

Produção Musical: o outro lado da diversidade

Leda de A. Maffioletti

Doutoranda em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRGS.
Professora da Faculdade de Educação da UFRGS.

Resumo: O texto expõe uma concepção de cultura e, a partir dela, insere reflexões sobre a cultura popular e a produção musical anunciada como sucesso nas redes de rádio e TV. Critica o modo como funciona a indústria musical no Brasil e o significado da 'americanização'. Retoma as idéias de diversidade e respeito às diferenças, em vista de dois aspectos: a ditadura da maioria apresentada como democracia e o efeito contrário da valorização das diferenças. Assinala alguns aspectos estéticos da música popular do século XX, ressaltando a função social do Movimento Hip Hop na sociedade atual. Reconhece a contribuição da Cultura do Karaokê enquanto aprendizagem musical informal.

Palavras chaves: música, diversidade, cultura popular.

Abstract: This paper presents a conception of culture and, based on this conception, it proposes a reflection on popular culture and the musical production that television and radio networks announce as successes. It criticises the way in which the music industry functions in Brazil and the meaning of "Americanisation". It revisits the ideas of diversity and respect for difference in view of two aspects: the dictatorship of the majority presented as democracy; and the opposite effect of the valorisation of differences. It examines some aesthetic aspects of the popular music of the twentieth century, highlighting the social function of the Hip Hop Music in today's society. It recognises the contribution of the Karaoke Culture as an informal process of music learning.

Key words: music, diversity, popular culture.

A noção de 'diversidade cultural' tem educado o nosso olhar para o conhecimento e aceitação do outro. As diferentes maneiras de ser e de viver nos mostram que aquilo que nos parece estranho pode ser um valor aceito e cultivado por outros. A atitude aberta para a diversidade criou um terreno fértil para a invenção de 'outros' e mais 'outros'. A produção musical aproveita-se do respeito pela diversidade e cria, para seu próprio sustento, a diversidade musical, apresentando o efêmero, o passageiro, o ousado e o hilariante como um bem aceito e um valor a ser cultivado. A proposta de debate gira em torno da 'criação de modismos' para abastecer a indústria cultural e o respeito à diversidade cultural.

Discussões sobre cultura

A cultura por muito tempo esteve ligada a privilégios e riquezas. Além de os livros serem muito caros, a leitura exigia conhecimentos sobre

mitologia e história da Antigüidade, conhecimento de grego e latim, que funcionavam como requisito mínimo para a compreensão do leitor.

A mudança inicia com a introdução do romance como gênero literário, tendo sua divulgação facilitada pelas novas tecnologias de impressão.

Antônio Cândido (2002, p. 1) descreve a entrada do romance na história da literatura brasileira como um "gênero relativamente informe, por comparação, escrito muitas vezes de maneira mais próximo à fala e requerendo menos formação para ser apreciado". O Romantismo brasileiro trouxe para o romance temas e paisagens locais; o homem comum sentia-se à vontade quando os personagens das histórias passeavam na floresta da Tijuca, andavam na praia do Flamengo ou moravam na rua do Ouvidor. Os poemas faziam alusões ao canto do sabiá e às virgens morenas, com versos de ritmo muito próximo ao das

letras das modinhas daquela época. Nesse aspecto, o Romantismo democratizou a cultura, atenuando a distância entre a literatura erudita e a literatura popular. No Brasil, de maneira muito especial, envolveu os oradores e poetas em causas populares, como o movimento abolicionista (Cândido, 2002).

A expressão 'cultura popular' passou a ser empregada para 'designar uma forma de cultura que gradualmente aboliu estas restrições'. O desenvolvimento de uma 'cultura do entretenimento', na virada do século 20, reduziu os pré-requisitos também em outras formas de expressão: teatro de variedades, parques de diversão e na dança. O cinema mudo reduziu ainda mais os pré-requisitos para a compreensão cultural. O rádio e a TV aumentaram a audiência dessa nova cultura 'de massa', fazendo surgir a necessidade de uma linguagem 'universal' na produção de filmes e músicas (Flock, 2002).

