

Música e Política na Indústria Cultural

Music and Politics in the Cultural Industry

Resumo

As nomenclaturas que formam o sintagma-título deste capítulo estão diretamente ligadas ao rádio, como pioneiro e um dos mais importantes meios de comunicação de massa. No Brasil, no percurso que esse meio realizou no século XX, ele nasceu e permaneceu concessionário, portanto, diretamente sujeito às políticas públicas do governo federal que também participou das decisões que formataram a sociedade e a cultura de massas, através da Indústria Cultural. Como meio que busca sua própria linguagem através da convergência, a música e a canção não escaparam como peças apropriadas pelo rádio, participando ativamente daquilo que Luiz Tatit denominou *Século das Canções*, e foram singularmente arranjadas para ser um dos seus elementos constituintes, com apontou Armand Balsebre, em *El lenguaje radiofónico*, como música e canção pra tocar no rádio. Como o rádio realizou esse percurso e como foi buscando a singularidade do meio são os principais focos do capítulo.

Palavras-chave: Música. Canção. Programação Musical. Trilha.

Resumen

Las nomenclaturas que forman el sintagma-título de este capítulo están directamente vinculadas a la radio, como pionero y uno de los más importantes medios de comunicación de masas. En Brasil, en el recorrido que ese medio realizó en el siglo XX, nació y permaneció concesionario, por lo tanto, directamente sujeto a las políticas públicas del gobierno federal que también participó en las decisiones que formatearon la sociedad y la cultura de masas a través de la Industria Cultural. Como medio que busca su propio lenguaje a través de la convergencia, la música y la canción no escaparon como piezas apropiadas por la radio, participando activamente en aquello que Luiz Tatit denominó Siglo de las Canciones, y fueron singularmente dispuestas a ser uno de sus elementos constituyentes, con apuntó Armand Balsebre, en *El lenguaje radiofónico*, como música y canción para tocar la radio. Como la radio realizó ese recorrido y cómo fue buscando la singularidad del medio son los principales foco del capítulo.

Palabras clave: Música. Song. Programación Musical. Pista.

Segundo Norberto Bobbio, a origem do termo Política é grega, como adjetivo derivado do termo *pólis* – *politikós* – significando “...tudo o que se refere à cidade e, conseqüentemente, ao que é urbano, civil, público, e até mesmo sociável e social...” A partir da era Moderna, o termo “...passou a ser comumente usado para indicar a atividade ou conjunto de atividades que, de alguma maneira, tem como termo de referência a *pólis*, ou seja, o Estado”, estabelecendo relações hierárquicas entre os aspectos contidos na tradução original – urbano, civil, público, sociável e social - sob a dominância do Estado. Ainda o autor:

Dessa atividade a *pólis* é, por vezes, o sujeito, quando referido à esfera da Política atos como o de ordenar ou proibir alguma coisa com efeitos vinculadores para todos os membros de um determinado grupo social...; outras vezes, ela é objeto, quando são referidas à esfera da Política ações como a conquista, a manutenção, a defesa, a ampliação, o robustecimento, a derrubada, a destruição do poder estatal, etc...(1993: 954)

Então, principalmente a partir da era Moderna, a esfera da Política pode ser identificada como o conjunto de atividades do Estado que ordena ou proíbe para tornar possível a vinculação de cada homem como membro de um mesmo grupo social. Sob a dominância da esfera política do Estado, todas as demais esferas que constituem a *pólis* passam a estar subjugadas ao pensamento principal gerenciador do Estado. Além disso, Norberto Bobbio aponta a estreita ligação entre Política e poder:

O conceito de Política, entendida como forma de atividade ou de práxis humana, está estreitamente ligada ao de poder...como posse dos meios (entre os quais se contam como principais o domínio sobre os outros e sobre a natureza) que permitem

alcançar justamente uma 'vantagem' ou os 'efeitos desejados'. O poder político pertence à categoria do poder do homem sobre outro homem, não a do poder do homem sobre a natureza.(1993: 954-955)

Com a expansão do Estado Moderno, desde a formação das Monarquias Nacionais até a formação dos Estados Democráticos, a partir do contemporâneo, a concentração do poder político pelo Estado ficou sobrecarregada e, conseqüentemente, acabou sendo distribuído entre as demais esferas da sociedade, através do que, hoje, é denominado de políticas sociais, políticas econômicas, políticas culturais etc... Apesar da nova distribuição, todas as esferas continuaram subordinadas ao poder político do Estado, reproduzindo de forma extensiva a posse dos meios que permitiam alcançar vantagens ou efeitos sociais, políticos, culturais etc, desejados.

Simultaneamente à expansão do Estado Moderno, ocorre também um complexo processo de Modernização, movido, predominantemente, pelas necessidades do capitalismo, que resulta na Revolução Industrial e, posteriormente, nas formações da Indústria Cultural e da Sociedade de Massa, fenômenos recentes, do século XX, mas, "...ao mesmo tempo, resultado de um longo processo de modernização, que pressupõe um progressivo envolvimento social, político e cultural das grandes massas da população", como aponta Norberto Bobbio. (1993: 1211)

E mais: entre a configuração do homem moderno, pelo Renascimento, como dinâmico, versátil e ilimitado, e a Revolução Francesa (1789), marco inicial da era contemporânea, o ocidente elaborou o projeto de modernidade, iniciado durante o século XVIII. No pensamento de David Harvey:

Esse projeto equivalia a um extraordinário esforço intelectual dos pensadores iluministas 'para desenvolver a ciência objetiva, a moralidade e a lei universais e a arte autônoma nos termos da própria lógica interna destas'... os pensadores iluministas acolheram o turbilhão das mudanças e viram a transitoriedade, o fugidio e o fragmentário como condição necessária por meio da qual o projeto modernizador poderia ser realizado.(1992:23).

