

## REVERBERAÇÕES DO SIMBÓLICO: PONDERAÇÕES EM TORNO DA CULTURA POPULAR E DE SUAS MODULAÇÕES MUDIÁTICAS

### REVERBERATIONS OF THE SYMBOLIC: REFLECTIONS ABOUT POPULAR CULTURE AND ITS MEDIA MODULATIONS

Fabício José Nascimento da Silveira<sup>1</sup>

#### RESUMO

Atentando para as distintas modalidades de representação e de modulação do “popular” que reverberam no âmbito dos dispositivos midiáticos brasileiros, especialmente o televisivo, o presente artigo se propõe a responder as seguintes questões: *de que maneira e até que ponto os veículos de comunicação têm se apropriado das instâncias de significação que caracterizam/definem o “homem do povo”? A cultura popular encontra ressonância e alcança algum grau de reverberação e visibilidade no âmbito da esfera midiática? Que sentidos ou representações têm sido mobilizados pelos produtos da mídia, sobretudo a televisiva, para se fazer alusão ao que é do povo?* Para tanto, adota como estratégias teórico-metodológicas: recuperar os principais traços conceituais que tradicionalmente têm sido evocados para se reportar ao universo simbólico que demarca a *cultura popular*; identificar como o “popular” tem sido incorporado/referenciado pela *cultura/dispositivos midiáticos*; e, por fim, analisar como ou em que medida este conjunto de postulados se converte em chave de leitura para melhor compreendermos as indagações aqui levantadas.

#### PALAVRAS-CHAVE

Cultura popular; Quadros de sentido; Representação; Cultura midiática; Dispositivo midiático; Televisão.

#### ABSTRACT

Taking into account the distinct modalities of representation and modulation of the “popular” that reverberate in Brazilian media devices, especially in television, the article aims to deal with the following questions: *how and to which degree the communication vehicles have been appropriating the meaning instances that characterize*

<sup>1</sup> Graduado em Biblioteconomia pela UFMG e mestre em Ciência da Informação pela mesma universidade. Atualmente cursando o Doutorado em Ciência da Informação pelo PPGCI/UFMG. [fabrisilveira@gmail.com](mailto:fabrisilveira@gmail.com) Belo Horizonte, BRASIL.

*and define the ordinary man? Does popular culture resonate and reach some degree of reverberation and visibility in the scope of the media sphere? What meanings and accounts have been mobilized by media products, mainly the television ones, to allude to what belong to the popular? To accomplish these goals, some theoretic and methodological strategies are employed, such as, to recover the main conceptual topics that have been traditionally evoked to address the symbolic universe that demarcates popular culture, to identify how the popular have been incorporated and referenced by culture and media devices and, finally, to analyze how and to what measure this set of postulates transmute into keys for reading and understanding better the issues that were brought to the surface.*

## KEY WORDS

Popular culture; Meaning frames; Representation; Media culture; Media device; Television.

## INTRODUÇÃO

*[...] Qualquer daquelas mulheres velhinhas que eu encontrava, fosse ruim, fosse boa, espiava para mim com certo receio e me tratava por “Meu filho”...*

(ROSA, 1984b, p.124).

“E só! Mas a pessoa vem d’um canto só pra conhecer uma beleza dessas?”. Proferidas em resposta à exclamação da jornalista Helen Martins que diz ter vindo de São Paulo somente para conhecê-la, essas palavras de Zabé da Loca, pernambucana de 86 anos que hoje vive no município de Monteiro/Paraíba, se converte para nós, espectadores da matéria, em elemento desencadeador de uma série de questões: por que essa senhora que passa boa parte dos seus dias na varanda de uma casa azul no interior do Cariri nordestino estranha ao se enxergar como personagem central de uma reportagem jornalística? Que atributos a mesma possui para provocar o deslocamento de toda uma equipe do Globo Rural até as terras áridas do sertão paraibano?

Moradora de um assentamento agrário, Zabé da Loca congrega em sua biografia dois acontecimentos que, de imediato, justificam tal investida televisiva: tendo se tornado viúva muito cedo e sem ter uma casa para criar seus três filhos, viveu por 25 (vinte cinco) anos em uma gruta formada pela intersecção de duas grandes rochas circundadas por paredes de taipa e adobe. Além disso, havia recebido em 2009 (aos 85 anos) o

prêmio de Revelação da Música Brasileira por suas contribuições à cultura popular e em reverência ao trabalho de preservação e divulgação do universo simbólico e tradicional do camponês nordestino, vislumbrado, sobretudo, por canções e ritmos entoados pelo pífano, instrumento rústico, semelhante a uma flauta, cujo manejo aprendeu observando o irmão antes mesmo de completar 10 anos.

Em seu conjunto, tais peculiaridades lançam luzes sobre algumas das motivações que converteram a vida de Zabé da Loca em pauta de um programa de televisão. Contudo, não nos ajudam a formular respostas concretas para o problema do estranhamento identificado em uma das questões acima levantadas. Por que para alguém que pertence às camadas populares a inserção no domínio midiático às vezes se expressa de maneira tão surpreendente? Indagação complexa, cuja busca por soluções nos abre uma miríade de possibilidades investigativas e nos põe em contato com uma série de outras inquietações: *de que maneira e até que ponto os veículos de comunicação têm se apropriado das instâncias de significação que caracterizam/definem o “homem do povo”? A cultura popular encontra ressonância e alcança algum grau de reverberação e visibilidade no âmbito da esfera midiática? Que sentidos ou representações têm sido mobilizados pelos produtos da mídia, sobretudo a televisiva, para se fazer alusão ao que é do povo?*

Sem pretender projetar um quadro de assertivas conclusivas para tais problemáticas, o presente artigo se propõe a contribuir com as discussões aqui suscitadas recorrendo às seguintes estratégias teórico-metodológicas: recuperar os principais traços conceituais que tradicionalmente têm sido evocados para se reportar ao universo simbólico que demarca a *cultura popular*; identificar como o “popular” tem sido incorporado/referenciado pela *cultura/dispositivos midiáticos*; e, por fim, analisar como ou em que medida este conjunto de postulados se converte em chave de leitura para melhor compreendermos as palavras de suspeição enunciadas por Zabé da Loca à repórter do Globo Rural. Feito isso, espera-se ampliar o leque de justificativas que endossam, modulam sua “construção” enquanto personagem típica da cultura popular cujas representações encontram algum grau de reverberação no campo da *esfera midiática*. Começemos, pois, pelo trabalho de lapidação conceitual: o que é ou como definir cultura popular?

## AS FRONTEIRAS DO SIMBÓLICO: REFLEXÕES EM TORNO DA CULTURA POPULAR

*O enfoque da cultura começa quando o homem ordinário se torna o narrador, quando define o lugar (comum) do seu discurso e o espaço (anônimo) de seu desenvolvimento.*

(CERTEAU, 1994, p.63).

