



VI Congresso Internacional UFES/Paris-Est

Culturas políticas e conflitos sociais



A INFLUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO SOBRE O ESTADO NA LEGITIMAÇÃO DA MÚSICA BRASILEIRA

Fabio Rodrigues¹

Resumo: O presente artigo tem o objetivo de discutir a influência da globalização sobre estado na legitimação da música brasileira, dentro de uma perspectiva da sociologia cultural. A análise do artigo tem como referência a discussão dos processos assimétricos na produção cultural, seus agentes sociais e suas relações entre autores, produtores, mercado, público e indústria cultural - juntamente com o projeto de nação para legitimar o conceito do que é cultura. Através da sociologia da cultura e seus teóricos, busca-se compreender como se dá a construção social dos gostos, seus representantes legitimados dentro do campo artístico e conseqüentemente, o valor distintivo das suas produções e como resultado, seu projeto de nação e suas distinções entre as classes sociais e formas de consumo. A discussão faz uma análise sobre a indústria fonográfica brasileira e o valor dos bens culturais considerando toda a

¹ Mestrando em sociologia política pela Universidade Vila Velha. Especialista em globalização e cultura pela Fesp - Fundação escola de sociologia política de São Paulo. Licenciatura plena em História pelas Faculdades integradas de ciências humanas, saúde e educação de Guarulhos. E-mail: binhoinforms@yahoo.com.br

relação do capital e sua dimensão simbólica para legitimação de identidades culturais e sociabilidades de consumo através da música.

Palavras-chave: Estado; globalização, sociabilidade; distinção; música brasileira.

Abstract: This article aims to discuss the influence of globalization on state legitimation of Brazilian music , within a perspective of cultural sociology. The analysis of the article has reference to the discussion on the cultural production of asymmetric processes, their social relationships between agents and their authors , producers , marketing, public and cultural industry - along with the national project to legitimize the concept of what culture is . Through the sociology of culture and its theorists, we seek to understand how is the social construction of tastes , their legitimate representatives in the artistic field and hence the distinctive value of its productions and as a result , his project of nation and their distinctions between social classes and forms of consumption . The discussion makes an analysis about the Brazilian music industry and the value of cultural goods considering all the relation of capital and its symbolic dimension to legitimize cultural identities and consumption sociabilities through music.

Keywords: State, globalization , sociabilities ; distinction ; brazilian music.

INTRODUÇÃO

A sociologia da cultura tem como objetivo explorar o conceito de cultura como algo herdado e construído através das praticas e seus significados simbólicos dos membros de uma sociedade; Sendo assim, o significado do conceito sobre arte e a própria disposição estética de uma obra de arte, enquanto processo de produção artística, tem o seu significado e valor de acordo com sua dimensão simbólica num determinado contexto histórico.

Segundo Bourdieu (2007, pag.9) o resultado de toda disposição estética e suas representações simbólicas na formação e transformação de uma obra de arte, é a transformação da produção artística num bem cultural. O significado do valor de um bem cultural determina a sua representação como produto, ou seja, os bens culturais se tornam produtos de consumo e possuem formas de consumir, bem como, as representações sociais do consumo.

A relação de produto e consumo tem como alvo um público que forma e transforma assimetricamente o mercado e campo de atuação de determinada produção artística. A relação entre público e consumo é representada pelo valor distintivo de uma classe social ou uma fração de classe. Nesse caso, a arte e seu campo de atuação, variam de acordo com a classe social que o seu produto pertence. (2007, pag. 11).

IDEOLOGIA DO ESTADO-NAÇÃO E LEGITIMIDADE CULTURAL

Em todo contrato social de um Estado Moderno, é possível notar a interferência de um governo e como suas formas de organização afetam as relações sociais. Na realidade, não simplesmente afetam, mas principalmente constroem e retificam como devem ser essas relações. Seja qual for o projeto de governo, o Estado é a instituição que através de métodos coercitivos ou convencionais, busca através do direito, legitimar seu projeto de nação. A construção de uma cultura é sem duvida grande responsável para legitimar a ideologia de um projeto de nação.