Então, é possível afirmar que o Estado Democrático conta com a Indústria Cultural como um dos principais braços da política para realizar a extensão da posse dos meios que exerce, pelos textos e pelas mídias, o domínio sobre os membros do grupo para alcançar vantagens ou os efeitos desejados. A transitoriedade, o fugidio e o fragmentário passaram a ser os traços de um modo de viver e de pensar, presentes como referências quando se trata da produção, reprodução, distribuição e veiculação de produtos da Indústria Cultural para os efeitos desejados, o principal que foi a configuração da Sociedade de Massas, que, segundo Bobbio, do ponto de vista descritivo,

...pode ser definida como uma sociedade em que a grande maioria da população se acha envolvida, seguindo modelos de comportamento generalizados, na produção em larga escala, na distribuição e no consumo dos bens e serviços, tomando igualmente parte na vida política, mediante padrões generalizados de participação, e na vida cultural, através do uso dos meios de comunicação de massa. (1993: 1211).

Porém, é importante lembrar que, desde o início, a Cultura foi um eficiente instrumento do poder político. Primeiramente, porque organiza e mantém um dado sistema de crença pelo uso da força de uma mesma

significação que sempre aparece em todos os textos, integrando e vinculando a totalidade dos grupos que atuam num determinado contexto social: nas comunidades arcaicas, pelo canto mítico; nas civilizações clássicas, pelas mitologias; nos feudos medievais, pelos textos místicos; nas sociedades modernas, pela imprensa; e, mais contemporaneamente, pela cultura de massa e pelas redes midiáticas.

Em segundo lugar, porque a Cultura substitui a coação física do poder político pela coação mental, reiterada pela ameaça de exclusão do membro da totalidade do grupo e, conseqüentemente, do contexto social, quando o membro não reconhece o sentido dos textos confirmadores do sistema de crença. A substituição da coação física pela coação mental é produto do próprio avanço do pensamento político-filosófico desenvolvido no Ocidente, resultando em formas de domínio mais sutis e brandas, no caso dos Estados Democráticos.

Em terceiro, porque, desde o início, a Cultura está assentada em modelos, padrões e fórmulas pois, pressupondo duas pontas - a emissão e a recepção – os textos culturais exigem que todos estejam envolvidos num mesmo reconhecimento dos sinais, devidamente codificados na emissão para serem decodificados na recepção; através deles, os receptores são vinculados à significação, que constitui os muitos e variados desmembramentos do sistema de crença de uma dada comunidade, civilização, sociedade, etc.

Em se tratando da Indústria Cultural para configurar a Sociedade de Massa, os modelos, os padrões e as fórmulas, em que se assentam os textos culturais de massa, são preenchidos para se tornarem mercadoria, produzida em larga escala para uma recepção geral e vazia, sem particularidades próprias e comportamentos peculiares porque desloca “o interesse da produção e das questões textuais para o consumo”, segundo

Roy Shuker (1999:09), afirmando o vínculo entre os membros de um grupo exclusivamente como consumidores, e não necessariamente como leitores.

Quando se descreve a recepção como geral e vazia, está se pensando na noção de capital cultural, entendida por Pierre Bourdieu, citado por Roy Shuker, como “...a distribuição desigual das práticas, de valores e de habilidades culturais das sociedades capitalistas” (1999:45), isto é, no mercado de bens culturais, a recepção aparece estratificada não só pelo poder de compra, mas também pelos diferentes níveis de inserção no capital cultural e pelas distintas habilidades em lidar com as diversas estruturas informacionais.

Somam-se a isso: a estratificação do grupo social em diferentes segmentos culturais é reafirmada pela estratificação das mídias para cada segmento e isso determina os diferentes modos de inserção no capital cultural; a predominância da mídia verificada em cada segmento cultural leva à respectiva eficácia na modelação da vida e do pensamento, conformados em modelos, padrões e fórmulas de consumo; e, ainda, como a tendência das mídias é caminhar para uma unificação sistêmica, sem levar em conta particularidades e peculiaridades, os modelos, os padrões e as fórmulas apresentam-se semanticamente vazios para serem preenchidos por gestos de consumo.

Por outro lado, no interior da Semiosfera, também é importante lembrar a noção de espaço semiótico, de autoria de Yuri Lotman, como configuração “...que se caracteriza por la presencia de estructuras nucleares (com más frecuencia varias) com una organización manifiesta y de um mundo semiótico más amorfo que tiende hacia la periferia, en el cual están submergidas las estructuras nucleares”. (1996: 29)

Isto significa pensar as estruturas nucleares como espaço onde ocorrem as configurações de dominância do espaço semiótico, isto é, onde

se encontram os modelos, os padrões e as fórmulas afirmadoras do poder político, porque nelas atua o caráter semioticamente delimitado da organização manifesta, e onde podem ser encontradas as estruturas textuais dotadas da significação, que mantém a crença.

Por outro lado, no espaço semiótico, as estruturas nucleares fazem fronteira com as formações semióticas periféricas, que “pueden estar representadas no por estruturas cerradas (lenguajes), sino por fragmentos de las mismas o incluso por textos aislados.” (1996: 31), nas quais atua o caráter de irregularidade semiótica e onde pode ser encontrada a potencialidade dos códigos e das linguagens para a construção de outras significações.

