

FILHOS DA MÚSICA: UMA ANÁLISE SOBRE CONSUMO E PRODUÇÃO MUSICAIS NO TEMPO LIVRE¹

Recebido em: 20/11/2014

Aceito em: 06/10/2015

Luciana Mion
Reinaldo Pacheco
Universidade de São Paulo (USP)
São Paulo – SP – Brasil

RESUMO: A produção e consumo musicais são compreendidos como resultantes de aspectos histórico-sociais e sobre os quais pesam fatores de aptidão e facilidade cognitiva tanto na criação quanto na fruição. Também são reflexo de questões interiores e da identidade do compositor, constituído e constituinte do meio social. A música é uma expressão cultural submetida às forças de mercado e sua dinâmica é de categorização vaga que vai do entretenimento à arte. O artigo aborda o processo do consumo à criação, influenciado pelos hábitos de consumo musical no tempo livre e seus fatores sociais bem como as forças dinâmicas de mercado e de propensão musical. Para tanto, foram apresentados dados de entrevistas com alguns músicos - compositores, quer sejam profissionais ou amadores, pois detecta-se nas entrevistas que a relação entre o trabalho e o tempo livre se mescla para esse público. Como resultado, vimos que o fenômeno da pós-modernidade permeia tal processo e que não há fórmulas para a produção, apenas a verificação de algumas determinantes que se mesclam e são interpretadas e reinterpretadas pelo receptor ativo (compositor), resultando na variação artística.

PALAVRAS CHAVE: Música. Atividades de Lazer.

SONS'S MUSIC: AN ANALYSIS OF MUSICAL CONSUMPTION AND PRODUCTION IN THEIR SPARE TIME

ABSTRACT: The musical production and consumption are comprehended as results of social and historical factors influenced by ability factors and cognitive capacities, both important on creation or musical fruition. It's as well as reflect of inner issues and the composer's identity, which belongs to a social environment, still acts on it. Music is a culture expression, it's under market dynamic forces in aburred classification that goes from entertainment to art. The paper discusses the process from consumption to creation, influenced by musical consumption habits at free time and social factors as

¹ Agradecimentos à banca examinadora da monografia na qual se baseia o presente artigo e que foi apresentada em 2012 na Universidade de São Paulo – USP, na EACH – Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Compuseram a banca a professora Juliana Marília Coli da UFSCAR, professor Luiz Trigo da USP-EACH e o professor Reinaldo Pacheco também da USP – EACH, orientador da pesquisa.

well as dynamic market forces and musical propels. Thus for, it is shown personal interviews of musician composers, whether professionals or amateurs, once it is enhanced on their speeches a blurred line between work time and spare time. As a result, we realized postmodern phenomenon is present in such process and there is no receipts to production, only a certainty about some determining factors mixed and therefore interpreted and endless re-interpreted by an active receptor (composer), resulting in an artistic sorted products and consumptions.

KEYWORDS: Music. Leisure Activities.

Introdução

Busca-se analisar a influência do tempo livre e do consumo musical sobre a produção artística de profissionais e amadores compositores de música. Para explorar a relação entre influência do tempo livre e o consumo musical sobre a produção artística de profissionais e amadores da área de Música foram colhidos cinco depoimentos de músicos de diversos gêneros e estágios de carreira de forma aleatória a fim de encontrar denominadores comuns e divergentes sobre sua postura de consumo e produção musicais. Para tanto, remete-se às entrevistas pessoais e a trabalhos teóricos que versam sobre cultura, música e descobertas na área de genética e de neurologia.

Um dos objetivos e preocupações foi refletir sobre a relação entre consumo e produção, inter cruzando os conhecimentos teóricos dos campos das Ciências Sociais, dos Estudos do Lazer e de novos campos como a Genética. Cada disciplina dentro desses campos possui leituras distintas sobre os mesmos processos culturais – sabendo de antemão que os Estudos do Lazer ganharam corpo ao longo do tempo.

Trata-se de delinear diversas concepções e debater os conceitos de Cultura e Identidade, como se dá a recepção ativa da mensagem artística comunicacional nessa relação e o papel das novas descobertas no campo da Biologia e da Genética; o conceito de Arte e a Música relacionada a ela; o Entretenimento, além da

contextualização do Lazer nesta ampla discussão. Ressalta-se que o estudo da Cultura dentro das Ciências Sociais, e mesmo nos Estudos do Lazer, é bastante rico, e foi necessário fazer seu exame dentre algumas correntes teóricas como a da Escola de Frankfurt, dos Estudos Culturais e outras importantes referências, dentre elas, Bourdieu. Logo depois são investigadas as relações da Cultura e da Música com o Mercado e da Produção e Fruição entre si. No movimento final, comparou-se as diversas referências bibliográficas e fez-se o confronto dessas com a análise das entrevistas coletadas. Ressalta-se que todos os entrevistados assinaram dando ciência de que seus depoimentos serviriam para fins acadêmicos e divulgação científica.

Esse artigo apresenta uma estrutura que possibilita a navegação de longo curso sobre temática de horizonte tão amplo como a Cultura. Reitera-se que o artigo é exploratório, inserido no contexto pós-moderno de produção e consumo culturais, cuja defesa se vale da mesma argumentação de Maffesoli (1998) em sua obra “*O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa*”².

Partitura: Reflexões sobre Cultura, Arte e Identidade

A concepção de Cultura escolhida para o artigo está em um dos apontamentos que Raymond Willians em seu livro *Keywords*: “[...] são os trabalhos e as práticas intelectuais e a especialização da atividade artística com o uso de uma forma mais ampla.”

² “[...] é importante preservar a possibilidade da navegação de longo curso. É assim que se inventam novas terras. E isto, a categoria geral o permite. Eis aí em questão o problema de sinergia: propor uma sociologia vadia que não seja ao mesmo tempo uma sociologia sem objeto” (MAFFESOLI, 1998, p.4).

Cultura é aqui compreendida nas suas diversas manifestações, como música, artes plásticas, teatro e cinema. Esta concepção, pinçada dentre tantas sobre o termo³, é relacionada com a ideia de *arte como cultura*, que adveio da concepção *kultur*, uma visão particularista de mundo, prezando a diversidade dos povos e advogada por uma burguesia intelectual que se ressentia da aristocracia. (CUCHE, 2002, p. 24).

Além da definição de Cultura, também é importante pontuar que produção e fruição musicais no tempo de lazer, objeto desse artigo, são duas variáveis dependentes uma à outra, por isso a perspectiva de adotar o conceito de *Receptor Ativo*, mote que incitou o artigo. O *Receptor Ativo* reconstrói a obra de arte, ou no caso a peça musical, em uma escala de valor própria e única.

