

Polêmicas e indagações acerca de classificações da cultura: alta, baixa, folk, massa

RAIMUNDO MARTINS
PABLO PASSOS SÉRVIO

Resumo

Fundamentado nas perspectivas dos Estudos Culturais e da Educação da Cultura Visual este artigo se propõe a discutir as relações entre “cultura folk” e “alta cultura” traçando uma trajetória síntese desses conceitos. Utilizando a noção de ‘autenticidade’ como premissa que define as manifestações de matrizes da alta cultura, o texto examina argumentos que se contrapõem à ideia de “cultura de massa” ou, “baixa cultura”, explicitando o modo como elas depreciam a noção de “popular urbano” ao mesmo tempo em que privilegiam uma auto expressão intelectualizada baseada em referências legitimadas por críticos e autores especializados em repertórios restritos à história da arte.

Palavras chave:
Classificações de cultura,
poder, imagens

Polemics and questions concerning culture classifications: high, low, folk, mass

RAIMUNDO MARTINS
PABLO PASSOS SÉRVIO

Abstract

Based on Cultural Studies and Visual Cultural Education's perspectives, this article discusses the relations between "folk culture" and "high culture" delineating a synthetic overview of these concepts. Taking the notion of authenticity as premise which defines manifestations of high culture arrays, the article examines arguments that oppose the idea of "mass culture" or, "low culture" explaining how they belittle the notion "popular urban" while privileging intellectualized self-expression in accordance to references legitimated by critics and authors specialized in restricted repertoires of art history.

Keywords:
Classifications
of culture, power, images

Estudiosos da cultura visual tem defendido e ao mesmo tempo reconhecido a multiplicidade de modos como imagens e artefatos visuais afetam a vida cotidiana dos indivíduos nos níveis macro e micro produzindo incessantes expectativas e contradições. Esses processos tem sido impulsionados pelo tráfego contínuo de capital e investimentos que circulam sem impedimentos territoriais transformando o ciberespaço num espaço social de convívio, diálogos, disputas e contestação. Podemos configurar o ciberespaço como um conjunto de relações sociais mediadas por fluxos tecnológicos de informação onde ideias, imagens, conceitos, capitais e investimentos orbitam por espaços virtuais deixando registros e pegadas que podem se materializar a qualquer momento nas telas de computadores. Assim, o ciberespaço transforma-se em sítio virtual onde se articulam uma diversidade de práticas culturais apresentando ideias e valores construídos por diferentes grupos de uma sociedade capitalista que se torna cada vez mais competitiva e sedutora ao mesmo tempo em que produz significados e veicula sentidos e símbolos econômicos, políticos, culturais e sociais.

Podemos dizer que a fragilização de matrizes culturais e institucionais tradicionalmente conhecidas – família, escola, trabalho, estado, igreja - associada à “fragmentação do saber” e à “criação de conhecimento contextualmente específico” (MEYER e PARAÍSO, 2012, p. 12) caracteriza e potencializa práticas culturais da pós-modernidade conectadas a avanços tecnológicos/digitais que configuram esta nova arquitetura de relações. Essas práticas, ao mesmo tempo em que oferecem um amplo leque de informações, podem definir e/ou impor significados, revelando uma capacidade de agregar e integrar indivíduos, influenciando e, com frequência, con-

dicionando modos de pensar e conceber o mundo, condição que gera questões e implicações preocupantes.

Primeiro, porque o ciberespaço possibilita uma distribuição de informações desiguais em termos de *acesso* e *participação*, apesar de projetar uma forte sensação de livre acesso. Segundo, essa pós-modernidade tecnológica processa e manipula temporalidades através de formas visuais multimodais – que utilizam várias modalidades de linguagem em sua estrutura (palavras, imagens, sons, etc.) – ao mesmo tempo em que provoca deslocamentos perceptivos, conceituais e afetivos que se constituem a partir de relações virtuais interpessoais. Esses avanços vivenciados por meio da diversidade de aparatos tecnológicos geram uma sensação de hiper mobilidade que se concretiza como extensão e, principalmente, como uma espécie de ampliação e multiplicação das capacidades perceptivas, sensíveis e afetivas do corpo.

Diante dessas transformações, educadores da cultura visual não apenas constataam o impacto e as consequências irreversíveis desse processo de tecnologiação que está revolucionando os processos de comunicação e invadindo as práticas culturais, mas, também, reconhecem a urgência de estudar e buscar compreender esses fenômenos. Essa incrível habilidade de distribuir e fazer circular imagens através das mídias de massa tem alterado e reconfigurado os sentidos e significados da ‘visualidade’ nas sociedades contemporâneas (MITCHELL, 2002). Novas redes e formações sociais estão sendo plasmadas a partir de tecnologias que surgem, se estabelecem temporariamente e se esvaem num horizonte ciberdigital de contínua instabilidade, sedução e fermentação criativa, econômica e social. Nesse contexto, a instabilidade decorrente da segmentação da tecnologiação da comunicação e suas práticas culturais e, em consequência, a diversidade de transformações nas formas distintas de cotidianidade, torna cada vez mais evidente a força dessa guinada societal impulsionada pelas viradas cultural, imagética e narrativa (MARTINS e TOURINHO, 2007) que caracterizam esse pós-modernismo cultural.