Milton Santos (2000) propõe um balanço sobre como evolui em nosso país a idéia de cultura, sugerindo que se faça um debate incluindo as múltiplas definições.

O conceito de cultura está intimamente ligado às expressões da autenticidade, da integridade e da liberdade. Ela é uma manifestação coletiva que reúne heranças do passado, modos de ser do presente, isto é, o delineamento do futuro desejado. Por isso mesmo, tem de ser genuína, isto é, resultar das relações profundas dos homens com seu meio, sendo por isso o grande cimento que defende as sociedades locais, regionais e nacionais contra as ameaças de deformação ou dissolução de que podem ser vítimas (Milton Santos, 2000).

Precisamos considerar como cultura o conjunto das atividades humanas, no terreno das artes, das ciências naturais e humanas e na criação intelectual. Para Milton Santos, deformar a cultura significa abrir a porta para o enraizamento de novas necessidades e a criação de novos gostos e hábitos. Diante do que ele considera 'contaminação de umas culturas pelas outras', possibilitadas industrialmente, as influências mais hegemônicas se sobrepõem. E adverte: no Brasil a indústria cultural já está solidamente instalada agindo em lugar da cultura nacional, 'engendrando gênios onde há medíocres'. Por estar estreitamente ligada ao mercado, a indústria cultural se afasta cada vez mais do que é local, regional e nacional.

Milton Santos reconhece que nas atuais circunstâncias é difícil para o artista ou cientista

manter-se autêntico. As empresas criam uma situação falsa e atraente, priorizando em suas mensagens publicitárias triunfo da moda sobre o duradouro.

É assim que se cria a impressão de servir a valores que, na verdade, estão sendo negados, disfarçados através de um verdadeiro sistema bem urdido de caricaturas, uma leitura falseada do que realmente conta (Milton Santos, 2000, p. 18).

Entre a cultura autêntica e a indústria cultural, "Quem é gênio verdadeiro, quem é canastrão diplomado?" - questiona Milton Santos.

O sentido da 'americanização'

Na opinião de Winfried Fluck (2002, p.3), os Estados Unidos, por vários motivos (multiculturalidade étnica, idéias de democracia etc.) desenvolveram amplamente seu mercado na cultura do entretenimento, criando formas compreensíveis e não-verbais (visuais e auditivas) para atender à demanda da nova cultura popular.

Para Fluck, "a constante redução dos pré-requisitos para a compreensão da cultura pode confirmar a idéia de que os consumidores da cultura de massa são passivos". Nesse sentido, a música popular é particularmente eficiente, porque prioriza estados de ânimo sem necessidade de um processamento intelectual do seu conteúdo. A música aciona nossa imaginação por meio de evocações de imagens, sem a necessidade de serem inseridas num contexto significativo. "O efeito sensual da música cria associações que não são formadas por narrativas, mas por estados de ânimo" - diz Fluck.

O desenvolvimento da cultura popular a partir do romance, passando pela imagem, até o triunfo da música popular e a 'descentralizada' heterogeneidade da televisão, criou formas de expressão cultural que são singularmente úteis para os propósitos de auto-expansão imaginária e autorização de si próprio. O resultado é uma crescente separação entre elementos expressivos e contextos morais. Eis aqui o triunfo dos 'ânimos sobre as morais'. (Fluck, 2002, p. 3).

Para Fluck, a 'americanização' pode não ser vista como uma forma de imperialismo cultural, ou uma tomada de poder, mas como um processo movido pelo sentimento de individuação, ou de auto-realização imaginária, possível de ser atingida pelo rompimento das normas sociais e tradições

culturais. A 'americanização' seria, por assim dizer, a 'promessa da modernidade', suscitando uma possibilidade de realização individual muito diferente dos conceitos tradicionais de emancipação.

A ditadura da maioria, diversidade e diferença.

