



A QUESTÃO DO VALOR NA CRÍTICA E NA PRODUÇÃO CULTURAL CONTEMPORÂNEA¹

Valterlei Borges de Araujo²

RESUMO: o presente artigo aborda a importância de se resgatar a questão do valor na crítica cultural contemporânea, tomando como base para as discussões a música veiculada pelos novos suportes de mídia gerados pela internet. No desenvolvimento da exposição, também falaremos sobre algumas questões pertinentes aos Estudos Culturais e tocaremos em alguns assuntos referentes aos desdobramentos da digitalização da música, porém, sempre pensando a questão do valor, especialmente na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE: crítica cultural contemporânea, a questão do valor na música, Estudos Culturais.

ABSTRACT: this article addresses the importance of rescuing the question of value in contemporary cultural criticism, taking as a basis for discussions the music conveyed by the new media generated by the Internet. In developing the exhibition, we will also talk about some questions relating to Cultural Studies and touch on some subjects related to developments in the digitization of music, however, always thinking about the question of value, especially in contemporary times.

KEY-WORDS: contemporary cultural criticism, the question of value in music, Cultural Studies.

INTRODUÇÃO

É sabido que desde a popularização da internet em fins dos anos 1990, a música talvez seja a arte que mais tenha se transformado pelo viés da digitalização e, conseqüentemente, pelas facilidades de reprodução e acessibilidade às gravações em conseqüência da ultrapassagem da barreira industrial.

Não por acaso, é também nesse mesmo período que multiplicam-se aos montes o número de artistas e músicos que passam a, de fato, se tornarem independentes e

¹ O presente artigo é resultado da disciplina Crítica Cultural ministrada pelo Professor Dr. Marildo Nercolini (PPGCOM/UFF) no semestre 2/2009.

² Graduado em Produção Cultural (UFF / 2007), Mestre em Ciência da Arte (UFF / 2011) e Doutorando em Literatura Comparada (UFF). E-mail: val.borges@gmail.com



produzirem seus trabalhos sem o aparato e a necessidade de mediação por parte da indústria fonográfica. Essa mudança na intermediação (gerada pelos computadores e pela internet), que vem gradativamente alterando as relações de produção e consumo na música, faz com que o artista tenha mais capacidade de auto-gestão sobre sua produção artística, o que acaba gerando um conflito com o modelo que predominou durante todo o século XX: o das grandes gravadoras que ditavam as regras do mercado e que exclusivamente controlavam toda a cadeia da música.

Ainda que a maioria das pessoas não domine nem conheça as ferramentas disponibilizadas na rede, as possibilidades passam a existir até para os que se encontram à margem da cidade e do espaço urbano: os espaços físicos e geográficos, portanto, podem deixar de ser a principal barreira impeditiva para a fruição e a criação de bens culturais e simbólicos e de informação. O cidadão contemporâneo passa a ter condições e recursos ao seu alcance que seriam inimagináveis há pouco mais de dez anos. O que acontece atualmente é um exemplo típico da compressão tempo-espacial apresentada por David Harvey (1992, p. 27), onde a aceleração causada pelos sistemas de comunicação altera as relações dos indivíduos com os mercados e com o consumo, e acaba por reconfigurar toda a esfera social, produzindo assim novos sistemas de representação cultural.

Pois bem, é dentro desse modelo e a partir do processo de horizontalização dos meios de comunicação que os músicos passam a ganhar poder e a mediar, via internet especialmente, a relação entre criação, produção e distribuição de música. Pautado nesses princípios da digitalização e da proliferação das redes P2P, Sérgio Amadeu da Silveira (2009, p.30) nos lembra que a música é um conjunto de informações de natureza imaterial e que “as informações, por não terem existência tangível, podem ser reproduzidas em outros suportes”. E continua:

Tais elementos intrínsecos aos bens imateriais, informacionais, contidos na música, independentemente de qualquer outra classificação, tornam-na um bem de difícil apropriação privada. Sua propriedade se dá pela capacidade de negação de acesso. Sua base e fonte são a cultura, a linguagem e a herança transmitida pelos meios de conhecimento. Exatamente por isso, são práticas comuns e não se prestam perfeitamente à privatização. Para negar o acesso à música, é preciso



tentar transformá-la num bem material. É preciso buscar fundi-la ao seu suporte. (SILVEIRA, 2009, p. 31)

O professor Sérgio Amadeu da Silveira defende a idéia, portanto, de que a música é inexoravelmente um bem imaterial e que, justamente por possuir essa natureza, a indústria criou mecanismos para assegurar os meios de acessibilidade e, por fim, a possibilidade do lucro. Importante acrescentar que: a cópia e a disseminação não necessariamente prejudicam o original, uma vez que não existe escassez de um bem imaterial. A arquitetura P2P permitiu a reapropriação da música e representou definitivamente a liberação de determinados suportes criados pela indústria para assegurar o controle de distribuição desse bem. O mundo digital veio realçar a imaterialidade da música fazendo da circulação na rede um processo de compartilhamento e construção, onde muitas vezes se torna possível inclusive a criação coletiva.