Isto significa pensar as formações semióticas periféricas como espaço de resistência, de oposição, de leitura metalinguística das configurações de dominância; portanto, como o espaço de trânsito onde ocorre o avesso da Cultura como instrumento do poder político ou, como afirma Shuker, como “...a esfera em que as desigualdades sociais são reproduzidas, um terreno de conflitos mais do que de significados.” (1999:83)

Sendo assim, desde seu aparecimento, a Indústria Cultural é constantemente espremida pelo movimento que ocorre no espaço semiótico: de um lado, as estruturas nucleares funcionam para manter a recepção geral e vazia em todos os setores da produção cultural, orientada exclusivamente para o consumo; de outro, o trânsito das estruturas periféricas forjam a produção de outros textos, dotados de particularidades e peculiares próprias de um dado segmento cultural.

Foi assim que a parceria entre a Indústria Cultural e os meios de comunicação de massa não conseguiu extinguir as culturas e as artes tradicionais, permitindo o trânsito de produtores da mídia primária para a terciária, e vice-versa; que os parceiros se viram obrigados a se apropriar

dos textos culturais oriundos das estruturas periféricas, rerepresentando-os em novas embalagens, atreladas a campanhas de lançamento; que os meios de comunicação de massa se viram obrigados a inserir produtores oriundos das estruturas periféricas, porque exigidos pela recepção que, temporariamente, se reconhece nas peculiaridades e particulares, reveladas em texto oriundos das estruturas periféricas. Enfim: Sobre a cabeça, os aviões; sob meus pés, os chapadões... Mas Viva a bossa, ssa, ssa. Viva a palhoça, ça,ça,ça,ça...¹

Música Popular como texto da Cultura de Massa

Inicialmente e apesar de toda a dificuldade, é necessário lembrar que o termo *cultura popular* passou a ser empregado a partir do século XIX para denominar os textos culturais específicos das classes populares encontradas nos centros urbanos, deslocadas das áreas rurais pela industrialização das cidades.

Antes disso, eram denominados de cultura popular, os textos produzidos e recebidos por pessoas consideradas comuns, que viviam distante de centros urbanos, com economia assentada em áreas rurais, que, no século XX, passou a ser denominada de cultura tradicional; segundo Rui Eduardo Pais, “uma música popular tradicional só tem expressão quando podemos vivê-la no presente, quando, para além de lhe reconhecermos a marca do tempo, nela nos sentimos refletidos”. (1998:77)

A partir do deslocamento de grandes massas humanas do rural para o urbano, as cidades ganharam esse novo segmento cultural, imediatamente arrebanhado pela Indústria Cultural, que se apossou de seus conteúdos tradicionais para rerepresentá-los na forma de novos produtos em novas

1 Versos da canção intitulada **Tropicália**, de autoria de Caetano Veloso

embalagens. Esses novos produtos, sem abandonar os conteúdos centrais pertencentes ao capital cultural das grandes massas em êxodo rural, simultaneamente, preparavam-nas para freqüentar a cidade e o urbano e, principalmente, para conquistar a configuração de consumidor; então, da cultura popular. Segundo Roy Shuker,

usado como adjetivo de “cultura”, “popular” indica que alguma coisa – pessoa, produto, prática ou convicção – era amplamente apreciada ou aprovada pelo público com sua popularidade comprovada por pesquisas, índice de vendas e assim por diante. Até certo ponto, essa definição de popularidade reifica os textos da cultura popular, reduzindo-os a objetos a serem comprados e vendidos no mercado - a natureza social de seu consumo deve estar sempre presente. (1999: 83-84)

A última frase da colocação de Shuker merece destaque porque, depois de apresentar a tradução do termo *cultura popular*, destacando o aspecto do gosto de um dado grupo social, o autor já indica dois importantes traços da *cultura popular* já envolvida na produção industrial: primeiramente, a apreciação passou a ser comprovada, portanto medida, por pesquisas e índices de vendagem, no interior de uma ordem que foca para obter vantagens ou efeitos desejados; segundo, a natureza social dos segmentos culturais passou a estar predominada pelo consumo de certos bens culturais, realizado por cada um dos segmentos culturais, e não mais predominada em relação ao capital cultural de cada segmento.

A cultura popular abrange vários setores que se especificam pela natureza do uso de códigos e das linguagens; no interior dessa abrangência, encontra-se a *música popular*, cuja definição precisa e direta desafia estudiosos e causa muita polêmica. Um estudo importante sobre o assunto e bastante citado é o de autoria de Phillip Tagg, porque aponta para as

características gerais musicais da *música popular*; assim apresentado por Shuker:

Tagg caracteriza a música popular de acordo com vários fatores: a natureza de sua distribuição (usualmente massificada); o modo de armazenamento e de distribuição (principalmente o som gravado em relação à transmissão oral ou à notação musical); a existência de uma teoria musical e **estéticas** próprias; e o anonimato relativo de seus compositores. (1999:194)

Parece-nos que os dois primeiros fatores que demarcam as características apontadas por Tagg não dizem respeito exclusivamente à música popular mas sim a todos os demais setores da cultura que foram envolvidos no paradigma da produção tecnológica, pelo viés do eletroeletrônico. Todo texto cultural com distribuição massificada é um texto industrialmente produzido porque, reproduzível, pode ser expandido além do corpo do seu produtor, até mesmo além da existência de um corpo produtor, através de suportes múltiplos, os mais variados; atualmente, do mesmo modo que o cd expande um conjunto de canções para além do corpo do cantor, também o dvd expande o filme para além dos cinemas e os jornais e revistas expandem as notícias para além da cidade, onde são produzidos.