Fundamentado nas perspectivas dos Estudos Culturais e da Educação da Cultura Visual este artigo se propõe a discutir as relações entre “cultura folk” e “alta cultura” traçando uma trajetória síntese desses conceitos. Utilizando a noção de ‘autenticidade’ como premissa que define as manifestações de matrizes da alta cultura, o texto examina argumen-

tos que se contrapõem à ideia de “cultura de massa” ou, “baixa cultura”, explicitando o modo como elas depreciam a noção de “popular urbano” ao mesmo tempo em que privilegiam uma auto expressão intelectualizada baseada em referências legitimadas por críticos e autores especializados em repertórios restritos à história da arte.

Considerar a cultura visual não apenas como “uma atitude e uma metodologia viva, mas como um lugar de entrecruzamentos entre o que seria uma mirada cultural (visualidade) e as práticas de subjetividade que a ela se vinculam” (HERNÁNDEZ, 2012, p. 21) nos possibilita pesquisar de maneira mais sistemática, detalhada, as relações entre os artefatos da cultura visual, os relatos visuais construídos pelos que os veem e os conceitos elaborados a partir dessas relações deixando claro que “o relevante das pedagogias da cultura visual não são os objetos aos quais ela se dirige ou produz, mas, as relações que mantemos com eles”. (HERNÁNDEZ, 2012, p. 22)

Questionando o desprezo à cultura de massa e revisando conceitos de alta/baixa cultura

O desprezo pelas massas ou pela “cultura de massa” pode ser melhor compreendido ao examinarmos dois conceitos de cultura: alta-cultura e cultura folk (folclórica). De acordo com Storey (2003), estes conceitos são, de certo modo, resultado do desejo de intelectuais de várias correntes de distinguir seus ideais culturais das manifestações que consideram representativas da noção de cultura de massa. Pretendemos explicitar e discutir estes conceitos para, em seguida, relacioná-los com a posição de outros teóricos sobre a questão.

A cultura folk, por exemplo, tem sido definida como autêntica, orgânica, holística, autotélica, comunitária, agrária, rural e, por fim, memorialista. Esta é uma maneira de distingui-la daquilo que folcloristas veem nas manifestações de massa: cópias, artificialidade, mecanicismo, submissão ao lucro e a uma crença equivocada no progresso, na industrialização, na urbanização, ou seja, uma versão degradada da realidade atual. Partindo da noção de autenticidade como pressuposto primordial para definição das manifestações que merecem ser denominadas cultura, este viés folclorista se coloca frente ao popular urbano não como uma forma de oposição entre culturas. Identifica-se como “a cultura”, a alma de um povo, em contraposição ao vazio inerente às

massas. Como revela Martin-Barbero (2006), identificar o popular urbano com um vazio cultural é um mito propagado tanto por intelectuais de esquerda quando de direita. Nesse sentido o autor (2006, p. 268) explica que:

Se diante do índio a tendência mais forte é pensá-lo como primitivo e, portanto, como um outro, fora da história, diante do popular urbano a concepção mais frequente é negar pura e simplesmente sua existência cultural. Trata-se de um mito tão forte que falar em popular evoca automaticamente o rural, o camponês. E seus traços de identificação: o natural e o simples, o que seria o irremediavelmente perdido ou superado pela cidade, entendida como o lugar do artificial e do complexo. E se acrescentarmos a essa visão a concepção fatalista com que hoje se encara a homogeneização promovida pela indústria cultural, dizer urbano é falar o antônimo do popular.

Se aceitarmos os critérios de conceituação e valoração da cultura folk, pouco valor resta ao popular urbano. Assim, diante desse panorama conceitual, emerge uma pergunta: Quão sólida é e, a quem interessa legitimar esta definição? Para Storey (2003, p.13-14):

De muitas maneiras, a ideia da cultura folk era uma fantasia romântica, construída através da negação e distorção. Era uma fantasia destinada a curar as feridas do presente e salvar o futuro, promovendo a memória de um passado que tinha pouca existência fora do debate intelectual dos séculos XVIII, XIX e XX. Ali estava um mundo de autenticidade perdida, uma cultura de antes da queda da industrialização, urbanização e de inevitável visibilidade das relações de classe. Embora a cultura folk sobrevivesse na tradição oral do povo, eles realmente não entendiam o tesouro que detinham. Além disso, o povo estava desaparecendo como um grupo e, portanto, era a tarefa dos intelectuais - os verdadeiros herdeiros da cultura popular - assegurar sua continuidade, tendo em vista a utilizá-lo para resolver os problemas sociais e culturais produzidos pelo capitalismo industrial.