A despeito das facilidades de acessibilidade e reprodução, é notório que a quantidade de produção tenha aumentado exponencialmente, o que, por sua vez, não quer dizer que o padrão técnico de qualidade (como o pregado pela indústria) tenha seguido a mesma lógica. Sendo assim, podemos afirmar que muitas vezes o sucesso do artista não depende do padrão de qualidade do trabalho produzido, visto o número de trabalhos de baixíssimo valor, seja técnico ou mesmo artístico, atingindo circulação e repercussão massiva. Porém, também já podemos notar produções de alta qualidade fora do controle da indústria cultural e sobrevivendo de forma autônoma graças às possibilidades digitais.

Por sua vez, esse vasto panorama de produções retoma algumas discussões que ficaram esquecidas ao longo das últimas décadas, tal como a questão do valor na crítica cultural, há muito adormecida especialmente a partir do avanço dos Estudos Culturais. O tema da digitalização da música e o crescimento massivo de indivíduos tendo como gerir e disponibilizar suas próprias produções se torna um objeto interessante para pensarmos sobre essa questão. É nesse momento que o valor da produção pode ser pensado, questionado ou refletido, numa tentativa de se valorar o que está sendo produzido e veiculado pelos sistemas de interação social e pelas atuais plataformas de mídia, além de, obviamente, trazer a discussão para os outros campos da cultura.



A QUESTÃO DO VALOR

Diante de todas essas possibilidades apresentadas e principalmente pela quantidade de trabalhos que vem surgindo a partir da popularização da reprodutibilidade digital da música, a questão do valor se torna um assunto importante para ser abordado, o que já vem (timidamente) acontecendo desde o final dos anos 1980 e início dos anos 1990.

Antes, faremos aqui um breve histórico sobre as discussões em torno da questão do valor, para que possamos compreender a importância desse assunto e a necessidade de retomar essa reflexão na atualidade.

Até o desenvolvimento e a popularização dos Estudos Culturais a partir dos anos 1950, resumidamente a discussão da cultura ficava restrito a praticamente dois pólos antagônicos: a alta cultura ou cultura erudita de um lado e a baixa cultura ou cultura popular de outro, ao lado, é claro, das discussões sobre cultura de massa e indústria cultural levantas na Escola de Frankfurt. Os Estudos Culturais vêm justamente romper com essa dicotomia ao propor um relativismo inspirado na antropologia, no qual se pudesse reconhecer e respeitar as qualidades inerentes às respectivas expressões ou movimentos, sejam eruditos, populares ou massivos. O resultado desse posicionamento ao longo do tempo foi uma relativização algumas vezes um pouco exagerada, na qual muitas coisas se tornaram aceitáveis. O que inicialmente foi muito benéfico para o estudo da cultura e suas manifestações acabou se transformando num problema justamente por permitir relativizar tudo e, conseqüentemente, tornar tudo aceitável a partir da interpretação relativista. Nesse intuito, a retomada das discussões em torno da questão do valor se torna imprescindível para podermos, de fato, atribuir valor às produções e poder julgar, a partir de critérios, devidamente explicitados, as produções e/ou manifestações contemporâneas. Ademais, devemos lembrar que o relativismo é quase tão perigoso quanto o dogmatismo, só não o é porque ainda existe a possibilidade de se ouvir outras vozes (uma vez que tudo é relativo), ao contrário do dogmatismo onde só é permitida uma única voz (que autoritariamente reprime todas as outras).

Para falar da questão do valor, que entendemos aqui como valores estéticos, tomaremos como base os estudos da argentina Beatriz Sarlo, que há muito vem discutindo



e retomando esse tipo de abordagem que é usado pelos Estudos Culturais, principalmente porque procurava apresentar um discurso menos hermético e mais dinâmico do que a crítica tradicional e mais próximo da chamada realidade multicultural. É partindo da própria interculturalidade que Sarlo (1997, p. 8) nos diz que “os valores são relativos, mas não indiferentes [...]”. As culturas podem ser respeitadas e, ao mesmo tempo, discutidas”. Continua Sarlo: “no momento em que as culturas tomam contato entre si [...] os valores entram em debate”. Em outras palavras: a interculturalidade latino-americana, assim como o multiculturalismo norte-americano, são duas das bases dos Estudos Culturais que tornam-se também campos a partir dos quais podem surgir debates e discussões em torno do valor, justamente por serem campos habitados por diversos atores de múltiplas nacionalidades e, portanto, um espaço propício à discussão.

