

**COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO NA MATRIZ
TEÓRICA DOS ESTUDOS CULTURAIS****COMMUNICATION FOR THE DEVELOPMENT IN THE
THEORETICAL MATRIX OF CULTURAL STUDIES**Maria Salett Tauk Santos¹

Data de recebimento: 20/11/2021

Data de aceite: 23/11/2021

Resumo

O texto analisa os itinerários da pesquisa em Comunicação para o Desenvolvimento na abordagem teórica dos estudos culturais, a partir de três estudos de caso, tendo como objetos, mesclas da interdisciplinaridade com o consumo, a hibridização cultural e a inclusão digital nas culturas populares. Partindo da matriz gramsciana nas abordagens de Jesus Martin-Barbero e Néstor Garcia Canclini, no que se refere ao caráter híbrido e desigual das culturas populares, a pesquisa volta-se à análise de como os estudos culturais foram sendo apropriados para explicar e interpretar objetos de estudo tendo por base abordagens teóricas e empíricas prevaletentes em diferentes épocas.

Palavras-chave: Comunicação para o desenvolvimento; estudos culturais; culturas populares.

Abstract

The text analyzes the research itineraries in Communication for Development in the theoretical approach of cultural studies, based on three case studies, having as objects, mixtures of interdisciplinarity with consumption, cultural hybridization and digital inclusion in popular cultures. Starting from the Gramscian matrix in the approaches of Jesus Martin-Barbero and Néstor Garcia Canclini, regarding the hybrid and unequal character of popular cultures, the research turns to the analysis of how cultural studies were being appropriated to explain and interpret objects of study based on theoretical and empirical approaches prevailing at different times.

Keywords: Communication for development; cultural studies; popular cultures.

¹ Professora Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco. E-mail: mstauk@hotmail.com

Introdução

O objetivo deste texto é analisar os itinerários da Pesquisa em Comunicação para o Desenvolvimento na perspectiva paradigmática dos estudos culturais. Especificamente a pesquisa volta-se à análise de como os estudos culturais foram sendo apropriados para explicar e interpretar objetos de estudo, concernentes à comunicação e às culturas populares. Tendo por base os marcos teóricos e empíricos prevaescentes em diferentes épocas.

Nesse sentido, tomando como referência três estudos de caso, demonstraremos exemplos de diferentes formas assumidas pela pesquisa empírica, no marco teórico dos estudos culturais, para dar conta das imbricadas relações entre a Comunicação para o Desenvolvimento e as Culturas Populares. A perspectiva dos estudos culturais aplicados à Comunicação para o Desenvolvimento nasce da ruptura com as ideias funcionalistas predominantes em seus estudos e práticas. Nesse contexto, o pensamento de Antonio Gramsci foi fundamental, pois possibilitou deslocar a interpretação dos fenômenos da Comunicação Popular para o campo da Cultura.

As consequências deste deslocamento é que as análises dos processos de comunicação entre culturas passaram a incorporar o conceito de hegemonia, elaborado por Gramsci. Hegemonia compreendida como a capacidade que tem as classes dominantes de liderar, através do consenso a vida social, intelectual e cultural da sociedade, mantendo-se assim no poder (MENDONÇA, 2006). O conceito Gramsciano trouxe duas compreensões fundamentais aos estudos das culturas populares no capitalismo. A primeira é que a direção da sociedade pela via do consenso favorece a negociação com as classes subalternas, possibilitando-as a se transformarem em atores sociais (MENDONÇA, 2006).

A segunda compreensão considera a existência das culturas populares como “apropriação desigual do capital cultural e de bens econômicos por parte dos setores subalternos de uma nação as quais realizam uma elaboração específica das suas condições de vida através de uma interação conflitiva com os setores hegemônicos” (CANCLINI, 1981, p.43). Nesse sentido, a desigualdade constitui a característica marcante da forma das culturas populares atuarem no mundo.

Os estudos culturais surgem na Inglaterra como movimento teórico-político. Teórico, pois tinham a intenção de construir um novo campo de estudo, propondo a interdisciplinaridade. Político, pela intenção de atuar como política cultural dos movimentos sociais da época. O campo de estudo é fundado em 1964, por Richard Hoggart, no âmbito do Centre for Contemporary Cultural Studies, ligado ao Departamento de Língua Inglesa da Universidade de Birmingham, constituindo um centro de pesquisa de pós-graduação da instituição, cujo eixo principal de pesquisa era “As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições, e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais” (ESCOTEGUY, 2006, p. 138-139).

