

Indústria cultural e alienação: questões em torno da música brega

Adriana Facina*

O objetivo deste trabalho é propor questões sobre as possibilidades de conjugar analiticamente o conceito de alienação com a perspectiva do materialismo cultural, baseada em Raymond Williams, que percebe a cultura como todo um modo de vida. Para o desenvolvimento desse objetivo, na primeira parte da comunicação discutiremos brevemente a teoria marxista da alienação e suas relações com o conceito de indústria cultural. Em seguida, exploraremos os diálogos possíveis entre a teoria da alienação e a perspectiva da cultura como todo um modo de vida. Por fim, apresentaremos o caso da música brega, buscando compreender as mediações entre o que se poderia chamar de gosto popular e a sua apropriação pela indústria fonográfica, problematizando a questão da alienação em tal processo.

A teoria da alienação e a indústria cultural

Alienação é um termo amplamente utilizado no senso comum para designar uma compreensão imperfeita da realidade ou mesmo uma evasão em relação a ela. Nessa acepção, a alienação muitas vezes é vista como uma questão moral ou subjetiva, podendo ser superada pelo esforço dos próprios indivíduos no sentido de sua emancipação ideológica ou cultural. Diferentemente dessa concepção, para Marx (2006) o conceito de alienação diz respeito a uma condição objetiva, historicamente situada, fruto do processo de divisão social do trabalho sob o capitalismo e da universalização da propriedade privada. Segundo Mézaros (2006), a contradição entre propriedade privada e trabalho está no centro da teoria marxiana da alienação.

De acordo com Schaff, a alienação aparece nos escritos de Marx como uma relação social na qual o produto do trabalho do homem se apresenta como força autônoma, inimiga para o ser humano e não como fruto de sua atividade criativa. Portanto, a dimensão subjetiva da alienação se relaciona com uma condição determinada pelas formas de exploração do trabalho sob o capitalismo. Nos *Manuscritos de Paris*, Marx caracteriza essa dimensão subjetiva como a alienação do ser humano em relação a si mesmo, da sua própria atividade, vista como sofrimento e

* Professora do Departamento de História da UFF; doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional/UFRJ.

escravidão. Desse modo, os seres humanos também não se reconhecem em outros seres humanos e não se percebem como fazendo parte de uma coletividade universal. Trata-se de um processo de desumanização que é parte do modo de produção capitalista e que só pode ser superado com a superação deste.

Assim, o problema da alienação é ontológico e não moral. Ele resulta de uma condição social determinada historicamente que faz com que os poderes de automediação próprios dos seres humanos se voltem contra eles mesmos, situação sintetizada por Marx na frase: “se eu tenho um objeto, este me tem como objeto”. Sob o sistema capitalista, a satisfação das necessidades por meio do trabalho impõe à maioria dos seres humanos, expropriados dos meios de produção, uma existência premida por necessidades básicas e, ao mesmo tempo, a geração de novas e infinitas necessidades associadas ao consumo irrefreado de mercadorias que não estão disponíveis para aqueles que as produzem.

Com o objetivo de compreender como essa lógica se impõe à esfera da cultura nas sociedades capitalistas, o termo indústria cultural foi trazido à luz por Adorno e Horkheimer, em 1947, como contraposição à expressão cultura de massas. Na visão dos autores, esta expressão caracteriza a cultura produzida para o mercado como se fosse algo espontâneo surgido das massas, uma forma contemporânea de arte popular. Em contraste, o conceito de indústria cultural aponta para o caráter determinado dos produtos culturais oferecidos como mercadoria aos seus consumidores. Nas palavras de Adorno (1986:93):

Na medida em que nesse processo a indústria cultural inegavelmente especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige, as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório da maquinaria. O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto. (...) A indústria cultural abusa da consideração com relação às massas para reiterar, firmar e reforçar a mentalidade destas, que ela toma como dada a priori e imutável. É excluído tudo pelo que essa atitude poderia ser transformada. As massas não são a medida, mas a ideologia da indústria cultural, ainda que esta última não possa existir sem a elas se adaptar.

Assim, as mercadorias culturais da indústria se orientam para sua comercialização, o que interfere diretamente no processo de criação e no conteúdo das obras produzidas sob seus desígnios. Ao contrário do reino da liberdade, a

mercantilização da cultura, segundo o autor, tende a produzir um conformismo do gosto e uma domesticação da cultura popular, das manifestações culturais das classes subalternas.