Nesse ponto, segundo (CROSSMAN, 1980, pag-15), “Democracia, Fascismo e Comunismo” estão relacionados entre si, no que diz respeito as suas influências culturais e consequentemente ideológicas. Vale salientar que a própria distinção do autor entre “Democracia, Fascismo e Comunismo” também é uma construção cultural e ideológica. Sendo assim, tanto o teatro, o cinema, a música, a literatura, são

“instrumentos” que podem ser construídos como “bens culturais” para legitimar um determinado projeto de nação de acordo com a necessidade do seu contexto histórico.

A CONSTRUÇÃO DA MÚSICA POPULAR BRASILEIRA A PARTIR DO CAPITALISMO TARDIO

Ao tentar entender o desenvolvimento da sociedade brasileira, muitos aspectos, caminhos e fatores vêm à tona. Foi o que os autores como: João M.C de Mello e Fernando A. Novaes (2009) fizeram, traçando um panorama bastante completo sobre os motivos e consequências do processo de industrialização no Brasil, inclusive a influência do capital financeiro na indústria cultural brasileira e seus desdobramentos.

Para Mello e Novaes (2009, pag. 640 e 641) existiu um descompasso entre a produção industrial e a circulação mercantil onde emergiu nossa modernidade interrompida. A construção da modernidade brasileira não se deu conforme na Europa através da revolução industrial (aspecto econômico) e a Revolução Francesa (aspecto político e cultural).

Durante esse período, notam ainda os autores (2009, pag. 627), a industrialização acelerada não poderia deixar de significar também uma urbanização desenfreada. Assim é que a estrutura rígida do campo cede lugar à estrutura competitiva da cidade; a extrema pobreza e a miséria são sobrepujadas pela esperança e pelo desejo da migração.

No topo dessa sociedade abriga-se um pequeno conjunto de capitalistas, banqueiros e industriais menos interessados em liderar o desenvolvimento econômico do país e mais interessados em tirar proveito da ação do Estado e da atuação da grande empresa multinacional (2009, pag. 627).

Isso tudo porque a aspiração à ascensão individual no Brasil não se lastreou no progresso técnico, mas na corrida pelo consumo. Em última instância, pode-se dizer que o industrialismo foi sobrepujado pelo consumismo como lógica de organização social (2009, pag. 648).

Segundo Mello e Novaes (2009, pag. 637), as agruras impostas ao país pela ditadura militar não se restringiram ao plano político e econômico, elas se espalharam pela esfera social e cultural. Isso porque ao cerceamento do espaço público seguiu-se, imediatamente, o estabelecimento de uma opinião privada.

Disfarçando-se em meio a entretenimentos ou revestindo-se de objetividades, as empresas televisivas e jornalísticas formavam uma pequena confraria que, com a anuência do governo militar, patrocinavam a instauração de uma indústria cultural americanizada no país (2009, pag. 638).

A prioridade da TV e do entretenimento sobre a informação e a educação, e a preeminência de empresas privadas sobre a opinião pública, promoveu, novamente, o triunfo de normas mercadológicas sobre princípios modernizantes. Desse modo, a sociedade brasileira passava diretamente da deseducação para a massificação, criavam-se consumidores sem que se houvesse formado cidadãos (2009, pag. 642).

Esse será o país lançado, nos anos 1990, sobre os estertores da globalização e do neoliberalismo. Nesse ponto o mercado que se forma em torno da cultura, segue à lógica neoliberal do capital financeiro e da publicidade como construção social de gostos e necessidades criadas para um tipo de pertencimento social, através de um consumismo utilitarista e deseducado criticamente.

Na mesma linha de pesquisa em “Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura” Dias (2000) apresenta um importante panorama sobre o processo de modernização da música brasileira seguindo a lógica do capitalismo tardio. Dias (2000, pag. 55) afirma que a estratégia de mercado durante o regime militar, vinculou os bens culturais como bens de consumo duráveis – fazia

parte do projeto de “desenvolvimento com segurança” adotar a lógica do consumo como fator de relevância sobre os produtos culturais.

