



## **Resistência e Espetáculo Midiático: o lugar de fala das culturas populares<sup>1</sup>**

Wendy Almeida de ARAÚJO<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

A evolução instantânea das tecnologias, principalmente midiáticas, revela novos cenários para a expressão das culturas populares. As ferramentas para que floresçam movimentos de resistência contra o domínio da cultura de massa estão aí. Em contrapartida, a mídia apropria dessas manifestações para promover o espetáculo e comercializar seus produtos, sendo que, a representação da cultura popular exige o contato físico, a convivência, o sentir, o relatar da experiência empírica. Aspectos que a mídia massiva não consegue, por falta de tempo ou interesse comercial, absorver e repassar. O debate desse texto permeia, portanto, sobre a seguinte questão: qual o lugar de fala das culturas populares subalternas, no espetáculo exótico proporcionado pela mídia, ou na resistência contra a padronização hegemônica? A experiência do Ponto de Cultura Tambores do Tocantins, projeto de valorização e divulgação da cultura tradicional, servirá como referencial para os tencionamentos abordados nesse artigo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura popular; Resistência; Mídia; Espetáculo.

### **INTRODUÇÃO**

Atualmente os interiores mais distantes possuem acesso a televisão, internet, sinais telefônicos e antenas parabólicas; o isolamento é uma realidade quase inexistente. Com essa globalização econômica e evolução ilimitada das tecnologias midiáticas as culturas populares marginalizadas, ou subalternas, podem vislumbrar também novos modos de se mostrarem existentes.

Surge então um espaço alternativo, em que a comunicação popular e a representatividade do povo se fazem presentes através do esforço individual ou coletivo de sujeitos dispostos a valorizar a tradição, a manifestação cultural, ou o próprio modo de vida

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado IJ07 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Palmas-TO – realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. Mestranda em Comunicação pela Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG-GO, email: [wendypandell@gmail.com](mailto:wendypandell@gmail.com).



de uma comunidade. Essa iniciativa, às vezes, parte de pessoas da própria comunidade, mas também de agentes comunicadores folk<sup>3</sup>. A representação ou a auto-representação, nesse sentido, se realiza de maneira similar a realidade.

As tecnologias assumem um papel importante aqui, principalmente, na documentação ou divulgação dessas expressões. Mas o importante mesmo na representação da cultura popular é o contato físico, a convivência, o sentir, o relatar da experiência empírica; aspectos que a mídia massiva não consegue, por falta de tempo ou interesse comercial, absorver e repassar.

No espaço midiático formal, porém, é predominante produtos da cultura de massa. As culturas populares são minimamente representadas e quando isso ocorre fica perceptível a superficialidade. Também, a espetacularização e os estereótipos negativos são manifestos, mesmo através de mensagens subliminares.

Desse modo, algumas formas de sobrevivência ou manutenção das culturas populares são a resistência (esse termo é utilizado aqui como diferença: história interna específica; ritmo próprio; modo peculiar de existir no tempo histórico e no tempo subjetivo<sup>4</sup>) e o reforço de identidade.

Por um lado novos espaços para as culturas populares se expressarem, por outro um nicho de manifestações para o circuito midiático espetacular comercializar seus aspectos. Considerando esses apontamentos, qual o ambiente de enunciação das culturas populares subalternizadas? O povo resiste ou adere ao sistema hegemônico? Luta pela diferença ou para assumir o lugar de uniformidade da cultura da mídia?.

Tomando como paradigma a experiência do Ponto de Cultura Tambores do Tocantins – projeto que une valorização da música tradicional e inclusão social – esse texto objetiva refletir sobre essas questões.