Ao glorificar o passado de um povo que definiam como inocente demais para entender o valor das práticas que preservavam e produziam, os intelectuais do romantismo tentavam tomar para si a legitimidade de definir um mundo ideal em contraposição ao mundo real de valores cada vez mais burgue-

ses. Por esta razão Storey (2003, p.14) define o folclorismo como uma “inclusão abstrata e uma exclusão concreta” do povo. Ainda de acordo com o autor (ibidem), o “resultado, assim que esta categoria vazia e impossível era valorizada, era a negação ativa das culturas reais vividas pelos trabalhadores, rurais e urbanos”.

A noção de alta-cultura também é extremamente importante para a definição do lugar das ideias de massa e cultura de massa na sociedade contemporânea. Segundo Eagleton (2005), este contexto abriga a defesa de que o “verdadeiro” desenvolvimento humano só poderia ser almejado no jogo auto-deleitante da imaginação e da forma, ou seja, da estética. Desse modo, fica evidente que, se comparada à noção de cultura folk ou mesmo à de cultura como civilização, a ideia de alta cultura se restringe a um aspecto bastante específico das atividades humanas – as ditas belas artes.

Podemos, ainda, pensar sobre a alta-cultura tanto nos distanciamentos quanto nos pontos de encontro com a noção de cultura folk. Para a primeira, inovação, progresso e vanguarda são um ideal; já para a segunda, contrariando este princípio, tradição e manutenção de uma “essência” é o que, de fato, importa. Se a alta cultura se define como universal, a baixa cultura orgulha-se de sua natureza local. Por outro lado, as duas constituem a ideia de autenticidade como valor fundamental na distinção em relação à cultura de massa, aqui caracterizada como industrializada e, logo, inautêntica. Contudo, enquanto para a alta-cultura a autenticidade é uma busca do indivíduo, para a cultura folk ela se caracteriza como uma particularidade do grupo. Para a alta-cultura, a autenticidade é fruto de uma auto expressão em grande medida intelectualizada, produto do desenvolvimento de um estilo próprio ao passo que, para a cultura folk, é resultado de uma imanência, é a alma de um povo, algo singular, quase instintivo.

Mas ambas – alta-cultura e cultura folk – tem outros pontos de aproximação: enquanto a alta-cultura assume a postura da arte pela arte, como afirma Eagleton (2005, p. 28), uma posição de desinteresse por tudo que não seja a livre auto expressão, a cultura folk define-se como autotélica, holística, harmônica. As duas posicionam-se como representantes de ideais nobres que, em princípio, se contrapõem à corrida desenfreada pelo dinheiro, pelo lucro, desejo que aciona e mobiliza a criação da cultura de massa.

A depreciação da cultura de massa permanece e a crítica feita pelos folcloristas sobre a sua inautenticidade continua ao mesmo tempo em que ganha novas nuances. Ao contrá-

rio dos folcloristas que criticam a cultura de massa por sua ênfase no progresso e na destruição das tradições, os representantes da alta-cultura imputam a ela a pecha de não ser inovadora, de não ser produtora, mas, apenas mera consumidora de fórmulas sensacionalistas, vulgares, pobres. De forma repulsiva, a massa se conformaria com o consumo de clichês industrialmente globalizados. Storey (2003, p. 46) chama atenção para o fato de que esta crítica não se refere apenas ao que se consome, mas, principalmente ao modo “como se consome”. O autor argumenta que (2003, p.47):

Os limites simbólicos de gosto ainda existem, assim como as hierarquias sociais que os apoiam e os tornam visíveis, mas eles cada vez mais não são baseados em exclusividade cultural, mas em um modo particular de apropriação cultural que é ao mesmo tempo intelectual e intertextual.

Desse modo, podemos concluir que o ‘mau gosto’ da cultura de massa, também chamada de baixa cultura, seria a expressão de uma falta de educação que se revela através de uma forma grupal e desordeira de consumo. Em oposição a essa postura desarmônica, trivial e até mesmo bárbara, típica das massas, o consumo cultural dos representantes da alta-cultura seria uma manifestação individual, contida, contemplativa, comportamento que exige uma análise formal e intelectualizada, que se estabelece a partir de referências (inter-textualidade) com outras imagens legitimadas por críticos e autores especializados nos repertórios da história da arte, certificando uma forma de demonstrar a amplitude e a qualidade do repertório de cada um.

Esta distinção entre *alta* e *baixa cultura* vem sendo criticada tanto pelos estudos culturais quanto pela cultura visual. John Storey (2003, p. 93-94) resume essas críticas da seguinte forma:

Os estudos culturais não se opõem à dita alta-cultura, mas se opõem à ideias de que seria uma cultura universal e imutável (simplesmente “o melhor que se pensou e disse”) e à forma como a alta-cultura é mobilizada para fazer, marcar e manter distinção social e desigualdades de classe. Sem o requerido capital para decifrar o “código” de objetos canonizados da arte, as pessoas são tornadas vulneráveis socialmente para a condescendência daqueles que tem o capital cultural requerido. O que é cultural é apresentado como natural, e, assim é usado para justificar o que é social.

