As Mediações entre as Culturas Globais e Locais nas Subculturas da Região Metropolitana de Recife[1]

Aline PAIXÃO[2]
Anamaria NASCIMENTO[3]
Nadilson SILVA [4]
Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O presente trabalho foi fruto do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), que identificou a influência da cultura global nas manifestações populares do Recife. O exame consistiu em localizar os movimentos advindos da rearticulação entre identidades culturais, considerando como a mediação interfere no reposicionamento da cultura tradicional na sociedade contemporânea. A pesquisa confirmou que as representações populares não oferecem resistência em dialogar com manifestações internacionalizadas. Assim, abordamos que esse contato entre global e local não resulta na perda de identidade, mas gera um novo artefato cultural, que ganha novos sentidos, apesar de ter sua contribuição cultural minimizada pela mídia comercial. No caso específico, analisa-se o caso do forró estilizado e do brega moderno local.

Palavras-Chave: Mercado Global; Subcultura Local; Produtos Culturais; Cultura Popular; Mediação.

Introdução

As sociedades modernas se distinguem da sociedade tradicional pela capacidade que têm de mudança, e isso se deve, sobretudo, ao processo de globalização. HALL apud GIDENS (1990,p.6) descreve:

> Á medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra – e a natureza das instituições modernas.

Nessas interelações, a cultura local não é extinta, mas constroem-se novas identidades locais e nacionais influenciadas por essa nova cultura globalizada. "É preciso levar em

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: alinelira.paixao@hotmail.com

[3]Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: anamarianascimento@hotmail.com

[4] Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNICAP, Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco, email: nadilson10@gmail.com

conta o deslocamento de significados, quando o global entra em contato com o local, formando um artefato novo e contínuo por meio dessa mediação." (BASTOS, 2008, p. 86)

A mediação seria o pano de fundo onde as manifestações comunicacionais orquestram tramas culturais. O conceito não tem contornos muito claros e compreende toda a gama de relações e intersecções entre cultura, política e fenômeno comunicacional. MARTÍN-BARBERO (1997, p.318) pontua que as expressões populares estão mais abertas a dialogar com manifestações internacionalizadas.

> Os contatos entre os blocos culturais não se dá de forma imprecisa, existe um processo de renegociação, que geram novos sentidos no qual a cultura popular se transforma. No invisível da trama social, as classes populares se vingam secretamente.

Segundo o conceito de hegemonia, uma classe sobrepuja a outra galgada em interesses, que divergem dos interesses dos subalternos, mas é preciso entender que esse processo não se dá apenas no sentido de obediência, mas, sobretudo, considerando o aspecto de política progressista e de transformação.

"Enquanto categorias como ação e reação enfatizavam a circulação de unidades, conceitos como sentido e significação reforçam a noção de processos integrados." (BASTOS, 2008, p. 87). Para MENDONÇA (2007, p. 2), a música é um dos campos maiores de expressão do hibridismo.

Um dos grandes exemplos contemporâneos dessa mescla intercultural é o forró estilizado, produto da incorporação de instrumentos elétricos na dança tradicionalista regional. Além do estilo brega moderno de bandas pernambucanas que sofrem influência do ritmo latino como o merengue.

O contato entre o forró regional e o pop mundializado e entre o brega tradicional e o ritmo latino cria uma dinâmica nova: na dança, na performance e na maneira de se vestir. O fato é que essas novas formas de interelações, muitas vezes, são intepretadas como uma manifestação não genuína e por isso, desemerecedora de espaço na mídia comercial, e consequente desvalorização por parte do público.

Globalização, Mercado Cultural e a transformação de produtos locais

A Globalização provoca uma crise de identidade no sujeito moderno, que está se fragmentando e abandonando a ideia do discurso único repassado pelas elites para o

povo brasileiro. Temerária ao processo, o tradicionalismo da elite e da mídia oculta a diversidade de ritmos, num processo no qual algumas manifestações adquirem espaço nos veículos de comunicação e outras ficam à margem do meio cultural.

