

A CULTURA POPULAR A PARTIR DOS ESTUDOS CULTURAIS BRITÂNICOS

Autor: Edson Fernando Dalmonte - Mestrando Umesp

Orientador: José Marques de Melo

RESUMO

Apresenta os estudos culturais em sua origem na Grã-Bretanha, com base na obra de Richard Hoggart, *The uses of literacy*, publicado em 1957. Hoggart indica uma nova concepção de cultura, sendo a popular, iletrada, ao contrário do que se pensava, uma manifestação capaz de conferir ao indivíduo um referencial que o habilita a uma leitura diferencial dos produtos midiáticos. Também Raymond Williams, outro precursor da Escola de Birmingham, busca nas conceituações de cultura uma forma de compreender as articulações entre tentativas de dominação e resistência a partir do campo cultural. Para evidenciar algumas das atuais preocupações daquele centro, usamos também parte do material apresentado no I Colóquio Brasil/Grã-Bretanha de Estudos Culturais, no Rio de Janeiro, por ocasião do XXII INTERCOM, em setembro de 1999.

INTRODUÇÃO: BREVE DESCRIÇÃO DE UM ITINERÁRIO

Tomando por referencial as obras de Richard Hoggart (1970) e Raymond Williams (1992), fazemos uma breve revisão dos questionamentos e conceitos fundantes da Escola de Birmingham - Cultural Studies. A atenção de Hoggart e Williams recai sobre a cultura, em especial a cultura popular. Usando métodos quantitativos Hoggart (1970) busca compreender o meio popular enquanto local de resistência e negociação, e não apenas de submissão.

Usamos também parte do material apresentado no I Colóquio Brasil/Grã-Bretanha de Estudos Culturais, no Rio de Janeiro, por ocasião do XXII INTERCOM, em setembro de 1999. Com isso, pretendemos evidenciar algumas das atuais preocupações daquele centro.

I - ESTUDOS CULTURAIS BRITÂNICOS: CULTURA EM TODOS OS NÍVEIS

Os estudos culturais britânicos têm desde o início - década de 60 - por referencial ideológico o marxismo. Para os fundadores do Centre for Contemporary Cultural Studies, em Birmingham, era necessário buscar o entendimento das relações entre pessoas e classes, levando em consideração os diversos grupos, que no entender dos *founding fathers*¹, todos, inclusive a classe operária, desprovida de "tudo", eram geradores de cultura.

Para o marxismo ortodoxo as idéias dominantes em uma sociedade são as idéias da classe dominante. A sociedade, segundo esse paradigma, dividi-se entre a produção (economia) e a dominação (ideologia).

¹ Pais fundadores, expressão que se refere aos precursores do Centre for Contemporary Cultural Studies: Richard Hoggart (1918); Raymond Williams (1921-1988); Edward. P. Thompson (1924-1993); Stuart Hall (1932), entre outros.

Marx concebe a estrutura de toda a sociedade como construída por "níveis" ou "instâncias" articuladas por uma determinação específica: a infra-estrutura ou base econômica ("unidade" de forças produtivas e relações de produção), e a superestrutura, que compreende dois "níveis" ou "instâncias": a jurídico-política (o direito e o Estado) e a ideológica (as distintas ideologias, religiosa, moral, jurídica, política, etc...) (Althusser, 1991, p. 60)

Essa concepção, conhecida como *metáfora espacial*, prevê uma ação da base econômica - sobre o andar superior. A superestrutura é dividida entre aparelhos ideológicos e repressivos². É a economia que determina a ação cultural, e essa por sua vez, age sobre a base, adaptando-a ideologicamente ao sistema. Para Olga Maria Ribeiro Guedes (1999, p.2) "A metáfora da base/ superestrutura emergiu como um problema central na teoria Marxista. Esta noção é tomada para significar que a base (econômico) tem prioridade explicativa ou estabelece limites sobre a superestrutura (instituições culturais e políticas)".

O que aconteceria na superestrutura (cultura) seria uma resposta reflexiva a uma determinação (econômica). É justamente este ponto que não é aceito pelos *founding fathers* dos estudos culturais britânicos. Nesse contexto se gesta uma nova forma de se conceber os estudos de cultura, tendo a dinâmica cultural por meio da comunicação como objeto central. A recepção, mais especificamente, passa a ser vista, em detrimento do marxismo ortodoxo, um local de construção de significado e não de submissão total à esfera econômica.

Com a institucionalização do Centre for Contemporary Cultural Studies, em 1964, que tem como objeto "as formas, as práticas e as instituições culturais e suas relações com a sociedade e a mudança social" (Mattelart & Neveu, 1996, p. 16), os estudiosos de Birmingham acrescentam ao marxismo a necessidade de se considerar as dinâmicas culturais, concebendo-as como integrantes de todos os níveis sócio-econômicos.