Interessa-nos observar o modo como tais critérios de valor estético impõem sua legitimidade na medida em que se definem como universais, ou seja, “vê as práticas culturais que são definidas como arte como existindo de alguma forma mágica fora das contingências históricas e sociais, isto é, como transcendendo o social e o histórico” (STOREY, 2003, p.104). A categoria arte parece existir desde sempre deixando à mão seus critérios de avaliação - por exemplo, auto expressão, criatividade e autenticidade - prontos para o julgamento de qualquer objeto, obra ou produto, seja qual for, seja onde for. Opondo-se a tal ideologia e baseando-se no trabalho de Pierre Bourdieu, Heath e Potter (2004, p.125) descrevem como a alta cultura emana não de uma essência própria e superior, mas, principalmente, de práticas elitistas de distinção e distanciamento. Eles explicam que:

Através de galerias de arte e subsídios para os produtores, os governos modernos tem investido recursos significativos na promoção de educação estética para o público em geral. Porém isso melhorou de forma geral o calibre do gosto popular? Claro que não. Quando um estilo artístico se torna popular, como o grupo dos sete no Canadá ou Salvador Dali nos Estados Unidos, é simplesmente retirado do cânone de julgamento estético. Precisamente por causa da popularidade, uma apreciação desses estilos não mais serve de fonte de distinção. Assim, o “bom gosto” se move para estilos mais inacessíveis, menos familiares.

Fica evidente que a superioridade de certo tipo de gosto é atestada na medida em que se torna inacessível ao grande público. Por esta razão, Storey (2003, p. 41) argumenta que a alta-cultura se define primordialmente através da “exclusão das massas” ou, dizendo de outra maneira, da “negação da sua humanidade”. Portanto, para o autor, a distinção entre *alta e baixa cultura* não deve ser avaliada apenas tomando como critério e referência características materiais das obras, mas, esta distinção deve ser vista como uma estratégia de poder que busca ativamente legitimar as classes altas e depreciar as classes baixas. Ou seja, não é o que a elite consome que é melhor, mas, porque a elite consome, e a massa não, tais artefatos passam a ser legitimados como melhores, superiores, como símbolo de distinção.

Há de se questionar, portanto, não apenas a superioridade com que se revestem certos objetos/fenômenos que

recebem o selo de ‘artísticos’, mas, especificamente o fato de receberem esse status a partir da depreciação do gosto popular. Dessa negação da elite, ao desprezar e depreciar o direito a existência de outros gostos, neste caso os populares, nos fala Martin-Barbero (2006, p.120):

Uma classe se afirma negando à outra sua existência na cultura, desvalorizando pura e simplesmente qualquer outra estética, isto é, qualquer outra sensibilidade, que é o que em grego quer dizer estética. Afirmada na distinção, a cultura legítima rechaça antes de tudo uma estética que não sabe distinguir as formas, os estilos e sobretudo que não distinguem a arte da vida.

De acordo com o argumento de Storey (2003, p.100), a “instituição da arte é parte de uma máquina para pôr no lugar a distinção entre arte e a cultura que não é arte”. Embora polêmica, esta conclusão é importante, pois aponta para uma contradição nas críticas feitas pelos representantes da “alta-cultura” contra a massa consumidora da “baixa cultura”. Mas, se se critica a massa por conformar-se ao que lhe é disponibilizado pelos meios de comunicação, não seriam os consumidores da alta-cultura responsáveis pela manipulação de que fala Storey, ou seja, o modo como a “máquina” define, distingue e disponibiliza artefatos como arte?

Segundo Storey (2003, p.100), para que um objeto seja considerado arte “não se trata de ser cultura de uma determinada qualidade, mas antes de se conformar com as demandas mutantes das instituições de arte”. Nesse sentido, podemos afirmar que os regimes de avaliação são pré-construídos pelos gestores da máquina e, por esta razão, resta à maioria apenas a opção de adequar-se ou conformar-se a tais critérios. Storey (2003) argumenta que é necessário e imprescindível questionar o rótulo arte e não apenas aceitá-lo de antemão sem quaisquer considerações sobre suas contingências culturais e históricas. Com tais avaliações pré-digeridas, ele alerta, há o risco de que o pensamento crítico seja enfraquecido.