Foi uma corrente teórica, os Estudos Culturais, que pela primeira vez olhou as mensagens dos meios, considerando-a como formas culturais abertas a distintas decodificações, e sobre a audiência, definindo-a como composta por agentes de produção de sentido (ESCOSTEGUY e JACKS, 2005, p.52). Ou seja, existem várias interpretações sobre o mesmo objeto cultural, dependendo do receptor, que é participante ativo na construção simbólica da manifestação artística. O músico, inserido ou não no esquema profissional da produção, serviria como grande representante do estágio de recriação do que ouve em seu tempo de ócio. Para Bourdieu, os receptores ativos estariam restritos a determinados grupos sociais que se concebem como entidade única e legítima para a apropriação simbólica de um bem comum, do qual todos têm sua parte e cuja posse em sua integralidade é de todos, mas cuja exclusividade simbólica da apropriação torna o consumo cultural algo

³ Sabemos que associar Cultura às atividades imaginativas como Música, Pintura ou Literatura é restringi-la e empobrecê-la. Há um longo histórico do debate sobre sua definição que se inicia com pensadores – chave do Iluminismo (d’Alembert, Diderot, Rousseau Kant, Hume, Smith, Voltaire), perpassando a Sociologia (Georg Simmel, Max Weber, Bourdieu e tantos outros) e a Antropologia (Malinowski, Franz Boas, etc).

paradoxal (BOURDIEU, 2006, p.213). A questão das classes sociais é tão importante para o legado intelectual de Pierre Bourdieu que para ele os gostos, ou seja, as preferências manifestadas “são a afirmação prática de uma diferença inevitável”, isto é, a diferença inevitável das classes sociais. (BOURDIEU, 2006, p. 56).

Em contraponto ao trabalho de Bourdieu, um sociólogo seminal para se pensar as questões culturais, propõe-se aqui que o consumo musical não pode ser uma expressão perfeita dos estratos sociais. Haveria outras variáveis que atuam em contexto com as noções sociais, que seriam as tendências biológicas. O cientista Steven Pinker (2004) refuta questões de que o homem seria uma “tábula rasa” ou de que viveria em seu próprio corpo como um “fantasma da máquina”. Para ele, posição também defendida nesse artigo, a natureza humana é resultado do embate entre impulsos físicos e culturais.

A “tábula rasa” preconiza que a consciência é desprovida de qualquer conhecimento inato, como uma folha em branco a ser preenchida, ou seja, todo processo de conhecimento é captado através da cultura. Já a doutrina do “fantasma da máquina”, surgiu da filosofia dualista de René Descartes, para qual a atividade mental nada tem a ver com a atividade física. A crença da “tábula rasa” coexiste naturalmente com o “fantasma da máquina”, pois uma página em branco é um lugar convidativo para um fantasma assombrar. A “tábula rasa” nega os instintos que moldam as nossas faculdades psicológicas; nega aspectos da cognição, linguagem e personalidade que estão ligados ao genoma humano, por exemplo, o temperamento e a personalidade de uma pessoa que emergem cedo na vida e permanecem razoavelmente constantes até a morte (PINKER, 2004, p. 147). O “fantasma da máquina” rejeita a ideia de que a

mente pode operar sob princípios físicos, no entanto, a mente opera segundo a atividade química e elétrica do cérebro.

Certamente que o trabalho de Bourdieu, e de outros, sobre as lutas de classe e a instrumentalização da Cultura para a dinâmica social continuam válidos e são de grande importância. Pretende-se aqui entender a interação entre os fatores biológicos e os fenômenos sociais, e não invalidar esses últimos. Em um cenário em que a Indústria Cultural⁴ e processos como alienação se fortalecem, é necessário discutir o modelo de *habitus*⁵, por exemplo, e da própria dinâmica social em um contexto global que certamente impacta no consumo cultural do indivíduo.

Reflexões sobre a Dinâmica de Produção e Consumo Musicais

Néstor García Canclini (2005), um dos expoentes dos Estudos Culturais, também discute a Cultura sob a perspectiva das Ciências Sociais. Ele aponta para o fenômeno de homogeneização das ofertas culturais e dos produtores dessas ofertas por meio de fusões entre empresas de comunicação (dentre elas, citam-se redes de televisão, produtoras de cinema e também empresas fonográficas), impondo um gosto ou hábito ao cidadão. Ele também propõe a recepção ativa do conteúdo cultural, no

⁴ O conceito de Indústria Cultural foi concebido por Adorno e Horkheimer no texto “A Dialética do Esclarecimento” de 1944 (EDGAR, A.; SEDGWICK, P., 2003, p.181). Segundo os teóricos críticos de Frankfurt, trata-se da cultura subordinada ao *status quo* - “a indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo de absoluto. Reduzida ao estilo, ela trai seu segredo, a obediência à hierarquia social [...]” – (ADORNO, T.; HORKHEIMER, M., 2015, p. 62) numa dinâmica fabril da produção artística. Adorno e Horkheimer ainda versam sobre a assepsia da Indústria, culminando no esvaziamento do valor simbólico da produção (ADORNO, T.; HORKHEIMER, M., 2015, p. 118), na dessacralização da arte que agora se apresenta como produto “os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência” (ADORNO, T.; HORKHEIMER, M., 2015, p.59) e na passividade daquele que a recebe: “A cultura converteu-se totalmente numa mercadoria, difundida como uma informação, sem penetrar nos indivíduos dela informados.” (ADORNO, T.; HORKHEIMER, M., 2015, p.93). As questões levantadas sobre Indústria Cultural são seminais e serão desenvolvidas a posteriori por pensadores subsequentes como Canclini e Bourdieu também citados.

⁵ *Habitus* é a memória histórica social (influenciada por fatores como educação, família e mídia), interiorizada em cada indivíduo da sociedade de forma inconsciente e que os induz a adotarem práticas que estão de acordo com sua vinculação social (BOURDIEU, 2006).

entanto, questiona essa independência do sujeito diante da concentração monopolista e transnacional das indústrias culturais, inclusive a da fonográfica (CANCLINI, 2005, p.184).

A Indústria Cultural se mostra atual (CANCLINI, 2005). Mesmo diante da intensificação das conexões globais que expandem o saber, ampliando nosso conhecimento sobre outras etnias, grupos e culturas, a distribuição dos bens midiáticos é desigual. Um CD de *world music* nada mais é que um apanhado de músicas populares de países marginalizados pelo *mainstream* da indústria fonográfica que pouco reflete ou representa apenas um estereótipo da diversidade musical ali produzida (CANCLINI, 2005, p.237).

Por isso a diversidade da oferta de produtos culturais, a qual deveria ter vindo por consequência da ampliação de horizontes, se anula aos efeitos de homogeneização da Indústria Cultural em plena atividade. O exótico, o diferente é categorizado (ação própria das linhas de produção), tornando-se uma representação estereotipada de si mesmo. À primeira vista, a compactação ou homogeneização da oferta cultural é nociva ao próprio entendimento de liberdade individual.

É com o consumo cultural que formamos o repertório simbólico, componente da identidade individual, portanto, diversidade cultural implica liberdade e autonomia como sujeito, conseqüentemente, menos diversidade culminaria em restrição dessa liberdade.

Também poderia ser mencionado, que mesmo com as pressões de mercado para uma crescente venda e lucratividade, ainda assim há dificuldades para a democracia cultural. O acesso físico pode ser defendido pelo grupo dominante, mas a legitimidade de sentido dado ao bem cultural não o é (BOURDIEU, 2006).

A questão do consumo cultural na dinâmica global também traz implicações para a noção de individualidade do homem pós-moderno. Se antes, o consumo cultural era definido por questões socioeconômicas e educacionais, como apontava Bourdieu (2006) - pelo modelo de *habitus* - no contexto pós-moderno sua identidade entra em uma crise sem precedentes.

A globalização acachapa tempo-espaço e, por isso, causaria a perda de um sentido estável de si mesmo, culminando na descentração do sujeito. (HALL, 2006, p.8). Haveria uma desvinculação do sujeito com o local e com sua classe social e segundo Hall, o tempo e espaço simbólicos são coordenadas básicas de todo os sistemas de representação, ou seja, os meios de produção artísticos - quer eles estejam atrelados à reprodução em série e automatizada (Indústria Cultural), quer eles tenham maior autonomia - estão apartados da fisiologia social localizada ou até mesmo nacional.

