

Ana Carolina, Vanessa da Mata e Zeca Baleiro: o consumo como espetáculo no entretenimento musical¹

Janaína Dantas da Silva França²
Fundação Getulio Vargas, São Paulo, SP

Resumo

A proposta do artigo é iniciar uma reflexão a partir da seleção de três canções dos compositores Ana Carolina, Vanessa da Mata e Zeca Baleiro e da eleição de alguns pensadores-chaves de comunicação, que discutem criticamente o consumo, a sociedade do espetáculo e os pilares da sociedade do hiperconsumo: Rose de Melo Rocha, Zygmunt Bauman, Néstor Garcia Canclini, Guy Debord e Gilles Lipovetsky.

Palavras-chave: Comunicação, Consumo, Espetáculo, Música e Entretenimento.

Introdução

Este artigo representa um estudo que está em sua fase preliminar, ainda em desenvolvimento, com características de ser um ensaio e que se baseia na investigação sobre a representação do consumo como espetáculo no entretenimento musical, partindo de uma seleção inicial de três músicas interpretadas por artistas nacionais e de autores que tangenciam o tema em suas obras.

Como toda pesquisa, os recortes são necessários, desde a escolha da metodologia até os autores que vão dialogar com a proposta do estudo. Portanto, é importante delimitar algumas fronteiras: não faz parte deste trabalho discutir os gêneros musicais dos artistas selecionados e de suas músicas, assim como também a influência dos mesmos na economia dos produtos sonoros e no universo do entretenimento musical brasileiro. Eles servirão como pano de fundo para a análise proposta, que vai se deslocar propositalmente da representação midiática deles e das práticas comunicacionais adotadas por suas gravadoras no cenário contemporâneo de convergência de mídias.

Este estudo poderia se fixar em uma única obra (música) ou em uma seleção de músicas de um único artista, sendo assim, a pesquisa torna-se ao mesmo limitada e restrita, como também com direcionamento determinado. A escolha de três artistas com músicas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero em São Paulo (SP), Professora de graduação e pós-graduação na FGV, ECA, FAAP, Belas Artes e Aberje, atual gerente de comunicação e marketing na FGV. E-mail: janaira.franca@terra.com.br.

distintas pode ser vista como possível generalização, passível de críticas e questionamentos, ao mesmo tempo que instiga a pesquisadora a buscar novas articulações. Porém, o exercício é realizar a leitura deste ensaio com uma leveza científica que permita o passeio entre as esferas da comunicação, consumo, espetáculo e música.

Os autores escolhidos para enriquecer a reflexão são Guy Debord e sua crítica sobre a Sociedade do Espetáculo e sobre imagens como representação de uma realidade construída e desejada pelos produtos de entretenimento e consumo; Rose de Melo Rocha e suas percepções sobre o consumo como fenômeno social, como identidade cultural e como formas de representar e experimentar o mundo; dialogando com Néstor Garcia Canclini e suas visões sobre o consumo como de produção e reprodução social e seus impactos sobre o exercício da cidadania; Zygmunt Bauman e suas análises sobre o consumo como aspecto permanente da existência humana e sem limites temporais e históricos, o entretenimento e o hedonismo como estilo de uma vida a crédito, cuja a busca pela felicidade é imediatista e contínua; e por fim, o pensador Gilles Lipovetsky e suas discussões sobre o hiperconsumo como círculo vicioso de um imaginário coletivo de satisfação e felicidade.

Para contextualizar o ensaio, apresenta-se uma síntese sobre os artistas escolhidos, descrevendo brevemente a trajetória profissional de Ana Carolina, Vanessa da Mata e Zeca Baleiro. Reafirma-se aqui que não houve intencionalidade de uma representação do gênero feminino ser maior neste ensaio e que a presença do masculino não vem com o objetivo de equilibrar ou contrapor. É válido ressaltar que os artistas deveriam ter nacionalidade brasileira e suas obras predominantemente gravadas em língua portuguesa.

A cantora Ana Carolina Souza³ é compositora, produtora e instrumentalista brasileira, natural de Juiz de Fora, em Minas Gerais. Sua discografia abrange os estilos musicais: Pop, Pop Rock, Samba, Bossa Nova e MPB. Antes de lançar seu primeiro disco em 1999 intitulado Ana Carolina, ela cantou em bares na capital mineira e paulista, em 1997 foi convidada para abertura do espetáculo da Orquestra Internacional de Ray Conniff⁴. Seu primeiro disco, vendeu 125 mil cópias, sendo premiado com Disco de Platina. Em 2005, ela lançou suas obras: “Ana & Jorge” (em parceria com o Seu Jorge, outro artista em ascensão no mesmo período no cenário musical brasileiro) e “Perfil Ana Carolina”, venderam respectivamente 600 mil e 500 mil cópias, recebendo o Disco de Diamante. A cantora já lançou 9 álbuns (5 milhões de unidades vendidas), promoveu 8 turnês em território nacional e recebeu 20 prêmios e 7 indicações (duas delas para o Grammy Latino:

³ Informações disponíveis em: <http://ana-carolina.com/#/artista>. Acesso em 15 de julho de 2015.