## **Culturas e resistência**

Apenas nas três últimas décadas, com exceção do trabalho precursor de Mikhail Bakhtin, surgiu uma preocupação científica sobre o tema da cultura popular. Segundo Canclini (1995, p. 25) “poucos intelectuais e políticos foram admitindo a

---

<sup>3</sup> “Semelhante ao líder de opinião o agente comunicador folk é um tradutor com características folclóricas”. Cf. BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

<sup>4</sup> Definição de Alfredo Bosi. Cf. BOSI, Alfredo (Org.). Plural, mas não caótico. In: **Cultura brasileira**: temas e situações. 2.ed. São Paulo: Ática, 1992, p. 10.



existência paralela de culturas populares que constituíam ‘uma esfera pública plebeia’, informal, organizada por meio de comunicações orais e visuais mais do que escritas”.

Os conceitos mais utilizados pelos estudiosos para o termo cultura popular são: produção espontânea de um povo na sua vivência cotidiana e nas expressões transmitidas pela oralidade e cultura não oficial do povo comum localizado nas classes populares subalternas.

A cultura popular, segundo afirmação de Bosi (1992, p. 11), possui um tempo próprio. Distinto da cultura erudita ou de massa esse tempo é cíclico: “[...] o seu fundamento é o retorno de situações e atos que a memória grupal reforça atribuindo-lhes valor. [...] a condição material de sobrevivência das práticas populares é o seu enraizamento.” Conforme o autor, ciclo e enraizamento são processos que faltam, em geral, na cultura dominante atual.

Pensando em cultura na contemporaneidade deparamo-nos com “a lei do maior número, no prazo mais breve e com o lucro mais alto”. (BOSI, 1992, p. 9). A chamada cultura de massa e do consumo, ou “montagem de bens simbólicos em ritmo industrial”, ao contrário da cultura popular, “nos fornece um modelo de *tempo cultural acelerado*”.

Bosi ainda pondera que nesse tipo de sistema as representações devem durar pouco, ou só enquanto o público demonstrar consumi-las com agrado. “Cumprida a fase da digestão amena, torna-se imperiosa a substituição dos signos e das series, quando não de padrões de gosto inteiros”.

Seguindo esse raciocínio Guatarri e Rolnik (2005, p. 23) definem cultura como um conceito reacionário, dividida em “esferas semióticas padronizadas e não autônomas”, sujeita unicamente ao capital e ao lucro. Desse modo, os autores conceituam cultura de massa como “cultura-mercadoria”. “Ai já não há julgamento de valor [...]. A cultura são todos os bens [...] todas as pessoas, [...]. Neste sentido, difunde-se cultura exatamente como Coca-Cola, cigarros, carros ou qualquer outra coisa”.

A cultura aqui seria mero produto, ou objeto, de uma indústria denominada colonizadora, isso porque domina os indivíduos além dos limites externos, envolve também subjetividades. “[...] a cultura de massa já é colonizadora nos seus processos e nos seus centros de origem: ela invade, ocupa e administra o tempo do relógio e o tempo interior do cidadão, pouco lhe importando as fronteiras nacionais.”. (BOSI, 1992, p. 10).

Considerando esse contexto, os Estudos Culturais britânicos (1960) situaram a cultura no âmbito de uma teoria da produção e reprodução social, especificando como as



formas culturais serviam para aumentar a dominação social ou para possibilitar a resistência. (KELLNER, 2001)<sup>5</sup>

Baseando-se no modelo gramsciano de hegemonia e contra-hegemonia os estudos culturais analisam as formas sociais e culturais “hegemônicas” de dominação e buscam revelar forças “contra-hegemônicas” de resistência e luta. A principal preocupação dos estudiosos culturológicos é com o poder e suas relações dentro de micro-sociedades. Outra inquietação do grupo estava ligada a cultura popular, com a análise dos efeitos da nova sociedade midiaticizada.

