

Neoliberalismo, subjetividade e indústria cultural no Brasil: uma proposta de interpretação a partir da Teoria Crítica

Jéssica Raquel Rodeguero Stefanuto¹

ORCID: 0000-0001-6174-9267

Resumo: As crises contemporâneas do capital têm mobilizado esforços no sentido de gerir o mal-estar social voltando-o contra inimigos projetados que passam a ser alvos de uma violência autoritária. A indústria cultural musical oferece sua parcela de justificativa, de convencimento e de naturalização das relações desumanas que exploram a natureza e os seres humanos como se não houvesse alternativa. É nesse contexto que o presente trabalho retoma os fundamentos da Teoria Crítica da Sociedade e propõe uma interpretação dos mecanismos da indústria cultural contemporânea a partir da análise de uma música do gênero musical sertanejo, tomada como exemplo de articulações entre bases material e econômica da sociedade neoliberal e a construção de subjetividades. Tem-se, a partir desse percurso que categorias como a de dominação, de oposição entre cultura e natureza, de empreendimento de si e de subjetivação sem sujeito são relevantes para as reflexões contemporâneas.

135

Palavras-chave: Neoliberalismo; indústria cultural; música sertaneja; formação estética.

¹ Jéssica Raquel Rodeguero Stefanuto é Psicóloga, técnica em Música, Mestre em Educação Escolar, Doutora em Educação - Filosofia da Educação, Professora no curso de Psicologia da Fundação Educacional de Penápolis - FAFIPE/FUNEPE e pós-doutoranda em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. E-mail: jessicaraqelpsi@yahoo.com.br Currículo Lattes: <https://lattes.cnpq.br/6898807441659748>

Abstract: Contemporary crises of capital have mobilized efforts to manage social unrest by turning it against projected enemies who become targets of authoritarian violence. The musical cultural industry offers its share of justification, persuasion, and naturalization of inhumane relationships that exploit nature and human beings as if there were no alternative. In this context, the present work revisits the fundamentals of Critical Theory of Society and proposes an interpretation of the mechanisms of the contemporary cultural industry through the analysis of a song from the sertanejo music genre, taken as an example of the articulations between the material and economic bases of neoliberal society and the construction of subjectivities. From this path, it is understood that categories such as domination, the opposition between culture and nature, self-enterprise, and subjectivation without a subject are relevant for contemporary reflections.

136

Keywords: Neoliberalism; cultural industry; country music; aesthetic training.

Resumen: Las crisis contemporáneas del capital han movilizado esfuerzos para gestionar el malestar social volviéndolo contra enemigos proyectados que se convierten en objetivos de una violencia autoritaria. La industria cultural musical ofrece su parte de justificación, convencimiento y naturalización de las relaciones inhumanas que explotan la naturaleza y los seres humanos como si no hubiera alternativa. Es en este contexto que el presente trabajo retoma los fundamentos de la Teoría Crítica de la Sociedad y propone una interpretación de los mecanismos de la industria cultural contemporánea a partir del análisis de una canción del género musical sertanejo, tomada como ejemplo de las articulaciones entre las bases materiales y económicas de la sociedad neoliberal y la construcción de subjetividades. A partir de este recorrido, se entiende que categorías como la de dominación, la oposición entre cultura y naturaleza, la empresa de sí mismo y la subjetivación sin sujeto son relevantes para las reflexiones contemporáneas.

137

Palabras clave: Neoliberalismo; industria cultural; música country; formación estética.

“[...] em todo caso, permanece a esperança de uma música cuja força obriga ao entendimento os indiferentes e inimigos”.

Theodor W. Adorno

Introdução

Em 1977, Jacques Attali publicava um livro dedicado a estabelecer relações entre música e economia política que começa com a seguinte colocação: “Le savoir occidental tente, depuis vingt-cinq siècles, de voir le monde. Il n’a pas compris que le monde ne se regarde pas, il s’entend. Il ne se lit pas, il s’écoute” (ATTALI, 1977, p. 7). Quase meio século depois desse escrito, este trabalho tem o objetivo de discutir o que é possível escutar da indústria cultural contemporânea no Brasil para compreender o atual cenário neoliberal e os processos de subjetivação relacionados a ele, quando se entende que os sujeitos são tanto educados pela indústria cultural quanto são conduzidos pelas relações concretas neoliberais de mercado e de trabalho a se ajustarem a dadas configurações que dizem mais sobre a necessidade das coisas do que da vida.

Para tanto, se dedicará aqui, em um primeiro momento, a estabelecer relações entre as crises contemporâneas e as formas de sacrifício e ajustamento que são exigidos dos sujeitos para que sobrevivam no estado atual das coisas. Na sequência, a proposta é vincular uma certa configuração da economia extrativista com formas pretensamente hegemônicas da indústria cultural. Assim, o plano é ouvir quais elementos de identificação e de conformação são possibilitados aos sujeitos, fundamentalmente a partir dessa mediação estética. Com vistas a exemplificar essa interpretação, é proposta uma forma de escuta de um exemplar de música do gênero sertanejo da indústria cultural contemporânea no Brasil. Vale dizer que se trata aqui de um recorte: a indústria cultural não comete o deslize de apostar em apenas um gênero musical. Ao contrário, lança mão de uma aparente diversidade de estilos com vistas a um alcance hegemônico e cada vez mais integrado. Espera-se, com a análise e reflexão crítica de um exemplar, trazer à tona elementos de crítica da indústria cultural e da sociedade contemporânea que tendem a ser desprezados quando se considera a indústria cultural inócua ou secundária no processo de formação das subjetividades.