É esse tipo de abordagem que, acredito, pode se tornar um dos pilares para enfrentarmos a crítica musical contemporânea e o que vem surgindo na rede, principalmente se levarmos em consideração a quantidade de produção surgida pela internet: a questão dos valores estéticos se colocam, portanto, como um importante ponto para pensarmos a produção musical contemporânea. Nesse sentido a internet e os suportes de veiculação musical – locais de diversidade por excelência - podem em muito contribuir para o enriquecimento desse tipo de abordagem, pois é bom lembrarmos que ao atribuir valor estamos nos posicionando, e é bom que esse posicionamento seja afirmado, primeiro por uma questão de conhecimento e clareza do lugar de onde se fala e, segundo, por uma questão de ética e honestidade intelectual enquanto crítico e/ou formador de opinião, se for o caso. Assim, afirmamos nosso ponto de vista, tendo claro que não é o único nem necessariamente o melhor.

Sobre os problemas enfrentados em torno do assunto, Sarlo (1997, p. 10) diz que

a questão estética não é muito popular entre os analistas culturais, porque a análise cultural é fortemente relativista e herdou o ponto de vista relativista da sociologia da cultura e dos estudos de cultura popular. No entanto, a questão estética não pode ser ignorada sem que se perda algo significativo. Porque se ignorarmos a questão estética estaríamos perdendo o objeto que os Estudos Culturais estão tratando de construir (como objeto diferente da cultura em termos antropológicos).



As discussões de Beatriz Sarlo giram, em grande parte, em torno da literatura, no entanto é interessante trazermos suas reflexões para outros campos e pensarmos as mesmas questões dentro do âmbito que temos interesse em discutir. Sendo assim, o atual estágio de criação e veiculação da música pelos sistemas digitais, possibilitados sobretudo a partir da popularização da internet e das redes P2P, gerou uma quantidade insondável de produções: vozes que até então eram abafadas pelos sistema e que agora estão emergindo pelas esferas das novas mídias. É nesse campo que muitas vezes o valor estético pode fazer a diferença: na nuvem digital tende a se sobressair aqueles que têm qualidade ou, para usar uma expressão muito empregada por Beatriz Sarlo, aqueles que têm densidade, ou seja, que produzam algo que possa ser analisado pelo viés crítico e de valor estético. Obviamente que essa mesma nuvem também propicia o aparecimento de muitas produções de cunho mercadológico e muitas coisas aquém do próprio padrão de qualidade do mercado, no entanto o que buscamos apontar aqui é esse espaço gerador de produções com densidade que se mantém à margem do mercado, ainda que posteriormente venha a ser absorvido pela indústria cultural.

Pois bem, essa mesma nuvem também se torna um importante espaço de afirmações simbólicas e de identidade e, por conseguinte, de discussões acerca do valor, pois dessa diversidade cultural podem surgir práticas e conflitos valorativos que poderão ser desdobrados inclusive em análises de práticas sociais e de discussão da sociedade contemporânea por intermédio dos novos suportes e das redes sociais.

Pensar criticamente e valorar a música que vem sendo produzida a partir da popularização das novas mídias e da internet no Brasil é ao mesmo tempo pensar a questão dos Estudos Culturais por aqui e ver até que ponto a crítica direcionada a essa escola e a partir dessa própria escola pode ser (re)pensada nos moldes brasileiros, possivelmente gerando outras perspectivas sobre o assunto. Beatriz Resende (2002, p. 17) afirma que “debater o tema dos Estudos Culturais é colocar na mesa a própria organização institucional de nossas universidades, nas múltiplas áreas das Ciências Humanas, e nas diversas disciplinas em que o saber acadêmico se organiza”.

E continua (RESENDE, 2002, p. 18), a respeito da popularização dos Estudos Culturais nas escolas de comunicação:



[...] O fato de os Estudos Culturais encontrarem também espaço e interesse nas escolas de comunicação é mais facilmente explicável pela juventude destes estudos que ainda não tiveram tempo de construir seus próprios castelos e na fertilidade de estudos sobre mídia e comunicação produzidos por autores e centros dedicados ao tema.

A crítica cultural e os Estudos Culturais são, portanto, pilares que podem ser adotados para o exercício da valoração das produções e expressões culturais produzidas dentro e a partir das novas plataformas de mídia. Acrescenta Beatriz Resende (2002, p. 22): “é por acreditarmos na possibilidade de se desenvolver uma reflexão a partir dos espaços de livre circulação de idéias e de estarmos convencidos da necessidade de se ocupar um lugar crítico, que apostamos no debate em torno dos Estudos Culturais”, porém, ao mesmo tempo ela (RESENDE, 2002, p. 26) nos lembra que:

[...] A apregoada necessidade de pluralismo, de abertura democrática, parece cair imediatamente por terra. O cânone é invocado, o critério de valor é ressuscitado. A multiplicidade transforma-se em dissolução de critérios, a pluralidade em ausência de bases teóricas, a democracia em submissão, a defesa da troca em fascínio pela globalização, a politização em populismo.