*Homem ordinário; homem sem qualidades; homem da multidão*, essas são algumas das acepções que historicamente foram utilizadas para qualificar o *homem do povo*. Herói anônimo e sem rosto que até o advento da modernidade viu as produções simbólicas e o conjunto das práticas que conferem visibilidade ao seu modo de vida ser solapadas em prol da vivificação dos referenciais letrados e gestos civilizadores responsáveis por instituir as bases sociais e materiais que justificavam o domínio das elites burguesas, religiosas e eruditas sobre as diversas manifestações populares.

Razão pela qual, desde suas primeiras tentativas de formalização, a ideia de cultura popular buscou se desvencilhar de uma série de posturas preconceituosas amplamente enraizadas, uma vez que aflora “*em oposição ao etnocentrismo generalizado em relação às camadas populares que caracterizou boa parte dos intelectuais europeus dos séculos XVIII e XIX*”. (VILHENA, 1997, p.51). Contudo, é preciso fazer notar que esse interesse inicial em relação às coisas do povo ainda se mostrava ligado a dois discursos que contradiziam tal posição desvencilhante: um olhar demasiado romântico e idealista das expressões populares e uma investida educacional que se propunha edificar uma ordem social mais esclarecida e menos tradicionalista.

No primeiro caso, folcloristas, filósofos e historiadores vinculados ao romantismo atrelaram à cultura popular um ideário primitivista responsável por instaurar uma imagem de “homem” rudimentar, puro e comunal cujas práticas girariam todas em torno da reificação de uma identidade coesa que deveria, em sentido mais amplo, ser transposta como modelo para fomentar um sentimento de nacionalidade. Por sua vez, o segundo discurso emerge em decorrência das dinâmicas tornadas viáveis pelo capitalismo que passa a requerer, segundo Stuart Hall (2006, p.231), um processo mais ou menos contínuo, mesmo que intermitente, de reeducação das classes populares. Se a cultura popular já havia sido identificada como o lugar da tradição e da perpetuação de rituais e representações arcaicas, o sistema econômico que entra em vigor passa a empunhar

a bandeira de modos de vida menos “conservadores”, “retrógados” e “anacrônicos”. Postulado alçado como lema/meta por uma série de instituições sócio-educativas que começam a ganhar notoriedade neste novo cenário histórico. É o caso de determinados museus, bibliotecas, centros culturais e também de alguns veículos midiáticos como o romance folhetim e de diversos jornais impressos. Sendo assim, não há como deixar de se observar que:

Produzido como uma categoria erudita destinada a circunscrever e descrever produções e condutas situadas fora da cultura erudita, o conceito de cultura popular tem traduzido, nas suas múltiplas e contraditórias acepções, as relações mantidas pelos intelectuais ocidentais (e, entre eles, os *scholars*) com uma alteridade cultural ainda mais difícil de ser pensada que a dos mundos exóticos. (CHARTIER, 1995, p.179).

Nesse sentido, partindo de tal constatação e nos valendo da prerrogativa de que toda cultura denota um padrão de significados incorporados aos símbolos e historicamente transmitidos; um conjunto de expressões e de formas simbólicas por meio das quais homens e mulheres se comunicam, desenvolvem e modulam suas atitudes em relação à sua vida individual e social; um universo de produções subtraído das emergências do cotidiano por meio das linguagens, dos rituais e dos comportamentos graças aos quais os seres humanos pensam e vivem suas relações com o mundo, com os outros e consigo mesmos, a *cultura popular*, diferente do que se observou anteriormente, não deve e não pode ser pensada como um amontoado de fragmentos isolados e autônomos, mas sim como a expressão de uma determinada maneira de representar a realidade, tão válida quanto qualquer outra modalidade cultural, uma vez que se manifesta a partir da consciência congregadora que dela têm seus produtores e interlocutores.

Argumento que se torna mais claro no exato momento em que tomamos consciência de que a cultura popular também se apresenta como um complexo de formas significantes cujo sentido, tanto material quanto simbólico, não se confunde com a manipulação direta dos objetos e do outro com fins práticos e totalmente alheios às instâncias de poder que dela se apropriam. Não por acaso, o que se pretende enfatizar aqui é que:

Cultura popular implica modos de viver: o alimento, o vestuário, a relação homem-mulher, a habitação, os hábitos de limpeza, as práticas de cura, as relações de parentesco, as divisões das tarefas durante as jornadas e, simultaneamente, as crenças, os cantos, as danças, os jogos, a caça, a pesca, o fumo, a bebida, os provérbios, os modos de cumprimentar, as palavras-tabus, os eufemismos, os modos de olhar, o modo de sentar, o modo de andar, o modo de visitar e ser visitado, as romarias, as promessas, as festas de padroeiro, o modo

de criar galinhas e porco, os modos de plantar feijão, milho e mandioca, o conhecimento do tempo, o modo de rir e de chorar, de agredir e de consolar [...]. (BOSI, 1983, p.157-158 *apud* IANNI, 1987, p.31).

Assim entendido, o *modus vivendi* que configura e confere visibilidade à cultura popular não diz respeito só a cultos, costumes, práticas e representações limitadas ao universo do “homem do povo” - do camponês, do exótico, do rústico e do folclórico - mas a toda uma estrutura de significados edificada como referencial simbólico e de ação por determinados sujeitos ou grupos sociais para conformarem suas experiências em relação aos outros (outros pontos de referência, outros lugares de ancoragem). Ele se apresenta, assim, como um lugar de intervenções, fragmentário, diminuto, fora dos circuitos oficiais, mas que se constitui como espaço de acumulação, de dimensão ontológica de realização da vida tanto individual quanto coletiva. Em outras palavras:

O “popular” não está contido em conjuntos de elementos que bastaria identificar, repertoriar e descrever. Ele qualifica, antes de mais nada, um tipo de relação, um modo de utilizar objetos ou normas que circulam na sociedade, mas que são recebidos, compreendidos e manipulados de diversas maneiras. (CHARTIER, 1995, p.184).

O “popular” está contido e se faz notar, pois, através das “mil maneiras de caça não autorizada” a partir das quais o cotidiano se inventa. Nas “artes de fazer” que atravessam a tessitura geral das experiências capazes de conferir ao homem ordinário<sup>2</sup> os recursos necessários para se apropriar dos espaços organizados das produções simbólicas. Eis os enunciados que sintetizam de maneira lapidar os estudos sobre a cultura popular levados a cabo por Michel de Certeau, historiador que reinventou e revolucionou os programas de pesquisa que tentam projetar um olhar interpretativo sobre as múltiplas dinâmicas que definem a elaboração e a socialização coletiva de sentidos.