Traçando uma linha histórica dos estudos culturais Armand Mattelart e Erik Neveu (1996) retomam Matthew Arnold, John Ruskin e William Morris, críticos literários ingleses segundo os quais o século XIX é estigmatizado como o século do mau gosto, da sociedade de massa e da pobreza cultural. O trabalho torna-se mecânico, passa-se pela desfiguração da vida cotidiana e o aniquilamento do 'desejo de produzir belas coisas'. Eles marcam a passagem do Romantismo para o Modernismo³.

É sem dúvida um pensamento marcado pelas incertezas quanto ao devir proposto pela

² Os aparelhos ideológicos de estado são, por exemplo, a igreja e a escola, que agem coercitivamente sobre o indivíduo, fazendo-o aderir aos ideais dominantes. Os aparelhos repressivos de estado podem ser representados pelas forças armadas. Os aparelhos ideológicos podem funcionar como repressivos; é o caso da escola, pois se o indivíduo não estiver de acordo com os padrões educacionais, não terá boas chances na vida.

nova indústria, que a tudo produz massivamente, inclusive bens culturais. Entender essa bifurcação de caminhos que levam à compreensão do conceito de arte e cultura nos novos tempos é fundamental pois evidencia os caminhos tomados por duas frentes. De um lado o da negação da possibilidade de haver cultura nesse âmbito; de outro, além da possibilidade, o reconhecimento, nesse processo, de um importante centro formador e difusor de elementos que passam a compor novos referenciais culturais. Mattelart e Neveu (1996, p. 14) apresentam essa divisão entre a arte desprovida de valores que não fossem os estéticos em contraposição à sua inclusão aos contextos contemporâneos .

Para Mattelart e Neveu a Era Vitoriana⁴ representa a fase precursora para os estudos culturais na Grã-Bretanha. Ela é caracterizada pelo primeiro período da Revolução Industrial, a partir de 1850, e, paralelamente ao desenvolvimento econômico, há uma proposta de se repensar tanto a arte quanto a cultura a partir dessa revolução, contrariando uma visão marcadamente pessimista. A arte passa a ter uma função utilitária, o que desencadeia uma ação dupla, uma exercendo força sobre a outra.

Num primeiro plano há o conceito de arte para todos, o que promove uma reconceitualização, associando o utilitário ao artístico.

O povo merece a educação artística: é preciso instituir a gratuidade absoluta da entrada em museus, convencer os maiores artistas a trabalhar no embelezamento da decoração das ruas, multiplicar as reproduções fotográficas de suas obras. A arte e a utilidade não têm mais nenhuma razão para estarem separadas, porque o destino do homem pode agora se embelezar pela máquina. ' O futuro das artes, das ciências e da indústria, escreve Léon de Laborde, está em sua associação'(Modern Style, Enc. Universalis, 1995)

Num segundo plano, mas simultaneamente, o movimento modernista questiona a dureza da tecnologia da Revolução Industrial e a conseqüente massificação dos objetos destinados ao uso pessoal. A isso os modernistas contestaram com a idealização do desenho, por exemplo dos cartazes de anúncios e páginas de jornais, que passam a ganhar toques de requinte, que eram propostos a partir de uma revalorização do artesanal. Esse estilo moderno ficou conhecido como Art nouveau⁵.

Com o avanço da industrialização, a crítica proposta pelos modernistas é assimilada e

³ Corrente estética de vanguarda surgida no último quarto do século XIX na Europa.

⁴ A apoteose da época vitoriana coincide com as décadas do meio do reinado, de 1851 ao fim dos anos 1870. A rainha Vitória foi coroada em 1837; seu reinado representa o cume da história da Inglaterra. Enciclopaedia Universalis. França,[CD ROM], 1995.

⁵ Termo francês usado para denominar o Modernismo.

associada à idéia de progresso. Contrariamente à sua intenção inicial, o modernismo conseguiu a adesão da alta burguesia, que apoiava entusiasticamente essa nova estética de materiais exóticos e formas delicadas. O objetivo dos novos desenhos reduziu-se meramente ao decorativo.

Pode-se dizer que a partir dessa associação de uma estetização da produção à massificação de produtos chega-se a uma nova concepção de arte, associada à reprodutibilidade técnica e, inevitavelmente, de uma nova cultura, resultando de todo esse processo. “A técnica pode transportar a reprodução para situações nas quais o próprio original jamais poderia se encontrar. Sob a forma de uma foto ou de um disco, ela permite sobretudo aproximar a obra do espectador ou do ouvinte” (Benjamin, 1990, p. 213).