Inserido nesse contexto, o consumo desinteressado por músicos amadores ou profissionais de um repertório global de música lhes causaria um forte impacto, pois se trata de um importante demarcador em suas identidades. As hipóteses de seus efeitos são de que haveria a incitação ao consumo onívoro da música (ecletismo musical) e a reinterpretação individual daquele produto cultural, deslocada de classe social, local e tempo. Para Alves (2006, p.21), a subjetividade do homem, produto de um longo processo civilizatório, estaria sendo fetichizado e reificado e o próprio lazer seria campo de obliteração dessa subjetividade. Em última análise, é a não-identificação entre sujeito e objeto.

Outras constatações sobre a pós-modernidade são a descartabilidade dos produtos culturais e a fluidificação dos afetos, inclusive fruto de relações pessoais⁶. Mesmo a divisão maniqueísta entre os bens da Indústria do Entretenimento e os bens da alta arte é ilusória; os efeitos se fariam sentir nas manifestações artísticas independente de classificações.

Mesmo o músico sofre o mesmo processo a que sua criação musical se submeteu nesse sistema. Sob o estigma da genialidade, aptidão ou característica exacerbada, ele é classificado e valorizado como profissional à medida que o discurso de autoridades⁷ o apoiam. Um novo ponto é que a mesmo artista pode ser consagrado ou execrado ao longo da História por essas mesmas autoridades. Jorge Coli (2007) denominou o fenômeno de Fortuna Crítica. Nessa roda viva de gostos em cada época, muitos artistas que morreram sem reconhecimento mais tarde foram alçados a mestres, ou mesmo, gênios pela posteridade.

Segundo Juliana Coli (2006), existe um mito da vocação e da valorização do sacrifício para se alcançar a virtuosidade artística engendrado pelo próprio mercado de trabalho devido à precarização da atividade musical em sua forma profissional. (COLI, 2006). Realmente trata-se de um mito, não só porque as noções de autoria e singularidade que são tão prementes para se definir uma obra como arte (COLI, 2007) se perderam na linha de produção para se fabricar um hit de sucesso⁸, como também a criação artística depende da recepção ativa (a co-criação desse produto pelo público) e da sua valorização no mercado de consumo.

⁶ Zygmunt Baumann, professor emérito de sociologia das universidades de Leeds e Varsóvia. Conhecido por seus ensaios sobre modernidade e consumismo.

⁷ Jorge Coli (2007) aponta que a avaliação de críticos, peritos e outros personagens formadores de opinião são um fator preponderante para que determinada peça artística seja considerada uma “obra-prima”.

⁸ Na criação de uma parada de sucesso, os direitos autorais podem ser divididos entre produtor, top liner (o criador da letra e melodia) e até mesmo o intérprete. Também é comum que uma faixa musical passe por retoque de outros compositores.

Para entender melhor as conformações sociais a que músicos profissionais e amadores estariam submetidos, precisamos entender o cenário do Entretenimento. Ele, o Entretenimento, nunca esteve tão forte quanto nos dias de hoje. A Indústria Cultural é uma das mais lucrativas do mundo. Trata-se do setor econômico que mais cresce em várias partes do globo, além de influenciar cada vez mais as escolhas cotidianas das pessoas (TRIGO, 2003, p.25-26). Uma justificativa para seu crescimento é que “as pessoas submetidas a forte estresse gastarão mais em alguns serviços e produtos supérfluos, desde que esses lhes tragam benefícios psicológicos confortáveis e duradouros”; isso é possível em economias sem graves crises e em maior escala em sociedades pós-industriais (TRIGO, 2003, p.140).

Ele nasce como uma vacina, com uma ética que tem se mostrado insuficiente para conter a avalanche de consumo, mas que permanece como símbolo (CAMARGO, 2008, p.21). Mesmo com uma pequena lista de apostas fracassadas, a Indústria Cultural é extremamente eficaz em emplacar seus produtos - segundo a célebre Lei de Pareto, 80% do resultado lucrativo se realizaria com 20% dos produtos culturais (ERNER, 2008, p.228).

Se de um lado, temos uma verdadeira linha de produção para se criar um hit de sucesso – situação em que as noções de autoria e singularidade se perdem; de outro é realizada a elevação de alguns cantores e músicos a ícones de cultura e comportamento, enquanto a maioria ainda sofre com a desmoralização da profissão do músico.

Do ponto de vista moral, a profissão do músico era vista como uma forma de degradação: o músico era uma espécie de “saltimbanco” ou bufão. Essa dimensão da degradação nos faz recordar uma metáfora muito sugestiva do campo da literatura infantil [...]: A Cigarra e a Formiga [...] (COLI, 2006, p.51).

Em algumas das entrevistas feitas para esse trabalho, percebe-se que ser músico é uma profissão de risco, que paira entre dois mundos, o do sucesso e das celebridades e o dos problemas em se manter financeiramente somente disso, como mencionado pelo entrevistado Fernando do grupo “A Caçamba da Vila Madalena”

Também se percebe que já estar inserido em um esquema de produção e comercialização, por meio do apoio de pares, é importante na consolidação da nova carreira e na formação de um público⁹. Mesmo aqueles que possuem o sucesso relativo, não são conhecidos do grande público, mas tem uma vida financeira saudável somente trabalhando com música, percebem que foram tutorados de alguma forma por seus pares de sucesso; esses são os casos do violeiro Chico Teixeira e da Janaína da Banda “Bicho de Pé.

É importante perceber que se o consumo cultural atual é motivo de restrição da liberdade de escolha, por conta do fenômeno inerente da homogeneização, por outro lado, o produtor também pode se sentir restringido.

Sacks (2007) revela que em uma noite, Berlioz¹⁰ sonhou com uma sinfonia por duas vezes, lembrando grande parte, mas preferiu não concretizá-la no papel porque a sinfonia demoraria vários meses para ser finalizada e nessa época o músico precisava de dinheiro para cuidar de sua esposa doente (SACKS, 2007, p.273). Janaína, do Bicho de Pé, em determinado momento da entrevista, diz ter sido ensinada sobre a fórmula de uma canção de sucesso por Itamar Assumpção¹¹.

⁹ Bourdieu (2011) aponta que obras eruditas são fruto de uma criação cerceada pelo julgamento de seus pares (outros artistas e pela busca de prestígio). Erner (2008) afirma que nenhuma moda pode ser lançado do nada e que certamente existe um grupo influenciador que apontaria novas referências para uma Indústria Cultural, ávida de novidades.

¹⁰ Louis Hector Berlioz foi um compositor do Romantismo francês.

¹¹ Compositor, cantor, instrumentista, arranjador e produtor musical brasileiro, que se destacou na cena independente e alternativa de São Paulo nos anos 1980 e 1990.

A Indústria Fonográfica se vale de uma variedade de estratégias de criação e vendagem. Uma delas é o “efeito Mateus”, uma maneira de colaboração entre os artistas, em que “os melhores trabalham com os melhores” (ERNER, 2008). Essa parceria tão comum de “união das forças” é conhecida por lembrar o Evangelho Segundo São Mateus, que menciona: “Àqueles que tudo têm, ainda mais lhes será dado; daqueles que nada têm, ainda mais lhes será tirado.” Também explicaria a polarização de sucessos entre tão poucos artistas.

