

## Consumo Cultural das Mulheres do Pajeú: permanências e reconversões<sup>1</sup>

Giselle Gomes da Silva PRAZERES<sup>2</sup>

Catarina de Angola Oliveira SILVA<sup>3</sup>

Maria Sallet TAUK SANTOS<sup>4</sup>

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, PE

### RESUMO

A pesquisa analisa o consumo cultural da mulher do Sertão do Pajeú, no município de Afogados da Ingazeira, em Pernambuco. Especificamente o que se quer compreender é como as mulheres de contexto popular rural se apropriam de bens de consumo pela cultura de massa e analisar as hibridizações culturais presentes nas práticas sociais da mulher sertaneja no domínio do consumo de bens culturais. A abordagem teórico-metodológica é na perspectiva dos estudos culturais no recorte latino-americano. O texto faz parte de uma pesquisa mais ampla em andamento sobre o consumo nas culturas populares. Foram utilizadas técnicas combinadas de análise dos dados como a análise de conteúdo e a entrevista semiestruturada. Os dados da pesquisa exploratória apontam para o fato de que as culturas populares se apropriam da cultura de massa sem que isso elimine as características de sua cultura de raiz.

**PALAVRAS-CHAVE:** hibridização; consumo; reconversão cultural; mulher.

### Introdução

O objetivo deste texto é analisar as hibridizações culturais nas práticas sociais das mulheres sertanejas agricultoras familiares de Afogados da Ingazeira, Sertão do Pajeú de Pernambuco, no domínio de consumo de bens culturais. Especificamente, o que se quer compreender são as reconversões culturais e as permanências dos códigos da cultura das mulheres, e finalmente, verificar como essas mulheres se percebem enquanto consumidoras de bens culturais.

As “identidades culturais estão, em toda parte, sendo relativizadas pelo impacto da compreensão espaço-tempo” (HALL, 2005, p.80). Fato este observado desde o Sertão do Pajeú até os grandes centros urbanos. Mesmo com a variada literatura e as pesquisas empíricas, na contemporaneidade, ainda nos deparamos com afirmativas de antigos mitos,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento local da UFRPE. e-mail: giselle.zeli@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento local da UFRPE. e-mail: catarinadeangola@gmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento local da UFRPE. e-mail: mstauk@hotmail.com

segundo os quais “o rural é um lugar distante”, “sinônimo de atraso”, “terra sem lei”. Sobre essas desinformações, alguns pesquisadores<sup>5</sup> continuam debruçados para desmitificá-las. Em uma dessas prerrogativas, Maria de Nazareth Wanderley se apropria do aporte de Bernard Kaiser, tendo em vista que

O “rural” é um modo particular de utilização do espaço e de vida social. Seu estudo supõe, portanto, a compreensão dos contornos, das especificidades e das representações deste espaço rural. Lugar onde se vive (particularidades do modo de vida e referência identitária) e lugar onde se vê e se vive o mundo (a cidadania das pessoas rurais e sua inserção nas esferas mais amplas da sociedade). (KAISER, 1990, p.13 apud WANDERLEY, 2000, p.88).

A hibridização cultural é um fenômeno que se “constrói na relação da cultura massiva e das culturas populares a partir do consumo” (TAUK SANTOS, 2001, p.253). Este trabalho teve início ao verificar o processo de hibridização cultural no Sertão do Pajeú e a visão de consumo imposta pela mídia pelas condições socioeconômicas e climática que o Semiárido apresenta. Segundo SILVA (2006),

As regiões semi-áridas são caracterizadas, de modo geral, pela aridez do clima, pela deficiência hídrica, com imprevisibilidade das precipitações pluviométricas, e pela presença de solos pobres em matéria orgânica. O prolongado período seco anual eleva a temperatura local, caracterizando a aridez sazonal. Conforme essa definição, o grau de aridez de uma região depende da quantidade de água advinda da chuva (precipitação) e da temperatura que influencia a perda de água por meio da evapotranspiração potencial. (SILVA, 2006, p. 15).