Respeitar as verdades que se opõem seria um princípio da democracia? Como fundamentar nossas atitudes e valores em uma sociedade onde estes são distribuídos de forma tão heterogênea?

Edgar Morin (2001, p. 32-33) defende que "a democracia não é, absolutamente, a ditadura da maioria". Da mesma forma como o conhecimento científico respeita as verdades que se contrapõem, permitindo o triunfo da teoria mais pertinente, "a democracia não tem verdade (...) é importante proteger a diversidade, cultivar a diversidade, não excluí-la". Para Morin, a tolerância às idéias que para nós são realmente intoleráveis não deixa de ser uma resistência a nós mesmos. E isso nos faz sofrer, porque nos impede de eliminar o adversário (2001, p.33).

Para muitas pessoas, ampliar a tolerância equivale-se à deterioração da qualidade. José Gimeno Sacristán (2002, p.12) sugere que desvendar os significados da *diversidade* ou da *diferença* poderia ser uma forma de "afinar os objetivos, tomar consciência para poder administrar os processos de mudança de maneira mais reflexiva", principalmente porque se trata de uma área 'contraditória e ambígua'. Para esse autor, a diversidade faz alusão à diferença entre as pessoas, e isso é algo que uma sociedade tolerante e democrática deve respeitar, sem transformar as singularidades em desigualdades.

Por isso, devemos estar muito atentos para que, em nome da diversificação, não estejamos contribuindo para manter ou provocar a desigualdade. As políticas e as práticas a favor da igualdade podem anular a diversidade; as políticas e as práticas que estimulam a diversidade talvez consigam em certos casos manter, mascarar e fomentar algumas desigualdades (Gimeno, 2002, p. 14).

Gimeno (2002, p.15) nos lembra que distinguir os estudantes por seus talentos e atendê-los segundo suas características sempre esteve presente na sensibilidade pedagógica. Individualizar o ensino foi uma ênfase que marcou a pedagogia do século XX. Portanto, convém não anunciar o respeito às desigualdades como sendo uma temática nova. A diversidade e as

desigualdades são manifestações normais dos seres humanos. Porém, "essa 'naturalidade' não tem necessariamente que supor aceitação de uma paisagem imutável".

Cada um de nós é uma individualidade, vivendo processos culturais complexos que tendem à homogeneização. Atuamos na vida social a partir da nossa individualidade, mas em muitos momentos renunciamos a ela, por 'economia' - como disse Gimeno (2002, p. 17), ou simplesmente encaramos de maneira civilizada as contradições que nos desafiam. A própria idéia universalista de educação necessita de homogeneidade no pensamento, nos valores e na conduta, para que determinados bens culturais sejam compartilhados por todos.

Preferências musicais e identidade social

Em uma sociedade complexa, marcada pela diversidade cultural, qual seria o valor da música popular?

Gostamos de música porque ela responde às nossas questões de identidade. As pessoas não apenas sabem porque gostam, mas têm muito claro o de que não gostam, sendo até mesmo agressivas na defesa do repertório que lhes agrada. A razão disso, segundo Frith (1996, p. 140), seria o efeito da música enquanto produtora de identidades e não-identidades, ou seja, propiciando a inclusão e a exclusão das pessoas a um determinado grupo social. O autor chama a atenção para o modo como a música envolve as pessoas: não se trata apenas de um aspecto comercial, ela imprime uma identidade e situa diferentes grupos sociais.

No Brasil temos grupos de identidades por gêneros musicais (Funk, Techno, Disco, Big Beat, Deep House, Garage, entre outros) que não apenas freqüentam espaços criados especificamente para o seu gosto musical, como também se vestem de forma semelhante, criam uma linguagem comum e gírias de significado restrito ao seu próprio grupo. Érika Palomino mapeou muito bem essas identidades musicais, em seu livro 'Babado Forte. Moda, música e noite' - publicado pela editora Mandarim, em 1999.

