



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **A incorporação midiática da cultura popular pelas artes cênicas<sup>1</sup>**

*Sarah Roberta de Oliveira Carneiro*

**Instituto Xingo, AL**

### **Resumo:**

Esta comunicação é uma versão preliminar de um estudo sobre cultura popular no que concerne à incorporação midiática de sua estética pelas Artes Cênicas. Toma-se como princípio o indicativo de que a apropriação da cultura popular normalmente acontece mediante uma reelaboração que tangencia o universo da comunicação, na medida em que signos são acoplados à matriz referencial. Nesse sentido, a recriação gera produtos constituídos sob a perspectiva da transformação das raízes estéticas em um formato apresentável ao público e noticiável aos veículos de comunicação. Verifica-se que a mídia participa da transição: estética popular ⇒ produto cênico, ao gerar informações referentes à divulgação do referido produto, que montado a partir de um reprocessamento de dados, vai aos palcos e, em alguns casos, torna-se notícia.

**Palavras-chave:** Incorporação, mídia, cultura popular

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP17 – Núcleo de Pesquisa Folkcomunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



## **A incorporação midiática da cultura popular pelas artes cênicas**

A cultura popular em sua diversidade de arquétipos e representações tem sido alvo de incontáveis pesquisas, dentre estas, a artística, que por meio de um processo de reelaboração cênica, absorve seus signos, transformando-os em matrizes estéticas com o fim voltado à produção de espetáculos multireferenciais.

Trabalhos apresentados por grupos que se inspiram na cultura popular, como por exemplo, o “*Balé Folclórico da Bahia*”, que recria práticas populares nordestinas sobretudo baianas confirmam: a construção da linguagem cênica de algumas companhias de dança incorpora expressões extraídas das manifestações populares.

Sendo assim, a proposta é estudar a cultura popular observando a incorporação de suas referências pelas artes cênicas, tomando como viés os discursos da Teoria da Comunicação e da Etnocenologia, em especial o arcabouço teórico que está voltado para a espetacularização dos “comportamentos humanos organizados”.

A opção pela abordagem da Etnocenologia, expandindo os horizontes de pesquisa para além da Teoria da Comunicação, se justifica pelo fato de que respaldada na sede de aferir o aspecto espetacular da humanidade, a Etnocenologia sustenta a “idéia de superar o preconceito etnocentrista e valorizar a diversidade espetacular das diversas culturas” (BIÃO, 2001:14). Assim, com o aporte teórico cedido por esta jovem disciplina, cujo manifesto data de 1995, a idéia-força deste trabalho é apresentada: pretende-se realizar uma investigação da cultura popular via recepção do caráter espetacular presente tanto na sua forma primária (ou seja, aquela diretamente produzida pelos grupos populares) quanto nas recriações apresentadas pelo “*Balé Folclórico da Bahia*” tendo em vista a dimensão das



culturas subalternas versus cultura hegemônica<sup>2</sup>, dentro de uma concepção que reconhece a existência da apropriação midiática da estética popular pelas Artes Cênicas.

Percebe-se que a mídia tem um papel central na incorporação dessa cultura popular pelas artes cênicas, transformando o produto e voltando-o para um extrato de público que, embora não seja necessariamente de massa, está disposto a consumir a cultura popular dentro desses moldes. No entender de Adorno e Horkheimer, “A constituição do público, que teoricamente e de fato favorece o sistema da indústria cultural, faz parte do sistema e não o desculpa” (1978: 161).

Observando alguma coreografia do Balé Folclórico da Bahia como uma espécie de hipertexto que reconfigura a estética do boi, de modo que é possível criar as condições adequadas para a constatação de que, como num texto digital, os movimentos apresentados pelos dançarinos a partir dos signos contidos no bumba-meu-boi simplesmente reconfiguram os códigos populares, seria um equívoco pensar que os colocam numa dimensão de algo estético. Afinal, esse aspecto já vem da base cênica, no caso o boi. Assim, tem-se somente a agregação de saltos, pulos, piruetas e outros gestos à matriz cênica, reestetizando-a.

Esse enfoque possibilita a construção da afirmativa de que muitos espetáculos culturais exibidos nos palcos de teatros reconfiguram a espetacularidade popular dando um outro formato à sua estrutura estética. Sendo assim, a apropriação dos signos estéticos pelas artes cênicas pode ser considerada um processo de comunicação na medida em que a linguagem é recriada, reconfigurada, os signos são restabelecidos conforme interesse do autor do trabalho artístico, que como já foi dito, tende a ganhar espaço na mídia. As apresentações espetaculares estão sendo colocadas como pauta de matérias de alguns jornalistas, que em certo grau são destinados inclusive a cobrir somente espetáculos. A reprodução do belo é feita assessorada pelas contribuições da comunicação.