Quanto ao armazenamento dos produtos culturais industrialmente produzidos, porque são captados em faixas que se tornam arquivos e podem ser mixados e remixados à vontade, tornam-se uma matriz competente para ser reproduzida em tiragens de variados volumes. Além disso, as tecnologias de gravação e de armazenamento transformam o texto cultural em documento, que pode ser ouvido e visto por outros públicos e outras gerações. Atualmente, muito do que foi gravado em vinil já aparece em cd; alguns filmes de época já podem contar com canções gravadas no início do

século passado e os documentaristas podem resgatar sons de outros tempos em seus filmes e em seus programas de rádio.

E por aí nos expandimos em outros.

Por outro lado, o terceiro fator apontado por Tagg é consequência da produção industrial de bens culturais orientada pela massificação do consumo e estão assentados na velha máxima de McLhuan de que “O meio é a mensagem”. Do mesmo modo que o corpo, como mídia primária, elaborou várias estéticas e teorias da arte e da cultura, fundadas num corpo presente que produz um texto sempre único, os meios eletrônicos de comunicação de massa, já atuante há algum tempo no ocidente, acabaram tendo a necessidade de sua própria teoria musical e de sua própria estética, ambas pressupondo as possibilidades tecnológicas e as exigências de uma produção cultural que deve obter vantagem – lucro - e efeito desejado – reafirmação do consumo.

Na busca de uma teoria musical própria e de outras estéticas, é importante ressaltar o diálogo ocorrido entre as novas mídias do final do século XIX e do século XX com a mídia primária, que lhe foi anterior, realizado através de várias experimentações artísticas e culturais, que muito renderam ao acervo cultural da humanidade. No Brasil, quanto a música popular brasileira, vale a pena lembrar, entre outros, o movimento denominado “Tropicália”, cujos músicos, compositores e intérpretes, de um lado, assumiram positiva e integradamente os meios de comunicação de massa e, de outro, dialogaram com os princípios teóricos da Poesia Concreta, movimento poético que inventou uma outra sintaxe para a poesia.

Contestando a última característica, Roy Shuker afirma:

Essencialmente, toda música popular é uma mistura tradições, estilos e influências musicais, além de ser produto econômico com significado ideológico. No núcleo da maioria das formas de música popular há uma tensão fundamental entre a criatividade do ato de “compor música” e a natureza comercial da maior parte de sua produção e difusão. (1999:195).

A entrada dos meios tecnológicos na produção de bens culturais massificados fez novas exigências em relação ao desenho do produtor cultural em todos os setores da cultura, porque cada mídia, como foi dito anteriormente, cria uma modelagem de vida e de pensamento. Das novas exigências decorrem o “relativo anonimato dos compositores” e “uma tensão entre a criatividade e a natureza comercial”.

Entre as novas exigências: o produtor cultural deve apresentar prontidão perceptiva em relação aos conteúdos e às estruturas sonoras que estão em movimento no interior dos diferentes segmentos culturais, no sentido de movimentar o consumo através da substituição de um produto por outro, de produzir várias composições musicais a partir da mesma estrutura, de produzir outros arranjos para a mesma música, de deslocar a mesma música para outros contextos culturais, de reunir várias obras musicais sob o mesmo tema ou vários nomes musicais de popularidade no mesmo evento, etc...

Além disso, a tensão entre a criatividade e a natureza comercial desenha o compositor de música popular massificada como sujeito pulsional, isto é, um agente musical que capta os elementos das tradições, dos estilos e das influências musicais que se adéquam à matriz industrial da canção popular; um agente musical que se move como seletor eficiente pelas tradições, pelos estilos e pelas influências musicais diferenciados, retirando as simultaneidades possíveis para compor seu produto musical e distribuí-lo pelos meios de comunicação de massa; um agente musical cuja composição

é um produto que resulta muito mais da escuta pontual e movente do que dos conhecimentos musical, muito mais do domínio sobre as tecnologias do que sobre os instrumentos.

Afinal, como diz Heloísa Valente sobre a canção das mídias,

Com o advento das mídias, uma obra musical pode, a princípio, soar em qualquer espaço e nas circunstâncias mais diversas... O advento da esquizofonia fez com que o tambor e a voz alcançassem o céu e se multiplicassem, espargindo-se por todo o planeta até torná-lo, no final do século, integralmente e em tempo real. (2003: 63)

Enfim: Eu me transformo em outras, em determinados momentos...
Eu me descubro em outras, em determinados momentos...

A Canção Popular nos Meios de Comunicação de Massa

Ocorridas respectivamente nos séculos XVIII e XIX, a primeira e a segunda fases da Revolução Industrial estiveram assentadas em máquinas musculares que, segundo Adam Schaff, citado por Lucia Santaella:

As máquinas, que a Revolução Industrial introduziu, maravilharam nossos antepassados porque eram capazes de substituir a força física do homem: primeiramente, pela utilização do vapor e, mais tarde, pela utilização da eletricidade, a energia da máquina foi posta a serviço dos músculos humanos, livrando-os do desgaste. (1996:197)

Ocorrida no final do século XIX e começo do século XX, a terceira fase da revolução industrial esteve assentada em máquinas sensórias que, ainda Santaella:

Trata-se das máquinas que funcionam como extensões dos sentidos humanos especializados, quer dizer, extensões do olho e do ouvido...São de fato, conforme os caracterizou McLuhan (1972), prolongamentos ou extensões dos órgãos dos sentidos, simulando seu funcionamento. Mas, ao simular esse funcionamento, os aparelhos extensores se tornaram capazes de produzir e reproduzir entidades inauditas que viriam provocar modificações profundas na própria paisagem do mundo. (1996:199).