Portanto, os Estudos Culturais se focalizam nos modos como a cultura se imbrica no processo de dominação e resistência. Os oprimidos lutariam, assim, para superar as estruturas de dominação em várias arenas: política, econômica, social, cultural. Como explica Oliveira (2009, p. 29):

As culturas das classes subalternas são práxis que constroem trajetórias de resistência a esta violência intermitente e busca aumentar espaços na perspectiva da tolerância do hegemônico. Por isso tem uma relação ambivalente com as culturas hegemônicas. E estas, o mesmo em relação às culturas subalternas – toleram-nas dentro de limites, oprimem-na quando correm riscos e, por mais que a admirem, não a entendem, pois foram construídas dentro de tradições civilizatórias cujos elementos simbólicos são outros. Encantam-se com as suas manifestações, mas não compreendem a fundo sua práxis [...]

Oliveira (2009, p. 19) compreende que a cultura é um espaço de conflitos sociais de tentativa ou efetivação de colonização e de luta contra-hegemônica. As subversões ocorrem quando o sistema dominante se sente ameaçado pelos elementos de resistência dos grupos subalternizados, ou seja, “a partir do momento em que as diversas propostas de subjetividades ensejam modelos diferentes de sociabilidades que, muitas vezes, se confrontam com a estrutura social hegemônica”.

Visível ameaça para a cultura de hegemonia é a organização. A articulação de indivíduos e comunidades em movimentos é um exemplo dela, pois, pode possibilitar a emancipação desses grupos culturais populares subalternizados e isso se configura em desestabilidade para o sistema predominante.

---

<sup>5</sup> KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.



## Qual o lugar de fala das culturas populares?

É bonito e agradável assistir as festas carnavalescas, as quadrilhas juninas, o bumba-meu-boi, as famosas romarias e outros festejos populares exibidos anualmente nos meios de comunicação. Espetáculos de encher os olhos, de fazer o público vibrar. Entretanto, esse tipo de representação da cultura popular conduz a estereótipos negativos, atende às lógicas mercantis e ainda fortalece a produção industrial massiva. Assim como afirma Mendonça:

[...] a mídia hegemônica oferece à sua plateia, seja ela qual for, um cardápio restrito e classificatório dos diferentes grupos sociais. Quando oferece. E nesse caso, a reprodução de estereótipos e a construção de narrativas sobre determinados grupos minoritários costumam obedecer a lógicas mercantis em que o exótico, a folclorização ou mesmo a ridicularização desses grupos/indivíduos aparecem como argumento de atração. (Idem, 2009, p. 40)

Nessa sociedade do espetáculo<sup>6</sup>, principalmente midiático, vende-se cultura. Ao se tornar produto industrial as manifestações populares perdem seu caráter popular, sua essência e sua raiz tradicional. Há uma mutação visível e a perda de identidade se realiza inevitavelmente. Desse modo, as classes populares não conseguem se identificar nessas exposições espetaculares, pois a realidade construída não condiz com seu teor original. Bosi explica melhor:

Nas manifestações rituais das classes pobres há uma conaturalidade entre os eventos e seus participantes. Uma festa popular identifica-se com os festeiros e os convidados: está neles, está entre eles. O mesmo ocorre com um desafio, uma cantoria, uma procissão, uma congada, um bumba-meu-boi, uma reza pelas almas. O distanciamento começa quando o turismo (ou a TV, paraíso do viajante de poltrona) toma conta dessas práticas: a festa, exibida, mas não partilhada, torna-se espetáculo. Nesse exato momento, o capitalismo se apropriou do folclore, ocultando o seu teor original de enraizamento. (BOSI, 1992, p. 11)

Com isso, algumas formas de sobrevivência ou manutenção das culturas populares só se realizam com a resistência. A possibilidade das culturas subalternizadas expressarem suas manifestações no seu “teor original de ciclo e enraizamento” é facilitada

---

<sup>6</sup> Expressão criada pelo teórico francês Guy Debord e outros estudiosos da Internacional Situacionista. Cf. DEBORD, Guy. **Society of the Spectacle**. Detroit: Black and Red, 1967.



através dos espaços virtuais: msn, blog, facebook, orkut, twitter, também através da comunicação popular, ou a junção disso.