Sobre a configuração atual do cenário musical, Schneider (2003) aponta para um arrefecimento da competitividade entre os players de mercado (leia-se selos fonográficos) devido às megafusões. Para ele, artistas como Tom Jobim e Chico Buarque são mais improváveis de despontar hoje e capitalizar um alto investimento a ponto de se tornarem referências populares.

Schneider (2003) também acredita que esses eram artistas que surgiram durante uma fase de intensa concorrência entre diversas companhias fonográficas relativamente modestas em comparação às atuais, e como o cenário mudou, não seria mais frutífero o surgimento de artistas dessa natureza. Ainda assim, a Indústria não pode ser autorreferente sob pena de esgotar-se (e esgotar o capital simbólico de seus produtos), da mesma forma, não se pode dizer que há fórmulas infalíveis para o sucesso massificado (SCHNEIDER, 2003).

Um argumento que revela a existência de capacidade de inovação inerente ao sistema de produção e consumo fonográfico é que não existe valor simbólico zero (só pode haver valor simbólico positivo ou negativo, nunca nulo) e mesmo os produtos culturais atrelados ao alto capital midiático não são necessariamente negativos (SCHNEIDER, 2003, p.150-151).

Uma hipótese é a de que a Indústria se nutria da arte erudita e folclórica na busca incessante por maior valor simbólico. Segundo uma reportagem da *Folha de São Paulo* em 2011, o crítico musical britânico, Simon Reynolds, conhecido por compor o júri de programas *pop* como o “American Idol”, afirma que atualmente o movimento musical só está buscando inspiração em alguma manifestação do passado recente (o passado distante, importante para o ruído, foi esquecido). Isso explicaria o procedimento de lançamento de músicas na Indústria do Entretenimento, cujo valor simbólico do produto cultural é bem menor, mas em longo prazo seria nocivo, uma vez que o produto cultural deve sempre ter algum conteúdo simbólico para despertar interesse no público.

Uma explicação sistematizada da dinâmica produção e consumo foi dada por Mecena e Hanson (2007) por meio de um modelo que demonstra o ciclo de vida dos produtos tecnológicos. Nesse trabalho, foi feito um paralelo que poderia de certa forma explicar como a Indústria Cultural se mantém. É o “modelo do abismo” entre a demanda de fanáticos e visionários no mercado tecnológico ou no mercado cultural; e do grande público.

Acredita-se que há um processo de transferência de alguns produtos eruditos para o público de massa. Dessa forma, infere-se que enquanto a alta arte ou erudita atua no sistema dinâmico, com enfoque no desenvolvimento do produto; o entretenimento ou baixa arte tem foco na ampliação da produção e na otimização do processo produtivo (MECENA e HANSON, 2007).

A dinâmica de retroalimentação do sistema que imputa valores aos produtos musicais também deve ser vista da perspectiva do consumo. Os bens destinados aos não-produtores (“o grande público”) seriam considerados de massa, enquanto os

produtos eruditos estariam destinados aos críticos e outros produtores (BOURDIEU, 2011, p.105).

A arte popular ou folclórica também seria uma fonte a ser explorada para a fabricação dos produtos do entretenimento. Diferente desse último, ela é feita e consumida por seu próprio povo, de uma forma tão imprescindível quanto o ato de alimentar-se ou procriar, manifestada com os instrumentos mais simples e naturais de seu cotidiano como o barro, pedra, ossos, madeira etc., para expressar uma experiência profunda de existir no mundo (PAVIANI, 2003, p.49). Para Paviani, a verdadeira arte popular tem o povo como criador: “[...] o determinante é o povo como elemento criativo. A massa não cria, é elemento receptivo e passivo” (PAVIANI, 2003, p.46).

A produção da arte folclórica se mostra a cada dia mais rarefeita pelo fortalecimento do mecanismo de entretenimento – aquilo que corrompe o sentimento e negligencia a educação e a percepção estética, entregando-se a uma emoção amorfa (LANGER¹² *apud* PAVIANI, 2003, p.44) – como por outros fatores, por exemplo, o mito do dom musical e da genialidade, bem como à incipiente formação educacional para a música – nenhum dos cinco entrevistados afirmou ter uma educação formal satisfatória, sendo prioritariamente a parca educação vinda de iniciativa própria e de estudos particulares.

Reflexões sobre a Emoção, Memória e o Prazer

O prazer é supervalorizado nesse cenário pós-moderno. A manifestação pós-moderna na arte se pautaria pela busca frenética do exotismo e da diferença, possível fonte de grande prazer, mas como já foi abordado, representaria apenas a massificação

¹² LANGER, S. K. **On significance in Music**, in *aesthetic and the Arts*. Nova York: Mc Graw-Hill Book, 1968. P. 182-212.

da diferença (CANCLINI, 2005). Outras formas de busca do prazer também são passíveis de críticas – para os frankfurtianos o prazer é tema secundário. O público seria fetichista por não escolher as formas com as quais obtém prazer, sendo antes, por assim dizer, escolhido por elas (SCHNEIDER, 2003, p.16).

Coelho (1983) até mesmo elucubra sobre a aversão da Escola de Frankfurt ao prazer. Segundo ele, o posicionamento sobre o prazer pode ser usado pela “direita política” em benefício da produtividade capaz de gerar sempre lucros e mais lucros, por meio da mera diversão esporádica (feriados, férias) e mesmo assim para reforçar a atividade do trabalho, na medida em que recompõe as forças do trabalhador, permitindo a continuidade da exploração destas. Já a esquerda política, pelo menos em exemplos como as greves dos trabalhadores europeus do século XIX, vivia e reivindicava o direito de trabalhar (cujo único efeito seria o esmagamento contínuo deles mesmos) ao invés de exigir um outro sistema em que tivessem os mesmos direitos dos patrões – com mais acesso a prazeres (COELHO, 1988, p.36-38).

A Escola de Frankfurt, portanto, posicionaria o prazer como um instrumento de superação da realidade social incompetente diante do uso do intelecto. Aliás, Maffesoli crê que aspectos julgados como não-rationais são tão importantes quanto os racionais¹³.

É o prazer o responsável pela união da classe artística ao resto da sociedade, decisivo fator para que um produto cultural emplacasse como um sucesso. Trigo (2003) relata que há muitos produtos lançados ao mercado de variados gêneros e

¹³ “É preciso insistir nesse ponto : o não racional não é o irracional, ele não se posiciona com relação ao racional, ele aciona uma lógica diferente da lógica que tem prevalecido desde o Iluminismo. Agora se admite cada vez mais que a racionalidade do século XVIII e do século XIX é apenas um dos modelos possíveis da razão que age na vida social, que parâmetros como o afetual e o simbólico podem ter a sua própria racionalidade” (MAFFESOLI, 1998, p. 121).

formas e cujo conteúdo é formulado para provocar identificação com determinados segmentos ou com a massa em geral, mas que não conseguem obter sucesso duradouro, “[...] apenas uma bolha de consumo efêmera e descartável” e constata: “[...] o marketing não explica tudo” (TRIGO, 2003 p.167).

Talvez seja porque o prazer advindo da Arte não deve ser entendido como aquele que vem direto dos sentidos. Caso contrário, ela lisonjearia – à semelhança dos bolos e dos coquetéis – tanto o gosto sem educação quanto o gosto culto. (LANGER¹⁴ *apud* BOURDIEU, 2006, p.34). No entanto, não se pode negar que os fatores biológicos certamente interagem com a complexa dinâmica social na qual o indivíduo se insere. Por isso, como já foi explicitado anteriormente, fórmulas para o sucesso comercial de produtos culturais são plenamente falíveis.