Os veículos de comunicação impressa, por exemplo, participam desse instante na medida em que noticiam o produto cênico divulgando-o na editoria de cultura, dando-lhe,

---

<sup>2</sup>Hegemonia numa conceituação emprestada de Gramsci que argumenta ser a hegemonia não um simples fenômeno de estabelecimento ideológico mas o processo de constituição em diferentes classes, porém forte o



assim, cobertura jornalística durante a realização. Desse modo, tendo em vista que a mídia legitima conceitos e imagens, as apresentações formuladas a partir das referências populares ganham respaldo nos meios de informação, o que satisfaz o produto e o autor e já o distancia da atmosfera que ronda a gênese cultural popular, cujas manifestações chegam a ser, inclusive, protegidas por alguns estudiosos que assumem a postura de afastá-las dos veículos de comunicação, porque militantes de uma linha apocalíptica, temem os efeitos da cultura de massa.

Investigada por pesquisadores de várias apetências científicas, a cultura popular vem recebendo uma abordagem inter, multi e transdisciplinar (em que pese toda a complexidade envolvida na utilização desses termos), o que tem enriquecido o debate e dado abertura ao pensamento polissêmico. Os motes elaborados a seu respeito adotam diferentes arcabouços teóricos como ferramentas metodológicas de análise e os argumentos usados como justificativa para explicação da especificidade de cada um encontram-se ancorados em distintos eixos temáticos, variando desde abordagens de cunho mais ou menos positivista até as de teor semiótico.

Os motivos que justificam esse enorme interesse pela cultura popular, na contemporaneidade, podem ser atribuídos a explicações diversas, que estimuladas pelo quadro estrutural/conjuntural em que vivemos, onde os efeitos de uma globalização da economia podem ser sentidos em terrenos como o da cultura popular, demonstram de maneira própria, a razão dos estudos culturais ser hoje um tema tão explorado na academia. Desse modo, antropólogos, sociólogos, comunicólogos, teatrólogos, economistas, dançarinos, em síntese, estudiosos das mais diferenciadas formações dedicam-se a estudar o tema.

Os pesquisadores, por exemplo, que estão militando nas frentes de estudo ancoradas nas discussões relativas aos efeitos culturais da globalização, encontram no inevitável desejo de repensar o tema da identidade, a razão para moverem esforços em prol da pesquisa sobre cultura, como é o caso do professor Albino Rubim. “Hoje em dia, no mundo



globalizado, isto é, num mundo onde a globalização se torna um movimento importante, isso fez emergir vivamente em todos os lugares uma rediscussão da questão da identidade, em termos novos, não mais em termos antigos... Eu diria o seguinte: todos aqueles locais onde, nesse contexto global, há certa densidade cultural, tradições culturais, o tema das identidades culturais é extremamente vigente” (2000: 73).

Porém, não sendo o fim desta comunicação discutir detalhadamente tais matrizes teóricas, o limite, portanto, é referendar apenas o motivo acadêmico aqui enaltecido, como razão para debruçar os olhos sobre o estudo da cultura popular. Trata-se do sentido estabelecido pela Etnocenologia, disciplina inserida no leque das etnociências como a etnociência do espetáculo e que encontra, portanto, na espetacularidade o fundamento para pesquisar dentre outras coisas, a cultura popular.

Construída a partir de uma perspectiva transdisciplinar, uma vez que “associa as disciplinas científicas dedicadas à exploração e à análise do comportamento humano – notadamente a etologia, a psicologia, a neurobiologia e a antropologia-etnologia – e as ciências das artes,” (PRADIER, 1998: 9), a Etnocenologia abarca um universo gigantesco de pesquisa, que envolve culinária, teatro, manifestações populares, rituais, linguagens, transe, exercício corpóreo cotidiano e também extracotidiano. Em suma, tudo aquilo que for possível chamar de “práticas e comportamentos humanos espetaculares organizados” (BIÃO, 1999: 15) – expressão utilizada para identificar seu objeto de estudo – está sob seu prisma.

Retomando teoricamente a idéia-força desta comunicação: a diferença de recepção da cultura popular, de quando está no seu habitat natural para o instante em que é re-espetacularizada no palco, parecendo confirmar que a leitura das manifestações por grande parte dos espectadores é feita com olhares diferentes e, como já foi dito, hierarquizados para cada situação, pode-se afirmar que essa forma de interação é resultado de um processo educativo calcado no viés do Folclore, que tem como fatores de identificação de uma



manifestação como folclórica, “aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade,”<sup>3</sup> não contemplando entre seus indicativos, o aspecto da esteticidade.