Para Adorno e Horkheimer (in: Adorno, 2002: 44-5), a diversão oferecida pela indústria cultural visaria a integração das massas ao sistema capitalista, gerando fragmentação e impotência:

Divertir-se significa estar de acordo. A diversão é possível apenas enquanto se isola e se afasta a totalidade do processo social, enquanto se renuncia absurdamente desde o início à pretensão inelutável de toda obra, mesmo da mais insignificante: a de, em sua limitação, refletir o todo. Divertir-se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. É, de fato, fuga, mas não, como pretende, fuga da realidade perversa, mas sim do último grão de resistência que a realidade ainda pode ter deixado. A libertação prometida pelo entretenimento é a do pensamento como negação. A impudência da pergunta retórica: “Que é que a gente quer?” consiste em se dirigir às pessoas fingindo tratá-las como sujeitos pensantes, quando seu fito, na verdade, é o de desabitua-las ao contato com a subjetividade.

Nessa ótica, a cultura industrializada infundiria a tolerância para com a vida desumana do capitalismo tardio, a qual só restaria ao indivíduo se entregar. Seu efeito seria o de uma antidesmistificação, um modo de tolher a consciência das massas, impedindo a formação de indivíduos autônomos, capazes de realizar o projeto iluminista de ousar saber (*sapere aude*). Desse modo, a ideologia da indústria cultural teria uma eficácia acachapante em aprofundar a condição alienada das massas. Situação essa que, na ótica de Adorno e Horkheimer, seria quase inescapável, vista a sua descrença na capacidade do proletariado, subsumido na ideologia da indústria cultural, de conduzir um processo revolucionário que levasse à superação histórica do capitalismo, que poderia ser entendido como um projeto político de desalienação.

Cultura como modo de vida e alienação

Com base na argumentação adorniana, podemos afirmar que a indústria cultural seria capaz de criar uma cultura entre as massas alienada, conformista e sem espaço para resistências ao *status quo*. Mas como conciliar essa visão com uma perspectiva marxista, necessariamente comprometida com uma práxis voltada para a superação

histórica do capitalismo? Como manter a radicalidade crítica do conceito de indústria cultural sem se render ao pessimismo absoluto que vê a alienação como uma condição sem saída, retroalimentada pela ideologia da cultura industrializada? A meu ver, penso que é possível refletir sobre essa questão a partir das formulações de Raymond Williams acerca do materialismo cultural

Algumas das categorias de acusação mais frequentes na crítica pós-moderna ao marxismo se voltam para o seu suposto determinismo, geralmente compreendido como economicismo. Ao conceber a realidade como determinada “em última instância” pelo econômico, o marxismo produziria análises necessariamente reducionistas dos processos históricos. Assim, determinista, reducionista, economicista, mecanicista são categorias amplamente utilizadas para deslegitimar o marxismo enquanto teoria social válida. De modo recorrente, essas críticas partem de um lugar teórico-político que propõe uma valorização da cultura e das identidades (étnicas, nacionais, religiosas, de gênero), em detrimento do mundo da produção e reprodução material da vida, associado ao pertencimento de classe e à luta de classes.

De maneira resumida, em sua defesa radical da autonomia da cultura, podemos classificar essa perspectiva como pertencente a uma matriz cultural idealista que, ao pretender se opor ao marxismo, busca por vezes inverter os sinais e atribuir ao cultural a capacidade de determinar em última instância os processos históricos. Podemos chamar a isso determinismo cultural ou culturalismo.

Embora essa crítica se volte para uma certa tradição dentro do pensamento marxista, tomando-a pelo todo, uma questão permanece: é possível, a partir de uma ótica materialista, tratar da cultura rejeitando a dicotomia base/superestrutura e a conseqüente teoria do reflexo?

Numa certa vertente, por vezes denominada materialismo vulgar ou mecânico, a cultura é reduzida a uma dimensão superestrutural dependente e determinada pela história material. Ao invés da valorização idealista, que “eleva” a cultura acima da reprodução material da vida, essa vertente materialista definiria a cultura como um campo secundário no qual idéias, arte, costumes, crenças etc. simplesmente espelhariam a infraestrutura ou base econômica. Com essa redução, observa Raymond Williams (1979), esse tipo de materialismo inverte o sinal da ótica idealista, mas continua a reproduzir a separação entre cultura e sociedade.