A cultura visual também rechaça distinções entre cultura superior e inferior que privilegiam o estudo de objetos reconhecidos como parte integrante das *belas artes*. O objetivo da cultura visual é compreender a dimensão cultural das experiências visuais - ver e ser visto. Por isso mesmo, não haveria sentido em resumir sua atividade a imagens exclusivas

de um determinado repertório. Desse modo, a cultura visual abre-se ao estudo e análise de objetos, práticas e aspectos da vida cotidiana, incluindo aqueles da cultura midiática, anteriormente e, com frequência, ignorados. Ao discutir a pertinência da substituição da palavra “arte” pela palavra “visual”, Martins (2007, p. 33) explica que:

O caráter inclusivo desta dilatação semântica abre espaço para discussão sobre as práticas culturais do ver e suas relações com a subjetividade, reconstruindo o conceito de valor num mundo sitiado por imagens que preenchem e instituem a experiência do cotidiano.

Tal inclusão é frequentemente motivo de rechaço por analistas interessados em distinções e repertórios considerados elitistas. Uma crítica frequente se baseia no fato de que a cultura visual trata as imagens – de arte, de informação, ficção, entretenimento – sem hierarquiza-las. Sobre esta crítica, Mitchell (2002, p.173) observa que “a abertura do campo geral do estudo não elimina a diferença, mas torna-a disponível para a investigação, ao contrário de tratá-la como uma barreira que deve ser fiscalizada e nunca cruzada”. O fato de aceitarmos que, nas sociedades contemporâneas, a produção e o consumo de imagens estão envolvidos em diferentes critérios de classificação não nos autoriza a concluir que essas distinções são metafísicas.

Portanto, não se trata de situar todas as imagens em pé de igualdade, como se fossem todas iguais, mas de entender que os critérios que podem defini-las como pertencentes a uma mesma categoria ou a categorias diferentes envolve sempre a mediação de repertórios culturais. Como tais repertórios são contingentes, a cultura visual busca pesquisa-los e compreender os jogos de interesse e poder nos quais estão envolvidos. Ou seja, quando pensamos a crítica de Storey sobre a ideia de arte como uma categoria de avaliação pré-definida que, se não for questionada, pode prejudicar/comprometer o pensamento crítico, concluímos que o objetivo da cultura visual e dos estudos culturais não é impor uma unidade às imagens, mas, exatamente o contrário, refletir sobre as marcações de diferença para pensar sobre os tipos de unidade ou identidade que as classificações vigentes impõem.

Neste caso, a categoria arte poderia ser criticada pela problemática que configura sua unificação. Ao abrir um livro de história da arte, veremos uma série de imagens origina-



das nos mais diferentes contextos, porém, unificada sob um único rótulo: arte. Os exemplos seguintes explicitam o argumento e a crítica em questão.

Após estas considerações, podemos perceber que as críticas à noção de cultura de massa que advêm das categorias ‘alta-cultura’ e ‘cultura folk’, assim como as críticas a essas duas categorias estão, em alguma medida, em sintonia com as análises e críticas feitas por Guy Debord (1997). Ao discutir e questionar as premissas que orientam a “sociedade do espetáculo”, os argumentos articulados pelo autor mantém relações estreitas com uma série de critérios prescritos tanto pela “alta-cultura”, quanto pela “cultura folk”. Por exemplo, sua noção tradicionalista de comunidade e o valor às noções

de autenticidade e individualidade. Isso fica evidente ao observarmos o que diz Debord sobre o consumo de objetos produzidos em massa. Para ele (1997, p.46),

O objeto que era prestigioso no espetáculo torna-se vulgar na hora em que entra na casa desse consumidor, ao mesmo tempo que na casa de todos os outros. Revela tarde demais sua pobreza essencial, que lhe vem naturalmente da miséria de sua produção.

Ainda de acordo com Debord, algo produzido em massa jamais poderia adequar-se aos critérios de autenticidade, jamais seria considerado produto da auto expressão de indivíduos livres e, conseqüentemente, teria significado inquestionavelmente inferior. Assim, um produto produzido em massa seria, por isso mesmo e em essência, pobre. Vale ressaltar que essa análise tem um caráter prescritivo porque enquadra os significados dos objetos produzidos em massa numa condição de restrição, ou seja, regulados e incrustados neles próprios.

Para Debord (1997), a compra de produtos materialmente iguais por todas as pessoas, produz apenas um “pseudo-gozo”. Mas, afinal, o que seria um gozo “verdadeiro”? Considerando o valor atribuído por Debord à individualidade, à auto expressão e à liberdade, podemos supor que para ele o meio de obter um gozo “verdadeiro” não seria pela via do consumo, mas, pela da produção. Desse modo, podemos concluir que na análise de Debord há, além de um menosprezo pela recepção/consumo, uma fetichização do momento da produção. O equívoco, neste sentido, é não ver os atos de recepção e consumo como culturalmente ativos e, ao mesmo tempo, acreditar que os significados são completamente pré-determinados no momento da sua produção.

Para a cultura visual e os estudos culturais, o significado cultural dos objetos de consumo de massa não é solidificado no ato de sua produção industrial ou nas agências publicitárias. Como diz Martin-Barbero (2006, p. 292):

O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais.