Crises contemporâneas, mal-estar e a aniquilação do indivíduo

Quando a Teoria Crítica da Sociedade foi proposta, se evidenciava uma transformação qualitativa do capital no sentido de os vestígios das possibilidades individuais de empreendimento serem solapados por conglomerados econômicos que, inclusive, recebiam cuidados estatais. Se se entende que as configurações do trabalho, da economia e da vida concreta são determinantes do modo de constituição subjetiva, a tarefa dos teóricos críticos precisa ser retomada para se pensar os processos de subjetivação e as problemáticas que seguem resultando das cada vez mais velozes transformações do capital.

Isso coloca o desafio de compreender quais sacrifícios são exigidos dos sujeitos para que se autoconservem nas sociedades neoliberais contemporâneas. E se há especificidades históricas de constituição das nações do globo, há também uma tendência geral de integração por vias neoliberais – que inclusive borra fronteiras entre governos ditos de esquerda e de direita em aspectos não desprezíveis. Adorno já havia indicado, fundamentado na leitura dialética e materialista de Freud, que o mal-estar nos lembra que uma lógica persistente ao longo do processo civilizatório é garantir a sobrevivência cobrando o preço do sacrifício (FREUD, 2010; ADORNO, 2015). É nesse sentido que resulta aqui a seguinte contradição: para se autoconservar, o sujeito precisa se adaptar ao mundo a tal ponto de abrir mão da individualidade. Dito de modo mais direto: para se autoconservar, é preciso sacrificar o Eu.

Esse processo mais ou menos consciente de adaptação subjetiva a uma lógica frequentemente carente de sentido, forja uma subjetividade danificada porque deixa de ser possível ao indivíduo constituir aquelas habilidades que historicamente o caracterizaram, ainda que enquanto potencialidade. É nesse sentido que Adorno afirma que o indivíduo deve a sua existência aos mesmos processos que estão levando à sua aniquilação (2004). E a cada nova crise – cada vez mais frequente – somam-se esforços no sentido de distrair e redirecionar os afetos que emergem dessas manobras adaptativas dos sujeitos sacrificando-se para buscar garantir a sobrevivência.

É nesse movimento que afetos como raiva, rancor, ressentimento, inseguranças e descontentamentos – que fazem todo sentido no interior das contradições e falsas promessas do neoliberalismo – acabam sendo direcionados

para inimigos que não correspondem aos reais problemas estruturais da sociedade. “Quem é escolhido para inimigo é percebido como inimigo” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 154). E torna-se inimigo aquele que é percebido como mais distanciado dos ideais de dominação da natureza, da dominação de si mesmo e da dominação do outro (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Economia extrativista, indústria cultural e processos de identificação

As crises das últimas décadas foram sendo contornadas no Brasil por um retorno da economia extrativista, agrícola e pecuarista: o desmatamento e a exploração da madeira, a disputa por posse de terra, o gado, as monoculturas de soja e cana-de-açúcar, a mineração. Esse modo de organização da economia brasileira está longe de ser novidade e se faz presente desde o século XVI. No entanto, mais recentemente retomou-se um projeto de governos militares com uma força importante como se o Brasil fosse naturalmente vocacionado a ocupar esse lugar na economia global. Ainda que com diferenças importantes, é interessante notar que essa pretensa vocação encontra defensores entre distintos espectros político-econômicos. Oliveira (2013) já denunciava essa raiz da tendência à concentração da renda na economia brasileira que se organizou majoritariamente pela necessidade de acumulação e manteve uma dialética conciliatória entre desenvolvimento industrial e produção agropecuária. Foi a manutenção, ampliação e combinação desse padrão “primitivo” de produção com as novas formas industriais de produção que possibilitou, via exército de reserva e baixa do custo da alimentação da força de trabalho, uma intensa acumulação de riqueza.

Daí a importância de não qualificar a economia extrativista como algo primitivo ou subdesenvolvido quando no exercício de caracterizar algumas especificidades do contexto brasileiro. Como se pretende argumentar, parece fundamental que o pensamento crítico seja capaz de superar dicotomias que seguem sendo exploradas quando se opõe o moderno e o atrasado, a natureza e a civilização, o campo e a cidade. Criticando o modo positivista de supor uma “evolução” das formas ditas menos desenvolvidas para as consideradas mais desenvolvidas, Oliveira escreve que:

O “subdesenvolvimento” pareceria a forma própria de ser das economias pré-industriais penetradas pelo capitalismo, em “trânsito”, portanto, para as formas mais avançadas e sedimentadas deste; todavia uma tal

postulação esquece que o “subdesenvolvimento” é precisamente uma “produção” da expansão do capitalismo mundial. [...] as economias pré-industriais da América Latina foram criadas pela expansão do capitalismo mundial, como uma reserva de acumulação primitiva do sistema global (OLIVEIRA, 2013, p. 32-33).

De modo geral, é possível identificar esse setor como “agro”, incluindo agronegócio, agropecuária e o setor agroquímico, que compõe uma articulação importante entre o setor agrícola, industrial e até acadêmico (POMPEIA, 2021). É esse grupo econômico que vem financiando o setor da indústria cultural chamado de sertanejo e que almeja a configuração de um monopólio cultural (CHÃ, 2018) – construindo gostos, sugerindo afetos e identificações. A manutenção desses processos de acumulação de riqueza a qualquer custo, depende, afinal, de formas convincentes de mascarar a realidade, promovendo compensações identificatórias para manutenção da exploração da força de trabalho e para a destruição das condições de vida, ao mesmo tempo em que mantém a retroalimentação do capital e o papel do Brasil como vocacionado para ocupar esse lugar:

O papel de fornecedor de matérias-primas agrícolas e outros produtos agrícolas para exportação, especialmente para a China, continua sendo o lugar reservado ao Brasil na organização mundial do capital. Este espaço mantém a sua condição periférica e colonial de matriz agroexportadora, com uma economia em crescente processo de desindustrialização (CHÃ, 2018, p. 42).