O estudo se volta a análise da hibridização compreendida como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”. (CANCLINI, 1996, p.19)

O que se quer compreender é como se dão as reconversões culturais e as permanências dos códigos da cultura das mulheres neste “rural”, uma cultura popular de origem submissa aos códigos de uma cultura que propõe formas laborais típicas de um consumo cultural com exigências mercadológicas. Quais as repercussões dessas reconversões nas práticas do consumo de bens culturais das mulheres sertanejas?

---

<sup>5</sup> Entre outros, ver (WANDERLEY 2000; 2004; CARNEIRO, 1998).

Tal posição de Culturas Populares foi expressa por Canclini quando afirma que “culturas populares se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte de seus setores subalternos.” (CANCLINI,1998, p.42). O maior interesse situa-se na análise do consumo cultural dessas mulheres, as quais são maioria no município. Tomando como cenário os processos de hibridização cultural no Sertão do Pajeú, é importante focalizar a investigação na questão de como o consumo cultural influencia a mulher sertaneja e como essa mulher se apropria da reconversão cultural e do consumo nas culturas populares a partir de estudos empíricos que realizamos no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco (Posmex/UFRPE).

A escolha das mulheres do Sertão do Pajeú prende-se ao fato de ser uma região que vem conhecendo um processo de modernização no qual atuam redes de organizações que trabalham com mulheres na perspectiva da construção do desenvolvimento. Segundo (TAUK SANTOS, 2016, p.95), “baseados na concepção gramsciana de hegemonia e contra-hegemonia numa sociedade formatada como um conjunto de relações sociais marcadas pela opressão de classe, gênero, raças e etnias, os estudos culturais trazem uma contribuição pois “analisam as formas sociais hegemônicas de dominação e procuram forças e espaços de resistência e luta”(KELNER, 2001, p.48). As tensões, os conflitos dos e nos processos socioculturais de comunicação, na atualidade, são fatores fenomenológicos da necessidade intrínseca, explícita no sentido de pertencimento do processo da mundialização dos mercados e das culturas. Assim, as reconversões culturais são estratégias utilizadas pelos sujeitos de contextos populares, como necessidade e desejo de reverter um conjunto de técnicas e saberes para ressignificá-los em novas condições de produção e mercado ou para consumi-los na cidade de Afogados da Ingazeira. Dessa maneira, Tauk Santos atribui que:

É necessário compreender que as reconversões que realizam as culturas populares, em relação à cultura massiva, não se dão de forma natural ou espontânea. Reverter os códigos da sua cultura em outra, com a intenção de se inserir no mercado de trabalho, participar de uma ordem social ou simplesmente ser reconhecido, representa em muitos casos uma experiência penosa e difícil para as culturas populares. A explicação está no fato de que a principal característica dos contextos populares é a contingência, ou seja, o caso aos bens materiais e imateriais se dá de uma forma incompleta, desigual ou desnivelada. (TAUK SANTOS, 2008, p.6)

Observa-se de forma esquemática, dentro da pesquisa que a complexa relação entre a hegemonia e a subalternidade é inevitável pois as classes populares contribuem positivamente e emprestam consenso à ação da classe dominante legitimando o sistema hegemônico e perpetuando a desigualdade social (TAUK SANTOS,2016,p.97), o que pode-se observar no consumo de bens culturais, principalmente relacionado as mídias e ao cinema.

O município de Afogados da Ingazeira, cenário da pesquisa, é uma cidade com características rurais, pela sua baixa densidade demográfica, 35.088 pessoas (BRASIL, 2010), e predomínio das relações interpessoais da população.

### **Metodologia**

O presente trabalho é parte de uma pesquisa mais ampla em andamento, um estudo sobre como se procedem as hibridizações culturais nas culturas populares nas suas relações com a cultura massiva. Sendo desenvolvida no âmbito do componente curricular de “Comunicação e Culturas Populares”, que integra o Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco (Posmex/UFRPE), e que tem como objetivo analisar as hibridizações culturais nas práticas sociais das mulheres agricultoras familiares de Afogados da Ingazeira no domínio do consumo de bens culturais.