Mais importante que artefatos, textos ou imagens, são as interpretações, os usos e os modos como os consumidores os inserem em suas táticas e práticas culturais. Outra questão sobre o consumo que fica bastante clara na análise de Debord é apontada por Heath e Potter (2004, p. 98) ao explicar que as palavras de Debord não são exatamente “uma crítica ao consumismo, mas uma mera reafirmação da crítica da sociedade de massa”. Nesse contexto, o consumo de elite, individualizado, estaria fora do alcance da sua mordaz desvalorização.

Arte, alta cultura e capitalismo

Este é, também, o caso das críticas da alta cultura ao capitalismo. A relação entre arte e capitalismo é mais profunda do que os representantes da alta-cultura parecem estar dispostos a aceitar. Como afirma Storey (2003, p. 42), “as aspirações das artes por autonomia frente à igreja e ao Estado, só foram possíveis quando a literatura, a pintura e a música foram pela primeira vez organizadas de acordo com os princípios da economia de mercado”. A alta cultura modernista deve sua própria existência ao sucesso da economia de mercado capitalista que ela tanto despreza.

O mundo das artes, é importante que isso seja explicitado, não se confunde com uma bolha ascética livre do assédio e das garras do capitalismo. Como observa Eagleton (2005, p. 28), a arte “pode ser uma crítica ao capitalismo, mas é igualmente uma crítica das posições que se opõem a ele”. Em meio à ambiguidade de tal posicionamento e considerando o valor estratégico da “alta-cultura” como marcação simbólica de distinções sociais, torna-se evidente e questionável a ideologia do despropósito da arte, ou seja, a conhecida premissa que sustenta e justifica a ‘arte pela arte’. Ao expor as falácias do discurso da arte e sua suposta superioridade universal, fica claro o papel e função desses argumentos e falas como promotores de consumo, não do consumo de massa, mas, do consumo de elite.

Retornando aos argumentos e à crítica de Debord, cabe ressaltar que, para ele, o surgimento das massas representa o fim do social, mas, ainda assim fica a dúvida sobre se o que se rejeita na massificação é apenas o que nela há de opressão e/ou se o que se rejeita seria também o que ela representa enquanto uma nova forma de sociabilidade.

É nesse sentido que Martin-Barbero (2006, p. 311) explicita a necessidade de compreendermos e aceitarmos o massivo como uma nova forma de sociabilidade. Como o autor

específica, são “de massa o sistema educativo, as formas de representação e participação política, a organização das práticas religiosas, os modelos de consumo e os de uso do espaço”. Desse modo, todos somos afetados pela massificação. Porém, como explica Martin-Barbero, também é importante compreender que não vivenciamos esta realidade da mesma forma. Ele detalha este argumento (2006, p. 227, grifos do autor):

As classes altas aprenderam muito cedo a separar a demanda das massas - com sua carga de periculosidade política e também seu potencial de estimulação econômica - da oferta massiva de bens materiais e culturais “sem estilo”, pelos quais não poderia sentir senão desprezo. Para as classes médias, pequeno-burguesas, aquelas que, por mais que desejassem, não podiam distanciar-se, a massificação foi especialmente dolorosa, “porque atacava aquela ânsia de interioridade que caracterizava seus membros, zelosos de sua individualidade e de sua condição de pessoas diferenciadas”. *Para as classes populares, por outro lado, embora fossem as mais indefesas diante das novas condições e situações, a massificação trouxe mais ganhos do que perdas.* Não só estava nela sua possibilidade de sobrevivência física, como também sua possibilidade de acesso e ascensão cultural. A nova cultura, a cultura de massa, começou sendo uma cultura que não era apenas dirigida às massas, mas na qual elas encontravam retomadas, desde a música até as novelas de rádio e ao cinema, algumas de suas formas de ver o mundo, senti-lo e expressá-lo.

De maneira ousada, ao apontar vantagens existentes para as classes populares na sociedade de massa, Martin-Barbero enfrenta um dos grandes pressupostos alimentados por teóricos como Debord: qualquer cumplicidade ou submissão ao “sistema” equivaleria a nada menos do que degradação e infelicidade. Esse pressuposto, em grande medida herdeiro da psicanálise e da noção de poder apenas como censura, exclusão, impedimento e recalçamento, também desconsidera o caráter produtivo do poder, assim como identifica a crítica de Michel Foucault (1979) em *A microfísica do poder*.

Por outro lado, em relação específica ao posicionamento de Martin-Barbero, a visão de Debord também peca ao não identificar a possibilidade de sedução ou resistência nas classes populares, nas massas. Nesse sentido, nada sobre a recepção importa, ela é sempre vista como passiva e alienada, apenas as imagens são consideradas como expressões puras

de interesses dominadores, nunca atravessadas por conflitos e contradições. Em contraposição a esta associação, Martin-Barbero (2006, p.114) ressalta que:

(...) nem toda assimilação do hegemônico pelo subalterno é signo de submissão, assim como a mera recusa não o é de resistência, e que nem tudo que vem “de cima” são valores da classe dominante, pois há coisas que, vindo de lá, respondem a outras lógicas que não são as da dominação.”