Chamada comunicação do povo, feita por ele e para ele, a comunicação popular “é uma forma de expressão de segmentos excluídos da população, mas em processo de mobilização, atingir seus interesses e suprir necessidades de sobrevivência e de participação política”<sup>7</sup>.

Espaços de participação e representação popular, mídias alternativas vem sendo construídos, pois só assim: “[...] ao permitir o subalterno falar, expressar seu modo de pensar é possível ultrapassar a lógica vigente e romper com o discurso hegemônico”. (MENDONÇA, 2009, p. 48)

Para que isso ocorra efetivamente, portanto, é necessário mais comprometimento dos veículos e movimentos envolvidos, tanto quanto, da própria comunidade que está sendo beneficiada. É importante não encarar essas oportunidades como uma experiência piloto ou um projeto temporário. A resistência à hegemonia ocorre quando grandes horizontes são vislumbrados e quando as ações são colocadas em prática.

Porém, não é imprescindível para as culturas populares, pelo menos num sentido geral, que suas mensagens sejam o foco da grande mídia, assim elas acabariam se tornando meros produtos da indústria massiva. A luta é por um espaço para divulgação com relevante alcance público para que suas expressões sejam retratadas sem estereótipos, condizente com a realidade do grupo.

Por mais que a internet se configure num ambiente democrático, a exposição sem recepção não é importante. Desse modo, o processo de fidelização de público à recepção das mensagens produzidas pelas culturas subalternas ainda é um desafio para a comunicação popular.

Peruzzo (2004, p. 131) pondera que os veículos de comunicação massiva não são, necessariamente, “perversos” com relação aos interesses populares. Segundo ela, “há de se reconhecer o grande poder da mídia e sua manipulação, prioritariamente, a serviço dos interesses das classes dominantes, mas nem por isso ela deixa de dar sua contribuição ao conjunto da sociedade”:

---

<sup>7</sup> Peruzzo, Cicilia M. Krohling. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. Disponível em: <[intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1274-1.pdf](http://intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1274-1.pdf)> Acesso em 01 out 2011.



[...] quando quer, divulga campanhas e programas educativos e outros de elevado interesse público. Por outro lado, ao informar, instantaneamente, sobre fatos que ocorrem em qualquer parte do mundo, também propicia entretenimento, preenchendo, assim, necessidades que os meios populares não se propõem e nem conseguem satisfazer. Temos que levar em conta que ela vem sendo aceita tal como é pela maioria da população [...]. Seu conteúdo, seus formatos e sua linguagem têm muito a ver com o universo cultural de segmentos receptores. Quem, mesmo lendo o jornalzinho da “comunidade”, não acompanha o noticiário da televisão? Ou quem deixa de ver a “novela das oito” para assistir um programa de tevê educativa ou cultural? (Idem, p.131)

De um lado meios massivos, a disposição das classes dominantes, em que predominam entretenimento e informações gerais de cunho relevante. De outro, formas alternativas de comunicação que da “voz e vez” ao povo, mas que tem seu alcance limitado; tanto na produção, quanto na difusão das mensagens.

Num terceiro cenário o personagem principal: o público. Como será sua aceitação de programas culturais, educativos e comunitários? Há de se compreender que o espaço de enunciação das culturas subalternizadas só pode se concretizar através da negociação com a mídia massiva, mas, principalmente, com a aceitação do público.

Contudo, é necessário enfatizar que, na prática, os meios de comunicação popular, apesar de sua importância e de seu significado político, não chegam, e nem parece ser sua luta, colocar-se como forças superadoras do sistema hegemônico. Oliveira (2009, p. 33) confirma que “a trajetória das culturas subalternas vai no sentido não da desconstrução das cultura hegemônica, mas da busca de autonomia e da validade de suas perspectivas”.

Nesse sentido, Peruzzo (2004) faz uma colocação relevante: “os dois são complementares não excludentes” e Barbero (1989) complementa esse pensamento: “o espaço cultural é um lugar onde o hegemônico e o subalterno se articulam”, pois somente dessa forma os dois podem coexistir.