Com base nesse novo cenário é que os estudos culturais têm sua origem. Não basta ficar na defensiva, glamourizando um passado pretensamente puro. Como no presente, também o passado conheceu formas de dominação exercidas por meio da cultura, bem como de sua mercantilização, a exceção era que estava associada a uma elite consumidora; na modernidade torna-se, pelo menos teoricamente, mercadoria para todos.

Fundamentando seus questionamentos nesse pressuposto é que são lançadas as bases para a formação da Escola de Birmingham. Para os seus membros é preciso acabar com as visões preconceituosas sobre a nova cultura de massa e buscar os novos relacionamentos e formas de dominação e resistência a partir daí engendrados.

1 - Das premissas e objetivos do CCCS. Hoggart: a fundamentação inicial

O livro *The uses of literacy*⁶, de Richard Hoggart (1970), é tido como o referencial teórico fundador do CCCS - Centre for Contemporary Cultural Studies. Foi publicado em 1957 e sua proposta é estudar a influência dos meios de comunicação de massa entre trabalhadores da periferia na Inglaterra. Para isso, propõe uma façanha para a época: estudar a cultura popular, entendendo-a como espaço de aprendizagem e formação de senso crítico.

Hoggart marca assim uma nova perspectiva, buscando nas práticas cotidianas formas de vivência cultural outras que as elitisticamente definíveis. O termo *literacy* refere-se a educação, alfabetização, enquanto que seu antônimo *illiteracy* significa analfabetismo, tanto no sentido lato, como o pouco conhecimento sobre política, ciência etc (Longman, 1995, p. 708). É na vivência cultural entre os parâmetros oficiais e populares que centra sua análise. “Escolhi então como ponto de partida para a análise a descrição de um meio operário

relativamente homogêneo, do qual tentei evocar a atmosfera e o estilo de vida descrevendo sua relação com o meio e suas atitudes” (1970, p. 43).

O estudo de recepção realizado por Hoggart acrescenta um importante elemento para as análises do impacto social dos meios de comunicação - a resistência por parte dos consumidores. Seu objetivo é ver "qual é a influência desta imprensa [popular] sobre as atitudes e em que medida elas são capazes de resistir a tal influência" (1970, p. 44).

Ele busca nas práticas cotidianas as formas de resistir, que, para ele, menos que recusa, faz-se questão de assimilação a partir dos referenciais cotidianos. O indivíduo pode ser iletrado, mas serve-se de um saber prático, capacitando-o a uma leitura crítica.

Se a maioria dos membros das classes populares não é reduzida ao estado de consumidores passivos da cultura de massa, isso se dá simplesmente porque eles estão 'ausentes', porque eles vivem em um outro universo onde eles podem permanecer fiéis às suas certezas concretas, aos seus hábitos e aos seus rituais cotidianos assim como à sua linguagem costumeira feita de locuções proverbiais e ditados tradicionais (Hoggart, 1970, p. 65)

Hoggart pega como objeto toda a produção cultural que circula entre as classes populares, como rádio e impressos, comparando-as ao que se produz entre essas classes. "As canções populares demandam com frequência amor, um lar, bons amigos; elas dizem sempre que o dinheiro é sem importância" (Hoggart, 1970, p. 128). O autor fala da existência de uma lógica inerente a essas classes, em contraposição à lógica dominante.

O grande impacto social dos meios de comunicação de massa se dá a partir do momento em que oferecem para todos o que só é possível para uma parcela da população. O resultado desse sistema injusto e desigual é a necessidade de evasão, de viver vicariamente o que seria para todos; o que leva as pessoas a consumirem, ainda que simbolicamente os produtos da indústria cultural, como por meio de revistas.

Sentindo prazer na leitura destas publicações as pessoas do povo não perdem nem a sua identidade nem seus hábitos; eles conservam em mente a idéia de que nada daquilo é 'real' e que a 'verdadeira vida' se passa noutro lugar (...) O final feliz da fotonovela representa para eles o que poderia ser sua vida doméstica se 'as coisas se arrandassem'(Hoggart, 1970, 294-295)

⁶ Analisamos a edição francesa, sob o título *La culture du pauvre*.

Hoggart propõe o encontro, ou confronto, entre dois mundos: um de acordo com as normas vigentes, letrado; o outro à margem de tudo isso, com normas próprias, um mundo no qual o indivíduo se vê analfabeto frente a burocracia, o que leva à valorização de um saber prático. " As pessoas do povo subentendem sempre que 'saber se virar' segundo as normas tradicionais é talvez mais difícil [ou mais importante] que 'fazer uma boa carreira escolar'" (1970, p. 350).