Diante dessa dissolução de critérios e da ausência de bases teóricas de que nos fala Beatriz Resende e do relativismo exacerbado, uma postura saudável talvez seja a crítica dialógica defendida por Todorov (1992), que consiste, resumidamente, em dialogar com a obra, no sentido de que tanto a voz do autor como a do crítico se façam ouvidas e compreendidas, podendo desse diálogo surgir discussões acerca dos valores humanos, da busca da verdade e também reflexões sobre a atualidade: a obra criticada pode servir para se pensar o hoje. Ela deixa de existir apenas no tempo-espaço em que foi criada e passa a interferir no tempo-espaço contemporâneo.

Pois bem, é justamente nesse sentido que buscamos levantar aqui a retomada e a importância do critério de valor: para que não se caia novamente no relativismo extremado e as mais diversas produções veiculadas via internet sejam aceitas sem serem debatidas e refletidas. Obviamente que, como já foi dito, a cultura será respeitada, mas isso não impede o debate dentro do espaço público e, conseqüentemente, que sejam considerados critérios e



juízos - tomados como construção e não como algo dado e imutável, frutos de um contexto e da luta que nele se estabelece - sobre essa produção.

OUTROS CANAIS

Acontece que a internet tem um espaço ilimitado, o que faz surgir múltiplas vozes e com isso múltiplos discursos, ainda que muitos, para não dizer a maioria, não tenham qualquer tipo de repercussão, pois mesmo nesse canal a legitimidade do emissor – que em grande parte dos casos é dada pelos canais tradicionais de comunicação - do discurso acaba influenciando a popularização. Ainda assim esse fenômeno acaba possibilitando qualquer pessoa a criticar e emitir juízo de valor sobre as produções e expressões culturais e artísticas. É certo que mesmo num tempo de popularização da internet, os canais que de fato emitem a maior parte da formação de opinião ainda continuam sendo os dos grandes veículos de comunicação, seja através dos meios tradicionais (impressos, rádios e TVs), seja através de seus canais *online*, pois estes sim (os canais dos grandes veículos de comunicação) são canais legitimados e confiáveis aos olhos do grande público. Muitos desses veículos, algumas vezes por estratégia de marketing, outras por falta de espaço dentro das mídias tradicionais e noutras ainda como possibilidade de criar um canal direto com o público, se adaptando à realidade contemporânea, acabam criando *blogs* para seus colunistas e críticos comentarem com mais espaço e principalmente com mais liberdade seus assuntos de atuação – embora alguns desses canais sejam direcionados de acordo com os interesses dos veículos de comunicação e já não cumprem mais o objetivo com que foram criados: serem espaços abertos de exposição e discussão livres de qualquer dirigismo. O mesmo pode acontecer com os *blogs* de pessoas anônimas que acabam se tornando emissores de opinião e de alguma forma também formadores de opinião, num efeito que também se enquadra no fenômeno da “cauda longa”, que, resumidamente, é a criação e/ou formação de nichos de mercado – não necessariamente com fins comerciais – que vivem à parte da grande massa do sistema. Alguns blogueiros acabam ganhando tamanha notoriedade que passam a chamar a atenção inclusive das grandes corporações, que estão aprendendo a lidar com isso e já travam relações de interesse com essas pessoas. É uma via de mão-dupla: as



corporações ganham em cima dos blogueiros e os blogueiros em cima delas, o que nos faz pensar que já não existe mais um canal tão alternativo e à margem do sistema como inicialmente se pensava a internet. De qualquer forma, é notório percebermos que alguns desses atores já desempenham um papel importante dentro das formulações do que ganhará ou não repercussão, seja na música, em outros meios ou mesmo nas questões comportamentais.

A rede acabou se tornando um celeiro onde muitas vezes a indústria cultural vai buscar o que está repercutindo entre os usuários ou nos nichos da chamada “cauda longa” para, aí sim, inseri-los dentro do mercado e das formas tradicionais de consumo e veiculação. Dessa forma, somos levados a acreditar que na contemporaneidade, especialmente para o artista, existir é estar na rede: quem não tem seu canal de veiculação pela internet não existe aos olhos do mundo. Suportes como os *blogs*, o *YouTube*, os *podcasts* ou o *MySpace*, por exemplo, estão dando oportunidade a bandas e músicos para disponibilizarem seus trabalhos *online* de forma prática e sem custos com isso³. Aliás, é importante notar que essa superposição entre tecnologia e arte tornou possível partilhar de forma autônoma conteúdos também autônomos, o que leva qualquer pessoa que produza algum tipo de bem ou reflexão cultural a poder compartilhar sua produção de forma independente com milhares de pessoas - criando, portanto, um novo sistema de representação cultural, onde todos podem ter o poder e os meios de criação e divulgação/comercialização de suas respectivas obras, sem a necessidade da indústria intermediadora.