A visão dualista em termos de base e superestrutura tem como conseqüência uma teoria da arte e do conhecimento como reflexo, que busca explicar fenômenos

culturais como reflexos da base econômica, sem a capacidade de intervir e influenciar na dinâmica desta. Para superar tal dualismo é necessário perceber que a linguagem e a significação são elementos indissociáveis do próprio processo social, envolvidos permanentemente na produção e na reprodução da vida material.

Essa superação, para que não resulte no abandono do materialismo e na adoção de uma perspectiva idealista, exige que se problematize a questão da determinação. Para o nosso autor, esse é o problema mais difícil para a teoria cultural marxista, pois não há marxismo que não envolva algum conceito de determinação. Recuperando o historicismo radical da obra de Marx, Williams sugere que o conceito de determinação deve ser separado de um determinismo abstrato na forma de “leis” (base do determinismo econômico), não devendo servir à construção de modelos passivos e objetivistas de análise, nos quais “vontades individuais” e a sociedade (entendida como “processo geral objetificado”) são vistas como forças opostas. Sem hierarquizar instâncias ou níveis de modo universal e recusando a dicotomia indivíduo *versus* sociedade, o autor prefere trabalhar com a idéia de que determinação envolve, nos processos históricos concretos, a existência de pressões e limites.

Esse tipo de raciocínio, longe de implicar uma concessão ao idealismo, significa, nos termos de Maria Elisa Cevalco (2001:126), uma “ampliação do materialismo para abarcar domínios pouco explorados na teoria fundante de Marx”. Ao tomar as práticas culturais como produção, a posição de Raymond Williams permite que se pense a realidade social como uma totalidade cuja dinâmica se recusa à divisão e hierarquização em níveis.

Resulta ainda dessa proposição sobre a questão da determinação uma ótica historicizante sobre a cultura que difere radicalmente de visões elitistas que tendem a universalizar padrões estéticos e de gosto, assim como a hierarquizar estilos artísticos e modelos culturais.

A idéia de cultura que deriva dessas proposições é a de um campo de lutas, de disputas por significados e sentidos. Essa luta, na sociedade de classes, tem termos desiguais, mas é parte da dinâmica da luta de classes. Para Williams, a cultura é um modo de vida, algo que inclui, além das grandes obras, os significados e valores que organizam a vida comum (Cevalco, 2003). Assim, a condição objetiva da alienação, bem como sua dimensão subjetiva, pode ser pensada sob uma outra luz, mais contraditória e, por isso mesmo, menos aprisionadora das promessas de emancipação humana.

Essa perspectiva pode ser muito importante para o desenvolvimento de uma reflexão voltada para a recepção dos produtos da indústria cultural que busque escapar tanto de uma visão integrada que confere aos sujeitos uma total liberdade de escolha e que, portanto, não problematiza a questão da alienação, quanto de uma visão apocalíptica que retira do horizonte as mediações entre as intenções dos comandantes da produção da cultura industrializada e as apropriações realizadas por aqueles que são seu público-alvo. Em particular quando nos referimos ao gosto popular, àqueles produtos consumidos pelas camadas subalternas da sociedade, como é o caso da música brega.

A música brega: mediações entre indústria cultural e gosto popular

O universo da música brega no Brasil se traduz em milhões de discos vendidos, em espaços de sociabilidade que reúnem os apreciadores dessa música (shows, bares, mercados e feiras populares, festas, espaços internauticos, locais de venda de cds etc), em formações de culturas de gosto específicas de determinadas camadas sociais no Brasil contemporâneo. Segundo Paulo César Araújo (2002), o termo brega começou a ser divulgado na imprensa a partir da década de 1980 para designar pejorativamente a música considerada cafona, de gosto popular, em oposição à MPB, e que acabou sendo assumida como categoria nativa por uma parcela dos artistas assim classificados pela crítica especializada. Como no caso de Reginaldo Rossi, auto-intitulado Rei do Brega. Os artistas classificados sob essa denominação, em geral, começaram a fazer sucesso comercial na esteira da Jovem Guarda, apresentando-se como a aposta da indústria fonográfica no período pós-AI-5, quando, durante a ditadura militar, houve um maior endurecimento da censura (que atingia em cheio a MPB mais engajada na crítica ao regime). Por isso mesmo, muitas vezes, esses artistas foram acusados de alienados pelos críticos e artistas mais engajados da época. Alguns nomes mais conhecidos: Odair José, Waldick Soriano, Paulo Sérgio, Agnaldo Timóteo, Diana, Fernando Mendes etc. No século XXI, a esses clássicos do brega (ou brega antigo), soma-se o brega novo ou tecnobrega: conjuntos musicais do Norte e Nordeste do Brasil, especialmente Pará, Maranhão, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará, que vendem milhões de discos e cujos esquemas de divulgação e vendagem fogem aos padrões usuais da indústria fonográfica. Desse brega novo, que assume para si a alcunha de brega e a transforma num rótulo mercadológico positivo, a banda mais conhecida é a paraense Calypso.