Tendo como marco teórico inicial o marxismo, a história desse campo de estudos caracterizava-se por ser um movimento intelectual de esquerda, que defendia, por meio de militância, um compromisso com mudanças sociais radicais. Considerando a cultura como práticas sociais, os estudos culturais preocuparam-se com os produtos da cultura popular e dos *mass media* expressavam os rumos da cultura contemporânea (ESCOTEGUY, 2006). Podemos considerar as principais características dos estudos culturais ao longo do tempo: a ruptura com o funcionalismo estrutural norte-americano, por não ter capacidade de interpretar as temáticas propostas por esses estudos, o deslocamento do sentido tradicional de cultura para as práticas cotidianas e a prática do estudo etnográfico para ressaltar a importância dos modos como os atores sociais expressam as condições concretas em que vivem (HALL, 1980 *apud* ESCOTEGUY, 2006, p.143).

A matriz teórica gramsciana dá origem a uma constelação de conceitos que vão sendo incorporados aos estudos culturais. Nessa perspectiva, apresentaremos uma síntese de três estudos realizados em programas de pós-graduação tendo como matriz paradigmática os estudos culturais. A intenção é realçar a pertinência desses estudos, quando combinados a abordagens teóricas diversas, para explicar fenômenos que envolvam a comunicação para o desenvolvimento e as culturas populares.

Comunicação, estudos culturais e consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares²

² Estudos culturais: mesclas com o consumo. TAUKE SANTOS, Maria Salett. Comunicação e Consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares In: CALLOU, Angelo Brás Fernandes e TAUKE SANTOS, Maria Salett. *Extensão Rural - Extensão Pesquisa: estratégias de comunicação para o desenvolvimento*. Recife: FASA, 2014, p.221-235

Nos anos 1980, com a flexibilização do sistema político no Brasil, proliferaram-se iniciativas de organização populares capitaneadas pelas Organizações não Governamentais no sentido de incentivar e desenvolver formas de organização autênticas dos agricultores a partir das suas necessidades concretas dentro de uma dinâmica de comunicação dialógica, participativa. Entre essas ONGs está o Serviços de Tecnologias Alternativas (Serta) criado em 1989.

Propondo uma metodologia de comunicação dialógica, o Serta alia ao esforço de conscientização dos camponeses uma proposta na área da produção agrícola (cf SANTOS, 1992, 1994). Esta proposta apresenta duas inovações em relação às propostas modernizadoras dos serviços de extensão rural governamentais:

- 1) O uso de tecnologias alternativas, assim chamadas por se constituírem em uma alternativa ao modelo modernizador da agricultura, adaptadas às condições de pobreza do pequeno produtor.
- 2) A preocupação ecológica. O programa se baseia no uso de técnicas biológicas de produção, desde a conservação do solo ao controle das pragas; da adubação do plantio ao manejo dos animais, que não requerem a utilização de agrotóxicos.

Na dinâmica do trabalho com os pequenos produtores rurais, todo o esforço é voltado para favorecer a prática da agricultura alternativa e à participação, na luta por políticas favoráveis à pequena produção. O saber do agricultor é valorizado. Ele aprende e ensina as técnicas alternativas aos outros agricultores.

Apesar das características de organicidade do Programa das Tecnologias Alternativas e contrariando a noção de que a comunicação dialógica favorece necessariamente a participação popular, entretanto, os pequenos produtores rurais se mostram reticentes na adesão às propostas do Programa. A participação deles, se considerarmos o incipiente avanço das lutas do programa TAs, é lenta.

Na busca de uma explicação para o comportamento dos agricultores, face ao Programa de Tecnologias Alternativas, realizamos um estudo de caso da participação dos pequenos produtores no âmbito do programa Serta, no Estado de Pernambuco, Brasil. A pesquisa se desenvolveu dentro da abordagem teórica dos estudos culturais, considerando as culturas populares de forma relacional à cultura hegemônica transnacional.

O consumo foi o espaço escolhido para a observação da participação dos pequenos produtores rurais do Programa, por ser considerado o espaço chave onde se manifesta a cultura no cotidiano. É nesse contexto que se dá a recepção das mensagens da cultura alternativa, propondo uma tecnologia adaptada às condições de pobreza campesina; e das mensagens da cultura hegemônica, propondo tecnologias e hábitos de consumo considerados modernos, como saída para o desenvolvimento do campo.