Criticando de forma incisiva a razão técnica que demarca as sociedades contemporâneas por meio de estudos centrados nas táticas e estratégias por meio das quais essa “multidão sem qualidades” inventa o cotidiano, o pensador acima referido nos ensina que toda e qualquer manifestação cultural traz em seu bojo enunciados que denotam a criação de uma ordem simbólica da linguagem; do trabalho; do espaço; do tempo; do sagrado e do profano; do visível e do invisível, e que estes instituem a apropriação

2 Segundo CERTEAU (1994, v.1, p.57-58) a expressão homem ordinário define o homem comum, o herói anônimo que durante muito tempo se manteve distante, relegado das cenas científicas. Nas palavras do próprio historiador: “*trata-se de uma multidão móvel e contínua, densamente aglomerada como pano inconsútil, uma multidão de heróis quantificados que perdem nomes e rostos tornando-se a linguagem móvel de cálculos e racionalidades que não pertencem a ninguém. Rios cifrados da rua*”. (Idem).

e a reelaboração da ordem social e das coisas do mundo através das possibilidades de ressignificações e de rupturas promotoras de um duplo movimento: da *distinção* e da *constituição* de eixos alternativos de adesão ao universo das pequenas falas, dos ruídos e das imagens sintetizadoras que nos informam sobre as dinâmicas de um universo que, ao exibir-se, se constitui cotidianamente.

Neste sentido, ao deslocar a atenção do consumo supostamente passivo dos produtos concebidos e distribuídos pelas instâncias de poder para o âmbito da criação anônima, nascida da prática do desvio em relação ao uso desses produtos, Certeau (1994) recupera para a cena pública a originalidade criadora que caracteriza a atividade de sujeitos comuns, cujos fazeres recusam a força das determinações coletivas e dos condicionamentos sócio-históricos. Olhar sensível que, por sua vez, executa um duplo deslocamento:

[...] aos historiadores lembra que não se pode ler diretamente a alteridade cultural na especificidade profusa dos objetos a ela destinados, mas sim, no uso que se faz deles. Aos arqueólogos do poder, lembra a irredutível reserva de estratégias (liberdade?) dos homens, mesmo dos “disciplinados”, a de inventar aplicando, nas regras que normalizam as condutas, golpes não previstos que deslocam ou anulam os efeitos. (CHARTIER; HÉBRARD, 1998, p.30).

Implicações que nos autoriza a ressaltar que, ao tomar como objeto de suas análises os fazeres comuns da vida cotidiana e defini-los como atualizações propiciadas pelo exercício de competências e habilidades que irrompem contra a racionalidade cerceadora das instâncias de produção dos bens de consumo, Certeau opõe as lógicas do fazer à lógica dos fatos, as astúcias da ação aos enquadramentos operatórios dos espaços sociais ou simbólicos. De um lado, uma pragmática da temporalidade, de outro, uma classificação ordenada dos tempos.

Contudo, torna-se necessário indicar que essa modalidade de saber que fundamenta a invenção do cotidiano, para ser conhecida e potencializada, necessariamente deve passar por um processo de explicitação. Ou seja, deve materializar-se em formas expressivas que dêem conta de apresentá-la e traduzi-la, possibilitando, a partir daí, sua apropriação e seu desenvolvimento. Sendo mais preciso: para realmente alcançar o estatuto de insumo simbólico que corrobora para que sujeitos comuns demarquem seu lugar no tempo, no espaço e nos muitos discursos onde suas ações se desenvolvem, toda prática cultural (e as práticas populares não estão isentas disso) requer uma materia-

lidade que a represente enquanto tal, tendo-se em vista articular, através de obras e manifestações - uma imagem, um discurso, uma prática -, o universo de significação do qual se origina.

Obras e manifestações, práticas e discursos que, em última instância, acenam para o potencial heurístico da cultura popular, uma vez que também ela se constitui a partir do entrecruzamento dos diversos processos pelos quais *“os homens orientam e dão significado às suas ações através de uma manipulação simbólica que é atributo fundamental de toda prática humana”*. (DURHAM, 2004, p.231). Assim pensado, como desprezar o fato de que:

O que há bastante, na cultura do povo, é sentido de vida. Pode ser que falte alguma coisa. Vida é que não falta. E vida no sentido de trabalho, criação, compaixão, ódio, amor, remorso, resignação, fatalismo, assombro, assombração, feitiço, encantamento, paganismo, companheirismo, movimento, luta, revolta. É assim que a vida se transforma em liberdade. É assim que se movimentam as gentes e as coisas, as idéias e as criações. Transformada em liberdade, a vida funda a cultura, a inventa, o milagre da criação. (IANNI, 1987, p.32).

Sentido de vida que, como vimos, foi por diversas vezes menosprezado e rechaçado pelas elites burguesas e religiosas, quando não idealizado e romantizado por intelectuais oriundos destes mesmos segmentos. Postura que os estudos de Certeau (1994, 1995), Chartier (1995), Hall (1997, 2003, 2005), Bakhtin (2008), Burke (2010), Willians (2007, 2011), Garcia Canclini (1998, 2005), Ginzburg (1987, 1989), Zumthor (1997, 2010), Cascudo (1952, 1953, 1967, 1971, 1984), entre tantos outros combatem de maneira ostensiva. Críticas que têm como elemento congregador o postulado de que tais representações nunca mantêm uma relação imediata e transparente com as práticas que pretendem dar a ver, uma vez que, em sua maioria e de maneira recorrente, remetem às modalidades específicas da sua produção, e, portanto, às intenções e interesses que ocasionaram sua produção, aos gêneros onde se inscrevem e aos destinatários visados. Além disso, atentam para o fato de que:

Reconstituir as regras e os limites que comandam as práticas da representação letrada, ou popular, do popular, é, por consequência, uma pré-condição necessária para decifrar corretamente o laço forte, porém sutil, que une essas representações e as práticas sociais que constituem seu objeto. (CHARTIER, 1995, p.188).

Observação que se converte em importante proposta metodológica para ampliarmos o leque de explicações possíveis acerca da questão que mobiliza o presente trabalho: por que para alguém que pertence às camadas populares a inserção no domínio midiático às

vezes se expressa de maneira tão surpreendente, assim como o foi enunciado por Zabé da Loca? Indagação que pode ser formulada de outra maneira: que representações ou referências são projetadas/recuperadas pelos dispositivos midiáticos, sobretudo a televisão brasileira, para se referir ao “homem do povo” e à cultura popular? É exatamente isso que discutiremos a seguir.

## O POPULAR E SUAS MODULAÇÕES MIDIÁTICAS

*A aparência é aquilo que se dá aos sentidos e estabelece mediações.*

(FRANÇA, 1997, p.334).