Uma das dificuldades é a própria classificação dos artistas como pertencentes ao mundo brega. Alguns, como Waldick Soriano, baiano autor de *Eu não sou cachorro não*, sucesso na década de 1970, são consenso. Outros, como Roberto Carlos, Fábio Júnior, Fagner, Fafá de Belém ficam na fronteira entre o romântico e o brega, possuindo maior aceitação para o público de camadas médias. Decerto, não há um ritmo musical propriamente brega. Existem bregas que são boleros, sambas, canções de batida meio rock'n roll, baladas etc. No entanto, existem padrões estéticos comuns e que se revelam nos temas, no vestuário, nos gestuais, nas formas de cantar que podem ser identificados. Algumas das vozes do brega são pouco educadas dentro dos padrões melódicos da música erudita, o que leva à uma valorização negativa desses cantores como desafinados, maus cantores etc. Trata-se ainda de um mundo essencialmente masculino, as vozes femininas são minoritárias, ainda que expressivas.

Esses artistas, músicos e compositores possuem suas trajetórias de vida muitas vezes marcadas pela migração (muitos nordestinos, por exemplo, o que ajuda a entender a presença de personagens e situações típicas da literatura de cordel em suas músicas – traições, prostituição, entre outras). Em sua maioria, têm sua origem na classe trabalhadora, ou na classe média baixa. Várias dessas trajetórias possuem episódios trágicos, como no exemplo de Evaldo Braga, órfão e menino de rua, que morreu de acidente de carro aos 25 anos, após descobrir que sua mãe havia sido uma prostituta e que ele havia sido jogado no lixo por ela ao nascer. Experimentam também, muito comumente, o sofrimento físico ou a estigmatização decorrente das suas formas corporais: Nelson Ned, cantor de grande vendagem de discos em toda a América Latina, sofria de uma doença rara que o impediu de crescer; Kátia era portadora de deficiência visual; Roberto Carlos, um brega aceito pela classe média, teve sua perna amputada como decorrência de um acidente de infância; Agnaldo Timóteo, em entrevistas, fala das suas dificuldades como negro, gordo, feio e homossexual. O que é cantado nas músicas, amiúde se baseia nessas experiências, próprias da condição social das camadas subalternas da sociedade.

Isso nos remete a um outro aspecto da estética do brega: o grotesco. A referência ao baixo corporal, o distanciamento em relação aos padrões de beleza e bom gosto das classes dominantes, a apropriação que a indústria cultural promove em relação aos critérios da comunidade de gosto popular, compreendido nesse contexto como rebaixado. Bakhtin (1993) aponta a potencialidade crítica do grotesco em relação à cultura oficial, só que temos de levar em conta a mediação fundamental promovida pela

indústria cultural nesse processo. Assim, além da análise das letras, das trajetórias dos artistas, das suas performances, das capas dos discos, é preciso também compreender os caminhos pelos quais essa produção cultural chega ao seu público, e como este interage com ela.

Outro aspecto importante diz respeito à observação da mídia. Programas de TV como o *Rei Majestade* do SBT (6 pontos de audiência nas tardes de domingo), assim como sites da internet e comunidades do *orkut* dedicadas ao tema, e o rádio, meio mais popular de divulgação musical no Brasil ainda hoje.

Com bases nessas considerações, pode-se perceber que estamos de um objeto de investigação complexo, que exige uma abordagem necessariamente interdisciplinar e que suscita inúmeras questões. Parte da formação de culturas urbanas no processo de modernização brasileira, o brega pode ser visto como uma chave para se entender as mediações entre a indústria cultural e os gostos populares. Além disso, existe uma memória musical afetiva comum à classe trabalhadora e à classe média baixa, aos migrantes nordestinos e seus descendentes, àqueles que vieram do campo e seus filhos.

Com esse norte, torna-se necessário refletir sobre a natureza cultural do objeto de investigação proposto, a produção musical brega no Brasil. Trata-se de um produto da indústria cultural, num de seus ramos mais importantes, a indústria fonográfica.