Para os teóricos da Escola de Frankfurt, uma estrutura atomizada da sociedade levou à ascensão do fascismo. Esses pensadores sugeriam um domínio de cima facilitado pela passividade da classe operária. Tanto Adorno como Horkheimer defendiam a idéia de que a indústria cultural americana exercia a mesma dominação que o Estado fascista. SWINGEWOOD (1978, p.14) descreve a linha de pensamento de teóricos como Adorno e Horkheimer:

> Para Adorno e Horkheimer, o fato central da civilização capitalista foi o colapso progressivo da família com uma instituição adequada de socialização, com sua função de mediação passando para a indústria da cultura – a responsável pela falta de sentido bárbara, pelo conformismo, pelo tédio e pela fuga a realidade.

Para os estudiosos da Teoria da Cultura de Massa, a cultura americanizada destrói essa visão de mundo e implica numa arte de massa que arruína a cultura popular característica. ADORNO apud Swingewood (1978, p.16) defendia a idéia que a sociedade atomizada consome uma música não genuína, que perdeu a singularidade. Defensor da mesma linha de pensamento, BENJAMIM apud Swingewood (1978, p.17) alegava que a indústria cultural tinha a necessidade de transformar a arte em mercadorias produzidas em massa. Já MARX apud Swingewood (1978, p.25) explicava que a tecnologia revolucionou as relações da sociedade, a partir do momento que lançou suas incertezas e agitações e derrubou as relações fixas e cristalizadas. "Tudo que é sólido se funde, tudo que é sagrado é profano, e o homem é, afinal, compelido a enfrentar, sobriamente, suas reais condições de vida e suas relações com seus semelhantes." (MARX apud Swingewood, 1978, p.25).

Segundo esses teóricos, as elites usam a mídia para impor a ideologia dominante e ditar as regras sociais, se a estrutura moral, a tradição e a hierarquia são quebradas, os indivíduos ficam propensos a serem regidos por forças autônomas do capitalismo e contratos financeiros. A mídia de massa sufocaria a cultura popular e ameaçaria a arte íntegra e genuína. STRINATI (1995, p.8) explica como funciona a teoria da sociedade de massa:

> Mass society theory is one attempt to understand the rise of mass propaganda, the potential for elites to use the mass media to more systematically and pervasively

> cajole, persuade, manipulate and exploit the people than had previously been possible. Those who control the institutions of power pander to the tastes of the mass in order to control them.

Em contrapartida às críticas de Adorno e Benjamim, a Teoria Progressista Evolucionista defendia a ideia de que o desenvolvimento tecnológico leva a liberdade humana e, consequentemente, a sociedade se fortalece uma vez que se ampliam as bases sociais do pluralismo político. SHILS apud Swingewood (1978, p.19) já defendia a pluralidade de estilos como forma de garantir a democracia:

> Uma pluralidade de grupos independentes e com funções limitadas sustentam a democracia liberal, proporcionando bases sociais de concorrência livre e aberta pela liderança, participação generalizada na seleção dos líderes, restrição da aplicação de pressão sobre os líderes e autogoverno em vastas áreas da vida social. Por conseguinte, onde o pluralismo social é forte, a liberdade e a democracia tendem a ser fortes; e, inversamente, as forças que enfraquecem o pluralismo social também enfraquecem a liberdade e a democracia.

O conceito idealista da cultura, portanto, não enxergava que o desenvolvimento tecnológico são meios necessários para uma cultura genuína na quais todos possam participar. Ele parte de um pressuposto errôneo, no qual desconsidera as contradições dentro da luta de classes e não reflete sobre as relações entre a experiência cotidiana e forma de dominação. A cultura não tem a ver, necessariamente, com o modo econômico e tecnológico de um povo, portanto, a relação entre cultura e classe é dialética e contraditória. "O capitalismo de consumo, em vez de criar uma massa vasta, homogênea e culturalmente brutalizada, gera diferentes níveis de gostos, audiências e consumidores diferentes." (SHILS apud Swingewood, 1978, p.20).

Segundo LENIN apud Swingewood (1978, p.69) o conceito de ideologia se opõe ao de ilusão. É por meio da ideologia que o individuo se relaciona com o mundo, portanto, seu conceito não pode se limitar ao entendimento de erro e pura fantasia. A ideologia é uma estrutura de crenças e valores, um lugar onde vive o homem, palco das relações sociais, econômicas e políticas. Portanto, teórico como Adorno fornece um conceito pobre quando relacionam ideologia a um processo unilateral e mecânico.