O Folclore ao ser um instrumento educativo como mostra Ecléa Bosi “o Folclore é uma 'educação informal' que se dá ao lado da sistemática, como educação que orienta e revigora comportamento, faz participar de crenças e valores, perpetua um universo simbólico” (1986: 65), condicionou o nosso olhar para uma recepção tipicamente semântica e não estética da cultura popular.

Tendo surgido na Inglaterra para designar a cultura que não era considerada de elite, ou seja, o saber do povo, o Folclore nasceu num ambiente histórico que marcou sua gênese com uma carga de valor diferenciada em relação às concepções de cultura das ciências humanas, que nessa mesma época se estruturavam para estudar cultura. Isso porque as indagações sobre as razões que explicavam a existência de costumes, modos de vida, práticas e crenças de povos diferentes já pertenciam a especulações milenares que eram feitas a respeito do mundo, algumas dessas são inclusive encontradas em autores da Grécia, Roma e China antigas.

A mercê da temporalidade, o termo Folclore foi assumindo uma carga de sentido reducionista. O professor Nelson de Araújo, que na década de 80 percorreu o interior da Bahia registrando e catalogando as manifestações populares para escrever os tomos referenciais da cultura popular baiana, demonstrou essa defasagem chamando-o de restritivo: “Cultura popular é a versão aproximada do termo folk-lore (sabedoria popular), cunhado na Inglaterra no século XIX, para denotar as “antiguidades” e a “literatura popular”, conceito desde muito não mais aceito, pelo seu sentido restritivo” (1986: 39). Tal ineficiência ganha nas palavras de Canclini o sinônimo de arquivo ossificado.

“Na arte, o nacionalismo burguês exalta o folclore entendido como arquivo ossificado e apolítico, e aquelas formas de populismo que, com o pretexto de ‘dar ao povo o que lhe agrada’, evitam problematizar se a cultura nacional se forma dando-se ao público produtos enlatados ou permitindo-lhe

---

<sup>3</sup> VIII Congresso Brasileiro de Folclore, reunido em Salvador, Bahia, de 12 a 16 de dezembro de 1995, onde Carta do Folclore Brasileiro foi revisada.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

escolher a criar. Não se pergunta, tampouco, quem dá, nem quem, através dos séculos de domínio, modelou o gosto do público” (sd.: 72).

Compreende-se que o olhar normalmente empregado à cultura popular é fruto das referências que nos foram dadas pelo Folclore. Vale dizer que Jean-Marie Pradier, representante da ala francesa que se dedica a alimentar o debate em torno da Etnocologia, ao tecer comentários em torno da percepção sobre o que é espetacular, declara: “(..). você só percebe aquilo que você aprendeu a perceber...” (1998: 9). Essa categórica afirmação é fielmente comprovada em relação ao tipo de leitura que nosso olho projeta sobre a cultura popular quando verificamos o que diz Canclini: “o capitalismo acostumou-nos a enxergar a cultura do povo através de um espetacular espelho retrovisor” (1983: 107).

Essa ótica, no entanto, precisa sofrer uma reformulação e a estética popular, por sua vez, merece ser reconhecida, o que segundo Canclini é algo muito necessário, “(...) deve haver uma estética popular, uma crítica das concepções individualistas da fruição e do jogo, mas para reivindicar a fruição coletiva” (s.d.: 33).

A concepção de um novo produto cênico produzido sob um enfoque midiático da cultura popular altera a recepção de uma mesma informação que após ser apropriada midiaticamente recebe uma nova recepção do público e nessa alteração, deve-se levar em consideração que “aquilo que se poderia chamar o valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca” (HORKHEIMER e ADORNO, 1978: 195). Pensamento que pode ser complementado com as referências de Antônio Rubim, “a mídia transforma-se em meio de produção e difusão de bens simbólicos, redimensionando de forma qualitativa (e ativa) sua atividade de mediação (RUBIM, 1995: 119).

É inegável que a incorporação da estética da cultura popular pelas Artes Cênicas tem contribuído para a divulgação da diversidade presente em suas manifestações, grupos de dança, por exemplo, têm feito trabalhos de pesquisa que privilegiam a interação bilateral com a linguagem dos brincantes, o que tem propiciado um movimento de afirmação e de reconhecimento da cultura popular.

Atesta-se que o artista profissional faz uma nova configuração plástica para ser mostrada ao público, porém se os componentes cênicos acrescentados pelo diretor ou



coreógrafo forem retirados da cena, o conteúdo estético não é zerado porque sua força está presa à fonte popular, à gênese da manifestação, onde o artista bebeu para arquitetar sua obra, não havendo, entretanto, nada de mal nisso.