Com a chegada definitiva do LP nos anos 70 as transnacionais fonográficas puderam restringir gastos e aperfeiçoar investimentos. O LP foi o formato estético ideal legitimado pela indústria fonográfica mundial - nesse sentido, segundo a autora foi mais seguro e lucrativo para as gravadoras, produzir, manter e investir em “casts estáveis” (artistas conhecidos no conjunto do *show business*) (DIAS, 2000, pag. 59 e 60).

Em sua pesquisa, Dias (2000, pag. 59) aponta que durante esse período a consolidação da música brasileira não surgiu da grande fertilidade de produção musical nos anos 60, mas principalmente de fatores estratégicos pelas condições econômicas que foram dadas pelo surgimento das transnacionais (gravadoras).

As transnacionais fonográficas foram responsáveis pela legitimação do que pode ser representado como música popular brasileira. Segundo a autora, nomes como: Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Maria Bethânia, dentre outros, considerados como: “clássicos da MPB” e o movimento da jovem guarda de artistas como Roberto Carlos, são um bom exemplo disso (2000, pag. 59).

Através da análise da autora, percebe-se que o projeto de modernização da música brasileira é caracterizado por simulacros que “apresentam” à lógica dissimulada do consumo e, não por uma consciência crítica sobre o papel da arte, especialmente sobre livres e diversas manifestações do que pode ser considerado como música brasileira.

A pesquisa da socióloga Dias (2000, pag. 64) ajuda a entender que a partir do processo de modernização da música brasileira, as gravadoras juntamente com a figura do produtor musical buscaram fazer dos artistas, criações de personagens como produtos culturais rentáveis que pudessem legitimar as representações simbólicas e,

reforçar a ideologia do que pode ser considerado como “natural” no modo de ser da sociedade brasileira.

Dias (2000, pag. 64) afirma que a rede globo juntamente com a gravadora som livre (pertencentes ao mesmo grupo de empresários) que dominaram o mercado das trilhas sonoras. As produções musicais estiveram mediadas por complexos processos de negociações, onde muitos artistas pressionados ou não por suas gravadoras e seus produtores, criaram suas músicas para compor a trilha sonora de telenovelas e de seus personagens que reproduziam padrões sociais dominantes.

A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO GOSTO E SUAS DISTINÇÕES SOBRE MÚSICA BRASILEIRA

Um item muito presente nas produções artísticas é a ideologia carismática sobre o “gosto puro” e o famoso ditado que diz: “gosto não se discute”. Segundo Bourdieu (2007, pag. 09), a ideologia carismática naturaliza o gosto como se fosse uma disposição intrínseca da natureza humana, como se o indivíduo naturalmente passasse a gostar de algo, e que esse gosto é tão íntimo e pessoal, tão puro e humano que não deva ser discutido por uma simples questão de respeito.

Na realidade a observação científica, conforme analisa Bourdieu (2007, pag.9) permite verificar essa falsa noção sobre a “natureza” do gosto. Pois o gosto antes de tudo é uma construção social e a naturalização do mesmo, ignora uma série de mecanismos responsáveis pelas próprias distinções e interesses envolvidos na naturalização do gosto. As instituições e grupos legitimados dentro do campo artístico se utilizam da ideologia carismática através da educação que distingue socialmente quem e o que determinado grupo social deve gostar de uma forma “natural.”

Para Bourdieu (2007, pag.9), a Família e a escola são os campos de atuação responsáveis pela construção do gosto, bem como, a legitimação das distinções entre

as classes sociais. O campo intelectual e suas produções artísticas são responsáveis pelas distinções na busca da legitimação sobre o que é arte. Essas distinções variam entre grupos e instituições de acordo com o capital social, cultural econômico e adquirido que eles possuem.

Os detentores do capital “detêm” as regras do jogo dentro do campo de atuação. Através da construção social do gosto o valor simbólico da arte desempenha um papel de distinção, sendo o gosto resultado de uma construção social distintiva, a atuação dos agentes sociais envolvidos em todo o processo é dialética, portanto a arte possui uma disposição estética utilitarista.