De fato é preciso entender que a relação entre ideologia e meios de comunicação é mais problemática. A ideologia como objeto de estudo desses teóricos está relacionada com a sociedade de massa e ausência de hegemonia, de forma que sempre é tratada como consciência falsa, no sentido superficial. No entanto, a sociedade se desenvolve em níveis diferentes concedendo uma relação desequilibrada entre os estratos, pois a

ideologia perpassa diversas instituições, decaindo em organizações diferenciadas das classes operárias que forma um todo complexo, heterogênea e diferenciada, portanto, a experiência de cada indivíduo leva a níveis diferenciados de ideologias.

O que existe é uma mediação cultural, na qual os veículos recriam a ideologia dos privilegiados em meios acessíveis para a classe popular, se relacionando com os indivíduos pobres a partir de laços de identidade culturais. E essa relação entre a mídia e a sociedade só é possível dentro de uma sociedade civil forte. As idéias do capitalismo existem sob o conceito de identidade nacional. Não são os meios de comunicação, mas a própria classe, que absorvendo, se identificando e divulgando a cultura global, divulga estilos diferenciados. Nas relações entre cultura global e local, não existe, forçosamente, uma condição de dominação, mas valores culturais que são repassados e absorvidos pelos músicos locais em suas manifestações específicas. "As ideologias são tanto práticas quanto teóricas, tanto incoerentes quanto contraditórias." (SWINGEWOOD, 1978, p.70).

O que realmente incomoda na relação entre culturas distintas é a invasão do estilo global e a apropriação por parte da cultura local, para os teóricos da cultura de massa, isso se constitui em um perigo porque ameaça acabar com as distinções entre cultura de elite e popular. A América Latina é interpretada como a casa da revolta em massa contra o gosto literário, assim, um sentimento antiamericano passa a tomar conta dos críticos da cultura de massa. "In things of the mind, and in culture and totality, America, instead of surpassing us all, falls short.' America here is that chosen home of newspapers and politics". (ARNOLD apud Strinati, 1995, p.21)

Para teóricos como Arnold, a própria América veio a se tornar objeto de consumo, os jovens vislumbravam o estilo de vida americano. Os americanos seriam colonizadores dos subconscientes; a americanização substitui a rebeldia da juventude, o declínio da integração social e a partição da família. Porém, a americanização não resultou numa maior homogeneidade cultural como os críticos da cultura de massa previam. Ao contrário, a América fornece uma gama de opções disponíveis, um conjunto de símbolos, objetos e artefatos, que podem ser montados e remontados por diferentes pessoas, que transformam cada seleção em objetos individuais. Estilos diversos são retirados de seu contexto histórico e justapostos com outras fontes. STRINATI (1995, p.36) destaca o elitismo presente na teoria da cultura de massa:

> In the discussion of Americanisation, we saw how working-class evaluations of mass culture have, at times, been strikingly different from those made by mass culture critics. Elitist judgements fail to recognize interpretations of popular culture developed from alternative vantage points, and the value these alternatives possess. In part, this occurs because elitism usually lacks any kind of sociology.

Nesse sentido, existe um pressuposto que ignora a diversidade popular, as tensões e contradições dentro das diversas manifestações, considerando inevitavelmente a cultura como homogênea. No entando, é preciso levar em conta que a cultura não é semelhante e oferece diversidade, especialmente quando é reinterpretado fora de seu contexto original.

Essa premissa levanta dois pontos: a cultura popular é diversificada, pois é aberta para diferentes usos e interpretações; a cultura popular é um conjunto de gêneros, textos, imagens e representações. Além disso, o aceite da cultura popular não implica necessariamente em passividade nem homogeneidade, ela pode ser consumida seletivamente de acordo com o contexto social onde o receptor está inserido. STRINATI (1995, p.40) reitera sua crítica a Teoria da Sociedade de Massa:

> Two further points emerge out of this problem. The first is that mass culture theory lacks an adequate understanding of social and cultural change. It registers and criticises the appearance of mass culture but fails to explain it. In this sense, it limits itself in not fully understanding something it attacks. Inevitably, this limits both its explanatory and its critical power. It is not enough to say mass culture is a consequence of industrialisation because a more precise argument about the links between the two is needed for an adequate explanation to be sustained. Second, the theory seems to imply a resentment on the part of certain groups of intellectuals to the threats posed by mass culture and mass democracy (popular culture, education, literacy, etc.) to their roles as cultural educators and arbiters of taste.

Nessas interelações, a cultura local não é extinta, mas constroem-se novas identidades locais e nacionais influenciadas por essa nova cultura globalizada.