Essa necessidade de um *saber se virar* representa tanto a situação de abandono como a habilidade para negociar a própria existência, o que é imposto pela exigência imperiosa de se relacionar com a nova cultura proposta pelos meios de comunicação de massa.

A aproximação entre as classes populares e a indústria cultural se deve a dois fatores: primeiramente, para as pessoas é uma questão vital, uma vez que é essa indústria que passa a produzir e difundir os novos bens culturais, assumindo a postura de mediadora, e se não o faz por exclusividade, é inegável que o faz por excelência; em segundo lugar, para a indústria é imprescindível buscar uma aproximação, o que implica tanto a formação quanto a ampliação de um público consumidor.

O volume de publicações que é atualmente produzido pela indústria cultural é tal que o pesquisador está sempre inconscientemente inclinado - de uma certa maneira por um efeito de peso - a superestimar sua influência sobre as classes populares. É preciso, no entanto, que não se esqueça que essas influências culturais têm apenas uma ação muito lenta sobre a transformação das atitudes e que elas são freqüentemente neutralizadas por forças mais antigas (Hoggart, 1970, p. 379)

O fato de se vislumbrar a produção da indústria cultural com olhos outros que os de desdém e juízos preconceituosos, requer a partir da obra de Hoggart uma mudança de perspectiva no que diz respeito a essa indústria em interação com as classes populares bem como em relação ao conceito de cultura, especificamente da 'praxis cultural', enquanto resultado desse encontro, conflituoso ou não.

Quando se pensa nos choques culturais pelos quais passaram em algumas gerações as classes populares, fica-se atônito pelas faculdades de resistência e de adaptação da qual elas deram prova. O mais impressionante não é tanto o que cada geração tem podido em uma larga medida conservar das tradições dos mais velhos, mas sobretudo que ela tenha sido capaz de criar coisas novas (Hoggart, 1970, p. 386)

Hoggart apresenta essa noção de cultura como resultado de um processo de negociação entre o novo e o velho, e o resultado desse processo é uma colagem/síntese, com características inovadoras convivendo com antigos preceitos. Todo esse processo traz implícito o questionamento sobre o conceito de classe social. O que significa alguém ser operário? Até que ponto há luta de classes? Elas lutam ou se relacionam? A luta hoje mais que questão de classe se faz questão de consumo, pois é ele que determina a posição social do indivíduo. “Assim, as fronteiras de pertença a uma classe estão se transformando, à medida que a maioria dos membros de uma sociedade moderna têm cada vez mais consumos culturais comuns. As novas revistas femininas não são, especificamente, nem 'burguesas' nem 'operárias” (Hoggart, 1970, p. 395).

Hoggart conclui evidenciando a preocupação acerca desse processo de formação e difusão cultural, que tem sido deixado a cargo de empresas capitalistas, isso porque a "minoría consciente" tem se dedicado às questões econômicas e políticas. Mas é para esse campo - cultural - que as atenções deveriam se voltar, pois é aí que passam a se estruturar as relações de poder.

O problema assim colocado é talvez mais difícil de resolver que aquele que se colocava aos dirigentes operários do século passado, porque a exploração cultural é sempre menos visível que a exploração econômica: o inimigo está em todo lugar e em lugar algum e não se presta nem mesmo à figuração, o que torna o combate mais fácil (Hoggart, 1970, 401)

O surgimento da sociedade de massa envolve um amplo questionamento sócio-político, além da preocupação com a questão da produção e do consumo é preciso estar atento às mudanças propostas por essa nova fase. O trabalho acima brevemente analisado permite vislumbrar os questionamentos e desdobramentos propostos pela inclusão desse novo marco social no meio acadêmico. A proposta de Hoggart e dos outros estudiosos do CCCS é a de se conceber a cultura na sua contemporaneidade, ou seja, resultando de um processo (tentativa) de dominação e resistência.

1.1 - A dinâmica cultural segundo Raymond Williams

Outro autor de suma importância é Raymond Williams, que dentre sua variada obra, apresenta por exemplo *Cultura*, livro em que desenvolve, de forma histórica, o conceito de cultura e suas interconexões indo do social ao econômico, e passando pelas diversas

instituições, resultando em uma visão contemporânea de cultura, estando essa ora ligada aos processos econômicos – ou deles resultando – ou coexistindo, porém sem uma relação de dependência direta, funcionando paralelamente como uma instituição autônoma, servindo de referência ao indivíduo.