A reflexão que Muniz Sodré e Raquel Paiva (2002:111) desenvolvem sobre a estética do grotesco que permeia a indústria cultural na sociedade brasileira contemporânea traz essa questão da domesticação e controle da classe trabalhadora. O grotesco presente na cultura popular carnavalesca, enquanto inversão de padrões estéticos, de categorias valorativas como alto e baixo, possui, de acordo com Bakhtin, uma importante potencialidade subversiva da ordem. No entanto, apropriada pela indústria cultural, as expressões simbólicas das classes subalternas são retrabalhadas e “vão perdendo o seu enraizamento dinâmico nos lugares diversificados da cidade”, transformadas, nessa lógica, no popularesco tido como aquilo que definiria a cultura popular. Acreditando oferecer “aquilo que o público deseja ver”, e ao mesmo tempo, buscando estabelecer rígido controle social sobre esse desejo, a indústria cultural incorpora o grotesco com o objetivo de ampliar seu público consumidor. Segundo os autores (2002: 133),

(...) o grotesco chocante (...) permite encenar o povo e, ao mesmo tempo, mantê-lo à distância. Dão-se voz e imagem a energúmenos, ignorantes, ridículos, patéticos violentados, disformes, aberrantes, para mostrar a crua realidade popular, sem que o

choque daí advindo chegue às causas sociais, mas permaneça na superfície irrisória dos efeitos.

Essa observação, que diz respeito à análise de programas televisivos do tipo Ratinho, pode ajudar a pensar sobre a lógica mais global da atuação da indústria cultural em relação à cultura popular. Nesse sentido, a estética do grotesco é exemplar dessas mediações necessárias entre uma intenção de ampliação do consumo das mercadorias culturais entre a classe trabalhadora e, ao mesmo tempo, um esforço de controle e contenção de suas expressões simbólicas contra-hegemônicas.

A indústria cultural entra nesse sistema introduzindo a diferenciação entre o que seria a “verdadeira arte”, produzida de acordo com desígnios propriamente artísticos, e a produção cultural voltada para o mercado, menos valorizada na economia das trocas simbólicas. Assim, de acordo com Sérgio Miceli (2005:43-4), a cultura do capitalismo contemporâneo se caracteriza “pela oposição entre o *campo da produção erudita* e o campo da grande produção cultural (...)”. Este último campo, que é o da indústria cultural, se baseia num pré-conceito sobre o que seria o gosto popular e, por sua vez, contribui para a criação de todo um sistema de hierarquizações e discriminações que imprimem valor negativo ou rebaixado a essa comunidade de gosto. Daí a importância de tomar a música brega como campo de investigação capaz de suscitar a problematização dessas relações entre a indústria cultural e os padrões de gosto e consumo das camadas subalternas da sociedade brasileira contemporânea.

Nesse caso, voltamos à questão da alienação. Não se trata de usar esse conceito como uma categoria de acusação em relação a essa música consumida e apropriada pela classe trabalhadora em nossa sociedade. Mas sim de compreender esse fenômeno cultural como inserido numa condição alienada que é própria da sociedade capitalista, condição esta que é objetiva e que erige subjetividades também alienadas. A análise do circuito da música brega (produção, distribuição, fruição, formas de apropriação) pode, portanto, fornecer pistas relevantes para a compressão desse processo histórico.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor. “A indústria cultural”. In: COHN, Gabriel (org.). *Theodor*

Adorno. São Paulo: Ática. (Col. Grandes Cientistas Sociais). 1986.

_____. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

- ADORNO, T., HORKHEIMER, M. *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sur, 1970.
- ARAÚJO, Paulo César. *Eu não sou cachorro não*. Música Popular Cafona e indústria cultural. Rio de Janeiro: Record. 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. O contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec; Brasília: UnB. 1993.
- CEVASCO, Maria Elisa. *Para ler Raymond Williams*. São Paulo: Paz e Terra, 2001
- _____. *Dez lições sobre estudos culturais*. São Paulo: Boitempo. 2003.
- MARX, Karl. *Manuscritos econômico-filosóficos*. São Paulo: Boitempo. 2006.
- MÉSZÁROS, István. *A teoria da alienação em Marx*. São Paulo: Boitempo. 2006.
- MICELI, Sergio. *A noite da madrinha e outros ensaios sobre o éter nacional*. São Paulo: Companhia das Letras. 2005.
- SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad. 2002.
- WILLIAMS, Raymond *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar. . 1979.