

O consumo como exercício da cidadania pelo viés musical do System Of A Down: globalização, internacionalização e indústria cultural ¹

Júlio César Rocha Conceição ²
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Pretendemos articular o consumo como um exercício refletido da cidadania, para isso, uniremos pressupostos de Canclini (2008) e Ortiz (2013) visando um entrelaçamento com a indústria cultural, com foco na música da banda System Of A Down³ que apresenta em suas composições mensagens sobre política, manipulação de informação, guerra, capitalismo, propaganda entre outros. Para isso, lançamos mão de três requisitos de Canclini, o primeiro é conjugado por uma oferta diversificada de bens e mensagens representativas de acesso simples e equitativo; o segundo se dirige à informação multidirecional e segura a respeito da qualidade dos produtos; por último a participação democrática dos principais setores da sociedade em que se instituem os consumos. Nossa escolha se justifica por fatores que se ligam às questões da globalização e internacionalização, isso reflete na busca desenfreada pelo aumento do poder econômico de países considerados centrais. Os cidadãos distinguem que muitas de suas perguntas, tais como: a que lugar pertence e que direito isso dá a eles, como podem se informar e quem representa seus interesses, acabam recebendo essas respostas através do consumo privado de bens e dos veículos de comunicação de massa do que pelos preceitos intangíveis da democracia ou pela participação conjunta nos espaços públicos. Ortiz (2013, p. 610) percebe que isso nos direciona a níveis factuais dessemelhantes, como os fatores: geográficos, sociais, políticos e econômicos. Esse todo integrado possui a capacidade de criar vínculos no interior daquele mesmo território, como também de um mercado, suas regras, normas e leis dizem respeito a todos. Para conectar o consumo à cidadania, em acordo com Canclini (2008) é necessária a desconstrução das visões julgadoras de condutas dos consumidores como

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2022.

² Doutorando em Comunicação pelo PPGCOM – UFJF. Professor dos cursos de P&P e Jornalismo da UEMG. E-mail: julio.rocha@estudante.ufjf.br.

³ Banda de origem armênia-americana fundada em 1994, na cidade de Glendale, Califórnia, formada, em 1998, por Serj Tankian (vocal), Daron Malakian (guitarra), Shavo Odadjian (baixo) e John Dolmayan (bateria). Gênero musical é o Metal progressivo.

irracionais e as que exclusivamente consideram os cidadãos operando em ação da racionalidade dos princípios ideológicos. Com efeito, habitua-se imaginar o consumo como ambiente do soberbo e do demasiado, no qual as investidas elementares dos indivíduos poderiam alinhar-se com estudos de mercado e táticas publicitárias. Ortiz (2013, p. 628) exemplifica este aspecto através do surgimento de instâncias plurais como aportes capazes de provocar legitimidade. Canclini (2008) entende que a ligação entre estes termos se transforma mundialmente devido às mudanças econômicas, tecnológicas e culturais, pelas quais as identidades se arranjam cada vez menos em torno de símbolos nacionais e passam a compor-se a partir do que recomendam, por exemplo, a rede de TV CNN, *fast-foods*, Nike, etc. Como destacado por Canclini (2008), quando reconhecemos que ao consumirmos também pensamos, elegemos e reelaboramos o sentido social, sendo efetivo considerarmos como esta área de apropriação de bens e signos interfere em formas mais intensas de participação do que aquelas que usualmente auferem o título de consumo. A aproximação à cidadania, à comunicação de massa e ao consumo necessita reconhecer estes novos panoramas de construção do público e manifestar que para viver em sociedades democráticas é imprescindível aceitar que o mercado de opiniões cidadãs abrange tantas multiplicidades e discordâncias quanto os mercados da moda e entretenimento. Como cidadãos igualmente somos consumidores o que leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que explicam a compreensão democrática da cidadania. Para execução de nossa análise utilizaremos três requisitos propostos por Canclini (2008) num entrelaçamento junto à indústria cultural, com foco na música da banda System Of A Down que apresenta em suas composições: críticas ao sistema político, manipulação religiosa, guerra, capitalismo, manipulação de informação, propaganda, concentração da renda mundial, abuso de poder, nacionalismo entre outros. O System Of A Down ao mesclar ativismo e música percebe a extensão do poder que possui, especialmente pelo tipo de música praticada, uma investidura musical voltada para a esquerda, preocupada com os menos favorecidos. As viagens que a banda faz pelo mundo é um privilégio que apresenta perspectivas diferentes em relação aos fatores geográficos, sociais, políticos e econômicos. O primeiro requisito se apresenta como - uma oferta vasta de bens e mensagens representativas da variedade internacional dos mercados, de acesso fácil e equitativo para as majorias. Esse requisito se refere a perspectiva da globalização neoliberal, em seu interior os direitos dos cidadãos