ALGUMAS MUDANÇAS

³ Seleccionei três novos nomes que vem se destacando dentro da cena contemporânea da música brasileira: Nina Becker, Romulo Fróes e Curumim. *MySpace* de Nina Becker, acessar: <http://www.myspace.com/ninabecker>, acesso em 22-01-2010 às 18:28. Visitas: 125.369 acessos; *MySpace* de Romulo Fróes, acessar: <http://www.myspace.com/romulofroes>, acesso em 22-01-2010 às 18:29. Visitas: 106.109 acessos; *MySpace* de Curumin, acessar: <http://www.myspace.com/curumin>, acesso em 22-01-2010 às 18:33. Visitas: 450.210 acessos.



Essas mudanças e fenômenos estão inclusive levando algumas gravadoras a pressionar seus artistas no sentido de ter uma participação nos contratos das turnês, passando também a lucrar em cima da bilheteria dos shows, uma vez que a venda de CD's caiu vertiginosamente com o *boom* do consumo de música pela internet. Dessa forma e diante da atual realidade da cultura digital (abstrata) dos discos, podemos vislumbrar um futuro onde talvez o artista viverá cada vez mais de seus shows, e a internet servirá cada vez mais como principal meio de divulgação de seus trabalhos, principalmente se levarmos em consideração os artistas populares e/ou independentes.

No entanto, o que chama nossa atenção é perceber a importância da tessitura da rede social da internet para o aparecimento e o surgimento dos novos músicos, e os números de visitas a *blogs* e ao perfil social do *MySpace* dos artistas podem nos confirmar isso⁴. O importante é sabermos filtrar a massa de informação disponibilizada a todos gratuitamente. Afinal, como já nos apontou Adorno e Horkheimer (1990), muito do que surge e julgamos ser inovador pode ser o resultado de um grande e forçoso direcionamento da indústria cultural. Contudo, também vale lembrar o que nos diz André Lemos (2003, p. 9): “as diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pela *mass media*.”

Assim, é bom notarmos que existe também um novo público que não está mais refém da grande mídia e que busca conhecimento e informação por meios alternativos. Essa possibilidade de múltiplas vozes (que ficou sufocada durante séculos) emerge no século XXI podendo existir paralelamente à indústria cultural e suas diretrizes, mesmo que posteriormente venham a se unir, o que normalmente acaba acontecendo com os artistas que ganham projeção pelos meios digitais. O que acaba acontecendo, na verdade, é uma reconstrução do sujeito na qual cada um pode se apresentar ou representar sem a necessidade praticamente obrigatória de outrora dos mediadores tradicionais, seguindo uma tendência do XXI na qual cada pessoa passa a ter o poder de falar por si e com sua própria voz, ainda que mediada por outros meios ou suportes.



Aqui também sustentamos a necessidade da valoração dos produtos culturais emergentes surgidos dentro da esfera das novas mídias e acreditamos que somente o julgamento relativista dessas produções não seja possível. Temos que estar abertos a outras formas de posicionamento: o relativismo não pode ser a única forma de análise e interpretação de um produto cultural. Sobre isso afirma Beatriz Sarlo (2002, p.39):

[...] os estudos culturais não são uma solução à questão da arte e da literatura, mas uma formulação de seus problemas. Os estudos culturais caracterizam-se pela sua perspectiva ultra-relativista. Nesse sentido, gostaria de afirmar que a arte e a literatura modernas não podem ser capturadas completamente sob uma perspectiva puramente relativista. A experiência estética e a discussão dos valores estéticos podem estar baseadas numa discussão democrática, mas requerem muito mais do que o respeito por essa diversidade. Requerem a avaliação que, no caso da arte, não vem de regras democráticas e pode não ter a diversidade como elemento norteador.

De forma semelhante à Sarlo, Andreas Huyssen (2002, p. 24) diz que

[...] a insistência no valor estético e as complexidades de representação na produção cultural podem, hoje, ser facilmente desvinculadas de um elitismo socialmente codificado [...] Para compreender melhor como os mercados culturais funcionam sob as condições de globalização, continua a ser absolutamente crucial compreender de maneira crítica a dimensão estética de toda produção de imagem, música e linguagem. Isso me leva à minha tese sobre porque os estudos culturais em sua configuração atual não fornecem um bom modelo para entender as culturas globalizantes.

Continua Huyssen (2002, p. 25) “[...] Uma parte significativa da esquerda acadêmica condena a cultura erudita como elitista e eurocêntrica, denuncia a estética como totalitária e recusa debater valor cultural”. Por fim, para sair desse beco sem saída, como chama Huyssen (2002, p. 30), devemos tomar algumas atitudes, entre as quais ele sugere “reintroduzir tópicos de qualidade estética em nossa análise de toda prática e todo produto cultural. Aqui, a questão de critérios é obviamente a chave [...]”. Não por acaso o debate em torno da questão do valor é sempre polêmico, já que retoma uma discussão que havia sido “resolvida” a partir da interpretação relativista desde o início dos Estudos Culturais. E tocar nessa questão é mexer, conforme já nos disse Beatriz Resende, com instituições e



valores sedimentados. E Andreas Huyssen ainda toca num outro assunto muito polêmico, pois para ele muitos dos problemas contemporâneos ainda passam pela questão do erudito e do popular, o que torna necessário uma revisão e uma nova abordagem desses conceitos, especialmente na globalização contemporânea.