### **Batidas no tambor de couro – um espetáculo a parte**

O terreno cultural contemporâneo é completamente heterogêneo e é nesse espaço que as manifestações populares valorizam suas tradições, reafirmam suas identidades, se apropriam das inovações midiáticas, se reconfiguram, convivem e ao mesmo tempo resistem ao poder hegemônico.



Exemplo disso é o Ponto de Cultura Tambores do Tocantins, um projeto musical de valorização e divulgação da cultura tradicional tocantinense. O grupo, criado e coordenado pelo músico Marcio Bello dos Santos, trabalha com os ritmos regionais da sùssia, catira, congada, tambor e roda. Nas oficinas, as crianças e jovens aprendem o que são esses ritmos, onde estão, de qual manifestação tocantinense fazem parte e a relação deles com outros ritmos brasileiros.

Mendonça considera que os indivíduos das culturas minoritárias necessitam ser sujeitos ativos, produtores culturais de fato. O conhecimento, desse modo, seria responsável pela concreta emancipação e autonomia desses indivíduos.

[...] a subalternidade implica também uma colonização dos saberes, uma desqualificação dos discursos – quando não a sua ausência – e exige, ainda, que nos processos de emancipação haja a mudança do lugar de fala e da produção intelectual e cultural, isto é, a legitimação das formas subalternas de produzir cultura, de articular discursos, de se auto-representar nos seus próprios termos. (MENDONÇA, 2009, p. 44)

A ideia do Tambores do Tocantins vai nesse sentido, pesquisa, construção de conhecimento e formação de multiplicadores que saibam valorizar e difundir esse trabalho. Desenvolver o senso crítico musical e a fraternidade, também é objetivo do grupo, pois a música percussiva exige a comunhão e a coletividade.

Sobre a cultura, o coordenador do projeto compreende que ela não pode ser encaixotada, mas sim valorizada. “As culturas tradicionais que originaram tudo. O que a gente tem de contemporâneo veio dos sambas de roda, dos blocos e cultos afros, das nevasdas rítmicas dos orixás, ou seja, das raízes musicais brasileiras”<sup>8</sup> (informação verbal).

Para tanto exige a releitura, a adaptação para o contexto atual e nesse ponto deparamo-nos com processos de hibridização, de apropriação e expropriação da cultura de massa pela cultura popular e vice-versa. Como enfatiza Bosi (1992, p. 7): “A cultura das classes populares encontra-se, em certas situações, com a cultura de massa. Há imbricações de velhas culturas ibéricas, indígenas e africanas, todas elas também polimorfas, pois já traziam um teor considerável de fusão”.

As manifestações da Idade Média se reconfiguraram através do tempo e ainda hoje se faz presente na realidade cultural popular: a festa carnavalesca, ou as paródias, por

---

<sup>8</sup> SANTOS, Marcio B. **Histórico do Tambores do Tocantins**. 2011. Entrevista concedida a Wendy Almeida de Araújo, Porto Nacional, 2 de ago. 2011.



exemplo, apropriadas por novas tecnologias ou outras cadeias de comunicação, modificaram seus aspectos, mas nem por isso deixaram de existir.

O Ponto de Cultura Tambores do Tocantins também articulou um formato dinâmico para mostrar a riqueza dos ritmos tradicionais do Estado, que estavam fora do contexto da juventude e da atualidade do mundo contemporâneo. Porém, com a nova “roupagem” dada pelo grupo esses ritmos se tornam atuais e interessantes para todas as idades.

Mendonça ( 2009, p. 49) reconhece que há desigualdade nas relações de força entre a cultura hegemônica e as produções culturais subalternas, por isso, “é importante ressaltar, de um lado, a necessidade de organização social em coletivos mais ou menos formais e, de outro, o papel imprescindível das agências oficiais de incentivo.”