O movimento Hip Hop é outro exemplo de uma cultura musical que fez muito mais do que imprimir identidades. A geração hip hop - como assinala Bakari Kitwana (2002, p. 4), criou um discurso comunitário e coletivo, que 'teve o grande mérito de deslocar o foco da questão de raça para a questão de classe'.

Acompanhando o cenário internacional, os jovens brasileiros encontraram no Rep um

sentimento de 'pertencimento' e de identidade que define sua *posição no mundo*, sobrepondo 'estilo de música' e 'estilo de vida' - conforme foi constatado nas pesquisas de Ivana Bentes e Micael Herschmann, da UFRJ.

Gosto musical e definição de si mesmo

A música pode ser uma forma de dar maior intensidade aos sentimentos, enriquecê-los e torná-los mais convincentes. Além disso, a música centra nossa atenção na passagem do tempo, marcando de modo muito significativo os momentos vividos.

As pessoas idolatram os cantores de música popular, não porque gostariam de ser como eles, mas porque esses cantores, de alguma forma, mobilizam sentimentos, como se a pessoa se conhecesse melhor a partir da música. A música marca nossa memória, organiza nossa sensação de tempo e intensifica nossas experiências no presente. Uma prova de que a música organiza nossa noção de tempo é que uma canção pode nos trazer as mais vivas lembranças do passado. Um fato curioso acontece com relação à música popular: as pessoas sentem alguma coisa como se fossem 'proprietárias' das músicas de sua preferência. Não se trata de apenas possuir a gravação, ou o CD, as pessoas acreditam que a canção lhes pertence ('essa música foi feita para mim' - como já ouvimos tantas vezes alguém dizer). Os filmes românticos de Hollywood souberam muito bem explorar clichês do tipo: 'estão tocando a nossa música' (Frith, 1996, p. 142-143).

Simon Frith acrescenta que a sensação de propriedade faz parte da identidade e conhecimento de si mesmo. Enquanto função social, a música popular contribui na criação de identidade, na administração dos sentimentos e na organização do tempo. A partir dessas considerações, podemos compreender melhor a natureza dos julgamentos realizados sobre a música popular e seu valor na sociedade. Isso não significa que esse valor é um simples caso de preferência pessoal. As preferências musicais - como acentua Frith (1996, p. 143-149), são socialmente determinadas. O autor considera que "A música, certamente, nos coloca no nosso lugar, mas ela também pode nos sugerir que nossas circunstâncias sociais não são imutáveis" (Frith, 1996, p. 149).

Aspectos estéticos da música popular do século XX

Simon Frith aponta características gerais da

música popular do século XX que poderiam nos ajudar a compreender a estética da nossa música popular. O autor observa que os gêneros populares são diferentes entre si, cada um deles apresenta um modo próprio de estruturar sua narrativa, articulando diferentes emoções e padrões de identidade. A masculinidade e a feminilidade, por exemplo, assumem sentimentos distintos segundo a faixa de idade de sua audiência.

No Brasil recentemente acompanhamos a polêmica que a música 'Tapinha não dói' do grupo Bonde do Tigrão provocou no meio cultural, enquanto a questão de gênero toma outra dimensão nas músicas de Chico Buarque, que sintonizam com outra faixa de idade.

Frith também aponta como característica da música popular ocidental do Século XX a absorção das formas Afro-Americanas e o uso da voz, mais especificamente, não das letras das canções, mas do tom da voz como personalidade individual, ou uma marca pessoal do Pop Star's (Frith, 2002, p.146).

Richard Shusterman (1998, p.111) analisa as críticas de natureza sócio-cultural feitas à cultura popular, ou à dita 'cultura de massa'. Usualmente tais críticas se referem:

1. Ao caráter intrinsecamente negativo da criação popular, como aquela produzida pela indústria comercial, visando ao lucro, e 'imposta de cima' aos seus consumidores passivos. Pela necessidade de criar um produto homogêneo, sufoca valores estéticos para vender seu produto para a maioria.