Hall (1990, p.79) conceitua que as sociedades da periferia têm estado sempre abertas às influências culturais ocidentais e, agora, mais do que nunca. MARTÍN-BARBERO (2001, p.117) explica que nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão:

> O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar-se e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganiza o que vem da

> cultura hegemônica e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica.

MARTÍN-BARBERO (2001, p. 122) explica que o contato entre estilos distintos se dá por meio de três processos: o *arcaico*, o *residual* e o *emergente*. O *arcaico* é o objeto de estudo do passado ou rememoração. O *residual*, embora formado no passado, encontra-se hoje em dois elementos. Os que já foram incorporados à cultura dominante ou recuperados por ela, e os que repugnam e apresentam alternativas a essa cultura. O *emergente* é dado pelo novo, pela inovação nas práticas culturais

CERTEAU apud MARTÍN-BARBERO (2001, p.126) explana que a cultura popular se mostra como um *resto* e um *estilo*. Um *resto* que resiste ao discurso, um *resto* aparentemente inútil à indústria cultural e saber tecnológico. E um *estilo* próprio, que não copia, que inventa, que cria, que assume, um estilo de intercâmbio social, de inventividade técnica e resistência moral. Um estilo que considera a massa em toda sua concretude, e valoriza todas as formas de interação social. MARTÍN-BARBERO (2001, p.126) justifica a visão de Certeau.

> Certeau propõe uma teoria dos usos como operadores de apropriação que, sempre em relação a um sistema de práticas, mas também a um presente, a um momento e um lugar, instaura uma relação de criatividade dispersa, oculta, sem discurso, o da produção inserida no consumo, a que se faz visível só quando trocamos não as palavras do roteiro, mas no sentido da pergunta: que fazem as pessoas com o que acreditam, com o que compram, com o que lêem, com o que vêem.

O fato é que nesse diálogo entre estilos globais e locais, a cultura específica não perde totalmente sua característica, ela se molda, se adapta, filtra e incorpora elementos externos para fazer uma nova manifestação. O produto local não é apenas dominado pela cultura maior, existe uma fusão que forma uma nova música que contempla diversas manifestações. Nessa dinância de reconhecimento, SILVA (2007, p.313) descreve que esse contato entre culturas distintas, quebra as fronteiras entre o global e o local, resultando em um processo de reinvenção musical, como o caso do *manguebeat*[5] em Pernambuco.

A partir do momento que as composições de outras localidades atingem o país, isso abre espaço para produção de novos sentidos e de alteridade, dando abertura as fissuras

[5] Movimento musical que surgiu no Recife na década de 90, misturando ritmos regionais o como o maracatu, e internacionais como o *rock*, *hip hop* e música eletrônica e teve como principal expoente o cantor Chico Science.

sociais. As manifestações externas dialogam com a cultura local cedendo lugar a uma construção sociocultural e não um conceito puramente biológico.

Essa moda globalizada não se constitui uma ameaça aos estilos subculturais, ao contrário, se mostra como uma subcultura de uma cultura transnacional ou globalizada, originada pela constante mudança dos estilos musicais específicos, associando-os a um processo de intensa negociação. HERSCHMANN (2000, p.59) explica como se processa essa apropriação :

> Mesmo reconhecendo que a indústria cultura se apropria destes sotaques, agenciando-os num mercado cada vez mais segmentado, é preciso reconhecer também que estes estilos muitas vezes são produzidos e reelaborados pelos consumidores; são frutos de apropriações, de reagenciamentos produzidos no jogo das relações sociais e das relações com o mercado.

Essa negociação entre a música global e local modifica o estilo particular, ora há uma maior aproximação, ora as tendências ficam mais destoantes.

Assim, esses movimentos abrem espaços antes exclusivos à classe média; possibilitam o encontro de diferentes segmentos sociais e se articulam à cultura institucionalizada ao mercado. Por meio de expressões mundializadas, os jovens afirmam seus localismos, mas também se integram ao mundo globalizado, através do estilo, das roupas e padrão de consumo. HERSCHMANN (2000, p.212) assinala que o *funk*, por exemplo, atende a demandas simples dos diversos agentes sociais :

> O *funk* e o *hip-hop*, ao construírem uma trajetória que caminha à exclusão e à integração, promovem, de certo modo, através de seus estilos de vida e da experiência social que os grupos realizam uma política que busca retraçar novas fronteiras socioculturais e espaciais.