Porém, voltemos à Sarlo. Outro ponto importante que não podemos deixar de mencionar aqui se refere à questão das mudanças e inovações tecnológicas, a qual ela defende que devem ser entendidas como mudanças de cunho culturais, pois caso contrário outros atores poderão ocupar esse espaço. Sobre esse assunto, prossegue Beatriz Sarlo (2002, p. 49):

Quanto maior a dependência de uma cultura dos progressos técnicos e científicos, maior é a necessidade de um sistema de traduções dos problemas técnico-científicos em termos culturais. Se essa tarefa não for assumida pelos artistas e intelectuais, os tecnocratas ocuparão esse lugar; a política e a vida ficarão separadas das artes e romper-se-á uma ligação com uma dimensão do conhecimento que sempre tem sido decisiva na invenção estética e social.

Os processos de transformação que vem ocorrendo com a popularização das novas formas de produção da música a partir da internet tornam a multiplicidade e a quantidade de produções veiculadas, enquanto possibilidade, acessível a todos. De fato, nunca foi tão fácil conhecer as mais diversas produções musicais, sejam elas nacionais ou estrangeiras. As formas que os músicos e bandas, comerciais ou não, vêm usando para divulgarem seus trabalhos e conseguirem sair da nuvem são na maioria das vezes disponibilizadas também pela própria internet. O que os difere é exatamente a forma desse uso e a inovação com as ferramentas que teoricamente são ofertadas a todos. E é somente após a saída dessa nuvem que acontece a projeção e, portanto, o alcance do público ou pelo menos a ampliação dessa possibilidade. É de se pensar e refletir sobre esses meios em termos culturais como propõe Sarlo, pois praticamente já não há separação dessas esferas dentro da produção cultural veiculada na rede e também fora dela.

Essas mudanças nos fazem voltar a pensar a história da indústria cultural e da indústria fonográfica em especial, que durante todo o século XX serviu como pólo hegemônico de informação: um padrão claramente criado e direcionado pelo *mass media*. É



bom lembrarmos que a idéia de autoria foi (e ainda é) algo que está extremamente vinculado à expansão da indústria cultural, pois se não há autor não há mecanismos de controle sobre a detenção dos direitos autorais e com isso as possibilidades de cobrança e manipulação por parte da indústria se reduzem drasticamente. No caso da música, para haver um controle rígido desse bem tornou-se necessário ligá-lo a um suporte físico, pois dessa forma o acesso fica restrito a quem tem condições de possuir o produto e, além disso, possuir o suporte técnico necessário à execução e conseqüentemente à fruição desse bem. Ora, basta lembrarmos que até o século XIX não existia expectativa financeira alguma com a venda de música, por isso mesmo a noção de propriedade sobre as composições ainda era algo muito vago. Para se ter uma idéia, em fins do século XIX no Brasil, a única possibilidade de “lucro” com a música era a venda de partituras. Embora a idéia de autoria e individualidade da obra tenha aparecido no Renascimento, no caso da música isso ganha fôlego maior com o surgimento da indústria fonográfica em fins do século XIX e mais fortemente a partir do início do século XX. No Brasil desse período ainda era comum a prática de venda de canções entre os músicos, o que ainda hoje promove discussões acerca da autoria de muitos sambas da época.

A música no mundo digital vai exatamente contra ao que pregou a indústria durante todo o século XX. Os recém-chegados suportes midiáticos, muitos dos quais ao alcance das pessoas no seu cotidiano, estão reconfigurando os modelos até então vigentes e criando diálogos a partir das novas plataformas: vozes e discursos estão emergindo e gerando outras concepções, discursos, reflexões. E a arte não ficou de fora dessa revolução. Aliás, ela está se apropriando muito bem das oportunidades oferecidas pela tecnologia, especialmente a música, que tem se revolucionado contra as leis impostas pela ditadura do mercado. Talvez o maior ganho desse período seja justamente a transformação de qualquer pessoa em potencial emissor de informação e, portanto, potencial formador de opinião e discurso, seja através da arte, seja através da ocupação e atuação do espaço social a partir da cibercultura.