A indústria cultural é uma mediação fundamental da gestão dos afetos e da adaptação das subjetividades ao mundo vigente. Adorno e Horkheimer (1985) denunciavam que ela é sustentada e promovida por atores centrais do capital; tem potencialidade para fomentar a ocultação dos impasses reais do capital e favorece sua retroalimentação às custas do que quer que seja. E é fundamental que os ouvintes se identifiquem, contra si mesmos, com aquilo que silencia os eventuais conflitos decorrentes desse processo de adaptação ao que destrói as possibilidades de vida. A indústria cultural aqui deve ser pensada em sua familiaridade com a lógica da publicidade²:

Não são raros os casos de publicidade e marketing do agronegócio nos quais o que está em jogo não é a promoção direta de uma

² Um exemplo muito evidente dessa relação pode ser visto no clipe da música “Os menino da pecuária”, de Léo e Raphael. No decorrer do clipe oficial, sobem quadros com informações sobre o faturamento do setor e estimativas de crescimento. Afinal, como diz a música, “não é à toa que o PIB começa com P de pecuária”.

marca ou produto, mas de um conceito ou imagem a ser lembrada e incorporada pelas pessoas da maneira mais “natural” possível, ou mesmo um *projeto de país* (CHÃ, 2018, p. 86, grifo meu).

Daí a relevância do estudo da estética e dos afetos em um contexto no qual o autoritarismo e o conservadorismo emergem como promessa de saída das crises e oferecem, para tanto, formas de monopolização de uma visão de mundo que mascara os problemas e as contradições do modo de vida neoliberal e anuncia uma adaptação a esse mundo às custas de mais exploração e, afinal, de intensificação dessa racionalidade. A indústria cultural é estratégica para esse processo. Nas palavras de Adorno e Horkheimer: “A indústria cultural tem a tendência de se transformar num conjunto de proposições protocolares e, por isso mesmo, no profeta irrefutável da ordem existente” (1985, p. 122).

Nesse sentido, toda produção da indústria cultural pode ser analisada sob essa ótica. No entanto, se destaca aqui o papel da música sertaneja no Brasil como um elemento precípua na construção de sujeitos que se fazem cúmplices da própria aniquilação. Esse gênero, escolhido aqui como objeto da análise, certamente não figura isolado no cenário, que oferece mercadorias musicais palatáveis para os diferentes anseios e necessidades dos ouvintes. Inclusive é interessante notar que dentro de cada gênero musical é possível encontrar uma “solidariedade” entre esses diversos setores, pretensamente conciliando campo e cidade, por exemplo. Nas estantes da indústria cultural, afinal, é possível encontrar mercadorias para todos os públicos. Apesar disso, é notório como esse setor se instalou no *status quo*, desde propaganda em horário nobre na televisão, até patrocínios e financiamentos de setores da cultura e da educação (CHÃ, 2018). Que a indústria cultural seja defendida como lazer, entretenimento ou distração, é antes parte do problema do que atenuante, uma vez que aquilo que produz tal necessidade de distração é devido mais ao modo de produção e organização da vida do que a elementos como gosto ou preferência individual (ADORNO; SIMPSON, 1986).

Se a pseudo-individação é um correspondente subjetivo da standardização do material musical (ADORNO; SIMPSON, 1986), a captura da indústria cultural emerge como estratégica para o controle das sensibilidades. Não se falará em redução do trabalho ou no fim desse modo de produção, mas se defenderá o direito de as pessoas, cansadas, divertirem-se – o que não é de todo mentira, mas é também mentira, por apontar uma saída falsa a um problema concreto.

Daí a necessidade de desvendar de que modo se oferecem formas de identificação dos ouvintes com os *bits* e, ao mesmo tempo, de trabalhar pela ampliação de repertórios e de possibilidades musicais que ainda sejam capazes de fazer estremecer (ADORNO, 2011). Para os objetivos aqui propostos, retomemos as formas de identificação possíveis que, para Adorno e Simpson (1986), aparecem ao ouvinte como “um questionário de múltipla escolha” (p. 124) em que o ouvinte é levado a aceitar o inexorável.

Tal processo é promovido por elementos que fornecem identificação e autoridade para uma escuta conduzida mais pelo reconhecimento do que pela compreensão do sentido, pelo próprio modo de organização dos *bits* comerciais. Adorno e Simpson (1986, p. 132) indicam componentes que estariam envolvidos nesse processo, a saber, uma vaga recordação de já ter ouvido a música, o que é garantido pela vasta oferta de *bits* semelhantes; uma identificação efetiva, quando de fato o ouvinte subitamente reconhece a música como uma música já ouvida, que precisa ser diferente o suficiente para ser reconhecida como uma canção específica, distinta de outras, e similar o bastante para herdar o sucesso alcançado pela via da familiaridade; a subsunção por rotulação aprofunda esse reconhecimento e torna possível vincular ao súbito reconhecimento uma etiqueta como o nome comercial da canção ou trechos da letra, o que promove um aspecto coletivo e institucionalizado a essa experiência aparentemente individual: “O simples fato de um indivíduo ser capaz de identificar um objeto como sendo isto ou aquilo permite-lhe tomar vicariamente parte na instituição que tornou o evento aquilo que ele é, identificando a si mesmo com essa instituição mesma” (p. 133).