Bourdieu (2006) complementa a análise sobre o prazer ao afirmar que ele não pode ser confundido com o fácil gosto dos sentidos: ele é também o gosto da reflexão, é a “capacidade de sublimação” que faz do homem mais humano (BOURDIEU, 2006, p.13-14).

Novamente o teórico assume que a música está estritamente relacionada com a interioridade (BOURDIEU, 2006, p.21), o que dificultaria o controle social sobre produção e fruição e delegando maior influência de outros fatores. Stravinsky também dizia que a música não representa coisa alguma além de si mesma (SACKS, 2007, p.123).

Isso abre portas para que seja discutido o conceito de prazer em termos biológicos. Ouvir música, portanto, não é um processo passivo, e sim intensamente ativo, que envolve uma série de inferências, expectativas e antevisões. (SACKS, 2007,

¹⁴ LANGER, S. K. **Ensaio Filosóficos**. São Paulo: Cultrix, 1961.

p.207). Sacks não elucida sobre o que deve ser feito para que o ouvinte obtenha prazer na música, apesar de em vários momentos ele mencionar que a resposta emocional à música tem arquitetura funcional específica e de base fisiológica que difere das respostas emocionais em geral (SACKS, 2007, p.278). Essa afirmação pode ser assim interpretada: os motivos que desencadeiam prazer em outras experiências sensoriais não são estritamente os mesmos da audição.

Mesmo a memória emocional não é fator determinante para a conexão entre a fruição musical e o prazer. Sacks (2007) afirma que muitos se conectam emocionalmente com uma música sem nunca tê-la ouvido antes¹⁵. Emoções florescem da música sem que haja memória ou um prévio conhecimento; mesmo pacientes com demência profunda choram e estremecem ao ouvir uma canção não conhecida (SACKS, 2007, p.329). No tratamento de doentes com Parkinson, Sacks (2007) também afirma que não existe o tipo “certo” de música e que isso depende de cada indivíduo (SACKS, 2007, p.244). Aliás o autor reitera que não há nenhuma preferência neurológica para certos tipos de música (SACKS, 2007, p. 106)

Mas hábitos mudam a fisiologia do consumidor. Em estudos com bebês de seis meses apontaram que esses eram capazes de captar prontamente variações rítmicas de outras culturas, no entanto, com o passar dos anos e com a progressiva exposição à cultura local, a sensibilidade rítmica e tonal vai se perdendo (SACKS, 2007, p. 106).

Mas o que diferenciaria o “simples” ouvinte do público estudado dos músicos amadores e profissionais? Oliver Sacks, ao citar um colega, afirma que há uma ligação

¹⁵ Mas supõe-se que este seja um fator facilitador da conexão emocional, uma vez que a relação entre a audição e o prazer ainda é um mistério para os estudiosos.

universal, comum a todos nós, entre os sistemas auditivo e motor (PATEL¹⁶ *apud* SACKS, 2007, p. 232-233). Mas provavelmente nos músicos, haveria uma conexão mais forte entre ambos os sistemas.

Outra diferença é a memória procedural¹⁷, que ao contrário da memória emocional, está associada aos praticantes da música. Recordar uma música é diferente de recordar uma imagem ou um fato; a recordação tem que se assemelhar ao original. É claro que se ouve seletivamente, mas as características de ritmo, tempo, contornos melódicos, timbre e tom estão preservados com exatidão e só por isso é possível a recordação (SACKS, 2007, p.57).

Portanto, a memória tão acurada de uma música que se diferencia do recordar uma imagem ou um fato é muito mais desenvolvida em seus praticantes. Inclusive, muitos músicos possuem a habilidade de executar canções sem partituras.

Outros tipos de memória, comuns a todos, também seriam auxiliados pela música. Por exemplo, a memória semântica; com a música é possível embutir sequências, palavras e habilidades em melodia e métrica, ajudando a lembrar grandes quantidades de informações. Essa função teve grande importância nas culturas pré-letradas (há, por exemplo, as narrativas gregas como a *Ilíada*, que são esteio à cultura ocidental, e possuem origem oral). Outros tipos de memória excitados com a música, já mencionados, são a memória emocional¹⁸ e a memória procedural.

Outro ponto de distinção a ser discutido, entre os praticantes da música dos meros ouvintes, é o do dom musical, um conceito bastante discutível.

¹⁶ PATEL, A. D. Musical rhythm, linguistic rhythm, and human evolution. **Music Perception**, v. 24, n. 1, p. 99-104, 2006.

¹⁷ É um tipo de memória associado ao desempenho motor e a porções primitivas do sistema nervoso.

¹⁸ Ligada ao sistema límbico e pode estar associada tanto à audição quanto à prática.

É claro que existem aptidões inatas que facilitariam o aprendizado, a reprodução e a criação de excertos musicais. Por exemplo, aqueles que possuem o ouvido absoluto são capazes em maior ou menor grau de distinguir o tom de qualquer nota sem precisar pensar ou comparar com um padrão externo (SACKS, 2007, p.125); trata-se de uma manifestação hereditária. Por outro lado, há forças sociais que inibem ou fortalecem essas questões hereditárias e que poderão ser percebidas nos trechos das entrevistas apresentadas neste artigo, como por exemplo, estar inserido em uma família ou religião que estimule a produção musical - como foi o caso do Neguinho da Beija-Flor, que se iniciou musicalmente nos terreiros de candomblé. Mas todas as assertivas dessa partitura serão comprovadas ou refutadas por meio dos excertos das entrevistas pessoais apresentados no artigo.

Último Movimento

Por meio de cinco entrevistas pessoais feitas ao longo de 2012, procurou-se interpretar os estudos teóricos, sobre os quais o presente artigo foi balizado, e discutir a história contada por cada um dos entrevistados a fim de criar o elo entre suas vidas e as forças sociais a que estavam e estão submetidos.

Estava pressuposto nas entrevistas que os depoentes teriam experiência sobre a música, uma vez que a produziam. No entanto, mesmo aqueles que não possuíam experiências e percepções anteriores fortes, por exemplo, iniciantes, aspirantes e amadores, também deveriam ser influenciados por valores sociais. A memória tal qual a mente não é mera “tábula rasa”. Mesmo o esquecimento ou uma determinada representação social de uma lembrança pode ter um caráter social de fundo.

Uma explicação para não recordarmos de canções entoadas à beira de nossos berços ou de qualquer outra em nossa primeira infância é que não podíamos associar nossas impressões, já que ainda não éramos entes sociais (HALBWACHS, 2004, p. 38). Mesmo assim, um dos entrevistados diz lembrar-se da música que tocava no momento que nasceu, “[...] nasci no hospital, na maternidade e tinha um rádio ligado e tava tocando ‘Chega de Saudade’.” (Chico Teixeira¹⁹). Precisamos considerar a referida afirmação não com o indicativo de que a mente é um gravador natural, mas que existe um fundo emocional e de representação social nessas memórias. A memória totalmente conceitualizada é altamente custosa em termos neurológicos (FENTRESS, 2007, 42).

Percebeu-se que a memória musical tem um fundo emocional importante para todos os entrevistados. Também é bastante diversificada em seus gêneros, acompanhando o comportamento de fruição; os entrevistados acreditam que possuem uma alta assiduidade na audição musical independente de sua produção.