Das máquinas sensórias, a primeira foi a fotográfica; a segunda, a cinematográfica; a terceira, a radiofônica; a quarta, a televisão e, finalmente, o vídeo. Todas as máquinas sensórias foram inventadas sob o modo de produção capitalista, organizador da produção industrial da cultura e configurador da sociedade de massa, consumidora de bens culturais massificados. Portanto, rapidamente, as máquinas sensórias tornaram-se meios de comunicação de massa, isto é, suportes tecnológicos em que os textos culturais de massa são produzidos, reproduzidos, veiculados e recebidos.

Com exceção da fotografia, todos os meios de comunicação de massa inseriram o áudio em sua natureza tecnológica; em todos os meios, os constituintes do áudio são: a oralidade, os efeitos sonoros, a trilha, a música e a canção, resultantes do trânsito dos sinais sonoros da mídia primária para a mídia terciária, isto é, de um corpo-suporte para um corpo recortado e inserido em outros suportes: quando radiofônico, de natureza essencialmente sonora; quando audiovisual, cinema, televisão e vídeo, de

natureza intratextual entre visualidade e sonoridade.

A música não escapou desse trânsito.

Desde o começo, surgem composições que foram especialmente elaboradas para serem trilhas do cinema-mudo, que assim foi denominado porque nasceu não-dialógico mas não nasceu surdo, porque a música já acompanhava as cenas do filme. A popularidade dos filmes mudos de Charles Chaplin está, sem dúvida, atrelada a música de seus filmes, que acompanham, em ritmos, alturas e frases musicais, os movimentos, os gestos e as expressões faciais do personagem Carlitos.

Posteriormente, o rádio descobriu as canções como um dos pontos sonoros mais importantes para preencher a programação musical da grade das emissoras; descobriu também os compositores eruditos que já tinham descobertos as simultaneidades sonoras entre as texturas do erudito e do popular. Além disso, essa mídia se apropriou da música de modo geral como background dos textos orais radiofônicos, na condição de paisagem sonora de vinhetas, spots, prefixos de programas, aberturas de programas etc.

Mesmo antes das invenções das máquinas sensórias, e talvez desde o aparecimento dessa espécie chamada humana, o cotidiano das pessoas em todo e qualquer contexto social já estava preenchido pela música, pelos efeitos sonoros naturais e pelas canções, que eram cantaroladas, assobiadas ou lalaraiadas para acompanhar o trabalho; que eram cantadas tanto para homenagear as entidades sagradas como para comemorar, festivamente, as cenas importantes da vida e, lugubrememente, a consciência na cena da morte. Daí, a pertinência do trânsito e da tradução que ocorrem na fronteira entre a mídia primária e a mídia terciária.

As máquinas sensórias, tornadas meios de comunicação de massa, criaram outros modos de vincular um com todos, ampliando o espaço dos dados comuns e da audiência e tornando público o que era do privado. Além

disso, redistribuíram os textos culturais de um segmento social para outros, estabelecendo trocas culturais entre segmentos que até então evitavam todo e qualquer tipo de vínculo.

Para ocupar o tempo/espço dos meios de comunicação de massa, a Indústria Cultural, gradativamente, foi adotando procedimentos de seleção/associação que resultaram em estruturas de informação média, reconhecidas e decodificadas, de modo geral, por todos os segmentos culturais de um mesmo grupo, independentemente do lastro de origem dos segmentos, buscando outras fórmulas, padrões e modelos que continuassem a garantir a ordem e os vínculos do consumo ao mesmo tempo em que confirmam vantagens e efeitos desejados.

Disso resultou o que foi denominado de *cultura pop* e, no interior dela, de *música pop* que, ainda no século XIX, nomeou a música ligeira norte-americana e, conforme localização histórica pontuada por Heloísa Valente, “...seu sentido encontra-se hoje vinculado à música adolescente dos anos posteriores à década de 1950” (2003,p.59), referência histórica que localiza, anterior e proximamente, o aparecimento da expressão *Indústria Cultural*, no texto de autoria de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, intitulado *Indústria Cultural. O Iluminismo como Mistificação de Massas*, escrito pelos autores em 1947 ²

Como a cultura popular, cada tentativa de confeccionar um conceito de *canção pop* nunca consegue abarcar todos seus elementos constituintes, resultando em pluralidades importantes. Para Roy Shuker (1999:193), “sob o prisma musical, o pop caracteriza-se pelos *refrões* fáceis de memorizar e pelo amor romântico como tema.” Para o crítico musical Rui Eduardo Pais (1998:77) “Uma canção pop não tem mais do que uns meses de existência, mas ela chega aos quatro cantos do mundo. Se assim não acontece, é pelo

2 Esse título aparece como tradução do original no livro organizado por Luiz Costa Lima, intitulado **Teoria da Comunicação de Massa**, publicado no Brasil em 1978

menos esse o propósito.” Ainda Luiz Tatit (1994:45), “A letra, a melodia e todo o acabamento musical que compõem a canção...Algo ocorre em imanência que nos faz apreender a integração e a compatibilidade entre elementos verbais e não-verbais, como se todos concorressem à mesma zona de sentido.”

Discutindo as referências conceituais dos autores acima citados:

Retomando as colocações de Shuker, os refrões fáceis de memorizar é a apropriação de um dos traços das canções tradicionais pela música pop porque, desde os cantos míticos, existe uma voz que canta o atributo do deus, num contexto ritualístico do qual participam todos os membros da comunidade, presentificando o atributo e o deus como vínculo cultural do grupo; gradativamente, aparecem os cantos profanos a partir de uma voz que cria um dito numa melodia que passa a ser repetida numa estrutura formular para indicar uma dada atividade.