Na pesquisa serão utilizadas as técnicas etnográficas de observação, pesquisa bibliográfica e entrevista semiestruturada. Essas entrevistas serão realizadas com mulheres agricultoras familiares, a partir de um roteiro semiestruturado, composto por três blocos de questões, contendo a identificação pessoal e de referência de identidade socioterritorial; sobre o consumo cultural, contemplando padrões e preferências de consumo de bens e serviços de cultura, tais como cinema, circo, teatro; e sobre as permanências e reconversões vivenciadas pelas mulheres.

Na pesquisa, acreditamos que podemos encontrar mulheres que se identificam com bens culturais associados pela cultura de massa ao âmbito feminino; as mulheres que não querem se associar apenas aos bens culturais associados pela cultura de massa ao âmbito feminino, mas a participação em espaços de discussão de políticas; e mulheres que se identificam mais com a religião, trabalhadoras muito dedicadas à vida religiosa.

### Reconversão cultural

Sabe-se que Canclini é o pioneiro na elaboração do conceito acerca da hibridização, que deriva da teoria das ciências biológicas, recombina-a às ciências sociais, especialmente utilizada aos contextos populares e culturais, Canclini em *Culturas Híbridas e Estratégias Comunicacionais*, apresenta a razão na escolha da nomenclatura, sendo a fusão multicultural, onde “necessitávamos uma más versátil para dar cuenta tanto de essas mezclas clássicas.” Essa identificação é importante, no sentido e determinação de interpretar e diversificar o que seja “adequação” intercultural e entender a fusão do que é tradicional e moderno, entre o culto, o popular e o massivo (CANCLINI, 1996, p.2).

Canclini apresentou quatro concepções para o fenômeno da hibridização na contemporaneidade, a saber: a *emancipação* é realizada através da liberdade da produção cultural, estando relacionada à dinâmica e identificação das produções artísticas, políticas e à reflexão da coletividade e, também, ao individualismo; a segunda e a terceira, *expansão e a renovação*, respectivamente, são percebidas devido ao crescente desenvolvimento industrial, bem como as modalidades de Ensino, a versatilidade das ações experimentais artísticas e literárias, a rápida adaptação tecnológica e social, buscando a por renovação, adequação não neutralizam as tradições locais, sendo que, em determinados momentos, se nutrem dela em outros, acontece tensões, mas sem destruí-las e, a quarta, *heterogeneidade*, muito válida na presente pesquisa.(CANCLINI, 1996, p.2).

Nesse processo de inter-relação, a hibridização, é estruturada em vários sentidos. Como vimos anteriormente propostas por Canclini, no entanto, um deles é do da reconversão social, ou seja, “um dos fenômenos através dos quais a hibridização se manifesta, e o que constitui mais recorrente nas culturas populares é a reconversão cultural”(TAUK SANTOS, 2008, p.5).

Conforme Rodrigues, “relaciona o hibridismo como prática social que são realidades em todos os lugares, ações e manifestações como religião, consumo cultural o que alicerça a cultura” (RODRIGUES,2010, p.32 ).A maior expressividade das reconversões culturais acredita-se que se dará no consumo dos bens culturais (especificamente mídias) das mulheres agricultoras familiares no Sertão do Pajeú, que para se inserir na mundialização das culturas, serão utilizadas pelas mulheres da cultura hegemônica massiva, com estratégias de comunicação e consumo. Portanto, a pesquisa tem como embasamento teórico os Estudos Culturais, a hibridização e a reconversão cultural.

## Consumo cultural

Das abordagens teóricas de Canclini, entende-se que o consumo como identidade cultural e lugar de interiorização da desigualdade social. Pois considera que no âmbito do consumo se dá “o conflito originado pela participação desigual na estrutura produtiva, conflito que se prolonga na distribuição dos bens e na satisfação das necessidades. (CANCLINI, 1988, p.52). Martín Barbero, faz uma análise sobre consumo como uma categoria explicativa de fenômenos das culturas populares, quando diz que:

Nem toda forma de consumo é interiorização dos valores de outras classes. O consumo pode falar e fala nos setores populares das justas aspirações a uma vida mais digna. Toda busca de ascensão social não é arrivismo; pode ser forma de protesto e expressão de alguns direitos elementares. Daí a necessidade grande de uma concepção não reprodutivista nem culturalista do consumo, capaz de oferecer um marco à pesquisa do cotidiano (MARTIN BARBERO, 1989, p.89).