Ainda nos componentes indicados pelos autores no reconhecimento de uma música, tem-se a autorreflexão no ato de reconhecer, que é percebida como uma espécie de triunfo por identificar uma canção em meio a uma torrente de canções menos conhecidas. Nesse processo de identificar e subsumir, a peça se torna uma propriedade para o sujeito e a experiência transmuta-se em um objeto. E, por último, a transferência psicológica da autoridade de reconhecimento para o objeto, quando “Os ouvintes estão executando a ordem de transferir à própria música as suas congratulações quanto à sua posse” (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 134). Nesse percurso, o ouvinte identifica o *bit* como um objeto “gostado” e insere-se em um coletivo em que se identifica com os poderes instituídos, o que, nas palavras dos autores: “atinge um delírio de grandeza comparável ao devaneio de

uma criança quanto a possuir uma estrada de ferro” (p. 135). Os ecos da psicologia das massas freudiana aqui não são casuais (FREUD, 2011; ADORNO; 2015).

Quem venceu? Uma proposta de escuta

A música escolhida para exemplificar a interpretação proposta é intitulada “A roça venceu”, de Antony e Gabriel, e gravada em 2021. A partir do título, já é possível ouvir ecos de “a favela venceu”, um *slogan* (se levarmos a sério a relação entre indústria cultural musical e publicidade) de MCs que remete aos funks cariocas, às músicas e festas urbanas, mas recaem em problemáticas semelhantes aquelas apresentadas aqui. A música objeto desta análise tem 2 minutos e 58 segundos de duração, adequada para obra comercial. Estandarizada, conforme a definição de Adorno e Simpson (1986), a estrutura da música inclui um verso introdutório que não será repetido; uma estrofe de desenvolvimento que será repetida após o refrão; um refrão que é repetido duas vezes antes da repetição da estrofe e mais três vezes após a repetição da estrofe. A repetição parece promover o *plugging* (ADORNO; SIMPSON, 1986) no interior da própria música, de modo que um ouvinte minimamente atento seja capaz de aprender a cantar o refrão ainda durante a execução da música; e uma conclusão. E se a estandarização é a característica fundamental da música popular, pensada aqui como música comercial, vale a pena desenvolver um pouco mais o conceito:

Muito conhecida é a regra de que o *chorus* [a parte temática] consiste em trinta e dois compassos e que a amplitude é limitada a uma oitava e uma nota. Os tipos gerais de *bits* são também estandarizados: não só os tipos de música para danças, cuja rígida padronização se compreende, mas também os tipos “característicos”, como as canções de ninar, canções familiares, lamentos por uma garota perdida. E, o mais importante, os pilares harmônicos, não importa o que tenha intervindo em termos de harmonia. [...] Esse inexorável procedimento garante que [...] o *bit* acabará conduzindo tudo de volta para a mesma experiência familiar, e que nada de fundamentalmente novo será introduzido (ADORNO; SIMPSON, 1986, pp. 116-117).

A amplitude limitada em uma altura média, permite, por exemplo, que seja possível ao público acompanhar a música cantando junto sem grandes dificuldades ou desafios. A duração do refrão também pode ser evidenciada na duração da música como um todo, que não chega a completar 3 minutos. Os

pilares harmônicos da canção tomada como exemplo – A#m / F# / C# / G# – também garantem um percurso circular e uma resolução sem que nada complique o trajeto e de modo que qualquer estrofe da música possa ocupar qualquer lugar ao longo da peça, sem que haja qualquer prejuízo do original. Nas palavras de Adorno e Simpson: “O sentido musical não seria afetado se qualquer detalhe fosse tirado do contexto; o ouvinte pode suprir automaticamente a ‘estrutura’, na medida em que ela é, por si mesma, um mero automatismo musical” (p. 118). É a melodia que garante um crescendo de expectativa, que também se resolve.

Talvez seja no ritmo que resida uma dimensão importante do *hit*: o aspecto de desforra que ganha voz através da música. O refrão tem uma marcação rítmica – uma batida – que vinga o que foi falado sobre o sujeito do campo e festeja a conquista da vitória. A passagem da batida mais *pop* para o chamado batidão sertanejo, com incremento de percussão, traz para a música uma aceleração que marca o clímax do refrão e que é acompanhada de coreografias tipicamente formatadas para serem “tiktokeáveis”. Para Adorno e Simpson a dimensão rítmica é fundamental para se pensar o aspecto da obediência do ouvinte. Nesse sentido, “ser musical significa ser capaz de acompanhar modelos rítmicos dados, sem ser perturbado por aberrações ‘individualizadoras’, inclusive ajustando as síncopes dentro das unidades de tempo” (1986, p. 139). Pode soar exagerado aproximar as coreografias “tiktokeáveis” das danças e marchas com ritmo marcado, que “sugere os batalhões bem ordenados de uma coletividade mecânica” (p.139), mas a lógica da reprodução e do ajustamento promovida pela indústria cultural sugere que talvez não seja tão exagerado assim.

O clipe oficial no Youtube exibia a marca de 58.234.318 visualizações em abril de 2023. E se o Youtube possibilita que as músicas sejam assistidas, ademais de ouvidas, vale pensar aqui também a dimensão visual deste exemplo. A introdução da música – A#m/ G#/ A#m – é acompanhada por três caminhonetes, que não escondem sua finalidade “ostentação”, e pelo anúncio “a roça venceu”. Aqui também é possível indicar consonâncias com outros gêneros musicais, mais urbanos, que enaltecem a vitória, a ostentação, o sucesso individual ajustado às leis do mercado e garantido pelo esforço e, eventualmente, também pela fé, como o funk e o *rap* ostentação. Na sequência, um membro da dupla aparece à frente de uma plantação que evidencia a monocultura e o maquinário de aplicação de agrotóxicos. Uma breve coreografia formatada para o Tik Tok é executada e a

letra da música – “Falaram que quem nasce peão” – se inicia na sequência, com a dupla inserida em um cenário emoldurado por tratores e caminhonetes. A letra segue – “Nunca vai botar o pé numa mansão” – e o clipe mostra a dupla saindo para a área da piscina de um casarão. “Falaram que quem veio da roça /Nunca vai levar uma vida luxuosa” é pareada no clipe com a dupla apontando e entrando nas caminhonetes FMaxx.