A evolução do conceito de cultura, na proposição de Williams, parte de antigas concepções como cultivo – tanto de plantas e animais como da mente humana –, e chega a uma generalização capaz de definir o que se passa entre os indivíduos mesmo à distância. “Ele [o termo cultura] se tornou, em fins do século XVIII, particularmente no alemão e no inglês, um nome para *configuração* ou *generalização* do ‘espírito’ que informava o ‘modo de vida global’ de determinado povo” (1992, p. 10).

Essa análise à distância apresenta alguns empecilhos, segundo Williams, pois o significado de uma obra de arte, por exemplo, pode estar vinculado a um contexto específico, ao passo que a análise descontextualizada (imposição sógnica) pode causar distorções em relação ao sentido originalmente proposto.

Williams (1992, p.38-41) apresenta também o conceito de patronato, ou seja, tipo rudimentar de patrocínio que possibilitava ao artista sobreviver e executar seu trabalho. Para os estudos culturais é de suma importância a evolução dessa prática, indo de uma dependência total de uma família ou corte, o que pressupunha exclusividade, a uma ‘proteção’ momentânea, o que permitia ao artista circular por outras regiões e entrar em contato com outras técnicas.

A produção de retratos, por exemplo, que eram encomendados por autoridades e ricos senhores mesclavam cenas reais e mitológicas, os *retratáveis* eram apresentados como dotados de força e beleza desconhecidas, o que marcou um período específico da história da arte (Renascimento), em que os planos secundários e o cenário não tinham importância, pois a atenção era depositada no indivíduo. Com o tempo e as mudanças aí inseridas tem-se uma nova relação entre o artista e o público. Essa mudança transita do controle exercido pelo patrono para a liberdade vivida em uma sociedade baseada na livre escolha.

Porém, a essa altura cabem alguns questionamentos. No passado, sob o sistema de patronato a arte (cultura) era produzida; e hoje, sob que sistema a arte está sendo elaborada? No capitalismo, que é regido pela oferta e pela procura, o ideal de circulação impõe a necessidade de se produzir e consumir massivamente. Tem-se com isso a divisão do conceito de cultura. De um lado ela é vista como ligada ao passado (museu e folclore) e para

sobreviver depende da subvenção do Estado; do outro a cultura contemporânea, englobando toda a produção de bens tidos como culturais, que ficam a cargo da *Indústria Cultural*.

É importante observar, segundo Williams, que entre o “mercado” e as “áreas subsidiadas” há uma, embora precária, mão dupla.

Pois não há de fato muita dúvida de que é a área dominante, o mercado, que ou determina, ou enfatiza e des-enfatiza os tipos de produção predominantes, e então surgem as assimetrias costumeiras: I – entre a noção de uma ‘alta cultura’ necessária e as pressões do mercado sobre sua viabilidade continuada; II – entre a noção de cultura plural (‘liberal’) e a seleção real do mercado, orientada pelo lucro, daquilo que pode ser prontamente distribuído ou, até mesmo, em algumas áreas, de modo algum oferecido (1992, p. 107)

Esse ‘comportamento’ do mercado, que compreende as atividades da Indústria Cultural, pode tanto criar bens como a necessidade do seu consumo. Há nesse caso uma oscilação entre as noções de uso e necessidade. Nessa perspectiva tanto o utilitário quanto o artístico passam a se relacionar mais intimamente visto que enquanto conceitos, ambos têm por trás de si um princípio comum que os mobiliza e os impele à interação com a prática. “O que vemos, então, é que a hierarquia do uso e da necessidade está, ela mesma, relacionada com o caráter das relações de produção organizadoras” (Williams, 1992, p. 49).

No âmbito dessas criações, no campo cultural, orientadas pelo mercado, Williams cita como exemplo a figura do editor, que poda a liberdade do escritor, fechando, dessa maneira, o ciclo, uma vez que os autores passam a produzir de acordo com a demanda, ou seja, em função das necessidades formadas. “A predominância do setor editorial empresarial é de tal ordem que, para muitos escritores, as relações sociais mais acessíveis são as de emprego, no sentido de que as idéias para livros procedem de novos intermediários profissionais [os editores] dentro da estrutura do mercado, sendo os autores empregados para executá-las” (1992, p. 51-52).

Nesse contexto em que tudo é um produto – tanto o material quanto o imaterial: a necessidade em larga escala, que é igualmente um bem da indústria cultural –, diversificam-se também as relações sociais, que passam a estar assentadas em assimetrias mais complexas que as de dominação e subordinação. Essa assimetria se estabelece entre instituições de reprodução cultural como a Igreja, o Estado e o mercado.