Em 2004, o Ministério da Cultura lançou o Programa Cultura Viva, da Secretaria de Programas e Projetos Culturais (SPPC), com objetivo de potencializar iniciativas de grupos culturais em todas as regiões do Brasil. No primeiro edital para pontos de cultura o Tambores do Tocantins foi aprovado.

Essa oportunidade proporcionou uma boa estrutura ao projeto e possibilitou a capacitação de jovens nas áreas de produção cultural: percussão, construção de instrumentos, produção de cenário e figurino, iluminação, sonorização, tratamento acústico e produção de áudio e vídeo.

Cerca de dez anos se mantendo através de incentivos e patrocínios, atualmente, o Tambores do Tocantins quer se tornar independente, para isso o grupo está transformando algumas atividades em empreendimentos. A fabricação de instrumentos se tornou uma microempresa. Bello explica que os participantes também cresceram com o projeto e, portanto, precisam trabalhar, “estamos criando mecanismos para ter esse subsídio de recursos próprios, sem depender de convênios, que é um processo difícil e burocrático”.

O próximo passo do projeto é transformar o grupo musical também em empresa. “Acreditamos que através disso a gente consiga se sustentar e deixar essas oportunidades de convênio para outros grupos que estão se formando”.



Na sociedade capitalista e globalizada as manifestações vão pouco a pouco se “coisificando”<sup>9</sup>. Ou seja, no contexto industrializado a cultura popular adequa suas manifestações de modo a tornarem-se produtos comercializáveis, voltada para o capital e o lucro. Porém, Bello ressalta que a meta do grupo, ao se transformar em empreendimento, não é incorporar a indústria cultural, “ficar famoso, vender disco e tocar na rádio, mas contribuir com a música brasileira, a música tocantinense e com o futuro disso”.

Oliveira (2009, p. 28) explica que “[...] as perspectivas das culturas das classes subalternas não é a mera participação nesta ágora, mas construir espaços onde suas subjetividades podem ser livremente expressas”.

Como um dos objetivos do projeto é formar multiplicadores, Bello acredita que no futuro os participantes do projeto, já adultos e maduros, terão a consciência de trabalhar em prol da valorização da música percussiva tradicional e “continuar essa roda que a gente empurrou”. Ou seja, as batidas no tambor de couro poderão ser ecoadas por vários lugares e em várias épocas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os meios de comunicação nos completam e se tornou difícil conviver sem eles. Complementam nossa memória, documentam nossa história, como afirmou McLuhan “os meios são extensões do homem” e realmente se tornou uma parte do corpo indispensável. As pessoas repetem periodicamente que não conseguem viver sem celular, computador, TV, ou outros produtos midiáticos. O ser humano moderno, ou pós-moderno, “viciou-se” e está completamente dependente da tecnologia.

Nesse contexto, a interação virtual predomina sobre as outras formas de sociabilidade; o popular e o tradicional cederam terreno. Já é impossível distinguir até que ponto existe seres sociais nesse ambiente virtual, onde pele e onde bits, pois a sociedade está permeada por dados, sistemas operacionais, códigos binários, processos midiáticos e espaços simbólicos.

Entretanto, ainda é possível vislumbrar nesse ambiente formas de interação face a face, manifestações tradicionais, ritmo próprio, expressões populares e, contudo,

---

<sup>9</sup> Cf. SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina. In: **Bibliocom**. Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Ano 1, edição bimestral, nov. e dez. 2008. Disponível em: <[www.intercom.org.br/bibliocom/zero/pdf/schmidt.pdf](http://www.intercom.org.br/bibliocom/zero/pdf/schmidt.pdf)>. Acesso em: 29 Jan. 2011.



possibilidades de construção de conhecimento, em especial, nas expressões que florescem das culturas populares subalternas.

Não é interesse das classes hegemônicas darem espaço ou oportunidade a essa classe, logo que é ela que mantém ou sustenta seus pilares, através da mão de obra barata, do domínio velado e até da comercialização e espetacularização de alguns de seus aspectos.