“Quem usa só chapéu e botina/ Nunca vai cair no gosto das menina” retoma o cenário com a caminhonete e os tratores, enquanto a dupla executa uma coreografia. O trecho “Quem anda de cavalo e charrete” é acompanhado por uma imagem aérea de uma máquina aplicadora de agrotóxico em um cenário de monocultura. Segue-se a isso, contrariando os que disseram que “Não vai dar cavalo de pau na caminhonete”, a cena de um cavalo de pau na caminhonete. “E olha quem tá estourado na internet” redime a dupla, via ajustamento ao mercado e ao sucesso financeiro, de ter sido associada ao velho caipira pré-industrial. Essa última frase harmoniza com a introdução – A#m/ G# /A#m – depois de os versos circularem seguidamente por A#m / F# /C# / G# e a melodia manter uma expectativa crescente, que se resolve.

A ponte para o refrão traz novamente a coreografia adaptada ao formato Tik Tok, que permanece durante o refrão intercalando a coreografia com o cenário da caminhonete e tratores e a coreografia frente ao maquinário de aplicação de agrotóxicos: “É nós tomando a pinga /Da cana que nós colheu /Pro azar do playboy /A roça venceu”. O merecimento em função do trabalho, por sua vez, tensiona com a imagem captada por drone de 19 tratores arando a terra em um cenário de terra arrasada que ocupa toda a tela. Retoma-se a coreografia nos mesmos cenários: frente às máquinas. Enquanto a letra segue com “É nós gastando a grana /Do gado que nós vendeu /Pro azar do playboy /A roça venceu”, é possível visualizar o gado correndo e a imagem de uma colheitadeira. Retoma-se a coreografia em cenário já conhecido. É nesse trecho que há um incremento percussivo e uma alteração rítmica para o batidão sertanejo.

“É nós tomando a pinga /Da cana que nós colheu /Pro azar do playboy /A roça venceu” ganha um novo cenário, com construções agrícolas ao fundo e as caminhonetes à frente. A coreografia é novamente executada. “É nós gastando a grana /Do gado que nós vendeu /Pro azar do playboy /A roça venceu”, por sua vez traz o cenário da terra pós-colheita, sendo novamente arada. Ao menos uma

dezena de caminhões, tratores e arados compõe o cenário que exhibe o latifúndio a perder de vista, ocupando, novamente, toda a tela sem que se vislumbre o fim. Colheitadeiras sincronizadas em filas paralelas, também em um cenário a perder de vista, acompanham a repetição do refrão. O maquinário em fila aparece em diferentes ângulos e exibindo suas diferentes funções: colheita, aragem, aplicação de agroquímicos intercalando com a coreografia da dupla em frente às caminhonetes. Antes da repetição da segunda estrofe, o chamado: “A roça venceu /Antony e Gabriel /Segue o agrolíder”.

A música, então, repete a segunda estrofe e retoma o refrão, repetindo-o. O cenário é o mesmo, com novas inserções de maquinário e construções para armazenagem de grãos. Novamente em um cenário de terra pós-colheita, duas colheitadeiras carregam um caminhão que, centralizado, exhibe o *slogan*: “Deus é fiel”. A conclusão vai trazendo as imagens sínteses, as coreografias e, por fim, a mensagem que incorpora ironicamente a denúncia contra o agronegócio: “O agro mata /Mata a fome do mundo /A roça venceu”. Não é sem esforço que esses dispositivos pretendem convencer as pessoas de que são eles que alimentam o mundo, em um contexto no qual ainda se passa fome. O modo através do qual se busca, com considerável sucesso, convencer as pessoas disso, merece atenção. Afinal, o agro pretende, sem disfarces, ser tudo.

Os comentários publicados na página do clipe oficial também permitem ter uma ideia do impacto da música no sentido de oferecer ânimo e identificação àqueles que de algum modo se relacionam com atividades agrícolas. O interessante a notar aqui é que não se trata da identificação com o “caipira”, o pequeno produtor. As imagens do clipe deixam claro que se trata do latifundiário, proprietário de lotes de terra arada que trazem a monocultura a “perder de vista”. Isso parece evidenciar a conciliação já anunciada por Oliveira (2013): a roça que é defendida aqui é uma roça industrializada, com maquinário pesado e colheita automatizada. É o campo que se encontrou, finalmente, com o progresso antes identificado apenas à cidade e seus critérios de pertencimento – e que trouxe consigo as vítimas como preço necessário (ZAMORA; MATE; MAISO, 2016).

Isso sem dizer das sementes padronizadas e outras tecnologias que invadem o campo e transformam radicalmente a comida em mercadoria impedindo qualquer reprodução da vida que não aquela mediada por uma certa forma de consumo. O maquinário também é defendido na exibição ostensiva de picapes de 6 portas. A

riqueza defendida é aquela da mansão, do carro, da bebida. É esse o cenário de uma vertente da economia que quer fazer crer que se trata de eliminar a fome. Ainda que haja particularidades do estilo e do gênero, vale problematizar que essas promessas de sucesso, progresso e empreendimento de si aparecem em uma ampla variedade de exemplares da indústria cultural. Nos elementos rítmicos e musicais também é possível encontrar esses diálogos entre o particular da música sertaneja e uma dimensão mais universal da indústria cultural, indicando como essas tensões e conciliações são incorporadas na estrutura musical. É possível encontrar, por exemplo, o berrante compondo com remix e batidas eletrônicas, parcerias entre ícones da música sertaneja e MCs, o que indica que tanto o público que se identifica com o campo, como o que se identifica com a cidade têm seu lugar garantido como alvo da indústria cultural musical.