E como a indústria fonográfica já parece saber (embora não admita) que essa é uma luta perdida e que não há mais como controlar o que é produzido e veiculado pela internet, ela não tem outra saída a não ser agir sobre a consciência moral das pessoas, numa tentativa



de conseguir, pelo menos de forma paliativa, controlar a parte que ainda lhe resta. Sérgio Amadeu da Silveira (2009) tem um artigo muito interessante sobre o assunto intitulado *A música na época de sua reprodutibilidade digital*, onde é feita uma análise das tentativas, por parte de indústria, de mudar o comportamento das pessoas através do que ele chama de reeducação moral: uma mudança de comportamento que vai contra o que prega o mundo digital, que muitas vezes é impulsionado pela criação coletiva e realça a idéia de obra virtual como obra aberta por construção (LEVY⁵, 1999 *apud* SILVEIRA, 2009), o que acaba gerando uma tendência de participação nos processos criativos, ainda que de forma tímida. O mundo digital também acaba reforçando a idéia de imaterialidade da música, o que mais uma vez vai contra a obrigação defendida pela indústria fonográfica do atrelamento da obra a um suporte físico.

Nesse cenário não resta outra alternativa à indústria a não ser uma reeducação moral da sociedade a partir de apelos e propagandas que pretendem reformular alguns hábitos coletivos gerados dentro da rede.

A indústria da intermediação sabe que precisará mudar hábitos arraigados na população, pois, no ambiente das redes digitais, esses modos padronizados de pensar, sentir ou agir, adquiridos e tomados, inconscientes e automáticos, puderam se manifestar claramente e com força crescente, principalmente o ato de emprestar, de trocar e de compartilhar. (SILVEIRA, 2009, p. 41)

Sérgio Amadeu da Silveira (2009, p. 43) prossegue em sua análise acrescentando o seguinte:

[...] O núcleo da nova moralidade é clara: copiar um arquivo digital é crime! Como, repentinamente, milhões de pessoas no mundo tornaram-se criminosas e imorais? Obviamente, a indústria do copyright desconsidera a mudança histórica, pois quer apenas manter seus modelos altamente lucrativos construídos no mundo industrial e em um cenário de broadcasting.

O trecho abaixo é um pouco extenso mas esclarecedor:

⁵ LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.



[...] os dirigentes da MPAA, da RIAA (órgãos fiscalizadores) e congêneres sabem que a economia do imaterial não sofre escassez; que o custo de reprodução marginal de um bem digital é igual a zero e limita-se ao seu suporte; que copiar não altera o original e que, portanto, trata-se de algo completamente distinto de um roubo. Percebem que é impossível impedir o compartilhamento de arquivos com medidas policiais e com travas tecnológicas.

[...] A indústria de intermediação sabe que é preciso reeducar moralmente a sociedade e demonstrar aos mais jovens que emprestar é um equívoco, que a solidariedade é perigosa, que a fonte da criatividade está na propriedade e que idéias tem a mesma natureza das coisas. A indústria da intermediação tenta fazer de seus interesses econômicos uma lei objetiva implacável, resultado óbvio da razão humana e dos princípios de justiça. Desse modo, experimenta apresentar para o indivíduo em formação a necessidade de sentir-se culpado por atos atualmente corriqueiros, tais como baixar uma música em seu computador. (SILVEIRA, 2009, p. 44)

Esse tipo de coibição é mais facilmente exemplificado nos filmes em DVD, que trazem na abertura uma mensagem explícita, normalmente dirigida à família, onde se tenta demonstrar, muitas vezes fazendo uma ligação direta entre a cópia/reprodução e o crime organizado, que a prática da reprodução é contra a lei e é um roubo. O que se nota é que muitas dessas mensagens são especialmente direcionadas às crianças, numa tentativa de formar futuros cidadãos que não exerçam essa prática e que de fato considerem o ato de baixar ou copiar um arquivo digital um crime.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Busquei aqui apontar reflexões acerca da discussão e da importância de se resgatar o debate sobre a questão do valor dentro da produção e da crítica cultural, especialmente da música. Na contemporaneidade não posso deixar de acreditar que a questão do valor tenha que ser pensada e trazida à tona novamente, obviamente respeitando as diferenças culturais e de identidades, porém sem deixar de discutir e debater sobre as produções, para que não venhamos a persistir no acentuado relativismo.

Hoje o panorama mudou: não dá para aceitar tudo apenas sob a ótica relativista, pois caso contrário permaneceremos num labirinto sem saída. Não quero com isso dizer que



devemos julgar se um produto cultural é melhor do que outro ou vice-versa, porém devemos reconhecer e afirmar que ambos os produtos são diferentes e devemos debater essas diferenças de modo construtivo e dialógico. Acrescento ainda que esse parâmetro de valoração não deve acontecer dentro de uma hierarquia verticalizada, isto é, numa tentativa de levantar ou rebaixar as produções. Pelo contrário, as produções devem ser analisadas pelo viés da horizontalidade, ou seja, sob o mesmo patamar, porém, evidentemente devemos saber diferenciar e assumir o que é produção de mercado e o que é produção de letrados - visto que cada um possui suas respectivas características – sem cair no erro de classificação hierárquica, pois assim como a produção de letrados pode nos ensinar e fazer refletir, a de mercado, sem dúvida, também oferece um vasto campo para o aprendizado e a reflexão.