A participação do pequeno produtor do Programa se dá dentro de um espaço conflituoso. Concomitantemente às mensagens do Programa TAs, esses agricultores acham-se historicamente expostos às mensagens da cultura transnacional, que é hegemônica, via serviços de Extensão Rural, a mídia e outros meios que defendem a modernização como saída para o desenvolvimento do setor agrícola. Modernizar-se significa antes de tudo, consumir e incorporar hábitos de consumo, não apenas no que se refere à produção na agricultura, mas em relação aos demais domínios da vida e atividades humanas. É aí que opera o segundo nível do consumo: o simbólico. No caso específico dos pequenos produtores rurais, modernizar-se quer dizer incorporar as inovações modernas à sua produção, o que significa consumo de insumos, implementos, maquinarias agrícolas. O apelo ao consumo de bens modernos, entretanto, extrapola a esfera estrita da produção agrícola, invade todos os domínios, do vestuário ao conforto doméstico, do trabalho ao lazer, se constituindo num estilo de vida. Numa forma de integração a um padrão de vida de uma classe social considerada superior, que se distingue pelo consumo de bens simbolicamente modernos.

No movimento ambivalente de distinguir e ao mesmo tempo padronizar; integrar; o consumo se mostrou uma variável importante para explicar a participação reticente dos pequenos produtores rurais face ao Programa das Tecnologias Alternativas. Do ponto de vista das condições reais de vida, os pequenos produtores rurais, pesquisados, negam o consumo. O que demonstra a proximidade e pertinência das propostas do programa TAs para esta população produzir “preferencialmente pra matar a fome”, a partir dos limitados recursos existentes. Entretanto, no domínio do simbólico, das suas aspirações, eles afirmam o consumo.

A condição de trabalhar apenas para sobreviver é algo que na avaliação dos agricultores entrevistados é inadmissível, sobretudo para os mais jovens. Eles querem dinheiro que lhes permitam consumir não apenas o que precisam, mas o que aspiram, o que desejam. É nesse sentido que o velho e

sábio Emiliano avalia: “Eu tenho que plantar sem dinheiro mesmo. Só vou ter dinheiro no fim do ano. O jovem hoje quer isso? Viver sem dinheiro, só com a comida? Nunca!”

Comunicação e culturas híbridas: as reconversões culturais na cerâmica figurativa popular³

O objetivo do estudo é analisar o processo de hibridização cultural na cerâmica figurativa do Alto do Moura, em Caruaru, Pernambuco. Buscou-se considerar as peças figurativas de cerâmica como sistema de comunicação plástica de uma cultura popular, observando as estratégias de reconversão cultural que os artistas promovem para sobreviver em seu relacionamento com a cultura massiva contemporânea.

Para Canclini (1996), o termo hibridização é o que melhor abrange as diversas mesclas interculturais que marcam a contemporaneidade. Ele toma emprestado o termo das ciências biológicas para dar conta dos entrelaçamentos entre o tradicional e o moderno; entre o culto, o popular e o massivo. A hibridização funde estruturas ou práticas sociais discretas para gerar novas práticas através da reconversão. Ela pode acontecer de forma *espontânea*, quando “ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos, e de intercâmbio econômico ou comunicacional” (CANCLINI, 1996, p. XXII). E de forma *intencional*, “quando busca-se reverter um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado” (CANCLINI, 1996, p. XXII).

Tauk Santos (2001) assinala que nas culturas populares, o processo de hibridização não se trata de simples incorporação das propostas de cultura massiva, mas sim de estratégias de reconversão econômica e simbólica intencionais, para se inserir nas condições do mercado massivo. A reconversão cultural é uma forma de hibridização que envolve processos que “se constroem na relação da cultura massiva e das culturas populares através do consumo” (TAUK SANTOS, 2001, p.253)

Hibridização nas peças, no trabalho e nos usos das mídias

Analisando a produção de Manuel Eudócio, artista-artesão discípulo de Vitalino, pode-se observar um retorno ao passado, ao cotidiano rural, aos temas folclóricos e residuais, que não acontecem mais da forma como é representado. Ele mergulha na memória e no imaginário em busca de temas que agradem o seu público, seu consumidor, seu cliente. O rural de Manuel Eudócio é revisitado e alegorizado pelas cores fortes e pelo imaginário que permeiam as peças. As cores saturadas dão um sentido estilizado para agradar o colecionador ou ao turista que busca algo diferente, étnico e inédito. A reconversão está nessas formas de representar, nas misturas alegóricas, que são fruto da mescla de códigos simbólicos (os retirantes como fruto de um período histórico-cultural que caracterizou o povo Nordeste) e estéticos (cores saturadas, riqueza de detalhes e proporção) e transformado em produto da cultura de massa, que será consumido por um colecionador.