Da letra, da estrutura musical e das imagens do clipe oficial do exemplo objeto deste recorte, é possível depreender algumas ideias que possibilitam que escutemos o nosso tempo. Que essas ideias sejam depreendidas da canção em análise aqui não decorre que apenas esse gênero musical ou esse exemplo musical recorram a esses elementos para validarem-se e para forjarem subjetividades na sociedade contemporânea. Ao contrário, se essa análise de fato for representativa do nosso tempo, pode-se afirmar que esses elementos aparecerão em outros gêneros e exemplares, pois se trata de mecanismos da indústria cultural. Vamos a essas ideias e categorias:

A identificação com a máquina e a oposição sujeito-natureza:

Essa categoria pode ser pensada inicialmente a partir da Dialética do Esclarecimento, mais especificamente “O conceito de esclarecimento”, de Adorno e Horkheimer (1985). Ali se explicam os processos de racionalização instrumental e de matematização das formas de pensar e de expressar. A técnica aparece assim como esse elemento central que cria uma oposição entre o sujeito – que é também natureza – e a natureza. A técnica, afinal, desde os primórdios da ciência moderna, foi desenvolvida como resultado de um saber prático, vinculado ao poder e à dominação. Escrevem os autores:

O saber que é poder não conhece barreira alguma, nem na escravização da criatura, nem na complacência em face dos senhores do mundo. Do mesmo modo que está a serviço de todos os fins da economia

burguesa na fábrica e no campo de batalha, assim também está à disposição dos empresários, não importa sua origem. [...] A técnica é a essência desse saber, que não visa conceitos e imagens, nem o prazer do discernimento, mas o método, a utilização do trabalho dos outros, o capital (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 18).

No clipe, a máquina expressa a vitória da roça, o avanço em oposição ao estereótipo do caipira, a vitória inclusive sobre a cidade, sobre o “playboy”. A indústria cultural e a cultura digital aparecem aqui legitimando a vitória de um estrato populacional de latifundiários que exalta a vida no campo ao mesmo tempo em que exhibe um modo de vida diretamente envolvido com o êxodo rural. O playboy aparece aqui como o sujeito da cidade, mas pode remeter também ao sujeito que se afastou da vida no campo, que “fez a vida” pelo trabalho não braçal. No cerne da problemática está a divisão social do trabalho, a separação entre mente e corpo, mas essas oposições aparecem sintetizadas equivocadamente, mas de modo eficaz para os fins a que se propõe, no playboy. Novamente, se essa dinâmica é encontrada especificamente nessa música, ela também parece refletir uma tendência mais ampla da organização social e dos processos de subjetivação que remetem às estratégias mais amplas da indústria cultural musical.

A valorização de formas de dominação e do empreendimento de si:

Em concordância com o item anterior, as formas de dominação que aparecem na música desde o título, são várias: há dominação sobre a terra, sobre as plantas, sobre a comida, sobre os animais, sobre o outro, especialmente o sujeito representante da cidade, o playboy. Venceu porque explorou e dominou. Nas palavras de Adorno e Horkheimer: “O que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos homens. Nada mais importa” (1985, p. 18). Essa é a lógica que traz a noção do mérito. E em um contexto neoliberal em que de fato é possível lamentar-se de não colher os frutos do próprio trabalho, a letra da música associa diretamente o trabalho no campo com o enriquecimento. A lógica da exploração, no entanto, é a mesma, e o orgulho do sujeito parece mais vinculado ao lado que ele ocupa nessa opressão.

A vitória aqui é a vitória nos critérios do mercado, do capital, da acumulação. “Na verdade”, escrevem Adorno e Horkheimer, “faz parte do planejamento irracional dessa sociedade reproduzir sofrivelmente tão somente as

vidas de seus fiéis” (1985, p. 124). E nos critérios de mercado, de fato, esse estrato associado a uma certa visão da roça, vem vencendo. E vem convencendo as pessoas de que mais gente vem vencendo com eles, quando não é disso que se trata. Algo parecido pode ser pensado a partir da ideia de “a favela venceu”, parafraseada na canção destacada aqui: de que vitória se trata, afinal? De todo modo, a dominação sobre a natureza e o enriquecimento parecem vingar o sujeito associado ao campo – ou à pobreza, ao morro –, que anuncia ter conseguido ocupar esse lugar de vitória sem precisar se submeter ao que o sujeito da cidade, aparentemente, precisou sujeitar-se.

A moralização a partir do viés cristão neopentecostal:

Há um pilar de sustentação dessas ideias que aparece mais implicitamente: “Deus é fiel”, praticamente um *slogan* neopentecostal, figura escrito no caminhão. Sustentáculo moral dos fascismos, a referência religiosa aparece atrelada à máquina, legitimando a vitória e as relações de dominação. A favela que “venceu” também divide com deus os méritos pela vitória, articulando um deus universal e todo poderoso que escolhe patrocinar o sucesso individual de alguns de seus fiéis. Em um contexto no qual as relações humanas parecem esfacelar-se, restringindo-se cada vez mais a relações de competição e assujeitamento, deus, afinal, permanece fiel.