O modelo que caracteriza a produção comunicativa brasileira, sobretudo a televisiva, é o da presença dos “novos Olimpianos<sup>3</sup>” como personagens principais de sua programação. Essa afirmativa se expressa como resumo de um conjunto de pesquisas levadas a cabo pelo GRIS<sup>4</sup> - Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da UFMG. Interessados em observar a inserção e as representações das “narrativas do cotidiano” no âmbito midiático, o grupo buscou identificar as articulações instauradas entre mídia e vida cotidiana atentando, dentro da própria esfera dos dispositivos comunicacionais, para

3 Segundo Edgar Morin “a cultura de massa, produzida em escala industrial com o objetivo de provocar não a fruição estética, mas o consumo, oferece aos consumidores um mundo de sonhos. O consumidor se sente bem ao ver nos meios de comunicação algo que tem ou que gostaria de ter. A TV, principalmente, passa a se misturar com o cotidiano das pessoas. As informações chegam prontas e as regras são feitas, modelos são criados. Como toda cultura produz algo, a cultura de massas produz seus heróis, decompondo o que é belo, sagrado e único, para construir celebridades que se tornam galãs, ídolos e campeões. Esses deuses criados e sustentados pelo imaginário ditam normas de consumo e servem de sonhos e modelos para vida. Essas celebridades se igualariam aos Olimpianos (uma referência aos “Deuses do Olimpo”), já que elevam suas vidas ao status de “estrela” e passam a ser idolatradas como deuses. Esses Olimpianos criam um mundo de sonhos e fantasias junto ao resto da humanidade. Vivem uma vida dupla, meio real, meio fantástica, unindo sua beleza real às suas representações, passando a ser modelos de uma vida. Esses artistas passam a ser sobre-humanos. Mesmo quando morrem materialmente, eles continuam existindo como personagens, no mundo imaginário, nas revistas, jornais, rádios ou programas de TV, que reproduzem suas músicas, repetem novelas de que fizeram parte e assim, esses célebres revivem seus atos no imaginário das pessoas”. (GRIS, 2003, p.339-340). [Destaque nosso].

4 Refiro-me aqui a quatro pesquisas específicas: *Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver (1999-2001)*; *Narrativas do Cotidiano - na mídia, na rua (2001-2003)*; *Narrativas do Cotidiano - na mídia, na rua. Fase II: Consonâncias e dissonâncias no âmbito da comunicação (2003-2006)* e *Narrativas do cotidiano III: a interface televisiva e os sujeitos ordinários (2007-2010)*, cujos resultados podem ser consultados no seguinte endereço eletrônico: [www.fafich.ufmg.br/gris](http://www.fafich.ufmg.br/gris). Além de relatórios e de diversos artigos, o grupo publicou duas coletâneas de textos que também sintetizam os dados levantados e aprofundam as discussões de alguns conceitos nucleadores dessa reflexão (narrativa, sujeitos da comunicação, mídia, cotidiano, experiência estética, identidade, entre outros), são elas: *Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver* (organizado por GUIMARÃES [et al], Editora Autêntica, 2002) e *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano* (organizado por FRANÇA & GUIMARÃES, Editora Autêntica, 2006).

a presença de uma infindável diversidade discursiva que configura atritos, reajustes e promove a convivência entre diferentes sujeitos e lugares de fala.

Convivência que não se estabelece de maneira equitativa e nem segundo os mesmos padrões de evocação uma vez que, e os resultados das pesquisas comprovaram isso, os “Olimpianos” sempre ocuparam um lugar de fala privilegiado neste jogo de interações, especialmente naquele que se processa na cena televisiva. Afirmativa que se faz mais convincente à medida que observamos que a TV brasileira, seja no espaço da telenovela e do telejornalismo, ou até mesmo nos shows e programas de auditório, sempre teve como protagonistas históricos de sua programação as pessoas famosas, tais como os astros de novela, os ídolos do esporte, milionários, modelos, políticos proeminentes e *socialites*. Ao lado deles, compondo algumas vezes a programação da TV na condição de coadjuvante, mas certamente sempre assistindo e acompanhando o conteúdo dos meios (esse sim definido como o *seu* lugar) está o “homem comum”, o não-famoso, o não-olimpiano, aquele que, além de não possuir traços distintivos, também não se converte em objeto de adoração, representação ou identificação. Em contrapartida, definem-se como os grandes responsáveis pela instituição dos processos de culto ao outro (de culto aos próprios Olimpianos). Não por acaso:

É esse homem, o homem comum, que cria os personagens (os famosos apenas se tornam estrelas quando são queridos e desejados pelos fãs), que lhes dá força e os faz viver nos meios de comunicação. E assim o homem comum é feliz, mas não pela consciência de criar personagens, mas pelo fato deles existirem e lhes proporcionarem modelos para consumo e construção de vida. Com isso sua vida passa a ser dupla: meio real, meio fantástica. Mistura momentos de sonhos com a dura jornada de trabalho de seu anonimato. Como um homem marginalizado, ele deve sempre servir e só participar de decisões ou grandes eventos através da aproximação que os meios lhes proporcionam. (GRIS, 2003, p.341-342).

Quadro de referências que sofre uma guinada prático-subjetiva em meados da década de 1990, quando a consolidação dos programas “superpopulares” - ou popularescos - se efetiva no cenário brasileiro, trazendo consigo, agora como estrela, o homem do povo. *“Explorando dramas pessoais e familiares, resgatando flashes do dia-a-dia, tais programas trazem para a tela o cidadão comum, as aspirações e agruras que assombam e alimentam as chamadas “classes populares” (população de baixa renda e precárias condições de vida”*. (FRANÇA, 2006a, p.7).

Reposicionamento de diretrizes que, contudo, não deixa de separar e tornar ainda mais nítidos os diferentes lugares de representação simbólica ocupados pelos dois pólos

sócio-culturais aqui em voga: o dos “olimpianos” e o do “homem do povo”. Isto porque, mesmo tornando-se protagonista do cenário televisivo, o homem comum, o cidadão da rua não se converte em um olímpiano, não assume o papel da estrela. Em primeiro lugar, e quem nos alerta para isso são os pesquisadores acima referidos, pela instantaneidade de seu momento de visibilidade - o homem simples é vedete por um dia, ocupa o espaço da fama por alguns minutos - ele não garante sua onipresença por meio da exposição freqüente no conteúdo da programação. Em segundo lugar, pelo tratamento que lhe é dispensado ao longo dos programas: a mediação do apresentador, o lugar que ocupa no cenário, o momento e o tempo de sua inserção, etc. E, em terceiro, pelo tipo de aparição, pelo tipo de papel que desempenha dentro da programação superpopular.

Assim observado, nos tornamos aptos a apontar que esse formato/modalidade de incursão do “povo na TV” se dá pelo signo da ausência: ausência de referências, de conhecimentos, de hábitos adequados, de senso estético, de *cultura*. Olhar preconceituoso sustentado pela crença de que os pobres não têm acesso à cultura impressa, ao cinema, ao teatro ou às belas-artes, ao conhecimento histórico e, inclusive (e em decorrência), à reflexão e à consciência crítica. São estes os argumentos de FRANÇA (2006a, p.39), que estabelece ainda a seguinte consideração: “*como lugar de falta, eles são objeto tanto de desprezo como de zelo pedagógico (estimulando iniciativas de natureza educacional que visam a levar a cultura aos diversos tipos de excluídos)*”. Percebemos ainda hoje, em maior ou em menor medida, a reverberação desses traços em programas como: *Domingão do Faustão; Balanço Geral; TV Verdade; Pânico na TV, Programa Raul Gil, O melhor do Brasil, Casos de Família* e em seus precursores: *O povo na TV; O homem do sapato branco; Programa Sílvia Popovic; Hora da Verdade; Brasil Urgente e Programa do Ratinho*<sup>5</sup>.