Enquanto Jean²⁰ e Fernando²¹ saem frequentemente para além de ouvir música, dançar e desfrutar de uma roda de amigos, mostrando motivação para o entrosamento social, outros preferem ficar em casa, para que a música não influencie na composição. Chico diz que não sai por incômodo, quando percebe que há algum aspecto técnico errado; Janaína também se incomoda pela interferência de conversas

¹⁹ Violeiro de profissão. Em 2011, Chico lançou seu segundo CD com composições próprias, “Mais que um viajante”, com participações de Gabriel Sater e Dominginhos. Chico é filho do cantor e compositor, Renato Teixeira, autor de canções que marcaram a história da MPB como “Romaria” cuja interpretação mais famosa é de Elis Regina. A entrevista aconteceu no SESC Vila Mariana, no dia 2/9/2012.

²⁰ Jean Santos é graduando em Lazer e Turismo na Universidade de São Paulo – USP. Ele compõe e se apresenta em barzinhos de São Paulo e da sua cidade natal, Corumbá. A entrevista aconteceu no dia 28/08/2012 no campus Leste.

²¹ Psicólogo de formação, Fernando da Mata é músico e compositor principal da banda Caçamba da Vila Madalena. O encontro aconteceu em 31/08/2012 no Terminal Metropolitano de Campinas, após a apresentação do show.

na fruição. Também se percebe que a conceituação de música “boa” está bastante ligada à noção de “sinceridade”.

Bourdieu (2006) destaca a sinceridade como pré-condição para a eficácia simbólica da obra de arte, uma vez que as funções resultantes das lutas internas na concepção da obra são percebidas externamente pelo público e estão condizentes com a posição ocupada e com as expectativas inscritas para esta condição (BOURDIEU, 2006, p. 224). Admite-se assim que a intenção do artista no momento de sua produção é fator de diferenciação entre objetos artísticos.

Com relação ao gênero musical pelo o qual são reconhecidos, parece não ser representativo como um estilo de vida da maioria deles. Janaína²² diz-se *rockeira*, mas sua carreira se consolidou em uma banda conhecida pelo gênero forró; Chico se apresenta como um violeiro *folk*, lembrando a tradição de viola do interior do país, mas mora em São Paulo, capital. A mistura se manifesta inclusive em seus estilos de vida.

O dilema de “mistura” *versus* “pasteurização” em alguns momentos é subentendido nos discursos dos entrevistados com manifestada preferência pela “mistura”, seja quando indicam comportamentos e estilos de vida, seja quando falam sobre seu consumo e produção. A valorização da mistura, e mesmo a resistência de não se auto-definir, pode até mesmo ser pensada como fuga do frequente processo de classificação ou categorização que o processo de comercialização lhes impõe. É necessário descrever o produto cultural e o artista e colocá-los em alguma categoria a fim de facilitar sua vendagem e incitar a demanda.

²² Janaína Pereira, vocalista e compositora do grupo “Bicho de Pé”, bastante conhecido no circuito de forró universitário. Entrevista foi concedida antes do show no Terminal Metropolitano Santo André em 24/08/2012.

Os músicos possuem um consumo onívoro, evitando apontar o que lhes desgosta como Neguinho²³, referência em samba-enredo: “Música é música. Eu gosto de música.[...] Qualquer tipo. Evangélica, macumba, axé, música é música.”. Inclusive, um dos entrevistados aponta a pluralidade de sons do Brasil “[...] sou muito feliz vivendo em um país tão musical né, com tantas possibilidades também. Tem pra todos os gostos. Pra quem gosta de coisa descartável e pra quem gosta de slowfood”. (Chico Teixeira).

Além da pluralidade de consumo, como já referido, há uma grande resistência por se auto-definir: “A gente é muito livre também, por não tem um estilo muito definido, sabe.” (Fernando). Ou ainda: “Sou rockeira declarada, todo mundo sabe. Por isso que no primeiro disco a gente gravou “Mutante”, no segundo disco a gente gravou Raul.” (Janaína Pereira do grupo Bicho de Pé).

A diferenciação entre mistura e pasteurização pode traçar paralelo entre a diferença das produções da Indústria do Entretenimento e daquelas vindas da arte popular - relembrando Paviani (2003), a arte popular é a experiência profunda de existir no mundo - ou num contexto bem pessoal, da sinceridade artística do produtor:

Eu não gosto, é claro, mas isso é uma coisa pessoal e forró de teclado, por exemplo, que é só um cara tocando e aquele timbrizão, feião, gravadão. Isso aí eu não gosto não. Eu gosto quando uma pessoa faz uma mistura e não uma pasteurização. Eu acho super cabível até porque a gente não tem um tablista, é muito difícil pra você convidar um tablista pra tocar uma música ou um trecho, e conseguir bancar isso. Acho válidos os recursos eletrônicos [...] (Janaína Pereira).

²³ Neguinho da Beija-Flor, nome artístico de Luiz Antônio Feliciano Neguinho da Beija-Flor Marcondes é um sambista, cantor e compositor brasileiro. É, desde 1976, o intérprete oficial da Beija-Flor. A entrevista foi concedida logo após seu show na Casa de Dança Zais em 13/09/2012.

Essa “mistura” é valorizada como resultado de uma postura sincera do produtor em entregar um excerto musical com alto grau de qualidade e autenticidade. Essa última característica reflete a certeza de identificação e da segurança da origem da informação ao contrário da pasteurização, termo que remete a não identificação de autoria.

A mistura também acontece entre as diversas manifestações da arte. Alguns entrevistados relacionavam a música com a escrita: como Fernando da Mata que revelou que a letra de uma produção mal-sucedida poderia virar poesia. Janaína além de compor e cantar, também disse que possui uma produção literária e chega a escrever muito mais que compor. Também se vê que alguns dos entrevistados à dança: Janaína frequentava casas de forró para dançar, Neguinho ia à sua Escola de Samba, onde até hoje é “puxador”.

Outro tipo de mistura é o que acontece entre o Tempo Livre e o Tempo de Trabalho. Para os entrevistados que não retiravam seu sustento financeiro unicamente da música, fica mais evidente que a fruição e produção musicais tomam muito mais do tempo livre e estão associados ao próprio lazer deles. Para Jean e Fernando há um grande prazer na fruição e eles veem a produção musical como uma necessidade, quase uma obrigação em seu tempo livre. Jean que, à época pretendia desenvolver um trabalho com post rock,²⁴ enquanto Fernando tenta se profissionalizar e já lançou um álbum por meio do grupo A Caçamba da Vila Madalena possuem uma rotina em que tentam conciliar seus trabalhos com suas atividades de músico. O prazer está ali, mas ao contrário dos profissionais, vem acompanhado da carga do sacrifício, no sentido de sacrificar de livre vontade seu tempo livre para produzir e se apurar tecnicamente:

²⁴ Segundo o próprio entrevistado “o post rock é uma ideia instrumental, é uma ideia de bandas, enfim que juntam vários elementos em poucas notas”.

“[...] Existem empecilhos sim, por exemplo, acho que um grande empecilho de tudo, justamente pra quem quer ser músico justamente, é como é tratada a arte, né, no país.[...]” (Jean Santos).

Por outro lado, muitos profissionais veem o seu trabalho como um grande prazer que se confunde com o tempo livre. Janaína comenta como a música a hipnotiza em seu dia a dia, por exemplo, ao ouvir músicas no supermercado. Chico Teixeira comenta que a arte vem da “necessidade vital de produzir” e que de forma alguma vê seu ofício como um trabalho. Neguinho em determinado momento da entrevista solta espontaneamente sua gratidão pela música: “[...] o samba é meu tudo. O samba é meu ganha pão.