Para Martin-Barbero, pensar o massivo não deve nos levar a conclusões generalistas sobre alienação ou manipulação, mas, deve, em primeiro lugar, nos ajudar a perceber “novas condições de existência e luta, um novo modo de funcionamento da hegemonia” (2006, p. 311). É necessário, portanto, uma compreensão crítica sobre a relação entre a “massa” e os produtos simbólicos dos meios de comunicação. É necessário uma compreensão crítica do popular urbano que não o caracterize como infantil, inocente, totalmente vulnerável à alienação e à manipulação, nem tão pouco o oposto, definido por Kellner (2001) como o fetiche da resistência, condição em que o popular teria quase que um instinto imanente, uma pregnância para a resistência e a subversão. De modo semelhante, as teóricas da cultura visual, Sturken e Cartwright (2001, p. 56), ao analisarem o fenômeno da interpretação, nos alertam:

Se dermos demasiado peso à ideia de uma ideologia dominante, corremos o risco de retratar os telespectadores como ingênuos culturais que podem ser “alimentados à força” de ideias e valores. Ao mesmo tempo, se enfatizarmos em demasia o potencial de interpretações que os telespectadores podem fazer de qualquer imagem, podemos fazer parecer como se todos os telespectadores tivessem o poder de interpretar as imagens da forma que quiserem e que essas interpretações serão significativas em seu mundo social. Nesta perspectiva, perderíamos qualquer sensação de poder dominante e de suas tentativas para organizar nossos modos de olhar. Os significados das imagens são encaixotados em uma relação complexa entre os produtores, os telespectadores, a imagem ou texto e contexto social. Porque os significados são produzidos a partir dessa relação, há limites para a agência de interpretação de qualquer membro deste grupo.

Não somos totalmente dominados, nem totalmente dominadores. Por esta razão a proposta de Martin-Barbero (2006, p. 268), de compreendermos o popular urbano enquanto trama, “entrelaçamento de submissões e resistências, impugnações e cumplicidades”, ganha importância. Dimensionada e analisada deste ponto de vista, a sociedade deixa de ser simplesmente um sistema de imposições verticais e passa a ser tratada como uma rede de negociações e disputas entre diferentes matrizes culturais marcadas por desigualdades de poder simbólico e econômico. Nesse sentido a sociedade torna-se mais complexa, porém, menos sinistra do que sugere o pensamento de Debord.

Notas de conclusão

Esta discussão sobre as imagens, os sentidos e polêmicas que envolvem os termos alta/baixa cultura, cultura de massa e cultura folk, desenvolvida a partir das contribuições dos campos da Cultura Visual e dos Estudos Culturais nos ajuda a compreender que análises sobre a experiência com imagens e artefatos visuais na cultura contemporânea não devem se limitar apenas às noções de manipulação, alienação e degradação.

Em primeiro lugar, destacamos que não desejamos negar a influência do espetáculo, da cultura de massa e do processo de tecnologiação na construção de nossos repertórios culturais, mas, rechaçar o argumento de que hoje, as práticas incorporadas nesses processos são únicas e/ou decisivas na formação de nossas identidades. Igualmente, rechaçamos a ideia de que tudo aquilo que se difunde, é aceito de forma passiva, alienadamente. Em segundo lugar, argumentamos que é importante observar não apenas a dimensão ativa da recepção das imagens e artefatos visuais, mas, principalmente, o modo como eles falam das matrizes culturais, dos receptores, sejam eles da alta/baixa cultura, da cultura folk e de massa e não apenas dos interesses de emissores “dominadores”.

O popular urbano não deve ser caracterizado apenas como uma “multidão de isolados”, culturalmente vazia. Imagens e artefatos visuais agem pela sedução, pela persuasão, não somente pela simples alienação, e para analisá-los é necessário aproximar-se dos repertórios do público ao qual eles atingem. São repertórios diversificados, complexos e múltiplos. Desconsiderar tais repertórios implica não apenas em desconhecimento sobre as dimensões culturais do popular urbano, mas, também, em uma depreciação da massa e de suas

matrizes culturais. Em contraposição a esta abordagem vale ressaltar que a depreciação da cultura popular na sociedade de massa não é algo natural, óbvio, porque os interesses elitistas que a promovem também podem ser questionados.

Contra o viés iconoclasta que permeia e atravessa as teorias que demonizam as imagens e artefatos visuais, argumentamos que eles não tem um 'superpoder' nefasto e, em consequência, análises consistentes em relação à sua influência sobre a sociedade devem sempre considerar o contexto cultural que lhes dá vida.

