consagrados, ou não, independentemente de sua origem, classe social ou posição política.

Exemplo concreto do processo de autonomização do campo erudito é dado por Norbert Elias no livro *Mozart; a Sociologia de um Gênio*. Elias interpreta a vida desse músico alemão como uma tentativa de enfrentar o poder da “aristocracia de corte” para tornar-se um artista autônomo. Na época, prevalecia a situação do artista empregado, que ocupava “postos permanentes, seja nas cortes ou nas igrejas das cidades.”<sup>17</sup> Mozart (1745-1791) morreu aos 35 anos sem alcançar seu objetivo, mas já na geração seguinte Beethoven (1770-1827) “conseguiu, não com facilidade, mas com muito menos problemas, aquilo pelo que Mozart inutilmente lutou: liberou-se, em grande parte, da dependência do patronato da corte.”<sup>18</sup>

A luta pela autonomia do campo erudito elevou a posição social dos intelectuais e artistas, implicou num “ganho de poder”<sup>19</sup> na relação com os respectivos públicos e introduziu distinções que permanecem até hoje, como as que separam arte e artesanato, culto e popular. O conteúdo das obras pode ser o mesmo, mas as mudanças de campo de produção cultural alteram as relações sociais. Assim, a música anônima da festa popular, quando transplantada para as partituras e para a sala de concerto, perde sua força de coesão comunitária e ganha em distinção e atribuição de prestígio ao compositor, ao maestro, aos músicos e ao público do concerto. Bourdieu exemplifica com o minueto, originalmente uma dança popular que depois se transforma em dança da corte, e cuja sonoridade é apropriada pelos compositores eruditos:

“... de um lado, a festa sazonal, que cumpre uma função de integração e revivificação dos ‘grupos primários’ e, no outro polo, o concerto, reunião de um público cujo único liame é uma relação abstrata de pertinência exclusiva ao mundo dos iniciados”<sup>20</sup>

<sup>17</sup> ELIAS, Norberto. **Mozart; sociologia de um gênio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1995, p. 34.

<sup>18</sup> Id. Ib. p. 43.

<sup>19</sup> Id. Ib. p. 44.

<sup>20</sup> BOURDIEU, Pierre. op. cit p.114.

#### 4. Cultura popular: conformismo ou resistência?

A discussão a respeito da cultura popular começa pelo significado do termo “povo”, que pode ser empregado em pelo menos três sentidos: “povo-nação”, “povo-massa” e “povo-classe”. Na primeira acepção, povo é diretamente associado ao Estado-Nação, que engloba todas as classes sociais de um mesmo território. Fala-se, por exemplo, em “povo brasileiro”. No segundo sentido, “povo-massa” refere-se a um aglomerado de indivíduos que, independentemente de classe social ou nação, são consumidores de determinados valores e produtos. Nesse caso fala-se, por exemplo, em “popularidade”, para designar a condição de indivíduos ou mercadorias que têm grande aceitação entre os consumidores. No terceiro sentido, povo designa uma classe social específica, chamada “subalterna” em relação à outra, dita “dominante”.

Essas distinções não são puramente semânticas, pois cada um dos significados traduz distintas ideologias e envolve diferentes relações sociais, políticas e econômicas. A idéia de “povo-nação” está, na verdade, vinculada ao campo erudito. “Povo-massa”, por sua vez, remete à indústria cultural. “Povo-classe” é, de fato, o único significado que se atem à cultura popular em sentido estrito.

A idéia de “povo-nação” remete às relações entre o “nacional” e o “popular” e entre “memória nacional” e “memória coletiva”. Ao estudar o candomblé, Renato Ortiz conclui que a memória coletiva é, necessariamente, “vinculada a um grupo social determinado” e “só pode existir enquanto vivência, isto é, enquanto prática que se manifesta no cotidiano das pessoas”.<sup>21</sup> A memória nacional, ao contrário, refere-se a “uma história que transcende os sujeitos e não se concretiza imediatamente no seu cotidiano; situa-se em outro nível, ela se vincula à história e pertence ao domínio da ideologia.”<sup>22</sup> A partir daí esse autor pergunta: “quem é o artífice desta identidade e desta memória que se querem nacionais?” A resposta:

“se existem duas ordens de fenômenos distintos, o popular (plural) e o nacional, é necessário um elemento exterior a essas duas dimensões que atue como agente intermediário. São os intelectuais que desempenham esta tarefa de mediadores simbólicos.”<sup>23</sup>

<sup>21</sup> ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira & Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 133.