Um aspecto interessante é a diversidade de posturas diante da fruição quando se tem o intuito de produzir. Enquanto Neguinho evita se influenciar e prefere assistir a TV nas horas vagas, Jean se propõe a ouvir alguns sons que considera referência para sua própria produção. Cada qual com sua própria proposta criativa e sua concepção de como deve se portar para produzir melhor. De todo modo, ainda impera a ideia de que audição e produção estão estritamente ligadas.

Outro ponto importante detectado nas entrevistas é que todos afirmaram não possuírem estudos formais de longo prazo ou que considerassem importantes no desenvolvimento de sua carreira ou para o momento de criação. Mesmo aqueles que são profissionais e se consideravam bem-sucedidos com música, declaravam não possuir ensino formal sobre música:

Não, não. Eu no início quando eu tinha uns 7, 8 anos, eu cheguei a fazer uma aula, alguns meses de aula. Mas era coisa teórica, e os meus primeiros acordes dedilhados, mas foi muito curto o tempo né de estudo. É.. aí logo, eu tinha banda de rock, eu aprendi muito vendo os outros tocarem, e os amigos me passavam, revistinha de música (Chico Teixeira).

ou ainda:

Eu acho que, assim como um maratonista, assim como um pintor, às vezes eu fico olhando, tava olhando um cara pintar numa praia de Iracema, cara comum, ele pintou, pintando uma paisagem, risco, risco, risco e depois de tudo saiu uma paisagem linda. De curiosidade eu digo ‘Pô bicho, qual sua instrução?’ ‘Ah, meu irmão, eu sei [...] A minha esposa que [...] me ensinou a assinar meu nome’ (Neguinho).

Por meio da constatação simples que não houve educação musical considerada suficiente, havia uma forte propensão por acreditarem que se tratava de um dom e um talento natural. A questão do dom ou do talento natural pode ser explicada pelas bases genéticas discutidas por meio da literatura de Sacks, Jourdain e Pinker, mas também pelo entorno social do artista. Neguinho da Beija - Flor tinha pais sambistas; Janaína Pereira tinha uma avó sanfoneira e, por meio do pai, escutava Luiz Gonzaga; Chico Teixeira se acostumou desde criança a ouvir ao pai e ao amigo Almir Sater; Jean e Fernando tiveram influências musicais de amigos na escola e fizeram parcerias musicais em seus círculos de amizades. Os diversos *habitus*, conceito formulado por Bourdieu (2006), se provam como importantes em cada um dos discursos.

Outra limitação técnica na hora da composição é apontada por Jean; ele sente falta do inglês no momento da composição e diz precisar dos amigos para que coloque uma letra: “Faço uma melodia assim no embromation (lalalala) não sei o quê, aí eu tenho meus amigos que entendem, que estão mais próximos do universo criativo [...]”. Seu discurso sobre a necessidade de compor em inglês nos aponta para a teoria de Canclini (2005) sobre a Indústria Cultural operando em nível mundial, de forma que as músicas de países periféricos recebem menos atenção que aquelas de países europeus

ou dos EUA, pode estar correta. Não apenas Jean, mas todos que puderam trazer referências internacionais, o fizeram sobre músicas produzidas nos EUA e Europa. A crítica sobre a diversidade musical mundial feita por Canclini (2005), portanto, não foi refutada.

Mas se os artistas, que querem se diferenciar e se auto expressar por meio música, ainda precisam se inserir no esquema das vendagens e na lógica do lucro a fim de se manterem unicamente daquilo que amam.

Janaína, por exemplo, refuta fórmulas, apesar de uma de suas composições mais famosas ser creditada por ela, à teorização de um sucesso quando em conversa com o músico Itamar Assumpção; segundo Janaína, sua banda queria uma música autoral de sucesso.

Mas mesmo aqueles que procuram com ardor uma fórmula, encontram dificuldade. Os entrevistados afirmam que não existe um processo criativo seguro para criar uma parada de sucesso:

[...] O processo criativo ele não é quadrado, sabe. Ele não tá numa caixa que é assim. Assim que você cria né. Eu fiquei muito tempo achando que existia essa fórmula, né. Então pensava e falava ‘Vou compor’. Aí tinha uma época que eu falava: ‘Pô, só de madrugada que eu consigo compor’. Aí eu sentava, antes de dormir eu sentava na cama ou deitava e ficava lá, tentando escrever. Porque muita coisa funcionou assim. Eu falei “Então é assim que funciona”. Mas não funciona. Na real não funciona. [...] (Fernando).

Outra prova de que não existem fórmulas, foi a forma como a canção “Nosso Xote” nasceu. Para Janaína os conselhos de Itamar, que lhe foram dados quando tinha 17 anos, só lhe renderam a criação anos mais tarde, com o grupo já consolidado. Também sobre “sucesso”, nenhum dos entrevistados pode distinguir o que faltava para chegar a ele.

Neguinho da Beija-Flor deve sua notoriedade aos títulos pela escola de samba, Janaína e Fernando mencionam a sorte como aspecto principal, seguido de outros como noções de marketing e assessoria (Janaína e Fernando); para Chico há espaço para todos e; para Jean, a arte não é valorizada e é necessária coragem e muito esforço pessoal. A noção da Indústria Cultural como algo que aliena a autonomia da produção musical e transforma-se em sua própria auto-referência (SCHNEIDER, 2003) não condiz com as impressões dos músicos sobre a forma de produzirem suas canções.

No entanto, nenhum deles atribui o sucesso a elementos que estejam ao seu próprio alcance como ao trabalho que desenvolvem, mas sim a fatores externos e ao elemento sorte. Portanto, a conclusão é de que o processo da Indústria Cultural existe e lhes é em parte alheia, fora do seu campo de atuação. Mesmo a consciência sobre a baixa qualidade da produção musical postas nas prateleiras, por conta de seu vasto repertório e conhecimento técnico do “fazer a música”, não lhes garante o conhecimento do *modus operandi* desses produtos comercializados. Ao ser instigada, Janaína deixa escapar que o artista pelo seu mérito não angaria muita atenção para o seu trabalho:

(...) [Risos]. Faz me rir, amor. O ouvinte faz até a página 10. A programação da rádio é o ouvinte que faz. É o patrocinador que faz. E o patrocinador da rádio é o artista, dependente, independente, não importa. O ouvinte faz até a página 10. O empresário, os grandes empresários, estilo Ivete Sangalo ou mesmo esses caras de fora, música internacional que agora domina a rádio (Janaína Pereira).

Jean também afirma: “porque vivemos num mundo onde existe uma mola, é uma mola que é um voucher para liberdade, que significa renda, né, finanças.” Mesmo assim os entrevistados não se pautam pelo que está sendo divulgado pela

mídia e não mencionam nenhum dos artistas ou gêneros em evidência na mídia; ao contrário, eles mencionam clássicos, grandes nomes da década de 60 e outros contemporâneos sem espaço na grande mídia.

Talvez a inferência acima aponte para a não descartabilidade dos produtos culturais de forma evidente, como mencionado pelo jurado de programas *pop* Simon Reynolds. Ao contrário dos produtos de consumo comuns, os culturais possuem ciclos de vida bem mais longos, inclusive tornando-se referência de países; movimentos sociais; gerações etc. De gerações diferentes, Janaína e Jean citam Raul Seixas; e Fernando e Chico, o jazz americano, por exemplo. Nomes do jazz, rock e bandas alternativas contemporâneas, são algumas das referências sempre citadas e o *Youtube* é visto como uma ferramenta de possibilidades para a fruição.