Na obra de Martin-Barbero, *Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia*, podemos verificar como ele desloca a análise dos sentidos das comunicações dos meios que é uma abordagem funcionalista da comunicação para as mediações culturais das pessoas envolvidas no processo de comunicação. O consumo dos bens culturais envolve as mídias, o teatro, o cinema, o circo, entre outros. Neste sentido, Barbero dá o exemplo do cinema mexicano que segundo Edgar Morin, foi até 1950 o meio que estruturou a cultura de massa. “Trata-se do centro de gravidade da cultura, visto que o público viu a possibilidade de experimentar, adotar novos hábitos e ver reiterados os seus códigos de costumes” (MARTIN BARBERO, 2003, p.244). A pesquisa com as mulheres sertanejas abordará a exemplo do cinema, outras mídias como a televisão para exemplificarmos tal consideração teórica.

E sobre mídia e seu poder de divulgação é válida a explicação de Lima et al (2015), para qual mídia é um termo criado nos Estados Unidos na década de 60 para designar o conjunto de veículos e, por extensão, todo o sistema de comunicação de massa. Ele corresponde à fonética do vocábulo latino *media*, plural de *médium* (meio). A sua função ficou estabelecida no mundo todo como sinônimo de processos e serviços desenvolvidos pelos modernos meios de comunicação e por várias empresas que dão suporte a estas atividades. Este sistema detém hoje um grande mercado, uma lógica empresarial.

A abordagem crítica sobre as empresas midiáticas passa por uma referência importante que vem de Barbosa Lima Sobrinho (1997), um dos grandes nomes da imprensa brasileira é de opinião de que é por intermédio da mídia é que se forma e se manifesta a opinião pública e a partir das concepções das pessoas observamos os processos de reconversões culturais no domínio do consumo de bens culturais.

### **Afogados da Ingazeira: o local da pesquisa**

Distante 385 km de Recife, capital pernambucana, Afogados da Ingazeira é um município de 377,696 km<sup>2</sup>, situado no Sertão do Pajeú, em Pernambuco. Com uma população de 35.088 pessoas (BRASIL, 2010), sendo 16.790 homens (47,85%) e 18.298 mulheres (52,14%). Seu Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) é de 0,657. Em 2016, completa 107 anos, tendo sua emancipação em 1 de julho de 1909 (BRASIL, 2010).

Afogados da Ingazeira é um importante município do Sertão do Pajeú, região cortada por um dos principais rios do estado, o Rio Pajeú, que também margeia o município. A região também é conhecida como berço da poesia, com vários poetas expoentes no estado. No município atuam várias organizações que desenvolvem atividades junto a agricultores e agricultoras familiares tendo em vista o desenvolvimento rural.

O Sertão do Pajeú é também o lugar das organizações dos trabalhadores rurais e do renascimento do movimento sindical. [...] Das lutas pela sobrevivência cotidiana e da convivência com o Semiárido, questionando a perspectiva política do combate à seca, que alimentou e ainda alimenta a indústria da seca no Brasil. (JALIL, 2013, p.14).

### **As mulheres de Afogados da Ingazeira**

As mulheres são maioria na população de Afogados da Ingazeira, município onde a gestão municipal foi governada por uma mulher entre os anos de 1996 e 2004. No entanto, o fato de serem maioria na população e estar em um município importante para a região, não as diferencia de outras mulheres de contextos rurais. As desigualdades de gênero são bastante presentes, seja na cidade ou na zona rural. Contexto apresentado por Ferreira e Siliprandi (2015).

Assim como a maioria das mulheres rurais, as agricultoras do Pajeú, em geral, enfrentam um contexto de relações de gênero desfavoráveis. Mesmo assim, vêm demonstrando força em sua auto-organização e reivindicações por direitos em várias frentes, como proteção social ao trabalho, crédito, assistência técnica, documentação, políticas de saúde e de combate à violência contra a mulher. Essas práticas demonstram a capacidade de resiliência dessas mulheres, a despeito de todas as adversidades de suas duras rotinas (Ferreira; Siliprandi, 2015, p. 55).