mostram-se desiguais, onde novidades modernas são confundidas pela maioria apenas como produtos de consumo e entretenimento. Já o direito de se afirmar como cidadãos, ou seja, definir como estes bens são produzidos e distribuídos, se reduz às elites. Em 2002, o System Of A Down lançou o álbum “Steal This Album!”. A música “Boom!” teve seu videoclipe censurado, porque criticava os governos que produzem guerras, principalmente o norte-americano, o motivo da censura foram os cartoons de Bush, Saddam, Tony Blair e Osama, montados sobre bombas um do lado do outro, caindo e explodindo com elas as cidades. O segundo requisito - informação multidirecional e confiável a respeito da qualidade dos produtos, cujo controle seja efetivamente exercido por parte dos consumidores, capazes de refutar as pretensões e reduções da propaganda. Este requisito pode ser entendido como uma visão abarcada por incertezas diante da necessidade de resolução e compreensão das alterações e tensões da modernidade frente aos obstáculos que devem ser ultrapassados para discernir e concretizar aquilo que temos de cidadãos e consumidores. A trilha “Chic 'N' Stu” se caracteriza por ter uma letra repetitiva servindo para criticar as propagandas que passam incansavelmente na televisão, rádio e mídia impressa, incentivando o consumo exagerado. Esse consumo desmedido, praticado quase que exclusivamente pela pequena parcela que é a população mais rica do mundo, resulta em problemas psicológicos. Não apenas em quem tem condições de realmente comprar e acaba por desenvolver um vício compulsório, mas também naqueles que não têm condições financeiras para adquirir tais produtos, justamente por não se sentirem parte desta “normalidade” imposta pelo capitalismo. O terceiro requisito - participação democrática dos principais setores da sociedade em que se organizam os consumos: desde o controle de qualidade dos alimentos até as concessões de estações de rádio e canais de televisão, desde o julgamento dos especuladores que escondem produtos de primeira necessidade até os que administram informações estratégicas para a tomada de decisões. Já que o Estado tem seu papel cada vez menor, a participação social se firma cada vez mais pelo ato de consumir do que pela ação da cidadania. O single “Sugar”, que descreve abusos e exageros incumbidos pela indústria alimentícia que deposita grande quantidade de açúcares em seus produtos, gerando a dependência do usuário. Já as críticas ao sistema, anotadas em “Suggestion” dizem respeito à alienação que as classes inferiores sofrem. Ambas as músicas abordam temas como o uso comum da divulgação de falsos acontecimentos, mentiras (*fake news*). Como destacado por Canclini (2008), quando reconhecemos que ao

consumirmos também pensamos, elegemos e reelaboramos o sentido social, sendo efetivo considerarmos como esta área de apropriação de bens e signos interfere em formas mais intensas de participação do que aquelas que usualmente auferem o título de consumo. Como cidadãos igualmente somos consumidores o que leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que explicam a compreensão democrática da cidadania. Em conformidade com Ortiz (2013, p. 629) a cidadania insere-se como núcleo das manifestações culturais percebidas como afirmações na esfera pública e tendo como mediador a nação a qual pertencem. Enfim, destacamos que o pensamento reflexivo pode ser construído pela música que é intrínseca à indústria cultural, a consideração de que o consumo serve para pensar é uma possibilidade dependente de cada indivíduo absorver aquilo que lhe convém como ato de reflexão, portanto, interessa o que fazemos a partir das mídias de massa, não se trata apenas de consumir, mas de como se consome.

PALAVRAS-CHAVE: cultura de massa; música; cidadania; consumo; globalização e internacionalização.

REFERÊNCIAS

BALTIN, Steve. **Q&A: Serj Tankian On His Activist Voice, ‘If It’s The Truth I Have To Say It’**. Forbes, Estados Unidos, 27 de abr. de 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/stevebaltin/2021/04/27/qa-serj-tankian-on-his-activist-voice-if-its-the-truth-i-have-to-say-it/?sh=4e30c9576b4e>. Acesso em: 19 de jul. de 2021.

BRUNALDI, Igor. **System Of A Down: As letras mais explícitas de uma discografia extremamente política**. Revista Rolling Stones, Brasil, 08 de jul. de 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/system-down-letras-mais-explicitas-de-uma-discografia-extremamente-politica/>. Acesso em: 20 de jul. de 2021.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

LOCAL, Reportagem. **Álbum de tom político reúne músicas inéditas da banda System of a Down**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 20 de mai. de 2005. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2005200523.htm>. Acesso em: 15 de jul. de 2021.

ORTIZ, Renato. **Imagens do Brasil**. Revista Sociedade e Estado - Volume 28 Número 3, p. 609-633, Setembro/Dezembro 2013.