Mesmo Neguinho, que poderia ser considerado um artista do Entretenimento por sua ligação ao Carnaval e à temática de algumas de suas composições como a mulher e o jogo do bicho não se pauta por sambistas do momento, preferindo citar Jamelão e Nelson Cavaquinho, ícones de um samba de velha-guarda.

A tecnologia, para os entrevistados, mostra-se como elemento facilitador de produção e disseminação, o único empecilho seria a pirataria (apontada por Neguinho), prática que estaria fora do sistema da Indústria Cultural. Aliás, segundo Neguinho, quando começou sua carreira não era possível sobreviver de música por não existir um sistema consolidado de produção e consumo: “[...] *hoje tu faz um sucessinho e bota logo uma porção de milhões na conta*”. Por outro lado, a fruição dos entrevistados não implica que as apostas comerciais e de disseminação produção musical serão mais diversificadas, conforme já previa Canclini (2005).

Não se pode detectar se nesse cenário da música profissional, desvendado pelos testemunhos de artistas de carreira sólida como é o caso da Janaína e do Chico, há pressões concorrenciais por reconhecimento, pois ambos disseram sentirem-se livres. Em suas preferências musicais citaram diversas correntes musicais e não foram restritivos. Parecem ser abertos às novidades como é o caso de Jean cujo interesse está no *post rock*, mas possui lembranças de infância relacionadas aos *Beatles*. Por último, é evidente a relação entre o Lazer e o Trabalho para esses entrevistados. Muitos tomaram a decisão de trabalhar somente em música, outros dedicaram a maior parte de seu tempo livre. Não importa, em ambos os casos, os entrevistados se esforçaram e compartilharam seus desejos com outros, criando grupos e se apresentando. A motivação pela música e seus sacrifícios não modificam sua opinião de que a música é uma atividade penosa e alguns ainda sonham de viver só disso. Mas conforme a citação de Juliana Coli (2006) sobre a fábula da Formiga e da Cigarra, a profissão não é tida como um caminho real.

Considerações Finais

A música é um campo de desenvolvimento pessoal, diversão e socialização. Relembramos Maffesoli nesse momento, que defendia que os aspectos não racionais são tão importantes quanto os racionais (MAFFESOLI, 1998). Talvez esse seja o maior segredo para a renovação dos produtos culturais no mercado: são os amadores (aqueles que amam), os verdadeiros arautos de movimentos, mudanças, posturas e ideias da sociedade por estabeleceram uma identificação com o mundo e com a arte, não necessariamente nova, mas certamente inovadora assim como aconteceu como tropicalismo que teve como cabeças o administrador de empresas Gilberto Gil e um

dos grandes representantes de MPB, ou ex-estudante de arquitetura Chico Buarque. Os profissionais, por outro lado, dominam a técnica e o processo de comercialização, mas isso não seria o suficiente para garantir as vendas como já exposto no decorrer do artigo.

A arte necessita da reinterpretação constante pela subjetividade (do autor e fruidor) de uma dada realidade histórica, pondo em cheque a tudo inclusive a si mesma, e sendo inevitavelmente a primeira a encampar as novas estruturas políticas, sociais e econômicas.

A tecnologia, por meio da internet e das trocas culturais dinamiza o fluxo de renovação dos símbolos e ícones estabelecidos, desafiando a todo momento a reinterpretação do mundo. O trabalho e o lazer são união criativa de pessoas que participam do sistema não como dominadoras ou dominantes, mas como reinterpretações de um mercado musical no qual se veem compelidas a participar.

Fica evidente que existe relação entre a fruição musical descompromissada nos momentos de lazer e a criação musical, mas não há nada que indique o seu grau de importância para cada composição feita. Como afirmado em vários momentos pelos entrevistados e pelos teóricos estudados, não há fórmulas estabelecidas.

Outra constatação é de que a Indústria Cultural se faz presente, mas não é sentida plenamente na hora de compor e produzir, mas sim para divulgar e disseminar as composições. Por outro lado, a estrutura e dinâmica da Indústria Fonográfica estão em processo de reconfiguração. A internet e as plataformas de compartilhamento de conteúdo materializam o desejo de acesso livre e gratuito à grande variedade de produtos musicais, ao mesmo tempo, essa possibilidade só se realiza para uma parcela da população, aqueles com acesso à internet.

Também foram constatadas que as influências sociais (ambiente familiar, socialização entre amigos, educação musical, etc) são conjugadas às genéticas (facilidade cognitiva de fruição e produção) para a criação artística, essa última aliada às características de uma sociedade pós-moderna, discutida por Hall e Maffesoli. Buscou-se fugir de simplificações a fim de oferecer uma reflexão instigante sobre o consumo e a produção cultural musical no tempo livre.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. **A indústria cultural**: o esclarecimento como mistificação das massas. Disponível em: <http://charlezine.com.br/wp-content/uploads/Dial%C3%A9tica-do-Esclarecimento-Adorno.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2015.

ALVES, Giovanni. Trabalho, subjetividade e lazer: estranhamento, fetichismo e reificação no capitalismo global. in: PADILHA, Valquíria (Org.). **Dialética do Lazer**. São Paulo: Cortez, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2006.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

CAMARGO, Luiz Otávio de L. Apresentação: consumo e cultura material. In: RAMOS, M. L. B. (Org.) ; CAMARGO, L. O. L. (Org.) . **Cultura e consumo**: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: SENAC, 2008.

CANCLINI, Néstor G. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

COLI, Jorge. **O que é arte**. São Paulo, Brasiliense, 2007.

COLI, Juliana. **Vissi D'Arte** - por amor a uma profissão. São Paulo: Annablume, 2006.

- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.
- EDGAR, Andrew e SEDGWICK, Peter. **Teoria cultural de A a Z: conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.
- ERNER, Guillaume. Vida e Morte das Tendências. In: RAMOS, M. L. B. (Org.); CAMARGO, L. O. L. (Org.). **Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: SENAC, 2008.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina e JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- FENTRESS, James. Preservação e Modernidade. In: MIRANDA, Danilo Santos de (Org.). **Memória e Cultura – a importância da memória na formação cultural humana**. Editora SESC, São Paulo, 2007.
- HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. Editora Centauro, São Paulo, 2004.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- MECENA, Sérgio J. ; HANSON, D. Inovação e empreendedorismo em cultura e artes: o desafio da busca das indústrias criativas. In: SEMINARIO NACIONAL DA ANPROTEC, 14, 2007. **Anais...** Belo Horizonte, 2007.
- PAVIANI, Jayme. **Estética mínima: notas sobre a arte e a literatura**. Porto Alegre: EDIPU-CRS, 2003.
- PINKER, Steven. **Tábula Rasa: a negação contemporânea da natureza humana**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- SACKS, Oliver. **Alucinações musicais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SCHNEIDER, Marco. **Música e capital midiático: introdução a uma crítica da economia política de gosto**. Rio de Janeiro. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- WILLIAMS, Raymond. **Keywords - a vocabulary of culture and society**. Disponível: http://books.google.com.br/books?id=KnNWD9EYCGgC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 10 set. 2011.

Endereço dos Autores:

Luciana Mion
Praça Dr. Teodoro de Carvalho, 24, p.41 – Vila Mariana
São Paulo – SP – 04.110-100
Endereço Eletrônico: lmion@uol.com.br

Reinaldo Pacheco
Universidade de São Paulo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades
Av. Arlindo Bértio, 1000 Ermelino Matarazzo
São Paulo – SP – 03.828-000
Endereço Eletrônico: repacheco@usp.br