Afinal, o problema é justamente o tratamento diferenciado e hierarquizante que privilegia um em detrimento do outro, na medida em que o questionamento que move a proposta de estudo aqui apresentada é: por que a cultura popular quando apresentada pelos brincantes em seu formato genuíno mesmo sendo espetacular é, em geral, vista como algo menor, mas uma vez retrabalhada pelas Artes Cênicas, no caso o “Balé Popular Folclórico da Bahia”, gera um produto potencialmente espetacular e noticiável?

Trata-se de uma discussão sobre um tema cujo estudo poderá trazer como contribuições um debate em torno da estética popular fomentado de uma maneira que possivelmente proporcione um processo de afirmação favorável aos brincantes na medida em que, ao ser provocado pela necessidade de reconhecimento do conteúdo estético contido nas danças populares, será buscado o que há de belo na cultura popular, elevando assim a auto-estima daqueles que a faz, os quais poderão desfrutar de uma nova verdade. Afinal, a partir da confirmação da estética, é possível “encontrar o que há de belo, bom e útil em cada pessoa” (BIÃO,2000:10).

A mudança do olhar dirigido à cultura popular pode fazer com que a produção artística do povo saia da condição de “subjugada”, que há muito se situa numa escala de valoração que a coloca como inferior a um produto legitimado como arte do espetáculo, para uma posição oficializada mediante uma teia perceptiva favorável ao reconhecimento de sua estética. Segundo Bião, “(...) o mais importante, eu diria, não é a moral ou a ética no sentido estrito. Aquilo que dá cimento, que dá ligação comunitária, é o estético, o que se sente o que considera como belo” (2001: 15).

A discussão aqui sugerida pode trazer contribuições ao campo de estudos da Comunicação, pois trata-se da união de dois tipos de análise: uma da recepção e outra do conteúdo, acenando para uma abordagem que contempla dois eixos fundamentais dos estudos de interpretação.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **Bibliografia**

- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, M. “O Iluminismo como mistificação das massas. A Indústria Cultural”, In: LIMA, Luiz da Costa. *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- ARAÚJO, Nelson de. *Pequenos mundos: Um panorama da cultura popular da Bahia Tomo I. O recôncavo*. Salvador: UFBA, 1986.
- BIÃO, Armindo. Entrevista. In: *Bahia, Bahia, que lugar é este?* SBPC Cultural. 53º 53ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. Salvador: Universidade Federal da Bahia – Pró-Reitoria de Extensão, 2001.
- BIÃO, Armindo. *Um mesmo estado de graça – o teatro e o candomblé da Bahia*. Mimeo. Salvador, 2000.
- BIÃO, Armindo. “Etnocenologia, uma introdução”. In: Greiner, Christine e Armindo Bião (orgs). *Etnocenologia. Textos selecionados*. São Paulo: Annablume, 1999.
- BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular. Leituras de operárias*. Petrópolis: Vozes, 1986.
- CANCLINI, Nèstor Garcia. *A Socialização da arte, teoria e prática na América Latina*. São Paulo: Cutrix, s.d.
- CANCLINI, Nèstor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo, 1983.
- CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cutrix: 1971.
- MCLUHAN, M. "Visão, som e Fúria", In: LIMA, Luis da Costa (org). *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- MELO, Luís Gonzaga de. *Antropologia Cultural: iniciação, teoria e temas*. Petrópolis: Vozes, 1983.
- MORIN, Edgar. *Epistemologia da Complexidade*. In: SCHNITMAN, Dora Fried (org). *Novos paradigmas, cultura e subjetividade*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

PRADIER, Jean-Marie. *Etnocenologia: A carne do espírito*. In: *Repertório Teatro & Dança*. nº 1, ano 1. Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas. Salvador: UFBA, 1998

RABUSKE, Edvino. (s. d.). *Epistemologia das Ciências Humanas*. Editora EDUCS.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Entrevista. In: *Bahia, Bahia, que lugar é este?* SBPC Cultural. 53ª Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência. Salvador: Universidade Federal da Bahia – Pró-Reitoria de Extensão, 2001.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. “Comunicação, política e sociabilidade contemporâneas: Subsídios para uma alternativa teórica”. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (org.). *Idade média*. Salvador: Edufba, 1995.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1995.

VIII Congresso Brasileiro de Folclore, reunido em Salvador, Bahia, de 12 a 16 de dezembro de 1995.

**Sites pesquisados:**

[www.balepopularadorecife.cjb.net/](http://www.balepopularadorecife.cjb.net/)