Mais que isso, ele parece fornecer uma força que permite a persistência do sujeito em situações nas quais as condições concretas de vida o derrubariam – ou o levariam a imaginar e construir alternativas, também pode-se argumentar. Se falamos da aniquilação do indivíduo, faz sentido que emergam forças a partir dessa relação divina que promete um plano especial para cada sujeito comum que crê. O problema é a dimensão moral e conservadora dessa relação que conforma e, novamente, oculta as estruturas causais do problema vivenciado, porque se afinal a religiosidade não precisa vincular-se necessariamente ao conservadorismo, ela o fará sempre que constituir-se como mercado e este for um caminho necessário³.

3 Para um aprofundamento acerca da indústria cultural da música religiosa que certamente se relaciona com o que é discutido aqui, mas foge dos objetivos deste trabalho, ver, por exemplo: MENDONÇA, Joêzer. Música e religião na era do pop. Curitiba: Appris, 2014.

A subjetivação sem sujeito:

Ainda no texto sobre a indústria cultural, Adorno e Horkheimer escrevem que “O inimigo que se combate é o inimigo que já está derrotado, o sujeito pensante” (1985, p. 123). E, afinal, nisso tudo, onde aparece o indivíduo? Quem vence é a roça. Aquele que nasceu peão, confronta os estereótipos que marcam as populações rurais, também em uma dicotomia do “atrasado” e do “avançado” (que a roça resolve com a conciliação do extrativismo, da agropecuária com o maquinário, o agroquímico e a caminhonete) e busca se ajustar a um ideal de eu: o da máquina, da mansão, da caminhonete, o que, afinal, pretensamente agrada as meninas⁴. Se desde a modernidade o conceito de indivíduo está relacionado a capacidade de autoconsciência, de autodeterminação e de autoexpressão dos seres humanos enquanto membros de uma coletividade que deve organizar a vida em sociedade, é muito mais o estereótipo, a padronização e a captura pelas necessidades das mercadorias que aparece na música. Restrito à liberdade de vender e comprar, o sujeito da canção coloca-se como aquele que se vangloria de ajustar-se, com sucesso, ao capital.

Não é fortuito que esses elementos e esse estado de coisas componham o cenário de sociedades fascistas. A máquina e a pobreza de experiência (BENJAMIN, 1994), articuladas por uma indústria cultural mantida e fomentada pelos poderes econômicos, nos aproximam da disposição para a guerra, para o autossacrifício como se não houvesse alternativa. Basta que emergja um inimigo para que algo dessa ordem tenha o gatilho para se manifestar. Além disso, na lógica da música estandardizada, o que se pretende e o que se produz é uma correspondência subjetiva que prescinde da individuação:

O correspondente necessário da estandardização musical é a *pseudo-individuação*. Por pseudo-individuação entendemos o envolvimento da produção cultural de massa com a auréola da livre-escolha ou do mercado aberto, na base da própria estandardização. A estandardização de *bits* musicais mantém os usuários enquadrados, por assim dizer escutando por eles. A pseudo-individuação, por sua vez, os mantém enquadrados fazendo-os esquecer que o que eles

⁴ Certamente o patriarcado e as relações de gênero são temáticas que perpassam o que é apresentado aqui e valeriam ser melhor exploradas em próximos trabalhos, porque se por um lado há uma manutenção das relações hierárquicas de gênero, por outro, na constelação do sertanejo universitário, a exemplo do feminejo, não é raro encontrar discursos de “empoderamento” feminino que merecem discussões mais minuciosas.

escutam já é sempre escutado por eles, “pré-digerido” (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 123, grifo no original).

A dimensão da psicologia do ouvinte evidencia que pensar a partir de exemplares da indústria cultural não é inócuo ou irrelevante, já que há implicações políticas e formativas significativas no modo como nos relacionamos com as produções culturais. Afinal, “concentração e controle, em nossa cultura, escondem-se em sua própria manifestação” (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 123). A aparência do sucesso individual e da livre escolha no mercado, bem como do gosto musical, busca camuflar a estandardização e a publicidade inerentes à canção, permanecendo como resíduos da individualidade agora tornados categorias ideológicas (ADORNO; SIMPSON, 1986).

O sujeito que aparece na música em questão, é o sujeito do *glamour* (ADORNO; SIMPSON, 1986), aquele que triunfou sobre a terra e o playboy e que busca agora convencer as pessoas de que esse modo de produzir (e destruir) é, afinal, o nosso destino, que merece respeito por garantir a adequação de alguns às exigências do capital: “A mentalidade do *glamour* pode ser encarada otimisticamente como uma construção mental da história do sucesso, em que o esforço pioneiro americano triunfa sobre a natureza impassível, que no fim é forçada a render suas riquezas” (ADORNO; SIMPSON, 1986, p. 127).

No fim das contas, quem venceu foi o capital – e isso remete a crítica para a indústria cultural, independente de seus recortes. Mas não deixa de ser curioso que o alarde sobre “a roça venceu” – capturando aspectos de protesto de “a favela venceu”, “a quebrada venceu” – parta, afinal, de quem vem vencendo há cinco séculos e não tem cessado de vencer. De fato, o sujeito da roça não pode ser confundido com os donos do poder no Brasil. No entanto, identificado aos poderes de matriz colonial – expulsão das terras e latifúndio, controle da água e da comida, extrativismo, monocultura e monopólio –, o sujeito parece se redimir da pecha de caipira que a urbanização lhe legou, identificando-se ao capital e podendo, enfim, perceber-se vencedor. A vitória, no entanto, segue sendo do capital: “Todos os que até hoje venceram participam do cortejo triunfal, em que os dominadores de hoje espezinham os corpos do que estão prostrados no chão” (BENJAMIN, 1994, p. 225). O pequeno produtor se identifica aos donos do poder contra si mesmo, agarrando-se à promessa de sucesso da qual ele só lê o cardápio.