O mercado está sempre exigindo novidade, diferencial, ou seja, fuga do lugar comum, dos clichês. E a cerâmica figurativa do Alto do Moura não foge dessa lógica, pois buscando suprir encomendas, é a forma de sobreviver do barro. No cotidiano do trabalho dos artistas-artesãos do Alto do Moura, as reconversões intencionais acontecem desde o primeiro momento da produção que é a coleta ou aquisição da Matéria-prima. O barro, que pode ser comprado já pronto por quilo, por carrada ou por frações de carrada, vem tratado, pisado, peneirado, amassado e empacotado, pronto para o uso. A divisão de trabalho é outra reconversão cultural que envolve as produções artísticas no centro de produção de cerâmica figurativa. O processo de criação, desde a coleta do barro à peça pronta e no mostruário, está cada vez mais voltado ao massivo, às necessidades do consumo e às leis da oferta e da procura.

O trabalho é dividido entre os membros familiares, às vezes algumas partes das peças são encomendadas a terceiros que fabricam em um torno. É assim com a produção de negas malucas de Evandro. Cada um tem sua função na confecção das bonecas em grandes encomendas. É uma reconversão baseada na ideia de reprodutibilidade que a indústria em série sugere.

A reconversão do local de trabalho e de morada em *trade* turístico e centro de visitação também é vigente. São os *showrooms* montados nos ateliês, nos quais se disponibilizam peças dos mais diversos temas, cores e formatos.

Manuel Eudócio já se tem apropriado de práticas que são utilizadas pelo mercado como o uso dos catálogos, o cartão de visitas com número do ateliê e do celular, a decoração com fotos e cartazes que

³ Estudos culturais: mesclas com a hibridização cultural. SILVA, José Carlos de Mélo e TAUK SANTOS, Maria Salett. Comunicação e Culturas Híbridas as reconversões culturais na cerâmica figurativa popular In: TAUK SANTOS, Maria Salett e CALLOU, Angelo Brás Fernandes. *travessias acadêmicas das tecnologias de comunicação para o desenvolvimento*. Recife: FASA, 2019. PP. 481-493

ilustram e registram momentos marcantes na vida dele com artista popular, o que denota uma reconversão com o sistema econômico vigente.

Inclusão Digital, Inclusão Social? Usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares⁴

Em 1985, Pierre Lévy proclamava, com entusiasmo e, por que não dizer, um pouco de lirismo, que estávamos entrando na área das pós-mídias e na era do ciberespaço. A consequência formidável desse novo cenário é que ele permitiria reinventar as relações sociais, possibilitando, como enfatiza Lévy, a aprendizagem recíproca, a sinergia das competências, a imaginação e a inteligência coletiva. O resultado desse processo seria, no sentido macro, o exercício da democracia direta em grandes comunidades em situação de mudança e desterritorialização; e, em nível mais local, a participação do povo na mídia da cidade (LÉVY *apud* DROUIN, 1995).

Começa assim, na década de 1990, a corrida mundial para tornar real a democracia virtual ou a ciberdemocracia. Os países com tecnologia mais desenvolvida, como a França, o Canadá, a Inglaterra ou a Nova Zelândia iniciam os projetos de governo *em linha*, no sentido de facilitar e aprofundar a participação dos cidadãos no processo de gestão democrática governamental. O acesso à rede mundial de computadores e a navegação no ciberespaço tornaram-se, portanto, uma questão de cidadania. Recorrendo metaforicamente à classificação de Norbert Elias (2000) surge uma nova forma de classificar os indivíduos em sociedade em *incluídos*, os que acessam a rede de computadores; e *outsiders*, os que não têm acesso.