O estilo de vida *funk* dialoga com a estrutura social, e esse diálogo possibilita a visibilidade e construção de um espaço cultural. Essa negociação se dá por meio da apropriação de elementos já canonizados nas culturas hegemônicas, pela mistura e tensão com esse capital já pré-existente. HERSCHMANN (2000, p.220) aponta que determinadas manifestações têm a capacidade de articular identidades culturais alternativas, redistribuindo o poder cultural e formando um "artefato intertextual", no qual ninguém seria dono de um ritmo ou de um som.

Na cidade, nem tudo é fragmentação, apesar do localismo, estilos diversos estão presentes nas músicas, eles indicam uma nova dinâmica sociopolítica e econômica que

articulam o global e o local. Essas manifestações são capazes de transitar nos diversos espaços, e flexibilizar noções como território, fronteira e identidade.

Nessa perspectiva, HERSCHMANN (2000, p. 282) explica que o pseudo enfraquecimento da cultura local quando em contato com a cultura global, na verdade, é irreal, porque as manifestações particulares negociam com outros segmentos sociais, que terminam por potencializá-los no lugar de esvaziá-los. Apoiados numa tecnologia cada vez mais veloz, esses novos movimentos misturam arte, diversificam e lançam novidades, tal como qualquer outra indústria cultural.

Essa apropriação da cultura globalizada por parte da manifestação popular mostra que essa última almeja entrar em contato com o internacionalizado e o moderno. Segundo RONSINI e SILVA (2008, p.57-63), as relações de classe não se constituem em formações fixas e imutáveis, pois são atravessadas por singularidades de gênero, étnicas, geracionais e individuais. As classes subalternas estão mais potencialmente aptos a refletir e mudar de posição, e nesse novo contexto, não há intolerância entre o global e o local.

Metodologia

A análise etnográfica das novas representações foi complementada com a pesquisa documental em jornais de grande circulação, rádios comerciais e mídias alternativas, confirmando o desequilíbrio de espaço concedido ao produto resultante entre as culturas distintas. A amostra foi obtida da seguinte forma: os veículos de grande circulação e mídia alternativa no período de segunda a sábado, entre os dias 01 de janeiro e 30 de junho do ano de 2010.

Observando as bandas que sofreram influência do estilo internacionalizado, a pesquisa identificou que foram incorporados elementos globais às expressões regionais, originando um novo produto local. Ao forró regional, foi incorporato um ritmo mais frenético, dado pelo uso da guitarra além da sanfona, zabumba e triangulo, que são instrumentos convencionais. Já ao brega local, o rítmo latino concedeu mais musicalidade ao estilo tradicional.

O trabalho acompanhou nos principais jornais de circulação de Pernambuco (*Jornal do Commercio - JC, Diario de Pernambuco - DP, Aqui PE* e *Folha de Pernambuco*) o espaço concedido aos diferente estilos musicais. Além disso, o esudo identificou as dez músicas mais tocadas durante a semana na *Rádio Clube FM 99.1* e *Rádio Recife FM 97.5*. Nas rádios alternativas ou comunitárias, foi feito um levantamento das bandas

contempladas. Por fim, a pesquisa reconheceu as bandas divulgadas nos cartazes fixados nos muros da cidade, e os álbuns mais comercializados nos carrinhos de CDs pirata. Isso foi feito como forma de mensurar o espaço concedido pela mídia para essas novas expressões culturais.

Resultados

O forró estilizado é tocado por bandas como *Gatinha Manhosa, Garota Safada e Forró dos Plays*, grupos com pouca visibilidade nos jornais de grande circulação, considerado elitistas como o *Jornal do Commercio* e o *Diario de Pernambuco*. Esses músicos ganham espaço na mídia alternativa, ou em jornais mais populares como a *Folha de Pernambuco* e o *Aqui PE*, comprovando que depois de séculos o preconceito entre elementos canonizados e novos ainda é latente.