5 Ainda no âmbito das pesquisas promovidas pelo GRIS (2003, p.344), observou-se que a presença de pessoas comuns na grade televisiva brasileira, sobretudo por meio dos programas superpopulares (PSPs) se dá a ver a partir de cinco situações modelos: a) *o modelo do “circo”*: a pessoa passa por uma situação engraçada ou constrangedora no ar, ou vai para exibir características físicas bizarras (doenças, anormalidades) - enfim, se apresenta como se fosse uma atração circense; b) *o modelo do “tribunal/divã”*: a pessoa leva seus problemas pessoais e os expõe no programa (necessidade de exame de DNA, briga conjugal, problemas amorosos) na esperança de ouvir conselhos ou receber ajuda para resolver a questão; c) *o modelo da “máquina de sonhos”*: a pessoa vai ao programa para ver se tem algum desejo atendido (construir uma casa, conhecer um ídolo, rever a família); d) *o modelo dos “games”*: pessoas comuns participam de gincanas, torneios, disputas das mais variadas naturezas, com o objetivo de conseguir o prêmio oferecido ao vencedor; e) *o modelo das “vítimas”*: pessoas expressam seu sofrimento ou revolta em relação a casos de assassinato, estupro, seqüestro e outros atos praticados por criminosos, em depoimentos muitas vezes emocionados. Cada uma destas formas de aparição das pessoas comuns nos PSPs se constrói tendo por referente a definição de uma apresentação e uma atuação específica, ainda que perpetrada por distintos personagens.

Neste sentido, e pensando a comunicação midiática como uma instância de produção de sentido inscrita em um contexto relacional, é inegável que, em seu conjunto, todos esses programas se alimentam e são responsáveis por dar a ver diversas modalidades de narrativas do cotidiano. Em razão disso, e apreendendo o cotidiano como o lugar da experiência do vivido, das partilhas e dos enfrentamentos, da resistência e da criatividade e também como lugar de constituição de laços de sociabilidade e de solidariedades reciprocamente referenciadas a partir de experiências encarnadas no concreto, as narrativas por eles erigidas, bem ou mal, dizem e nos remetem “*para a dramaticidade do mundo real, e para os movimentos (as convulsões e ruídos) que compõem esse mundo*” (FRANÇA, 2005, p.87).

Assertiva que nos impele a retomar as reflexões levadas a cabo por Michel de Certeau e demarcar que esse “homem do povo” não é tão passivo quanto o caracterizam e que seu universo simbólico não pode ser lido apenas como algo grotesco, raso, primitivo ou inativo. Quando lhe dão voz, ele geralmente se desloca do lugar ao qual estava destinado a ocupar, insere elementos que contam outras histórias sobre si e sobre seu cotidiano. Em suma, tece narrativas dissonantes e, através do desvio, das rasuras, dos silêncios e hiatos produzem “cultura”, cultura carregada de sentido de vida. Sendo assim, as observações da pesquisadora acima mencionada endossam nosso argumento de que longe de constituir-se como um domínio próprio e autônomo, ou como um espaço de carência, os princípios estruturadores do popular - da cultura popular - são as tensões e oposições entre aquilo que pertence ao domínio central da cultura dominante e as formas culturais das classes dominadas; “*são as forças e relações que estabelecem e sustentam a distinção e a diferença das formas culturais*”. (idem, p.102).

Colocado dessa maneira, como não levantar aqui as seguintes questões: que lugar ocupa essa “cultura popular” no cenário midiático? Ela se apresenta ou é representada nos mesmos espaços e moldes que o “homem do povo”? Suas reverberações e modulações também se fazem notar pelo signo da ausência e do grotesco?

Responder a tais questões implica tomarmos como ponto de partida que o adjetivo “popular” que se mostra acoplado ao substantivo cultura diz respeito também “*a um tipo de produção que apresenta um modelo de criação e um padrão de qualidade próprios*” (FRANÇA, 2005, p.97) e que, em virtude disso, comporta e expressa traços, imagens e articulações discursivas singulares que resgatam e estabelecem marcos representacionais e distintivos com conotações largamente positivas.

Diferentemente da idéia de *popularesco*, essa modalidade de compreensão do popular acena para outras paragens de significação. Afastando-se do domínio do grotesco e da carnavalização, a cultura popular é tomada, nesse outro sentido, como um universo simbólico modulado pela tradição, postando-se, em virtude disso, como um discurso vivo onde se congregam os conhecimentos e as experiências de toda uma coletividade. Isto porque, ao conservar e perpetuar práticas, gestos e rituais, esse discurso também modela a identidade popular.

Nestes termos, por apresentar-se “*marcada pela inventividade, vivacidade e inquietação, desmistificando assim, visões consagradas que o consideravam inculto, ignorante, passivo e, portanto, incapaz de produzir qualquer coisa de valor nos espaços da cultura e da arte*” (MATOS, 2001, p.77-78), a cultura popular, aliada com a tradição, presta, por um lado, homenagem aos antepassados e, por outro, veicula um *modus* muito peculiar de compreender e interagir com as forças naturais incompreensíveis. Reverberações ou formas de imbricação da experiência coletiva que tem por finalidade acomodar as vicissitudes da vida sócio-cultural, transcendendo, pois, o âmbito estritamente rural, caboclo ou rústico para ganhar contornos nitidamente mais amplos. Portanto, e não por acaso, esse sentido atribuído ao popular:

Por vezes é tomado como sinônimo de nação (associado à idéia de identidade - é nesse sentido que falamos de uma “verdadeira” ou “autêntica” cultura popular brasileira). [...] É também nesse sentido que falamos em MPB (Música Popular Brasileira); e quando apresentamos Pixinguinha ou Chico Buarque como exemplos dessa produção, é cheio de orgulho que o fazemos (nesta perspectiva, o popular espelha o melhor de nós, uma exemplaridade que nos permite idealizar nossa essência). (FRANÇA, 2006a, p.39).

Imbuída desses outros sentidos, a “cultura popular” se converte e passa a ser apresentada como algo que permanece e cria raízes, como instância do simbólico que promove formas próprias de interação com o mundo, e que possui, graças ao seu potencial congregador, a incrível capacidade de tecer identidades. Modalidade de compreensão que aponta para o fato de que, apesar de relegados a uma espécie de marginalidade, os produtos e manifestações tradicionalmente classificadas como populares “*exibem*

*uma tal exuberância criadora, uma tal riqueza de temas e motivos, que não é possível ignorá-los*” (MATOS, 2001, p.88), razão pela qual acabam por se fazer representar como o lugar da tradição<sup>6</sup> e da experiência<sup>7</sup>.