No cenário da panaceia gerada pela euforia da sociedade cibernética, e suas possibilidades para a inclusão social e o exercício da democracia, abre-se um grande debate sobre os paradoxos que emergem como resultados das novas tecnologias da informação e da comunicação. Para Néstor Garcia Canclini, a passagem da primeira modernidade, liberal e democrática, a uma modernização, seletiva e abertamente excludente, em escala global nos coloca diante de um novo horizonte no qual “as diferenças e desigualdades deixam de serem fraturas a superar, como pretendia com a ingenuidade que conhecemos, o humanismo moderno” (CANCLINI, 2004, p.73). Neste sentido, para o autor, na sociedade contemporânea, relativamente globalizada, os termos diferença e desigualdade foram substituídos por inclusão e exclusão. O significado dessa mudança, ele explica:

A sociedade, concebida antes em termos de extratos e níveis, ou distinguindo-se segundo identidades étnicas ou nacionais, é pensada agora sob a metáfora da rede. Os incluídos são os que estão conectados, os outros são os excluídos sem conexão (CANCLINI, 2004, p.73)

A luta contra o *apartheid* tecnológico e pelo enfrentamento da pobreza e exclusão social conduziu amplos setores governamentais e da sociedade civil brasileiros a implementar centenas de programas de inclusão digital no Brasil. Entre as experiências mais expressivas, estão o Programa Gesac, que possibilita a conexão em banda larga à internet através da criação de telecentros em comunidades de baixa renda em todo o País; as Escolas de Informática e Cidadania (EIC), criadas pelo Comitê para Democratização da Informática (CDI), que têm como objetivo a inclusão digital e social, por meio da utilização de tecnologias da informação e da comunicação em comunidades de baixa renda. O CDI foi criado no Rio de Janeiro e hoje atua em 20 estados brasileiros, com escolas funcionando em assentamentos, comunidades quilombolas, aldeias indígenas, penitenciárias, entre outros.

Para Ismar de Oliveira Soares, do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, os grupos que promovem a inclusão digital com foco da cidadania ainda são minoria. Para ele:

Os grupos que estão fazendo isso estão superando a fragmentação que muitos tecnólogos trouxeram, ao fazer um discurso laudatório da tecnologia sem compromisso social (SOARES *apud* BARBOSA, 2005).

Em relação à inclusão digital nas escolas públicas, prevista pela Lei de Diretrizes e Bases de 1996, Neide Noffs, da Faculdade de Educação da PUC de São Paulo, afirma que não basta instalar computadores na escola, “é preciso primeiro quebrar a barreira do acesso. Depois, é preciso manter o acesso” (NOFFS

⁴ ESTUDOS CULTURAIS: mesclas com a cibercultura. TAUKE SANTOS, Maria Salett. *Inclusão Digital, Inclusão Social? usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares*. Recife: Bagaço, 2009.

apud CUNHA, 2003) Nessa mesma direção, Graciela Selaimen e Paulo Lima, da Rede de Informações para o Terceiro Setor, afirmam que:

[...] Projetos em infoinclusão não devem ser pensados como pacotes prontos de soluções tecnológicas para comunidades economicamente desfavorecidas, mas sim como iniciativas estratégicas para a promoção da inclusão social e não apenas digital. (SELAIMEN; LIMA apud CUNHA, 2003)

Dos pressupostos teóricos que tratam da importância do letramento digital e da dialética que se estabeleceu entre acesso à tecnologia digital *versus* acesso à cidadania para inclusão social, no século XXI, derivou o problema da pesquisa “Inclusão Digital, Inclusão Social?” a partir da seguinte interrogação: as experiências de inclusão digital governamentais e não governamentais no Brasil contribuem para a inclusão social das populações de contextos populares? A inclusão social compreendida, para os objetivos da pesquisa, como o acesso e o exercício dos direitos civis (direito de ter um nome, acesso à justiça, a uma identidade de referência); direitos políticos (acesso à informação, à liberdade de expressão e de organização para uma participação consequente); direitos socioeconômicos (acesso a trabalho digno, à saúde e à educação); direito à ecologia e à diversidade cultural (acesso a um meio ambiente livre de discriminações, desigualdades sociais e acesso ao reconhecimento das diferenças e à produção e fruição cultural) (SCHERER-WARREN, 2006).