É evidente, porém, que, a respeito de alguns temas culturais fundamentais, há um conflito significativo e constante entre o Estado em sua forma mais simples (como na legislação sobre obscenidade ou sobre informação oficial) ou o ‘aparato’ em sua forma mais complexa (como nas campanhas religiosas ou educacionais contra ‘sexo-e-violência’ e as operações lucrativas concretas do mercado capitalista. Esses conflitos são evidência da mais significativa forma moderna de assimetria (Williams, 1992, p. 101-102)

A reprodução cultural, que tradicionalmente sempre esteve ligada à Igreja e ao Estado, ao se associar também ao mercado transforma-se internamente, pois passa a refletir as contradições da junção de interesses geralmente conflitantes. Estão implícitas nessa assimetria além da tradicional questão da dominação e subordinação a disputa entre esses conceitos num mesmo veículo de comunicação.

Do que adiantam as campanhas pelo desarmamento e anti-drogas perante as mega-produções promotoras da tríade sexo-drogas-violência? A questão principal não é tanto da assimetria em si, mas da forma como ela se dá. Ela não está mais em campos específicos, mas reúne-se agora em um mesmo campo – o midiático.

A tão cultuada noção de liberdade é ela própria posta em xeque pela relação que se firma entre o mercado e seu público. A dominação exercida pelo mercado é camuflada pela noção de liberdade de escolha, que na verdade representa, para Williams, apenas disfarçadamente a imposição.

Em cada uma dessas áreas, os produtos são pré-selecionados para reprodução maciça e, embora isso muitas vezes ainda possa falhar, o efeito geral é um mercado relativamente organizado, no qual a escolha do comprador foi deslocada para operar, na maioria dos casos, dentro de uma gama de opções já selecionadas (Williams, 1992, p. 104)

No entanto, Williams relaciona como fator decisivo para a mudança desse quadro de “consumo orientado” os processos sociais de inovação. O autor apresenta quatro situações por meio das quais a inovação pode ser socialmente relacionada:

1. a *ascensão* de novas classes sociais, que introduzem novos tipos de produtor e de interesses e/ou dão apoio a novas obras.
2. *Redefinição* por uma classe social existente, ou por uma fração, de suas condições e relações, ou da ordem geral dentro da qual essas existem e estão se alterando, de modo que novos tipos de obras sejam necessários.

3. *Mudanças nos meios de produção cultural, que oferecem novas possibilidades formais; estas podem ou não estar de início vinculadas com 1 ou 2.*
4. *Reconhecimento, por movimentos especificamente culturais, das situações indicadas em 1 e 2, em um nível precedente ou não diretamente ligado à organização social sistematizada a que pertencem (1992, p. 199)*

Essa capacidade de inovação representa tanto a aptidão do mercado em se apropriar do resultado desses processo, como a habilidade das diversas classes sociais manifestarem seus interesses, o que principia um processo de renovação. Para Williams é importante perceber que o processo de dominação e subordinação não é estável e, embora em alguns casos o seja, em sua maioria é dinâmico. Para tanto apresenta três conceitos:

1. Dominante – as formas de dominação exercidas, de forma evidente, por instituições no nível cultural. A maioria das vezes encarada como normal pelos que são dominados.
2. Residual – obra realizada em sociedades e épocas antigas e freqüentemente diferentes e, contudo, ainda acessível e significativa.
3. Emergente – obras de tipos novos variados – são muitas vezes acessíveis *como práticas*. Mas há quase sempre obras antigas mantidas acessíveis por determinados grupos, como extensão ou alternativa da produção cultural contemporânea dominante. E há quase sempre novas obras que procuram avançar (e por vezes sendo bem-sucedidas nisso) para além das formas dominantes e suas relações sócio-formais (1992, p. 201-202)

As mudanças sociais e culturais implicam num amplo levantamento de considerações a respeito das novas formas que assumem a sociedade e a cultura. Para Williams, perceber essas mudanças não é fácil. “Não há análise mais difícil do que aquela que, em face de novas formas, deve procurar determinar se essas são novas formas do dominante, ou se são genuinamente emergentes” (1992, p. 202-203).

O grau de dificuldade consiste nos câmbios por que passam os conceitos *residual, dominante e emergente*. Num movimento constante, porém não-linear, esses conceitos migram, fazendo com que o residual vire dominante, o dominante passe a emergente e assim por diante.

Assim, a organização social da cultura, como um sistema de significação realizado, está embutido em uma série completa de atividades, relações e instituições, das quais apenas algumas são manifestamente ‘culturais’. Pelo menos para as sociedades modernas, esta é uma utilização teórica mais eficiente do que o sentido de cultura como um modo de vida global (Williams, 1992, p. 208)

Williams, falando da ação dos produtores culturais, define o momento da criação cultural como estando associado ao produtor mas também a todo indivíduo, que direta ou indiretamente participa dele. “A ligação [produtores culturais e grupos dominantes] pode ser exclusiva, de modo que o trabalho cultural é desempenhado apenas para o grupo dominante. Pode ser estrategicamente inclusiva, de modo que, embora seja desempenhado para todos, isso se faz no interesse do grupo dominante” (1992, p. 216).