Referencial que lhe institui outro lugar de visibilidade no cenário midiático, bem como outros modelos de exibição, inclusive de exibição televisiva. Se o homem do povo aparece em programas de auditório e em quadros jornalísticos de caráter sensacionalista e de entretenimento, a cultura popular, tal qual compreendida acima, é objeto da pauta de documentários; minisséries; de reportagens e de programas especiais; de um jornalismo mais informativo e mais preocupado com aspectos relacionados à história e à cidadania. Razão pela qual se exhibe segundo um padrão estético muito mais elaborado, sendo este endossado por exaustivo trabalho de pesquisa, tanto informacional quanto imagética. É isso que apreendemos em inúmeras produções e episódios de programas como *Terra de Minas* (Globo); *Diverso* (Rede Minas); *Globo Rural* (Globo); *Caminhos e parcerias* (TV Brasil); *Ação e Globo Cidadania* (Globo); *Som Brasil* (Globo); *Senhor Brasil* (TV Brasil); *Arrumação* (Rede Minas) e também das seguintes minisséries: *Hoje é dia de Maria* (Globo); *O auto da Compadecida* (Globo); *Grande sertão: veredas* (Globo); *Romance da pedra do reino* (Globo), entre tantas outras.

Assim colocado, e evocando o postulado de que toda manifestação cultural estrutura-se tendo por elemento de sustentação um universo simbólico que se dá a ver através de práticas, discursos e representações, podemos dizer que as duas modalidades de encarar/encenar o “popular” aqui relatadas - como grotesco, inativo e raso de um lado ou como autêntico e da ordem da experiência e da tradição de outro - são modulações exclusivamente midiáticas?

6 Para assim ser apreendida, é importante que não nos esqueçamos que: “*ao conservar e perpetuar práticas, gestos e rituais, a tradição também modela a identidade popular. Por um lado, a cultura popular, com a tradição, presta homenagem aos antepassados e, por outro, veicula um modus muito peculiar de compreender e interagir com as forças naturais incompreensíveis. Nesse caminho, a tradição se mantém através dos ritos e conhecimentos populares, onde se assenta e se propaga*”. (NASCIMENTO, 2011, p.52).

7 Reportamo-nos aqui ao conceito benjaminiano de *experiência*: dimensão prática e sensível do conhecimento que se converte na “*matéria-prima da tradição, tanto na vida privada quanto na coletiva*” (BENJAMIN, 1994, p.105). Não diz respeito, pois e tão somente, a um modo de pensar, de normas, conselhos e representações objetivas que poderiam ajudar um indivíduo particular se ligar a um dado tecido coletivo, mas também, e, sobretudo, a certo modo de sentir, de acolher, de assimilar e refletir uma série de códigos que não seriam passíveis de serem decodificados apenas pela razão, uma vez que se encontram associados às atividades de rememoração que instauram a possibilidade de o passado individual se inserir no contexto mais amplo da comunicação entre as gerações sucessivas que formam a tradição.

Claro que não. As narrativas midiáticas não se constroem no/do vazio. Para se postar enquanto instâncias de mediação da vida social elas necessitam da presença do outro, o que implica ressaltar que são estruturadas em e a partir de um universo reciprocamente referenciado. Ou seja, as narrativas midiáticas são construções que se alimentam da cultura e refletem a própria cultura: as experiências que ordenam seus sentidos; as relações que se estabelecem entre os sujeitos; os marcos simbólicos dos quais se alimenta e os gestos que promovem sua reverberação social. São, pois, instâncias dotadas de uma dupla reflexividade:

Uma primeira é interna: ao comunicar, tanto formatamos idéias (um conteúdo proposicional, uma leitura do mundo) quanto uma relação (estabelecemos o estar com outro, um padrão de sociabilidade). Esses dois pólos interferem-se mutuamente: o conteúdo proposicional altera a relação, a relação altera o conteúdo. Ou seja: a comunicação age sobre ela mesma; é da ordem da contingência e define-se no ato mesmo de se realizar. Mas para que ela se estabeleça, instaura-se também uma reflexividade de segundo grau, que convoca a interferência de um “terceiro”: o pólo da cultura ou do outro (o terceiro simbolizante). A comunicação efetiva-se a partir de um universo comum partilhado, que ordena a estrutura de papéis e a materialização do conteúdo proposicional. A realização da comunicação permite o acesso a esse universo comum compartilhado e atua sobre ele, que é investido nessas realizações concretas. (GUIMARÃES; FRANÇA, 2006, p.91).

Portanto, o que se pretende enfatizar aqui é que quando olhamos para as distintas modulações da cultura popular que se fazem notar no domínio midiático estamos, de alguma forma, contemplando os pólos de reverberações - as junções, rupturas, identificações e estranhamentos - que também se dão a ver e se fazem sentir no conjunto geral dos valores conformados por uma sociedade. Seria este o argumento que buscávamos para explicar o estranhamento de Zabé da Loca? As palavras de suspeição proferidas por nossa personagem estão ligadas, de alguma maneira, às polarizações de sentido que perpassam o universo da cultura popular e do lugar de fala reservado ao “homem do povo” no âmbito da cultura brasileira e do cenário midiático nacional? Tecemos mais algumas considerações acerca destas questões nos parágrafos que se seguem.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

*Que povo, o desse baixio, dum sertão, das brenhas!*

(ROSA, 1984a, p.147)

Na dureza das pedras crescem cactos, na aridez do cenário surgem personagens que só o sertão parece fazer brotar.

(Helen Martins, repórter do Globo Rural).

Que personagens são esses? Segundo Darcy Ribeiro (1995, p.339-363), o sertanejo é um “tipo particular” do segmento populacional brasileiro marcado pela especialização pastoreira, pela dispersão espacial e por traços característicos identificáveis em seu modo de vida, na organização da família, na estruturação do poder, na vestimenta típica, nos folguedos estacionais, na dieta, na culinária, na religiosidade singela que tende ao messianismo fanático, no carrancismo de hábitos, no laconismo e na rusticidade, na predisposição ao sacrifício e à violência. Por lidar constantemente com a seca, a pele marcada pelo sol escaldante do sertão, o esqueleto ossudo e a baixa estatura se tornam as características físicas mais marcantes desse povo.

No caso específico do presente texto, nossa personagem, também uma sertaneja, poderia ser retratada pela composição dos seguintes termos: mulher; idosa; analfabeta; nordestina; viúva; mãe de três filhos (uma menina que foi criada por outra família e dois homens: um doente e um segundo que já morreu). Moradora de um assentamento rural que passa os dias a contemplar a paisagem áspera do sertão, ela é também uma tocadora de pífano, instrumento de sopro cujo som lembra o de uma flauta. Assim descrita, como pensar que tal mulher tornar-se-ia, um dia, enredo de uma matéria jornalística? Questão intrigante, formulada com estranhamento até mesmo pela própria Zabé da Loca: “*E só! Mas a pessoa vem d’um canto só pra conhecer uma beleza dessas?*”.