Portanto, a luta contra-hegemônica deve partir das próprias comunidades populares. A ideia aqui, ou a utopia, é que a globalização ocorra efetivamente. A inclusão digital, inserção social, as políticas públicas de respeito a diferença deixem de ser apenas belas palavras de aparato dos discursos hegemônicos e passem a se concretizar na realidade.

O anseio das comunidades populares parece ir bem além de ser representadas como um espetáculo, aplaudidas e reconhecidas como folclore. A luta é pelo respeito a diferença, ao modo de se expressar, de manifestar suas tradições. Respeito a essência, a raiz que deu origem as novidades que as multidões admiram e aplaudem atualmente.

A mestiçagem das culturas, as hibridações, o crescimento acelerado das tecnologias, a produção seriada de cultura, a representação espetacularizada dos grupos minoritários é uma realidade. Mas, ainda é possível contemplar nessa mesma realidade experiências de resistência e de luta contra-hegemônica.

Pensar, contudo, em comunicação popular – como espaços de reafirmação de identidade, resistência e manifestação de ideias – é entrevir formas de valorização da cultura popular tradicional, mas sem deixar de avaliar as intermediações da cultura midiática, que também adquire sua parcela de importância nesse processo.

Contudo, como afirma Oliveira<sup>10</sup> a conquista por espaço das culturas populares não depende somente da mudança de estrutura do sistema. O autor enfatiza: “as organizações dos movimentos sociais necessitam se articular como espaços de construção de novas subjetividades a partir da constatação de que a transformação social não é apenas uma mudança de estrutura, mas também dos seus sujeitos”.

Nesse aspecto, o processo de luta das culturas subalternizadas é bem mais complexo. Mas, o importante é notar que o que existe hoje não foi assim desde sempre, mas criado e construído por cada indivíduo. Algo novo e melhor, desse modo, também pode ser estabelecido pelas ações dos sujeitos e das sociedades. Afinal a cultura humana é

---

<sup>10</sup> Culturas de grupos subalternizados: espaço para construção de novas subjetividades políticas. 2009, p. 34, 35.



histórica, envolve processos de mutação tanto quanto de continuidade, a criação do novo juntamente com a conservação da tradição. São relações entre o pré e o pós- moderno, o inédito e o clássico. A cultura, desse modo, não é estática, mas cíclica, movida pela evolução da sociedade. Isso leva a crer que o atual cenário da cultura não é permanente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBERO, Jesus Martin. A Comunicação no Projeto de Uma Nova Cultura Política. In: MELO, José Marques de (org.). **Comunicação na América Latina: Desenvolvimento e crise**. Campinas, SP: Papirus, 1989.

BOSI, Alfredo (Org.). Plural, mas não caótico. In: *Cultura brasileira: temas e situações*. 2.ed. São Paulo: Ática, 1992, p.7-15.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

GUATARRI, Félix; ROLNIK, Suely. Cultura: um conceito reacionário? In: **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

MENDONÇA, Maria Luiza (org.). As múltiplas faces da cultura. In: **Mídia e diversidade cultural: experiências e reflexões**. Brasília: Casa das Musas, 2009.

OLIVEIRA, Dennis de. Culturas de grupos subalternizados: espaço para construção de novas subjetividades políticas. In: MENDONÇA, Maria Luiza (org.). **Mídia e diversidade cultural: experiências e reflexões**. Brasília: Casa das Musas, 2009.

PERUZZO, Cicília M.K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

SANTOS, Marcio B. **Histórico do Tambores do Tocantins**. 2011. Entrevista concedida a Wendy Almeida de Araújo, Porto Nacional, 2 de ago. 2011.

URANGA, Washington. Utopia e Realidade na Comunicação Popular. In: MELO, José Marques de (org.). **Comunicação na América Latina**. Campinas, SP: Papirus, 1989.