2. Admitem a inferioridade estética da cultura popular, acusam a produção musical de estar 'desviando' incentivos financeiros que deveriam ser destinados aos possíveis criadores da música considerada 'superior'.

3. Consideram que a cultura popular causa efeitos negativos no seu público. É emocionalmente destrutiva, produzindo uma satisfação fictícia e um empobrecimento que enfraquece a capacidade das pessoas de participar da cultura 'superior'.

Segundo Shusterman, por trás dessas críticas está a discussão sobre 'a diferença entre uma satisfação ilusória e uma experiência autêntica'. E afirma: quando os críticos negam os prazeres da cultura popular, estão negando a própria realidade.

Enfim, a presunção de falsidade, uma estratégia do imperialismo intelectual, implica que a elite cultural não apenas tenha o poder de determinar, contra a opinião popular, os

limites da legitimidade estética, mas também de decretar, contra a evidência empírica, o que pode ser chamado de experiência ou prazer reais (Shusterman, 1998, p. 111).

Foi nessas explicações que encontrei ressonâncias para o sentimento ambivalente que experimentei, quando em certa ocasião me diverti cantando num Karaoke músicas que, digamos, *'não acrescentam nada...'*

A cultura do Karaoke

O surgimento do karaoke vem comprovar ainda mais a quebra dos pré-requisitos que prevaleciam na cultura musical. Antes dessa invenção, somente os bons cantores tinham o privilégio de cantar em festivais, clubes, festas ou bares. Atualmente as pessoas comuns podem cantar suas músicas preferidas acompanhadas por uma orquestra e auxiliadas pela letra que aparece no vídeo. A atitude passiva de ouvintes modificou-se para participação ativa em forma de intérpretes da música popular.

A maneira como as pessoas se expõem espontaneamente ao julgamento de suas habilidades é um aspecto muito interessante. Não parecem se importar com a afinação, forçam a voz cantando fora do tom, gesticulam e imitam os cantores profissionais sem o menor constrangimento. Alguns são convidados especialmente para cantar, outros se oferecem, burlam a lista de espera, ou fazem duplas e trios com quem está no microfone. O clima de camaradagem que se estabelece se sobrepõe ao medo de passar ridículo. O repertório à disposição é enorme, tem músicas para todos os gostos, facilitando a que todos participem. E quem apenas assiste, também se diverte apreciando os bons e maus cantores.

A cultura do karaoke espalhou-se por todo o planeta. No Japão o repertório ocidental, principalmente de música americana, trouxe um problema novo: a desafinação. O costume dos japoneses de trabalhar e se divertir juntos, como se fossem uma *'grande família'*, acabou criando uma situação constrangedora para os empresários desafinados, que eram incentivados por seus colegas a enfrentar os microfones do karaoke nos fins de semana (Murao, 1994). Em 1992 aconteceu em Nagoya o *'Primeiro Seminário Internacional sobre os desafinados'*, para dar conta do novo conceito de *'afinação'* que afetava a auto-estima dos japoneses. Sob esse ponto de vista, o karaoke invadiu outras culturas, levando a riqueza da *diversidade cultural*; por outro lado, instaurou *desigualdades* trazidas pelo conceito ocidental de

afinação.

No Brasil a cultura do karaoke tornou-se um fato comum. Acredito que essa prática tem sido uma grande oportunidade de aprendizagem musical informal e está modificando a relação das pessoas com a música.

O funcionamento da indústria cultural

Para saber como funciona a indústria cultural no Brasil, recomendo a leitura do artigo: *Por que você ouvi tanta porcaria?* O autor é contundente:

Na Itália, nos Estados Unidos, no Japão, não importa: proliferam com raro ímpeto programas e veículos de comunicação que rodam à exaustão músicas que não passam de um equívoco (Alisson Alves - Revista Aplauso 2000. Ano 3, número 22).