Além disso, os estudos do Paulo Zumthor (1993) apontam dois importantes traços caracterizadores da oralidade: a repetição e a memorização do texto também para facilitar o vínculo comunicacional entre emissão e recepção; além disso, a performance vocal do intérprete torna-se diferenciada e exclusiva, quando o texto a ser falado está integralmente memorizado e conta com cacos repetitivos. Do mesmo modo que as canções das mídias, a oralidade mediatizada também está assentada em fórmulas com elementos fixos e outros, variáveis que garantem a locução.

Enfim, a canção pop mantém em sua estrutura de composição o que já era eficaz nas canções tradicionais porque para uma mercadoria-canção que está fadada ao sucesso e à frequência mínima nas mídias, os refrões fáceis, a repetição e a fácil memorização são os efeitos desejados na audiência para conquistar tanto a vantagem do lucro como a afirmação da canção e da significação embutida nela.

A predominância do amor romântico como tema da canção pop também é uma extensão do que sempre aconteceu nas canções tradicionais, e não só nelas. Além disso, depois do movimento literário denominado Romantismo, o amor romântico, do ponto de vista do EU que fala ou do ponto de vista do Outro, o amado, segundo Adilson Citelli (1986:05):

No universo das palavras, algumas foram agraciadas com o dom do uso exagerado. Entre as eleitas, *romantismo* ocupa um lugar de destaque. Ora como uma força substantiva, escorado no meio tom do qualificativo, há quase dois séculos o termo *romântico* habita o vocabulário do homem da rua, do adolescente sonhador, do artista, do circunspecto acadêmico, do cartaz publicitário, enfim, dos mais variados tipos de discurso. (1986: 05)

Primeiramente, os cantos míticos mostraram, pelo atributo, a existência dos deuses, enquanto o homem continuou não-existente. Em seguida, a era da formação das civilizações da antiguidade começou a indicar a existência de atributos humanos mas que ainda vieram apontados em deuses, descendentes dos deuses cosmogônicos; somente com a mitologia, a homem torna-se existente porque, nela, mesmo tendo que cumprir um destino, ele aparece desenhado como distinto dos deuses. A era medieval insistiu num desenho humano atormentado pelo pecado original e, por isso, o percurso da vida deveria ser feito para conquistar o perdão de Deus e a vida eterna.

Na era Moderna, pela primeira vez, o desenho humano torna o homem um existente, autoindependente e dotado de elementos distintivos e peculiares, expressos nas três principais características: dinâmico, versátil,

ilimitado, afirmadas pelo Renascimento, pela Reforma Religiosa, pelas Grandes Navegações, pelas Monarquias Nacionais e pela formação do Estado-Nação. Séculos mais tarde, o Romantismo acrescentou novos elementos ao homem renascentista, agora do ponto de vista de sua interioridade; daí, o uso exagerado do termo romântico e das muitas traduções que o uso fabricou, algumas delas confeccionadas pela canção.

Retomando as pontuações de Rui Eduardo Pais, a curta existência da canção (quatro meses) é determinada pelo pensamento industrial e mercadológico da gravadora, cuja orientação de produção, reprodução, distribuição e veiculação da canção é a mesma usada para todo e qualquer outro bem de consumo. A curta existência da canção pode ser conferida pela permanência dela nas mídias, principalmente, no rádio e na televisão e, atualmente, pela permanência do cd nas bancas de camelôs, que contrariamente às lojas de cds, só tem a mercadoria no presente da popularidade dela.

Quanto ao chegar aos quatro cantos do mundo, acrescentamos que a expansão da canção pop tornou-se independente do código linguístico usado como substrato da letra da canção e, interiorizada no ritmo do corpo que escuta, não exige mais as particularidades e peculiaridades do corpo enquanto pertencente a um capital cultural determinado, marcadamente histórico e delimitado geográfica e etnicamente.

É importante destacar a mudança ocorrida na escuta dos receptores a partir da industrialização da cultura, da veiculação das canções pop pelos meios de comunicação de massa e das tecnologias de reprodução e gravação das canções em forma de aparelhos domésticos. Gradativamente, quanto mais a canção passou a ser produzida *pra tocar no rádio*, quando mais a escuta deixou de ser intelectual para ser, primeiramente, a escuta emotiva e, mais recentemente, para ser uma escuta com o corpo.

Ainda no século XIX, a produção e a recepção musicais ocorriam no interior do mesmo segmento cultural, isto é, as elites eram mecenas de seus artistas enquanto as canções populares também eram produzidas por artistas das classes subalternas para serem executadas em contextos comemorativos frequentados por pessoas dessa mesma classe. Então, a produção artístico-cultural estava politicamente orientada para impedir vínculos a partir da recepção verticalizada dos textos culturais, isto é, de um segmento cultural para outro. Elite e classes subalternas reconheciam suas particularidades e peculiaridades pela escuta intelectual.

A parceria entre a Indústria Cultural e os Meios de Comunicação de Massa verticalizou a recepção dos textos culturais, diluindo as composições musicais feitas para as elites na forma de kitsch musicais e promovendo as composições musicais feitas para as classes subalternas na forma da música brega. Então, a produção artístico-cultural passou a estar politicamente orientada para vincular todos à estrutura média de informação, isto é, uma mesma estrutura informacional decodificada por grandes porcentagens de todos os segmentos culturais de um mesmo grupo. Como todos escutam a mesma canção, cada um associa a sua escuta a uma emoção contextual.