<sup>22</sup> Id. *Ibidem*, p. 135.

<sup>23</sup> Id. *Ibidem*, p. 139.

Os intelectuais realizam a mediação entre a memória coletiva - que é popular e vivida por diversos grupos sociais fragmentados - e a memória nacional - que é construída ideologicamente e visa unificar a sociedade como um todo.

Típicos dessa abordagem são os estudos abarcados sob a denominação de “folclore”. Embora focalizem as manifestações culturais dos grupos subalternos, os folcloristas procuram associar tais práticas à construção das identidades nacionais e ao nacionalismo. Concomitantemente, as práticas populares são vistas como tradições sobreviventes de um passado marcado pela superstição, incumbindo-se o folclorista de “despertar o povo e iluminá-lo em sua ignorância”<sup>24</sup>.

Essa postura bem-intencionada, mas paternalista, não é patrimônio exclusivo dos folcloristas. O marxismo ortodoxo, que emprega o termo “popular” no sentido de “povo-classe”, não foge à regra. Leia-se, por exemplo, esta passagem de B. Brecht:

“ser popular significa ser compreensível para as largas massas; adotar e enriquecer suas formas de expressão; adotar e consolidar seu ponto de vista; representar a parte mais esclarecida do povo, de modo que essa possa tomar a direção, mas sendo compreensível também para a outra; familiarizar-se com as tradições e desenvolvê-las.”<sup>25</sup>

Essa maneira de ver enquadra-se na perspectiva aqui chamada de “teoria da reprodução”, que não vê possibilidade da classe subalterna gerar, por conta própria, uma cultura popular autêntica, ou seja, revolucionária. Nessa perspectiva, a cultura popular é apenas um pálido reflexo da cultura da classe dominante. Sendo as classes subalternas incapazes de se afirmar por si próprias, cabe à vanguarda revolucionária (em geral composta por intelectuais e artistas) tornar-se “parte integrante do povo”,<sup>26</sup> a fim de despertá-lo para a reflexão e a consciência de si mesmo.

A “teoria da reprodução” é relativizada pela perspectiva que Néstor Canclini chama de “neogramsciana” - porque inspirada no conceito de hegemonia de Antonio Gramsci -, que “reconhece certa iniciativa e poder de resistência por parte das classes

---

<sup>24</sup> CANCLINI Néstor. **Culturas Híbridas; estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1998. - (Ensaio Latino-Americanos, 1), p 208-9.

<sup>25</sup> BRECHT, Bertold. O caráter popular da arte e a arte realista. In: Teatro e Vanguarda. Lisboa: Presença, 1970. Apud: KÜHNER, Maria Helena. **Teatro Popular; uma experiência**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1975.

p. 100.

<sup>26</sup> ESTEVAM, Carlos. op. cit., p.88.

populares, mas sempre dentro da interação contraditória com os grupos hegemônicos”.<sup>27</sup> Para Gramsci, o Estado - como superestrutura - comporta duas esferas: a “sociedade política”, que é o governo propriamente dito, que exerce sua dominação por meio da força e da coerção; e a “sociedade civil”, que reúne instituições como os sindicatos, partidos, igrejas, organizações profissionais, sistema escolar, imprensa e meios de comunicação, entre outras, que exerce seu domínio de forma indireta, com base no consenso “espontâneo” da população em torno da ideologia da classe dominante. É a esse consenso que se dá o nome de “hegemonia”,<sup>28</sup> e é nesse conceito e no seu antípoda, contra-hegemonia, que os estudiosos dessa corrente irão sustentar suas idéias. Entre os autores mais representativos dessa linha de pensamento destacam-se os fundadores dos chamados “Estudos Culturais”, entre eles Raymond Williams, E. P. Thompson e Stuart Hall; no Brasil, a filósofa Marilena Chauí.