Também é importante atentar ao fato de que esse forró estilizado não fica entre os mais apreciados na disputa das dez mais tocadas na semana em rádios comerciais como a *Rádio Clube FM 99.1* e a *Rádio Recife FM 97.5*. Nos primeiros lugares surgem músicos de carreira nacional como *Roberto Carlos*, *Ivete Sangalo* e o *músico Belo*, e a cantora internacional *Mariah Carey* mostrando que há uma associação entre esses cantores e a música genuína. Bandas como *Bichinha Arrumada, Arreio de Ouro* e *Forró do Pistolão* também são exemplos de forró estilizado, mas que raramente são encontradas nos veículos de grande circulação, sendo vistos apenas em propagandas expostas nos muros da cidade ou vendidos em carrinhos de CDs pirata.

Já as rádios comunitárias privilegiam o forró mais "autêntico", concedendo espaço para *Arlindo dos Oito Baixos*, ou para conjuntos que ainda conservam o ar tradicional, a exemplo de bandas atuais como *Cascabulho* e a *Fim de Feira*, influenciados por gêneros variados como o coco, o baião e o xote.

Além disso, também é preciso atentar ao fato dos novos bregas locais divulgados por grupos como *Banda Lapada, Banda Kitara, Swing do Amor, Conde do Brega* e *Banda Metade.* Esses músicos sofreram influência do ritmo latino como o merengue, estilo esse não propagado na mídia convencional ou comercial, mas sim por outras formas de mediação.

Considerações Finais

No cenário pernambucano, o que se constata são novos ritmos formados pela apropriação de um estilo globalizado. O *forró pé de serra*, um baile popular com música de origem nordestina, em um processo de negociação com a batida do *rock* internacional, formou o *forró estilizado*, aumentando a badalação e o movimento.

MEDONÇA (2007, p.12) esclarece como os ritmos globais influenciam a dinâmica local que incorporam o ritmo, o pulso e a batida do pop mudializado:

> Dadas as características das culturas urbanas nas metrópoles brasileiras (mas não exclusivamente destas), pode-se dizer que suas paisagens sonoras se encontram marcadas pela cultura internacional popular, contanto, no campo musical, com uma presença intensa dos gêneros mudializados, destacando-se o *rock*, o *pop*, o *funk* e outros gêneros daí derivados como o *hip-hop*, o *ska* e o *dub*.

Percebe-se que nesse processo de negociação, houve uma apropriação do global pelo local, que não se configurou na destruição do particular. Houve um intercâmbio social caracterizada pela não resistência dessas bandas de forró regional, na sua grande maioria de periferia. Essa recepção formou um novo artefato cultural, sobretudo, porque foi interpretada fora do contexto universal, comprovando que a cultura popular está mais aberta a diferentes interpretações.

Ao incorporar a música pop globalizada às manifestações tradicionais, esses novos grupos abocanham uma fatia maior do público e por isso mesmo sentem-se mais valorizados, sem negar seus conceitos genuínos. A música tradicional nordestina se harmoniza com essas transformações.

Já o estilo de se vestir se reinventa, o forró estilizado abandona as vestes tradicionais e usa um estilo mais arrojado, extravagante, com brilho lembrando o padrão de consumo de cantoras de *axé music* como *Ivete Sangalo* e *Cláudia Leite*. Ou as roupas de cantoras internacionais como *Beyonce*. Essa mistura comprova que essa articulação flexibiliza noções como território e identidade.

De acordo com RONSINI e SILVA (2008, p.64), ao assumir novas modas, a classe popular se distancia do local e o ator torna-se socialmente irreconhecível, pois ele passa a ser o personagem que encarna com suas roupas, acessórios e gestualidade.

Referências bibliográficas

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HERSCHMANN, Micael. **O Funk e o Hip-Hop invadem a cena**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações.** Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997

SWINGEWOOD, Alan. **O Mito da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Interciência, 1978.

STRINATI, Dominic. **An Introduction to Theories of Popular Culture.** USA and Canada: Routledge, 1995.

BASTOS, Marcos Toledo. **Do sentido da mediação: às margens do pensamento de Jesús Martín-Barbero**. Porto Alegre. In: Revista FAMECOS, n° 35, abril de 2008.

RONSINI, Veneza; DA SILVA, Renata. **Apropriações da cultura (sem classe) da mídia**. In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 55-74, 2008

MENDONÇA, Luciana. **Música Pop(ular), Diversidade e Identidade: o *manguebeat* e outras histórias**. In: Oficina do CES, n°275, maio de 2007.

SILVA, Nadilson. **A identidade cultural do *Manguebeat* na cultura globalizada**. Recife. In: XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, 313, 2007.