Daí, retomando a colocação de Luiz Tatit, quando muitos escutam a mesma canção num mesmo contexto, esta acaba encaminhando o movimento dos corpos pela sensação da vibração da sonoridade, como resposta tradutória daqueles que entendem esse algo que nos faz apreender a integração e a compatibilidade entre elementos verbais e não-verbais; o movimento do corpo é a resposta de compreensão da zona de sentido da canção, como acontecia nos rituais arcaicos e como acontece, hoje, nas baladas e nas raves.

Enfim: Deixa eu dançar, pro meu corpo ficar odara

Deixa eu cantar, pro meu corpo ficar odara

A Canção além das Mídias

No livro “Condição Pós-Moderna” (1992), seu autor David Harvey denomina de “acumulação flexível” a nova ordem do capitalismo para enfrentar a grande crise ocorrida na segunda metade do século XX. Nela, a acumulação de capital se realiza através de investimentos que se caracterizam por grandes ganhos em curto espaço-tempo de realização e que se fundamenta na capacidade de flexibilizar os investimentos de modo a fazer nascer um do desgaste do outro, na ocupação temporal dos novos espaços de negócios.

A Revolução Industrial deslocou a versatilidade, a dinamicidade e a infinitude do homem ideal do renascimento para a máquina como modo de manter a lógica de acumulação de capital. Na acumulação flexível, a crise da Modernidade deslocou a versatilidade, a dinamicidade e a infinitude para a própria acumulação, encaminhando a ordem mundial para a superacumulação; politicamente, a versatilidade e a dinamicidade são valorizadas como vantagens em nome da infinitude do lucro, efeito desejado deste modo de produção.

No artigo “Pós-Modernidade e sociedade de consumo”, seu autor Fredric Jameson configura o sujeito pós-moderno, produzido pela acumulação flexível:

Mas o esquizofrênico não chega a conhecer dessa maneira a articulação da linguagem nem consegue ter a nossa experiência de continuidade temporal tampouco, estando condenado, portanto, a viver em um presente perpétuo... a experiência esquizofrênica por uma experiência da materialidade significativa isolada,

desconectada e descontínua, que não consegue encadear-se numa sequência coerente. (1985: 22).

O sujeito esquizofrênico realiza uma outra articulação de linguagem, em saltos e surtos, como o faz a acumulação flexível, suspendendo partículas de transição, funcionalmente hipotáticas, dotadas da função de subordinar um signo ao outro de modo a instalar-lhes no tempo e no espaço do código e das linguagens para elaborar sentido. É possível também a fixação em um dos pontos dessa outra articulação em surto, resultando numa leitura que confecciona uma generalidade a partir de um único signo, colocando o receptor na experiência do eterno presente do mesmo significante.

A compressão tempo/espço também está presente no modo como se experiencia a vida cotidiana, em saltos e em surtos, vivida como eventos, que deixaram de ser fatos; cada evento é fabricado como se fosse único e como espetáculo para fixar a atenção só sobre si mesmo, sem antes nem depois. Cada evento ou cada ocupação cotidiana está também pontuado num mesmo significante de forma isolada, descontínua e desconexa para manter o sentido geral e vazio, que motiva o salto para outro evento.

Para ser desconectado dos demais e apresentado como único e isolado, cada acontecimento conta com a organização programática dos meios de comunicação e com as fórmulas do marketing para ser transformado em evento, de forma invisível, diluída, quase transparente, irreconhecível, não memorizada e, portanto, desrepertoriada, como apresenta Jamenson:

a própria função dos meios de comunicação é de relegar ao passado tais experiências históricas recentes, isto o mais rapidamente possível. A função informativa dos meios seria, desse modo, a de ajudar a esquecer, a de servir de verdadeiro instrumento e agente de nossa amnésia histórica. (1985: 26):

A todas as formas tradutoras das relações sociais, econômicas, políticas e culturais falta a experiência de socialização humana porque são só imagens, sonoras e visuais, cuja mensagem é o consumo. Como essas imagens apresentam-se desconectadas, descontínuas e isoladas, na recepção, elas são guardadas como imagem única, que não compõem uma história ou uma ruína. Cada imagem é armazenada num banco de dados e chamada pelos produtores culturais para integrar outro evento, outra vez num deslocamento desconexo, descontínuo e isolado. Afinal, como diz J.B.Thompson (1995:106) “A política de hoje é cada vez mais um problema de reforma gradual e de acomodação pragmática de interesses conflitantes.” antes que sejam visibilizadas as contradições e os conflitos entre as classes.

A música pop não escapou dessas mudanças e a pesquisadora Heloísa Valente preferiu rebatizar a canção pop de *canção das mídias*, para maior discernimento na relação entre a canção popular e os meios de comunicação:

Ao nos referirmos à *canção das mídias*, estamos tratando da canção em uma gama de modalidades que tem uma orientação comum: ter nascido no âmbito de uma sociedade já dominada pelos meios de comunicação de massa (as mídias). Isto se traduz numa canção composta, executada, difundida e recebida segundo os recursos oferecidos pelo conjunto de técnicas do som (e/ou do audiovisual) vigente que, por sua vez, está condicionado à esfera político-econômica das gravadoras. Acrescente-se que, em relação aos séculos precedentes, a canção das mídias atenderá a um público cuja sensibilidade cambiará mais rapidamente ao longo dos anos, graças à implantação de novas tecnologias do som e da imagem. (2003: 60).

A extensa colocação da autora reafirma a canção das mídias como mercadoria, como foi dito, anteriormente, como texto da cultura de massa, mas, agora, essa mercadoria apresenta um traço novo, que é uma das marcas do texto cultural pós-moderno: a canção das mídias é produzida, reproduzida, distribuída e veiculada como evento ou como inserida num evento, ambos estruturados como espaço de negócios, isto é, como textos culturais que podem ser, constantemente, flexibilizados para o devido fim da acumulação capitalista, como foi muito bem conceituado por David Harvey, anteriormente.