Considerações Finais

O itinerário teórico-metodológico dos Estudos Culturais nas atualizações do pensamento gramsciano, via aportes de Jesús Martín-Barbero (1997) e Néstor García-Canclini (1988), tem se mostrado uma perspectiva teórica fértil para explicar os diversos objetos de estudo envolvendo as culturas populares, com os quais vimos trabalhando há mais de vinte anos, no campo da comunicação para o desenvolvimento.

Os Estudos Culturais nos impelem a eleger o espaço da cultura para compreender os sentidos da experiência humana nos contextos populares. Significa interpretar o lugar onde esses sentidos podem ser apreendidos: no espaço da vida cotidiana, onde, como nos ensina Agnes Heller (1972), se dão as práticas sociais e culturais, por onde se ressignifica a vida, onde se situam as matrizes dos sentidos atribuídos à vida individual e coletiva e se dá a significação política desse espaço na vida social.

Referências

BARBOSA, Bia. **Maioria dos projetos de inclusão digital ignora inclusão social**. São Paulo: Agência Carta Maior, 2005. Disponível em: <http://www.adur-rj.org.br/5com/pop-up/inclusao_digital_ignora_social.htm>. Acesso em 15 abr,2006.

CANCLINI, N. G.. *Cultura transnacional y culturas populares, bases teoricas metodologicas para la investigaci3n*. In: CANCLINI, N.G.; RONCAGLILOLO, R. (ed.) **Cultura transnacional y culturas populares**. Lima: IPAL, 1988, p.18-76.

CANCLINI, N.G.. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

CANCLINI, N.G. **Culturas híbridas: estrategias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1996.

CANCLINI, N.G. **Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas da interculturalidad**. Barcelona: Gediza Editorial, 2004.

CUNHA, R. **Informatização nas escolas ainda é pequena**. 2003. Disponível em <<http://www.comciencia.br/especial/inclusao/inc01.shtml>> Acesso em 10 de abril de 2006.

DROUIN, P. **L'ère post-médias: les “infos-routes” pourraient conduire à une démocratie en temps réel**. Paris: Le Monde Rádio-Télévision, Dimanche, 8- lundi 9 janvier 1995, p.38.

ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2000.

ESCOTESGUY, A.C.; Estudos culturais: uma introdução. In: JOHNSON, R.; ESCOTESGUY, A.C. e SCHULMAN, N. **O que é, afinal, estudos culturais?** - Org e Trad. Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 135-166.

HELLER, A. **Cotidiano e História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

BARBOSA, B. **Maioria dos Projetos de Inclusão Digital ignora inclusão social**. São Paulo, Agência Carta Maior, 2005, Disponível em <http://www.adur-rj.org.br/5com/pop-up/inclusao_digital_ignora_social.htm> Acesso em 15 de abril de 2006.

MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: EDUFRJ, 1997.

MENDONÇA, M.L. Comunicação e Cultura: um novo olhar. In: SOUSA, M.W. (Org) **Recepção Midiática e Espaço Público**. São Paulo: Paulinas, 2006. P27-38.

SCHERER-WARREN, I. Inclusão Social e Cidadania: A perspectiva das organizações, redes e movimentos. In: AMARAL JR, A.; BURITY, J. **Inclusão Social: Identidade e Diferença**. São Paulo: Annablume, 2006, p.125-138.

SILVA, J. C. M. e TAUK SANTOS, M. S. Comunicação e Culturas Híbridas as reconversões culturais na cerâmica figurativa popular In: TAUK SANTOS, M.S. e CALLOU, A.B.F. **Travessias acadêmicas das tecnologias de comunicação para o desenvolvimento**. Recife: FASA, 2019. PP. 481-493

TAUK SANTOS, M.S. e CALLOU, A.B.F. **Travessias acadêmicas das tecnologias de comunicação para o desenvolvimento**. Recife: FASA, 2019.

TAUK SANTOS, Maria Salett. Comunicação e Consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares In: CALLOU, Angelo Brás Fernandes e

TAUK SANTOS, Maria Salett. **Extensão Rural - Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento**. Recife: FASA, 2014, p.221-235

TAUK SANTOS, M. S. **Inclusão Digital, Inclusão Social?** Uso das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. Recife: Bagaço, 2009.

TAUK SANTOS, M. S. O consumo de bens culturais nas culturas populares: identidade reconvertida ou diversidade refuncionalizada? In: PERUZZO, C.M.K e PINHO, J.B. (org.) **Comunicação e Multiculturalismo**. São Paulo: Intercom, Manaus: UFAM, 2001. P. 253-275.