A música é uma arte em que por excelência, permite uma intensidade de trocas simbólicas. Na modernidade brasileira o popular (no sentido cultural) é o que é mais consumido através das condições dadas pela indústria fonográfica. Também existe uma hierarquização do que é popular em termos de consumo. No caso da concepção de música brasileira como bem cultural, os fatores econômicos juntamente com as representações simbólicas são responsáveis pelas distinções.

É possível verificar como o mesmo bem cultural pode ser uma mercadoria onde o seu valor econômico e simbólico varia de acordo com o seu contexto histórico e cultural. Outrora artistas considerados populares e representantes de uma consciência libertária durante o processo da censura militar, como: Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, dentre outros, hoje em dia são considerados como representantes de uma categoria de consumidores como “pessoas mais intelectualizadas” - atualmente representam mais uma cultura erudita do que cultura popular.

Durante os anos 80 o Rock Nacional (e suas variáveis estéticas) foi considerado como música de protesto em detrimento da chamada MPB. Havia uma distinção muito clara entre o que eram MPB e Rock Nacional. Segundo Dias (2000, pag. 124), nos anos 80 artistas independentes como Itamar Assumpção, considerado

vanguardista pela imprensa e pelo meio universitário, mas “maldito” pela indústria fonográfica (termo cunhado também pela imprensa). O termo “maldito” foi uma forma de distinguir e classificar o artista que tentava manter a margem do jogo econômico das grandes gravadoras.

A partir dos anos 90, a música sertaneja, o pagode e o axé impulsionados pelas “majors” e pela lógica neoliberal do capital financeiro e pós-moderna da fragmentação e, do consumo imediato - ganham status de representação simbólica como: “diversidade da música popular brasileira” - até os dias atuais ritmos como: tecno-brega, o *funk* e suas varáveis- dentre elas, o atual “funk ostentação” estão dentro dessa lógica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma obra de arte pode conter múltiplos significados simbólica dentro de um grupo social. O significado simbólico e as suas dimensões, são responsáveis pela valorização cultural, política e econômica que se dá a uma obra de arte ou sobre um determinado conceito do que é arte ou, cultura conforme a ideologia que se pretende reproduzir.

A partir de determinado significado simbólico e sua dimensão que a música como arte, tanto pode produzir algo que seja capaz de despertar um senso-crítico emancipatório sobre uma nova realidade social, como também, simplesmente ser um “bem cultural” para consumo utilitarista com o objetivo de atender os interesses do capital financeiro pela via do entretenimento.

A música como bem cultural pode servir como elemento de distinção social, portanto de reprodução e legitimação de estruturas de poder e suas hierarquias - por outro lado - um bem cultural pode ser como instrumento, o símbolo de uma consciência coletiva mais crítica, menos alienada - utilitarista e, superficial na sua

maneira de se relacionar com o mundo - conforme tem sido a dinâmica do capital financeiro na globalização.

A música permite uma intensidade de trocas simbólicas – capaz de desempenhar um papel de influencia importante na educação. A Indústria fonográfica, seus artistas e patronos, são agentes influenciadores e influenciáveis pelos agentes sociais que consomem música - logo a música, e seus campos de atuação vão definindo e redefinindo a sua atuação dentro do campo como um processo dialético transformador da sociedade.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*. Porto Alegre/RS, Ed. Zouk – São Paulo/SP, Edusp, 2007.
- CROSSMAN, R.H.S. *Biografia do Estado Moderno*. São Paulo/SP, Livraria Editora Ciências Humanas, 1980
- DIAS, Márcia Tosta. *Os Donos da Voz: Indústria Fonográfica brasileira e Mundialização da Cultura*. São Paulo/SP, Ed. Boitempo, 2000
- MELLO, João Manuel Cardoso de. NOVAIS, Fernando A. *Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna*. São Paulo/SP, Ed Unesp 2009.