Ilustrando: Hoje, as tradicionais festas de “peão boiadeiro” são denominadas por “Expo” e concentram diferentes atividades agro-pecuárias com a finalidade de fazer grandes negócios; em torno deles, concentram-se outros médios negócios, que giram em torno de vestimentas, calçados, acessórios industrialmente produzidos para criar um estilo, representativo dos negócios agro-pecuários; em torno destes, estão os pequenos negócios, que lucram com atividades que atendem à frequência e à permanência no evento; finalmente, a paisagem sonora do evento é constituída de shows em que se apresentam nomes musicais que tem popularidade junto ao público do evento: duplas sertanejas (como, Edson e Hudson), axé (como, Ivete Sangalo), rock-balada (como, Jota Quest), pagode (como, Inimigos do HP) e por aí vai a geleia geral agro-pecuarista brasileira.

Esses mesmos nomes reaparecem nas trilhas da telenovela brasileira, fazem parte do elenco dos especiais de Natal e Ano Novo da Rede Globo, contribuem para a arrecadação do programa Criança Esperança; nos breaks comerciais, Ivete Sangalo vende cerveja Skol, iogurte Corpus, tinturas para cabelo da Garnier e, na mesma semana, faz Caldeirão do Hulk e Programa do Faustão, pra levantar a poeira dela, da gravadora, das marcas que, insistentemente, são divulgadas pela cantora. O

mesmo já aconteceu, anteriormente, com a popularidade dos cantores Daniel, Leonardo e Wando, que esteve num filme publicitário, veiculado no cinema Unibanco Arteplex, localizado no Shopping Frei Caneca, em São Paulo, vendendo amaciante ao som do refrão de uma de suas canções.

Versátil, dinâmica e infinita, a canção das mídias é um texto vantajoso porque possível de ser deslocado como parte de múltiplos eventos e, cada vez que se integra em um deles, acumula lucros; seus múltiplos deslocamentos estão garantidos, de um lado, por algo que “ocorre em imanência que nos faz apreender a integração e a compatibilidade entre elementos verbais e não-verbais,” e, de outro, porque o campo semântico das canções das mídias é “geral e vazio”, ambas trechos da citação de Luiz Tatit, podendo ser parte ou trilha de todo outro evento que não seja a própria canção.

O sujeito esquizofrênico apresenta uma escuta esquizofônica, isto é, como não articula nenhum tipo de associação, nem por contiguidade nem por similaridade, toda canção move o corpo como se fosse única e aparece isolada de tudo o que a escuta anterior poderia ter registrado; desconectada e descontínua, isola a escuta da canção e condiciona-a ao evento ou a algum tipo de mídia, sem reconhecê-la mesmo quando o som vibra no corpo, bastando apenas que ele se movimente com os mesmos trejeitos já que a ritmação é sempre a mesma e exige sempre a mesma parte do corpo.

Finalmente, a compressão tempo/espço na vida cotidiana impede o relaxamento, a contemplação e a leitura crítica dos fatos; então, resta-nos a imitação dos modelos enviados pelas mídias. Daí, a própria vida cotidiana passa a ser preenchida pela reprodução desses modelos em formas de imagens visuais: para dançar nas baladas, nas festas de rodeio ou no forró universitário, o modelo é emitido pelas dançarinas do Faustão e confirmado pelas academias, sem nenhum sentido particular e peculiar a não ser o da

exposição do corpo que, pelos mesmo trejeitos, confirmam a audiência, portanto, o consumo.

Enfim: E vai rolar a festa, vai rolar....

Hoje é festa lá no meu ap

Tem bundalelê

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CITELLI**, A. Romantismo. SP: Ática, série Princípios. 1986
- BOBBIO**, N. , **PASQUINO**, G.; **MATEUCCI**, N. Dicionário de Política. Brasília: Edunb. 1993.
- HARVEY**, D. Condição Pós-Moderna. SP: Edições Loyola. 1992
- JAMENSON**, F. Pós-Modernidade e Sociedade de Consumo In: Novos Estudos CEBRAP, no12, junho/1985. São Paulo
- JOSÉ**, C.L. Do Brega ao Emergente. SP: Nobel. 2002
- _____ Mito. Mitologia. Mitificação. SP: Tese de doutorado pelo Programa de Pós-Graduação Comunicação e Semiótica. 1998
- LOTMAN**, I.M. La Semiosfera 1. Semiótica de la Cultura y del Texto. Madrid: Ediciones Cátedra. 1996
- MENEZES**, J.E., de O. Incomunicação e Mídia. In: Os Meios de Incomunicação. SP: Annablume. 2005
- PAIS**, R.E. A orelha perdida de Van Gogh: música e multimídia. Lisboa: Hugin. 1998
- SANTAELLA**, L. Cultura das Mídias. SP: Experimento.1996
- _____ e **NÖTH**, W. Imagem: Cognição, semiótica, mídia. SP: Editora Iluminuras. 1998.
- SHUKER**, R. Vocabulário de Música Pop. SP: Hedra. 1999.
- TATIT**, L. Semiótica da Canção. melodia e letra. SP: Editora Escuta. 1994.
- THOMPSON**, J.B. Ideologia e Cultura Moderna. SP: Edições Loyola.
- VALENTE**. H. de A.D. As vozes da canção na mídia. SP: Via Lettera. 2003.
- ZUMTHOR**, P. A Letra e a Voz. SP: Companhia das Letras. 1993.