O conceito de “contra-hegemonia” é proposto por R. Williams em “Marxismo e Literatura”. Para esse autor, o consenso hegemônico, na prática, nunca é fixo ou imutável, ao contrário, a hegemonia é “continuamente renovada, recriada, defendida e modificada, assim como é continuamente resistida, limitada, alterada e desafiada”.<sup>29</sup> É por isso que ao conceito de hegemonia deve ser acrescido o de “contra-hegemonia”.

Fundamentada nesse conceito M. Chauí focaliza a cultura popular no Brasil,

“buscando as formas pelas quais a cultura dominante é aceita, interiorizada, reproduzida e transformada, tanto quanto as formas pelas quais é recusada, negada e afastada, implícita ou explicitamente, pelos dominados”<sup>30</sup>

E. P. Thompson é original quando diz que “a cultura popular é rebelde, mas o é em defesa dos costumes”.<sup>31</sup> A afirmação fundamenta-se na história da resistência popular à expansão do capitalismo na agricultura inglesa (século XVIII). Nessa época, a modernização da atividade agrícola impõe o cercamento das terras, antes comunais, a racionalização do trabalho, via inovações técnicas e disciplinares, e novos padrões de consumo, mudanças que provocam reações populares contra o que julgam “desintegrar

<sup>27</sup> CANCLINI, Nestor, op cit, p.252

<sup>28</sup> GRAMSCI, Antonio. *La formación de los intelectuales*. In: **Pequeña Antología Política**. Barcelona: Editorial Fontanella, 1974. Libros de confrontación - Filosofía, 5, p. 190.

<sup>29</sup> WILLIAMS Raymond. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. Apud: CHAUI, Marilena. **Conformismo e resistência; aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986, p 22-23.

<sup>30</sup> Id. *Ibidem*, p.24

<sup>31</sup> THOMPSON, E. P. **Costumes em comum; estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p.19.

os costumes.” A resistência popular, em geral, não se utiliza da razão e nem sempre apela para a revolta; manifesta-se de forma picaresca, abusa das anedotas, da exposição do ridículo e até mesmo da libertinagem. Como explica Paula Monteiro:

“... não é no confronto dos discursos que se dá a resistência do dominado, mas na maneira pela qual este é capaz de confundir o jogo do outro, jogando no espaço instituído pelo outro. O que caracteriza, portanto, a produção ideológica dos grupos subalternos é essa atividade sutil e tenaz que, na falta de um jogo inteiramente próprio, improvisa no interior de um sistema de forças definidas de antemão.”<sup>32</sup>

Ainda na perspectiva “neogramsciana” ressalta, por introduzir mais complexidade, as reflexões de Stuart Hall. Para esse autor, o estudo da cultura popular, mais do que se deter nas manifestações de conformismo ou resistência, deve focar sua lente nas relações de “influência e antagonismo” existentes entre a cultura popular e a cultura dominante. Para tanto, é inútil descrever o inventário daquilo que o povo faz, porque de tempos em tempos o valor cultural de certas práticas populares é “promovido”, “sobe” na escala cultural e passa para o lado dominante; outras “perdem” valor e são apropriadas pelo campo popular. Em suma, o que importa é a “luta cultural”, que envolve circuitos de distribuição de “poder cultural” nos quais as “relações de força” podem assumir diversas formas: “incorporação, distorção, resistência, negociação, recuperação”.<sup>33</sup>

## 5. Conclusão

Cabe agora retornar ao pressuposto inicial e perguntar: que critérios permitem distinguir indústria cultural, campo erudito e cultura popular? Numa perspectiva analítica, esses campos podem ser compreendidos como “tipos ideais”, objetos de análise que o pesquisador destaca e focaliza para conhecer mais a fundo a sociedade, mas que na vida real se encontram entrelaçados. Assim considerados, esses campos

<sup>32</sup> MONTEIRO, Paula. *Da doença à desordem: magia na umbanda*. Rio de Janeiro: Graal, 1985. Apud: GOMES, Núbia Pereira de Magalhães & PEREIRA, Edimilson de Almeida. **Do presépio à balança: representações da vida religiosa**. Belo Horizonte: Mazza edições, 1995, p. 29.