Mesmo diante dessas adversidades, Afogados da Ingazeira, como município importante e com grande influência na região, possibilita a sua população acesso a bens da cultura de massa, como canais de televisão de outras regiões do país, com as antenas parabólicas, músicas de outras regiões, entre outros. Com a presente pesquisa é possível identificar como as mulheres acessam esses bens e reconvertem culturalmente.

## Referências

BARBOSA LIMA SOBRINHO, A. J. **O problema da imprensa**. 3ª ed. – São Paulo: Edusp: Com-Arte, 1997.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2010. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br>>. acesso em: 24 mai 2016.

BURKE, P. **Hibridismo Cultural**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

CANCLINI, N.G. Gramsci e as culturas populares na América Latina. In: BADALANI, N. et. al. **Gramsci e a América Latina**. Organização e tradução de Carlos Nelson Coutinho e Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

CANCLINI, N.G. Culturas híbridas e estratégias comunicacionais. In: **Seminário Fronteras Culturales**, 1996. Identidad y comunicación en América Latina. Anais... Universidade de Stirling, 1996.

FERREIRA, A.P.L.; SILIPRANDI, E. A importância da dimensão econômica no trabalho organizativo com mulheres rurais do Sertão do Pajeú (PE). In PETERSEN, P. **Revista Agriculturas; experiências em agroecologia**. v. 12, n. 4, ASPTA, Rio de Janeiro, 2015.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 4.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

JALIL, L.M. **As Flores e os Frutos da Luta: o significado da organização e da participação política para as trabalhadoras rurais**. Tese, UFRRJ, Rio de Janeiro, 2013.

KELNER, D. **A cultura da mídia**. Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LIMA, I.S. *Et al.* **Algumas considerações sobre o direito ao acesso às mídias digitais no âmbito da educação e dos contextos populares.** Revista Humanae. Vol, 09 n° 2. Setembro a novembro de 2015. Esuda. Recife <http://humanae.esuda.com.br/index.php/humanae/search/results>. acesso: 20 de março de 2016.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia.** 2.ed. Rio de Janeiro, 2003.

MARTÍN-BARBERO, J. A comunicação no projeto de uma nova cultura política. In: MELO, J. Marques de (Org.) **Comunicação na América Latina: desenvolvimento e crise.** Campinas: Papyrus, 1989. p.83-98.

MACEDO, M.G.R. 2013. **Espelho mágico: empregadas domésticas, consumo e mídia.** Dissertação (Mestrado em Antropologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo.

RODRIGUES, A.S. **Ser(tão) Negro! Reversão Cultural e Desenvolvimento Local na Comunidade Negra Rural Quilombola de Leitão/Umbuzeiro, Afogados da Ingazeira-PE.** (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local), Recife, UFRPE, 2010.

TAUK SANTOS, M.S. **Receptores imaginados: os sentidos do popular.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção, usos e consumo midiáticos” do XVII Encontro da Compós, UNIP, São Paulo, 2008.

TAUK SANTOS, M.S. **Comunicação para o Desenvolvimento: redes de memória.** Recife: Ed. Do autor, 2016.

TAUK SANTOS, M.S. O consumo de Bens Culturais na Culturas Populares: identidade reconvertida ou diversidade refuncionalizada? In: **Comunicação e Multiculturalismo.** São Paulo: INTERCOM, Manaus: Universidade do Amazonas, 2001.

SILVA, R.M.A da. **Entre o Combate à Seca e a Convivência com o Semi-Árido: Transições Paradigmáticas e Sustentabilidade do Desenvolvimento.** Tese. Universidade de Brasília. Brasília, 2006.

WANDERLEY, M.N.B. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas.** – O “rural” como espaço singular e ator coletivo. revista Estudos, sociedade e agricultura, 15, outubro 2000. Rio de Janeiro: UFRJ.