É importante frisar ainda, segundo Williams, que embora os grupos dominantes exerçam pressão sobre os dominados, eles não controlam o sistema de significação dos oprimidos. A própria luta entre oprimidos e opressores, bem como o desejo de dominação dos primeiros pode fazê-los operar pelo interior, ou a partir dos sistemas sógnicos dos dominados. “Pois os grupos dominantes nem sempre controlam o sistema de significações global de um povo; tipicamente são antes dominantes *dentro* dele do que sobre e acima dele” (1992, 216-217).

Esse momento de resistência – sobrevivência – de valores dos que são dominados é um ponto de confluência no interior dos estudos de comunicação e cultura, representado pelos estudos culturais.

1.2 - Sociedade de massa: uma nova cultura. E depois?

Mas a partir dos estudos culturais ainda há nos estudos de comunicação uma 'tradição' que persiste em tratar dos processos comunicacionais com base em um passado pretensamente puro. Segundo Williams "Ela [a pesquisa] atrai para si uma proporção, doravante claramente em crescimento, de estudantes cuja disciplina é a análise de artefatos culturais" (1996, p. 100).

Há, segundo ele, uma tendência de transformar práticas em artefatos, ou seja, opera-se uma descontextualização. É o ato de dar atenção, por exemplo, a um panfleto político do século XVII, que é analisado porque é um artefato, mas uma emissão política atual não recebe a merecida atenção. É como se o atual não fosse o resultado de um processo cultural e se o passado fizesse parte de algo 'alreado', fosse a expressão de uma cultura verdadeira que não existe mais, que foi corrompida.

A aplicabilidade desses conceitos, segundo Silverstone, requer o avanço da própria conceituação, o que subentende a captação da realidade atual, à qual deve ser aplicado esse referencial. "As mudanças tecnológicas são procedidas rapidamente, mas as mudanças sociais acontecem mais lenta e imprevisivelmente e de maneiras desiguais" (1999, p. 4).

Para se pensar a cultura a partir da interação entre o produto e o consumo é preciso considerar além da desigualdade de acesso, o que implica diretamente na capacidade de participação, a competência, ou habilidade quando da participação. "Enquanto acesso depende de tecnologia e da capacidade de pagar por ele, participação depende de cultura: habilidade, competência e interesse, percepção da relevância e desejo por, num termo amplo, conteúdo " (Silverstone, 1999, p. 6).

Nesse contexto diferencial de participação é que se concebe outro importante conceito: o de comunidade, que se define, segundo Silverstone, em função dos usos estabelecidos com os produtos. "(...) entender comunidade, (...) como sendo o produto da ação da interface de uma determinação estrutural e liberdades individuais e nossa capacidade, enquanto atores sociais, para dar sentido à vida diária: torná-la significativa" (Silverstone, 1999, p. 9).

O problema assim colocado reflete tanto a mobilidade contextual do presente como agrega outros pontos no que tange os estudos de comunicação a partir do culturalismo. Assim, pensar a cidadania com base no consumo requer pensar o processo de recepção, mais especificamente o consumo, fundamentando a análise num questionamento acerca do modo dessa recepção, o que engloba vários aspectos, buscando a contextualização das formas de leitura (Gray, 1999, p. 6).

Entender a recepção enquanto ato presente, dependendo de um passado e em função de um futuro é um dar-se conta da temporalidade do consumo como não estando ligada apenas ao momento em si, porém, situando-se num contexto amplo e variado. Mas é preciso perceber que a 'abertura' à interpretação no ato da recepção pode apresentar uma visão parcial do processo.

Para John Corner (1996, p. 18) "qualquer que seja a origem dessa suposição de 'abertura' textual geral, ela negligencia, notadamente, o degrau considerável de determinação que possuem os textos". Essa questão é sem dúvida um ponto a ser desenvolvido no âmbito dos estudos culturais, pois à medida que as estratégias pessoais evoluem (no momento da leitura), evoluem também as táticas da instância produtora no intuito de fazer chegar uma mensagem, ou pelo menos parte dela, à instância receptora.

O contexto passa a ser peça fundamental para se entender os processos comunicacionais. Porém a sua captação para análise torna-se difícil à medida que, com o avanço dos processos de globalização - transnacionalização, os contextos tornam-se infinitamente flexíveis e permeáveis, desencadeando uma ação de descentramento das

identidades, o que abala os quadros de referência, que ancoram o indivíduo no social (Hall, 1999, p. 7).