A cultura visual, assim como os Estudos Culturais, são campos de pesquisa que tem como foco a importância da análise da cultura como teia de significados que medeiam nossa relação conosco mesmos, com a sociedade e com o mundo. Como o processo de produção de sentido é contínuo, envolve poder e desigualdades distribuídos entre os grupos sociais, portanto, considerar o contexto cultural é fundamental para analisar fenômenos nos quais imagens e artefatos visuais estejam presentes.

Em sintonia com certa concepção marxista de ideologia, esses teóricos (DEBORD, 1997) discutem e analisam o contexto cultural como realidades sem conflitos ou ambiguidades, apenas como reforços culturais dos interesses das classes dominantes do sistema de produção capitalista. Contra esta noção de cultura como super-estrutura determinada pela economia, autores como Martin-Barbero (2006), Campbell (2001) e Canclini (2006) fazem as seguintes perguntas: Nossa relação com as imagens e artefatos direcionadas à promoção do consumo se explicam exclusivamente pela análise do sistema de produção e dos interesses das elites? Que matrizes culturais próprias às classes populares permitiram o surgimento e desenvolvimento da cultura de massa?

Estas questões sugerem a necessidade de um olhar crítico sobre consumismo e consumidor na sociedade contemporânea, um olhar que reserva às imagens e artefatos visuais um papel importante, mas não fundante. A partir dessas perguntas podemos concluir que para resistir ao consumismo precisamos antes de tentar subverter as imagens e artefatos do consumo, repensar as matrizes culturais das quais elas retiram sua força de produção, circulação e recepção.

O panorama visual contemporâneo ganha força e contornos específicos à medida que o ciberespaço amplia sua capacidade de disseminação e de informação que não estão limitadas ao local, espaço e/ou presença física. Esta condição, configurada por uma ubiquidade tácita, cria inúmeros desa-

fos para as práticas culturais e, por extensão, para as práticas educativas diante da necessidade de uma compreensão crítica que as coloque em sintonia com essa nova realidade para que elas possam utilizar esses canais e mecanismos.

Como campo de estudo transdisciplinar, a cultura visual pensa e estuda os impactos das práticas culturais e, além do interesse de pesquisa, concentra atenção especial nos fenômenos visuais que estão acontecendo hoje, no uso social, afetivo, político e ideológico das imagens e artefatos visuais, mas, principalmente, nas práticas culturais e educativas que emergem desse uso.

Referências

- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- EAGLETON, Terry. *A ideia de cultura*. São Paulo: Editora UNESP, 2005.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- HEATH, Joseph; POTTER, Andrew. *Nation or rebels: why conterculture became consumer culture*. New York. HarperCollinsPublishers, 2004.
- HERNÁNDEZ, Fernando. El desafio de aprender, enseñar e investigar a partir del encuentro de sujetos. In: PLA, Alfred Porres, *Relaciones pedagógicas en torno a la cultura visual de los jóvenes*. Barcelona: Octaedro, 2012, pp. 17-25.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2001.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 4. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- MARTINS, Raimundo. A cultura visual e a construção social da arte, da imagem e das práticas do ver. In: OLIVEIRA de OLIVEIRA, Marilda (Org.). *Arte, Educação e Cultura*. Santa Maria: Editora UFSM, 2007. pp.19-40.
- MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. (Orgs.) *Ivor Goodson - Políticas do Conhecimento: Vida e trabalho docente entre saberes e instituições*. Coleção Desenredos, N. 2.

- Goiânia: Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual, 2007.
- MEYER, Dagmar; PARAÍSO, Marlucy (Orgs.) *Metodologias de Pesquisas Pós-Críticas em Educação*. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2012.
- MITCHELL, W. J. T. Showing Seeing: A Critique of Visual Culture. *The Journal of Visual Culture* 1:2 2002. p.165-181.
- MITCHELL, W. J. T. *Picture Theory*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.
- STOREY, John. *Inventing Popular Culture: from folklore to globalization*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003.
- STURKEN, Marita; CARTWRIGHT, Lisa. *Practices of looking: an introduction to visual culture*. New York: Oxford University Press, 2001.

Recebido em: 18/12/12

Aceito em: 18/12/12

RAIMUNDO MARTINS

raimarmartins@uol.com.br

Doutor em Educação/Artes pela Universidade de Southern Illinois (EUA), pós-doutor pela Universidade de Londres (Inglaterra) e pela Universidade de Barcelona (Espanha), onde também foi professor visitante. É Professor Titular e Diretor da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás, docente do Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual – Mestrado/Doutorado e editor da *Coleção Desenredos*.

PABLO SÉRVIO

pservio@gmail.com

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás, é Bolsista CAPES. Mestre em Cultura Visual, também pela UFG, é Especialista em Teoria da Comunicação da Imagem pela Universidade Federal do Ceará e graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pelo Centro de Ensino Unificado de Teresina.