<sup>33</sup> HALL, Stuart. *Notas sobre a desconstrução do ‘popular’*. In: **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: editora UFMG; Brasília: representação da UNESCO no Brasil, 2003, p. 247-63.

podem ser distinguidos considerando: (a) o objetivo principal de cada um; e (b) a espécie de público que suas respectivas obras visam alcançar. Partindo desses dois critérios, entende-se por indústria cultural o campo de produção cujo principal objetivo é obter lucro; para tanto, busca atingir o maior público possível. O campo erudito é aquele cujas obras se destinam prioritariamente aos próprios pares (os intelectuais e artistas) e cujo objetivo principal é a obtenção de prestígio e distinção social dos criadores e de seus consumidores. O campo da cultura popular, por sua vez, reúne as múltiplas manifestações que objetivam fortalecer a coesão das comunidades às quais são dirigidas. Essas distinções podem ser resumidas no seguinte quadro:

<b>CAMPOS</b>	<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>	<b>PÚBLICO PRINCIPAL</b>
<b>Indústria Cultural</b>	Lucro	Grande Público
<b>Campo Erudito</b>	Distinção Social	Pares
<b>Cultura Popular</b>	Coesão Social	Comunidades

Seria interessante, num próximo artigo, explorar as inter-relações de poder e influência que se estabelecem entre esses campos. Do ponto de vista econômico, é inegável que a indústria cultural ocupa o ápice da pirâmide. Do ponto de vista político, o campo erudito parece ser predominante, porque reúne os quadros que, em geral, são recrutados para ocupar os cargos públicos de gestão cultural e, principalmente, porque são os intelectuais e artistas que conferem valor simbólico às obras produzidas pelo próprio campo, mas também pela indústria cultural e pela cultura popular. Quando visto do ponto de vista estritamente simbólico, admite-se a hipótese de que o pêndulo do poder tenda para cultura popular. Nesse caso, ao invés de poder é mais adequado falar de influência, porque aí as relações não são de dominação. Um fato é concreto: o campo erudito e a indústria cultural sempre beberam nas fontes da cultura popular.

#### BIBLIOGRAFIA

ARANTES, Otília Beatriz Fiori. **Mário Pedrosa; itinerário crítico**. São Paulo: Página Aberta, 1991.

AVRITZER, Leonardo & DOMINGUES, José Maurício (orgs). **Teoria Social e Modernidade no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas; estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1998. - (Ensaio Latino-Americanos, 1).

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência; aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

DUARTE, Rodrigo. *A celebração da virtualidade real*. **Mosaico**; revista da Fundação João Pinheiro, 1(0), 2002.

\_\_\_\_\_. **Adornos; nove ensaios sobre o filósofo frankfurtiano**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1997.

ELIAS, Norberto. **Mozart; sociologia de um gênio**. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

ESTEVAM, Carlos. **A questão da cultura popular**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1963.

GOMES, Núbia Pereira de Magalhães & PEREIRA, Edimilson de Almeida. **Do presépio à balança: representações da vida religiosa**. Belo Horizonte: Mazza edições, 1995.

GRAMSCI, Antonio. **Obras Escolhidas**. Lisboa: Editorial Estampa, 1974, vol. II

\_\_\_\_\_. **Pequeña Antología Política**. Barcelona: Editorial Fontanella, 1974. Libros de confrontación - Filosofía, 5.

HALL, Stuart. **Da diáspora; identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: representação da UNESCO no Brasil, 2003.

KÜHNER, Maria Helena. **Teatro Popular; uma experiência.** Rio de Janeiro: F. Alves, 1975.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira & identidade Nacional.** São Paulo: Brasiliense, 1985.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum; estudos sobre a cultura popular tradicional.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade; uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.