Para Ann Gray o ponto crucial das análises de recepção tem que estar localizado no encontro entre o micro - cotidiano - e o macro - relação com outras instâncias. Desse encontro resultam os novos estudos de recepção (Gray, 1999, p. 11).

Esses são os desafios para os estudos culturais na atualidade: dar conta da cultura resultante de processos intensamente cambiantes. Quando da origem desses estudos nos anos 60, a delimitação do objeto de análise, de Hoggart (1970), por exemplo, era a 'classe operária'; e hoje, há uma classe à qual se dirigir? Já naquela época visualizava-se o rompimento das unidades societárias em função do avanço da comunicação de massa.

Com a intensificação dos fatores de mediação tem-se uma modificação tanto na formação e manutenção das identidades como sua 'liberação', ou seja, elas passam a transitar de um espaço a outro. Como pensar a apropriação dos produtos culturais tomando essa circulação livre das identidades por referência?

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempos, lugares, histórias e tradições específicas e parecem 'flutuar livremente' (Hall, 1999, p. 75)

Esta é uma nova busca para os estudos culturais, situando os processos de recepção no âmbito das multideterminações individuais, que interpelam o sujeito enquanto possuindo uma multiplicidade em si. Os estudos, com base nesse pressuposto, são orientados pelos princípios da etnometodologia (Heritage, 1991, p. 89-130)⁷. Para Ann Gray as atenções devem ser concentradas nessa 'complexidade', pois é daí que as análises devem partir. "Gostaria de argumentar que desenvolvendo métodos que permitam a exploração das 'teias de determinantes (e indeterminantes)' em construções do 'eu' como complexamente constituído através de identidades social, cultural e sexual é onde nossas energias deveriam ser colocadas" (1999, p. 13).

⁷ [...] este procedimento implica que a análise deixa de lado toda adesão a versões privilegiadas da estrutura social - e também aquelas às quais aderem analistas e participantes - para se lançar sobre a maneira que os participantes criam, ajuntam, produzem e reproduzem as estruturas sociais em função das quais eles se orientam. p. 97.

À GUIZA DE CONCLUSÃO

Falar de comunicação com base nos estudos culturais é pensar o processo comunicacional enquanto resultado de uma negociação, junto a instância receptora, na qual se constrói o sentido. Em linhas gerais, a comunicação se efetiva no momento em que se torna cultura, ou seja, passa pelas mediações.

Nossa pretensão com esse trabalho é a de estarmos evidenciando alguns momentos importantes da consolidação e desdobramento dos estudos culturais britânicos, que dentre os seus fatores positivos podemos apontar o que diz respeito à capacidade de negociação do indivíduo frente aos meios de comunicação, o que é feito com base na vivência cotidiana.

Outro ponto importante é a concepção do campo cultural e sua ligação com as relações de poder. É a partir desse campo que as tentativas de dominação se manifestam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de Estado*. 5 Ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1991.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). *Teoria da cultura de massa*. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- Enciclopaedia Universalis*. França, [CD ROM], 1995.
- CORNER, John. Sens, genre et contexte: la problématique du "savoir public" dans les nouvelles études de la réception. *Réseaux*, França, n. 79, 1996.
- GUEDES, Olga Maria Ribeiro. O conceito marxista de ideologia nos estudos de mídia britânicos. *Famecos* [online]. Disponível: <http://ultra.pucrs.br/famecos/cyberfarmhttp://ultra.pucrs.br/famecos/cyberfarm> [capturado em out. 1999].
- GRAY, Ann. *Cultural studies: consumption, identity & experience*. Paper apresentado no I Colóquio Brasil - Grã-Bretanha de Estudos Culturais, Universidade Gama Filho. Rio de Janeiro, 1999.
- HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós modernidade*. 3 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HERITAGE, John. L'ethnométhodologie: une approche procédurale de l'action et de la communication. *Réseaux*, Paris, n. 50, 1991, p. 89-130.
- HOGGART, Richard. *La culture du pauvre*. Paris: Les Éditions de minuit, 1970.
- Longman: dictionary of contemporary English*. n. ed. Barcelona: Cayfosa.
- MATTELART, Armand, NEVEU, Erik. Cultural Studies. La domestication d'une pensée sauvage?. *Reseaux*, França, n. 80, 1996, p. 11-57.
- SILVERSTONE, Roger. *New media and community*. Paper apresentado no I Colóquio Brasil - Grã-Bretanha de Estudos Culturais, Universidade Gama Filho. Rio de Janeiro, 1999.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1992.
- _____. Des communications comme forme de la culture. *Réseaux*, França, n. 80, 1996, p. 97-106.