Longe de se inserir na categoria dos sujeitos que portam os atributos identificáveis em um “Olimpiano”, dois marcos biográfico despertaram o interesse da equipe do Globo Rural que se deslocou de São Paulo até o sertão paraibano para contar sua história: o primeiro, que também explica o sentido de seu nome - Zabé da Loca -, nos revela que por 25 (vinte e cinco) anos essa mulher teve como única moradia, sua e de seus filhos, uma gruta formada pelo encontro de duas rochas. Acontecimento marcante e ainda tão vivo em sua memória que o último sonho que acalenta aos 86 anos é o de um dia poder

voltar a habitar o único espaço que considera seu de verdade. Sonho revelado no exato momento em que transpõe, com auxílio da repórter, a entrada de “sua gruta”:

Aqui eu plantava milho, plantava feijão, punha aí tudo... É que eu não posso trabalhar mais não, porque se eu pudesse trabalhar eu tava era aqui! Aqui é meu! Aqui eu comprei e lá foi o INCRA que deu<sup>8</sup>. [...] Meu sonho? Meu sonho... eu ainda vou trazer tudinho pra aqui de novo. Eu vou mudar pra aqui. (Zabé da Loca, em reportagem do Globo Rural).

Por sua vez, o segundo marco que singulariza a vida de nossa personagem liga-se a uma habilidade pessoal e ao seu reconhecimento institucional: tocadora de pífano desde tenra idade, Zabé da Loca recebeu em 2009 (aos 85 anos) o prêmio de Revelação da Música Brasileira. Honraria que, além de projetar sua banda nacionalmente, acabou por conferir certa visibilidade à música e a alguns dos gestos tradicionais que perpassam a cultura popular do sertanejo nordestino. Neste sentido, o reconhecimento, as viagens e shows pelo Brasil mudaram a vida de Zabé e de muita gente ao seu redor: hoje ela mantém uma escola de música onde ensina pífano para crianças que vivem no assentamento Santa Catarina, e seus companheiros de banda dedicam-se a inseri-las - as crianças - no universo da cadência e da percussão; dos ritmos e sons que demarcam/promovem uma incursão pelo sistema simbólico daquela região.

História de vida, ações cidadãs, reconhecimento institucional que certamente são dignos de nota e que alcançariam boa repercussão no cenário midiático. Por que então o estranhamento de Zabé da Loca frente às palavras da repórter: “*Vim de São Paulo só para conhecer a senhora*”? O homem do povo e a cultura popular não merecem ocupar esse espaço?

De acordo com os insumos e pressupostos aqui apresentados, sobretudo aqueles que dizem das relações historicamente instituídas entre mídia e cultura popular, bem como sobre os lugares de fala que os meios de comunicação brasileiros têm consagrado ao “homem do povo”, nos tornamos aptos a defender que o cerne dessas questões não aponta de maneira *stricto senso* para uma problemática do merecimento, da validade de ocupação deste espaço, mas sim para a dualidade das modulações e representações que são utilizadas, formatadas e reverberadas pelos dispositivos midiáticos quando se referem ou trazem à cena tal universo simbólico.

8 Referência a uma casa azul locada no Assentamento Santa Catarina que ela recebeu do INCRA durante processo de reforma agrária.

Modulações, representações e reverberações que, e é preciso que isso fique claro, não circulam exclusivamente na cena televisiva, nas páginas de um jornal específico ou nas malhas virtuais das redes eletrônicas. Enquanto referenciais normativos e valorativos, elas também pairam e se fazem notar nos distintos entrecruzamentos históricos, políticos e culturais que orientam as dinâmicas da vida social.

Neste sentido, se a cultura popular e o homem do povo sempre foram tratados como uma instância simbólica à parte dos meios de produção eruditos e letrados, por que esperar que essa memória histórica não se reverbere no imaginário social e nos sistemas projetados para lhe dar visibilidade? Orientados por essa última indagação, tornar-se-á possível precisar que o estranhamento de Zabé da Loca é uma problemática que exige, para sua solução, um olhar de cunho mais historiográfico, psicológico ou antropológico, e não propriamente comunicacional?

Talvez sim. Contudo, quando se diz que a esfera midiática é também um espaço de produção de sentido, de criação de laços de sociabilidade, de experimentação do vivido (porque é neste lugar, de encontro e embate com o outro mediado simbolicamente, que as significações são constituídas e ganham razão de ser), diz-se também que o olhar comunicacional está apto a participar deste diálogo. É, pois, a partir desse olhar que suspeitamos que o estranhamento de nossa personagem não se dirige de maneira irrestrita e direta à mídia, à televisão ou à repórter do Globo Rural, mas sim ao sistema cultural brasileiro e às construções discursivas e conceituais historicamente responsáveis por edificar um mundo à parte para a cultura popular e para o “homem do povo”. Um mundo que se exhibe ora com contornos positivos, ora negativos; que se dá a ver tanto por imagens grotescas quanto sob a ótica da tradição e da experiência. Um mundo simbolicamente estruturado que se modula por meio de práticas, sons, imagens e discursos que podem ou não alcançar algum grau de reverberação midiática. Caso alcancem, e foi isto que se tentou mostrar aqui, tais reverberações serão por vezes estruturadas, assim como em outras esferas sociais, como excêntricas e inativas, já em outras, rompendo com os determinantes sócio-históricos, se exibirão como de fato o são: carregadas de sentido de vida.

Sendo assim, se em um primeiro momento a história de Zabé da Loca é contada pelo que ela comporta de excentricidade - o fato de ter vivido 25 anos em uma gruta - suas aptidões artísticas, seus gestos e suas falas lhe conferem a capacidade de se movimentar para outros domínios de significação, sobretudo o da tradição e o da experiência que

conferem visibilidade à cultura popular do sertanejo nordestino. Deslocamento que, em suma e de fato, acaba por descortinar formas, representações, normas e valores que não são produzidos e veiculados exclusivamente pelos dispositivos midiáticos, uma vez que também estes estão pautados e ancorados por/em quadros de sentidos e dinâmicas de construção da realidade forjados social, histórica, cultural e relacionalmente.

## REFERÊNCIAS

ALMEIRA, Danny Marchesi de. Programa do Ratinho: a aparição do grotesco. In: FRANÇA, Vera R. Veiga (Org.). *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.125-142. (Comunicação & Cultura; 4).

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. 6. ed. São Paulo: Hucitec ; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2008. (Linguagem e cultura; 12).

BENJAMIN, Walter. Experiência e pobreza. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.114-119. (Obras escolhidas; 1).

BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.197-221. (Obras escolhidas; 1).

BENJAMIN, Walter. Paris, capital do século XIX. In: *Passagens*. Belo Horizonte: UFMG ; São Paulo: Imprensa Oficial, 2006, p.53-67.

BORNHEIM, Gerd. [et al]. *Cultura brasileira: tradição contradição*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar / FUNARTE, 1987.