Conclusões

Nesse texto procurou-se defender que a indústria cultural musical é um elemento fundamental para se pensar a gestão dos afetos que emergem dos sacrifícios a que os sujeitos são levados e que são direcionados para alvos inventados que distraem dos reais problemas do mundo e reforçam os determinantes que são causadores dos sofrimentos dos quais se pretendia fugir. Aqui, procurou-se realizar uma crítica da indústria cultural musical contemporânea a partir de um exemplo de canção de um certo gênero musical. A ideia é que a análise desse exemplar possa lançar luz para uma leitura mais acurada do contemporâneo e dos mecanismos, valores e ideias a que recorre a indústria cultural musical para fabricar seu sucesso. Parte do sucesso da indústria cultural certamente se deve ao fato de que ela não é apenas mentira.

É verdade que no considerado processo de modernização brasileira o sujeito do campo foi desprezado como representante do atraso. É verdade que, nos critérios do capital, ajustar-se aos parâmetros de enriquecimento e consumo redime desse desprezo. Mas não é verdade que isso resolve a questão, pois o problema é justamente a lógica que guia o que vem sendo chamado de modernização e progresso e que pode, por sua vez, ser encontrada tendencialmente em outros *bits* da indústria cultural. Tampouco é verdade que aos ouvintes é dado ter o mesmo estilo de vida aludido. Aos que se identificam, contra si mesmos, com a promessa da indústria cultural vale o alerta de que a mentira é manifesta.

O problema é mantermos dicotomias forjadas a partir da divisão social do trabalho que culmina na valorização ou não dos sujeitos. É verdade que os sujeitos se sentem preteridos e impotentes postos em relações de competição, inimizade e descarte. E também é verdade que a mansão e a caminhonete podem minimizar esse sofrimento. Mas é mentira que os ouvintes a acessarão, como não acessarão as promessas dos *bits* de ostentação. Enquanto sistema, a indústria cultural oferecerá diferentes produtos, de diferentes categorias, forjando uma identificação que não se realiza. Ao mesmo tempo, indicará os excluídos, os não pertencentes, a quem poderá ser dirigido o ódio, a culpa pelo insucesso e o mal-estar. Mesmo nas exceções em que se alcança o prometido, a questão não é resolvida, pois, nesses termos, as ditas conquistas conformam aos mesmos poderes causadores de sofrimento cobrando como preço aquilo que poderia nos levar por um caminho mais humano

em que fosse factível a eliminação de mazelas, a superação da exploração e que, afinal, fosse possível ser diferente e ser feliz sem ter medo.

A indústria cultural, que gerencia sofrimentos e demandas dos sujeitos, distraíndo e entretendo, é financiada por setores econômicos que tendem a aparecer como promessa e aposta de saída das crises nesse momento do neoliberalismo e fomentam a visão de mundo que lhes favorece – ainda que essa visão de mundo seja hostil à vida em sua diversidade. Essa articulação faz lembrar que a análise sobre a cultura, sobre a (de)formação humana, sobre a educação dos sentidos, sobre a construção de pessoas, afinal, requer necessariamente a análise sobre a base econômica e material da sociedade. A visão de mundo promulgada se coaduna com formas de atribuição da culpa e de construção de inimigos que se afina com o autoritarismo, com a projeção e aponta como saída mentirosa de problemas reais, sentidos efetivamente pelos sujeitos, justamente a intensificação das problemáticas que nos acompanharam até aqui. O ponto que merece aposta é que outras saídas poderiam ser apontadas e construídas para esses problemas sentidos. Tais saídas não são necessariamente mais difíceis ou mais custosas, visto que as saídas alardeadas, além de todo rastro de destruição, ainda cobram o preço do Eu, mas certamente estamos atrasados na construção delas.

Referências

ATTALI, Jacques. *Bruits: essai sur l'économie politique de la musique*. França: Press Universitaires de France, 1977.

ADORNO, Theodor Wiesengrund. *Sociedad*. In. _____. *Escritos sociológicos I. Obras completas, vol.8*. Trad. Agustín González Ruiz. pp. 9-18, Madrid, España: Ediciones Akal, 2004.

ADORNO, Theodor Wiesengrund. *Teoria Estética*. Trad. Artur Morão. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2011.

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor Wiesengrund; SIMPSON, George. *Sobre música popular*. In. COHN, Gabriel (org). *Theodor Adorno – Sociologia*. Trad. Flávio R. Kothe. São Paulo: Editora Ática, pp. 115-146, 1986.

ALONSO, Gustavo. *Cowboys do asfalto: música sertaneja e modernização brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas. Vol. 1. Trad. Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

CHÃ, Ana Manoela. Agronegócio e indústria cultural: estratégias das empresas para a construção da hegemonia. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização. In. _____. Obras Completas volume 18 [1930-1936]. Tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, pp. 13- 122, 2010.

FREUD, Sigmund. Psicologia das massas e análise do Eu. In. _____. Obras Completas volume 15 [1920-1923]. Tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, pp. 13-113, 2011.

MENDONÇA, Joêzer. Música e religião na era do pop. Curitiba: Appris, 2014.

OLIVEIRA, Francisco de. Crítica à razão dualista: o ornitorrinco. São Paulo: Boitempo, 2013.

POMPEIA, Caio. Formação política do Agronegócio. São Paulo: Elefante, 2021.

ZAMORA, Jose Antonio; MATE, Reyes; MAISO, Jordi. Las víctimas como precio necesario. Madri, Espanha: Editorial Trotta, 2016.