Ademais, torna-se importante ressaltar, conforme tentei mostrar durante minha exposição, que a discussão em torno da digitalização dos bens culturais, como é o caso da música, tem de ser pensada como uma mudança de paradigma, tanto para a indústria quanto principalmente para o artista, que passa a ter a necessidade de inovar em seus modelos de criação e veiculação. Está claro que o artista não pode mais ficar refém da indústria: ele deve criar seus próprios mecanismos de interação com o público utilizando-se dos suportes e plataformas digitais ao mesmo tempo em que cria mecanismos alternativos para vender sua produção. Apenas a disponibilização do CD ou DVD no mercado não atende mais à demanda e exigência do público. É necessário a cada trabalho trazer novidades (seja nas formas de veiculação ou no produto em si) que despertem o desejo de compra no consumidor.

O artista deve ainda estar atento à *mass media* e saber dialogar com a indústria cultural: num momento usá-la e noutro por ela ser usado (ou se deixar ser usado), o que pode acabar trazendo benefícios, para ambas as partes. A indústria cultural sabe das potencialidades das mídias digitais e por esse motivo também joga com isso, buscando artistas que já ganharam repercussão a partir da internet e da auto-divulgação, ou mesmo convidando esses artistas para participar de *talk shows* e programas de TV – o que lhe confere a possibilidade de medir a popularidade do artista para talvez incorporá-lo - ou seja, a indústria pula uma etapa que lhe custa fortunas (a de criação e divulgação de um artista),



pois o próprio se divulgou e já conta com um público. O que não podemos pensar é que essa dualidade seja ingênua em ambas as partes, pois não é: o artista se beneficia da *mass media* ao mesmo tempo em que a *mass media* se beneficia dele. E em geral não se vê artista recusar contrato com gravadora.

A indústria cultural está tão atenta a essas mudanças que, não encontrando formas de controle sobre o que é produzido, disponibilizado ou comercializado, cria mecanismos de coerção moral a partir de propaganda massiva muitas vezes direcionada especialmente às crianças, na tentativa de reverter o atual processo, principalmente para com o consumo de produtos culturais.

Por fim, cabe falar que todas essas mudanças estão causando uma verdadeira transformação em toda estrutura organizacional da indústria fonográfica, na qual os papéis acabam se misturando e a hierarquia criada pela hegemônica indústria da intermediação ao longo de todo o século XX está sendo reestruturada. Questões como as de propriedade e autoria passam a ser discutidas e voltam fazer parte do cotidiano de quem lida com esse tipo de produção, além de levantar reflexões e polêmicas entre os próprios usuários dos sistemas digitais. Em muitos casos já não basta mais estar na mídia e ter o apoio da indústria cultural: muitos artistas já entendem que é necessário inovar principalmente nas formas de comercialização e divulgação do trabalho, se mostrando atento às inovações tecnológicas e criando mecanismos, especialmente voltado para os fãs e seguidores, que gerem o interesse de adquirir o produto cultural.

BIBLIOGRAFIA:

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural. O iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

BORGES, Valterlei. A indústria cultural em tempos de popularização da internet: um olhar sobre a cena musical brasileira. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em <http://www.arteinstitucional.com/outubro/artigovalterleiborges.html>, acesso em 22-01-2010 às 18:43.



HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HUYSEN, Andreas. *Literatura e Cultura no Contexto Global*. In: *Valores: Arte, Mercado, Política*. MARQUES, Reinaldo; VILELA, Lúcia Helena (orgs.). Belo Horizonte: UFMG / Abralic, 2002.

LEMOS, André. *Cibercultura*. Alguns pontos para entender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003. p.11-23. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/2620279/cibercultura>, acesso em 22-01-2010 às 19:01.

RESENDE, Beatriz. *Apontamentos de Crítica Cultural*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2002.

SARLO, Beatriz. *Los Estudios Culturales y La Critica Literaria en La Encricijada Valorativa*. Buenos Aires: *Revista de Critica Cultural*, nº 15, 1997. Disponível em: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/sarl.pdf>, acesso em 13-01-2010 às 17:43.

_____. *A Literatura na Esfera Pública*. In: *Valores: Arte, Mercado, Política*. MARQUES, Reinaldo; VILELA, Lúcia Helena (orgs.). Belo Horizonte: UFMG / Abralic, 2002.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. *A música na época de sua reprodutibilidade digital*. In: *O Futuro da Música Depois da Morte do CD*. PERPETUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu da (orgs.). São Paulo: Momento Editorial, 2009.

TODOROV, Tzvetan. *Crítica de La Critica*. Barcelona / Buenos Aires / México: Paidós, 1992.