BOSI, Alfredo. Colônia, culto e cultura. In: *Dialética da colonização*. São Paulo: Companhia das letras, 1995, p.11-63.

BOSI, Alfredo. Cultura como tradição. In: BORNHEIM, Gerd. [et al]. *Cultura brasileira: tradição contradição*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar / FUNARTE, 1987, p.31-58.

BOSI, Ecléa. Entre a opinião e o estereótipo. *Novos estudos*, CEBRAP, São Paulo, n.32, março, 1992, p.111-118.

BRETAS, Beatriz. Interações cotidianas. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.29-42. (Comunicação e cultura; 3).

BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna: Europa, 1500-1800*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CASCUDO, Câmara. *Folclore do Brasil*. Rio de Janeiro: Fundo de cultura, 1967.

CASCUDO, Câmara. *Tradição, ciência do povo*. Perspectiva: São Paulo, 1971.

CASCUDO, Luís da Câmara. *Cinco livros do povo: introdução ao estudo da novelística no Brasil*. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 1953. (Documentos Brasileiros; 72).

CASCUDO, Luís da Câmara. *Literatura oral*. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 1952. (Documentos Brasileiros; 63).

CASCUDO, Luís da Câmara. *Vaqueiros e cantadores*. São Paulo: Itatiaia/EDUSP, 1984.

CATENACCI, Vivian. Cultura popular: entre a tradição e a transformação. *São Paulo em perspectiva*, 15(2), 2001, p.28-35.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994, 2v.

CERTEAU, Michel. *A cultura no plural*. Campinas: Papirus, 1995. (Travessia do século).

CHARTIER, Anne-Marie; HÉBRARD, Jean. A invenção do cotidiano: uma leitura, usos. *Proj. História*, São Paulo, (17), p.29-44, nov. 1998.

CHARTIER, Roger. Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v.8, n.16, 1995, p.179-192.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. 11. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2006.

DURHAM, Eunice Ribeiro. *A dinâmica da cultura: ensaios de antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

EAGLETON, Terry. *A idéia de cultura*. São Paulo: UNESP, 2005.

FRANÇA, Vera R. Veiga (Org.). *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006a. (Comunicação & Cultura; 4).

FRANÇA, Vera R. Veiga. Comunicação, sociabilidade e cotidiano: o fio de Ariadne, a palavra na rua. In: FAUSTO NETO, A.; PINTO, M. J. (Orgs). *O indivíduo e as mídias*. Rio de Janeiro, 1996, p.103-111.

FRANÇA, Vera R. Veiga. Formas e relações: a aparência como existência frente ao outro. In: FREIRE, Marcio (Org.). *Mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1997, p.331-337.

FRANÇA, Vera R. Veiga. Problemas metodológicos e conceituais na análise de programas populares de TV. In: CAPPARELLI, Sérgio; SODRÉ, Muniz; SQUIRRA, Sebastião (Orgs.). *A comunicação revisitada*: livro da XIII Compós. Porto Alegre: Sulina, 2005, p.85-118.

FRANÇA, Vera R. Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato C; FIGUEIREDO, Vera L. F. (Orgs.). *De. Comunicação, representação e práticas culturais*. Rio de Janeiro: PUC-Rio ; Aparecida: Idéias & Letras, 2004, p.13-26.

FRANÇA, Vera R. Veiga. Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação. In: BRAGA, José Luiz; FAUSTO NETO, Antônio; PORTO, Sérgio D. (Orgs.). *A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995, p.55-65.

FRANÇA, Vera R. Veiga. Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006b, p.61-88. (Comunicação e cultura; 3).

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1998. (Ensaio latino-americanos; 1).

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2005.

GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GRUPO DE PESQUISA EM IMAGEM E SOCIABILIDADE - GRIS. *Narrativas do cotidiano: na mídia, na rua - relatório final do projeto integrado de pesquisa*. Belo Horizonte, 2003, v.1, 362p. Disponível em: [www.fafich.ufmg.br/gris](http://www.fafich.ufmg.br/gris); Acessado em: 15/08/2009.

GUIMARÃES, César [et al]. *Imagens do Brasil: modos de ver, modos de conviver*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. Experimentando as narrativas no cotidiano. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.89-108. (Comunicação e cultura; 3).

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais no nosso tempo. *Educação & Realidade*, Rio Grande do Sul, v.22, n.2, jul./dez., 1997, p.15-46.

HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do “popular”. In: *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG ; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, p.247-264.

HALL, Stuart. Raça, cultura e comunicações: olhando para trás e para frente dos estudos culturais. *Proj. História*, São Paulo, (31), p,15-24, dez. 2005.

IANNI, Octavio. Cultura popular. *Revista do patrimônio histórico e artístico nacional*. Brasília, n.22, 1987, p.30-32.

MATOS, Edilene Dias. Cultura popular: reflexões. In: ALVES, Paulo César (Org.). *Cultura: múltiplas leituras*. Bauru: EDUSC ; Salvador: EDUFBA, 2001, p.77-92.

MUNGIOLI, Maria C. P. Minisséries brasileiras: um lugar de memória e de (re) escrita da nação. In: COLÓQUIO BINACIONAL BRASIL-MÉXICO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2, 2009, São Paulo. *Anais do II colóquio binacional Brasil-México de ciências da comunicação*. São Paulo, 2009, p.1-16.

NASCIMENTO, Neuber Fernandes. *A cidade lembrada: um estudo sobre a memória subjetiva e social*. 2001. 426f. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

RIBEIRO, Darcy. O Brasil sertanejo. In: *O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p.339-363.

ROSA, João Guimarães. *Manuelzão e Miguilim*. 9. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984a.

ROSA, João Guimarães. *No Urubuquaquá, no Pinhém*. 7. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984b.

VILHENA, Luis Rodolfo. O popular visto das margens: cultura popular e folclore em van Gennep e Bakhtin. In: *Ensaio de antropologia*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1997, p.51-96.

WILLIAMS, Raymond. A imprensa e a cultura popular: uma perspectiva histórica. *Proj. História*, São Paulo, n.35, p,15-26, dez. 2007.

WILLIAMS, Raymond. Meios de comunicação como meios de produção. In: *Cultura e materialismo*. São Paulo: UNESP, 2011, p.69-86.

WILLIAMS, Raymond. Os usos da teoria da cultura. In: *Política do modernismo: contra os novos conformistas*. São Paulo: UNESP, 2011, p.189-209.

XIDIEH, Oswaldo Elias. *Narrativas pias populares*. São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros, 1967.

ZUMTHOR, Paul. *A letra e a voz: a “literatura” medieval*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

ZUMTHOR, Paul. *Introdução à poesia oral*. Belo Horizonte: UFMG, 2010. (Humanitas).

ZUMTHOR, Paul. *Tradição e esquecimento*. São Paulo: Hucitec, 1997.

Artigo recebido: 19 de junho de 2012

Artigo aceito: 31 de julho de 2012