Para instigar ao debate, retiro desse artigo trechos das entrevistas feitas com artistas, diretores de rádio, vendedores de loja de disco e animadores de programa de rádio:

Todos os operadores culturais se vêm compelidos a atuar mediante determinados padrões éticos e estéticos, cada vez mais rígidos e estreitos, imediatos, rasteiros... para fazer com que o dinheiro corra cada vez mais rápido e sempre na mesma direção (Fred 04 do grupo Mundo Livre S/A).

A repetição contínua acaba estabelecendo um padrão de gosto. E isso define quais serão as estrelas do showbiz do momento, quem vai vender mais e aparecer mais.

O sistema é assim: a música vai tocar 300 vezes até que o cara ache que gosta daquilo" (...) Kátia Suman, diretora da rádio Ipanema FM, hoje colaboradora da Rádio FM Cultura e jornal ABC de Novo Hamburgo. Kátia Suman - Entrevista à Revista Aplauso, 2000, nº22, p. 31).

O público não vê, mas o jabá é a principal ferramenta que decide quem vai rodar, ou não, na programação de boa parte das emissoras - diz Kátia Sumam (ex-diretora de rádio).

Em termos práticos, o jabá designa a ação de gravadoras de repassar dinheiro ou benefícios a profissionais de rádio, sob condição de que certas músicas sejam tocadas com grande frequência". (...) As 5 grandes corporações do Planeta: Sony, EMI, BMG, Universal e Warner

- são poderosas o suficiente para decidirem o que será ouvido no mundo capitalista. Os critérios, obviamente, não se limitam ao valor artístico (Kátia Sumam - Entrevista à Revista *Aplauso*, 2000, nº 22, p.31).

Palavras finais

Nada justifica o músico Marcos Vinícius, da Banda ACC, apelar para o crime, invadindo a Rádio Atlântia FM, em 18 de setembro do mês passado, para obrigar o apresentador a rodar o seu último CD. Mas essa tragédia me fez lembrar as palavras de Fred 04, líder da banda Mundo Livre S/A.

*As gravadoras determinam o que se ouve, e os lojistas são obrigados a abastecer suas prateleiras cada vez com mais discos, mas com menos variedade nos títulos. Isso não é uma teoria conspiratória. É uma conspiração declarada e claramente difundida (Fred 04 - Entrevista à Revista *Aplauso*, 2000, nº22, p.30).*

Bibliografia

ALVES, Alisson. Por que você ouve tanta porcaria? *Revista Aplauso*. Porto Alegre, ano 3, nº 22, p. 28-34, 2000.

CÂNDIDO, Antônio. O Romantismo no Brasil. *Jornal Folha de São Paulo*, São Paulo, 13 abr. 2002. Caderno Jornal de Resenhas. Sentimento de identidade, Edição Especial, p.1.

FLUCK, Winfried. Promessa de modernidade. *Jornal Folha de São Paulo*, São Paulo, 30 jun. 2002, Caderno Mais, p. 3.

FRITH, Simon. Towards an aesthetic of popular music. In: LEPPERT, Richard; McCLARY, Susan. *Music and society*. 6.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. p.133-149.

GIMENO, Sacristán. A construção do discurso sobre a diversidade e suas práticas. In: ALCUNA, Rosa et al. *Atenção à diversidade*. Porto Alegre: Artmed, 2002. p. 13-37. (Coleção Inovação Pedagógica ; 3)

MORIN, Edgar (org.) et al. *Ética, cultura e educação*. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

MURAO, Tadahiro. Concerning the onchi in Karaoke Society: Sociological Aspects of poor pitch singing. In: WELCH, Graham; MURAO, Tadahiro. *Onchi and singing development: a cross-cultural perspective*. London: David Fulton Publishers, 1994. p. 4-7.

SANTOS, Milton. Da cultura à indústria cultural. *Jornal Folha de São Paulo*, São Paulo, 19 mar. 2000. Caderno Mais.

SHUSTERMAN, Richard. Vivendo a Arte: o pensamento pragmatista e a estética popular. São Paulo, Ed. 34, 1998.