⁴ Informações disponíveis em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ana_Carolina_\(cantora\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ana_Carolina_(cantora)). Acesso em 15 de julho de 2015.

em 2000 o seu álbum de lançamento foi indicado como “Melhor Álbum de Pop Contemporâneo Brasileiro” e em 2007, com a indicação de “Melhor Canção Brasileira” com música *Rosas*), em destaque o Prêmio Multishow de Música Brasileira como “Cantora Revelação” em 2000 e “Melhor Cantora” em 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2012 e 2103.

Vanessa Sigiane da Mata Ferreira, ou simplesmente Vanessa da Mata⁵ é uma cantora e compositora mato-grossense da cidade de Alto Garças, com uma trajetória tão intensa que a de Ana Carolina, lançou até agora 6 álbuns e realizou 5 turnês, sua obra se destaca nos gêneros MPB e Pop. Em 1992 foi para São Paulo e passou a trabalhar com a Shalla-Ball, uma banda feminina de *reggae*, em 2005 compôs a música⁶ “A força que nunca seca” com Chico César, outro artista nacional e que foi gravada por Maria Bethânia, concorrendo ao Grammy Latino em 2000. Em 2002 lançou seu primeiro álbum, assim como Ana Carolina, o título era seu nome “Vanessa da Mata” que recebeu Disco de Ouro com 150 mil cópias vendidas. Em 2008 ela concorreu e venceu o Grammy Latino na categoria “Melhor Álbum de Pop Contemporâneo Brasileiro” com o trabalho “SIM”, mesmo álbum que foi premiado 2 vezes com Disco de Platina. A cantora recebeu novas indicações ao Grammy Latino em 2011 e 2014 com outros projetos. Ao total, foram 5 premiações e 9 indicações a prêmios diversos, como o Prêmio Multishow de Prêmio Multishow de Música Brasileira, sendo vencedora nas categorias: “Melhor Música” em 2008 e 2009 e em 2010 como “Melhor Cantora” e “Melhor Show”.

O último artista selecionado é Zeca Baleiro⁷, ou como está escrito em seu registro de nascimento na cidade de Arari no Maranhão, o José Ribamar Coelho Santos. É cantor, compositor, cronista e musicista brasileiro e sua obra tem como predominância o gênero MPB, porém sua música recebe influência de muitos ritmos como o samba, pagode e baião com elementos do Rock, Pop e música eletrônica. Em 1997 mudou para São Paulo, para trabalhar na gravação de seu primeiro disco “Por Onde Andará Stephen Fry?”, apesar de ter mais de 12 anos de experiência musical, a participação⁸ no projeto “Acústico MTV” da cantora Gal Costa com a música “A flor da pele”, foi definitivo para sua projeção no cenário musical brasileiro. Neste mesmo ano recebeu dois prêmios, como “Cantor Revelação” e “Melhor Cantor”, respectivamente do Jornal do Brasil e da Associação Paulista de Críticos de Arte. Foi indicado diversas vezes ao Grammy Latino, na categoria de “Melhor Álbum de Pop Contemporâneo Brasileiro” em 2000, 2001, 2003, 2005 e 2009;

⁵ Informações disponíveis em: <http://www.vanessadamata.com.br/linha-do-tempo.aspx#>. Acesso em 10 de julho de 2015.

⁶ Informações disponíveis em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Vanessa_da_Mata. Acesso em 10 de julho de 2015.

⁷ Informações disponíveis em: <http://zecabaleiro.uol.com.br/>. Acesso em 05 de julho de 2015.

⁸ Informações disponíveis em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Zeca_Baleiro. Acesso em 05 de julho de 2015.

em 2014 também na categoria de “Melhor Canção Brasileira”, mas não ganhou em nenhuma delas. Suas obras contam com participação de outros artistas nacionais: Chico César, Rita Ribeiro, Lobão, O Teatro Mágico, Arnaldo Antunes, Zé Geraldo, Paulinho Moska, Lenine, Fagner, Zeca Pagodinho, Genival Lacerda e Zé Ramalho. Ao total são 13 álbuns e em 2015 completa 40 anos de carreira.

Ao descrever sobre a trajetória profissional dos artistas selecionados, não dá para desconsiderar a contribuição deles para o entretenimento musical nacional, suas obras possuem gêneros divergentes e convergentes e enveredam por discussões sobre aspectos sociais, políticos e culturais. A partir de agora, seleciona-se três obras (músicas) para a reflexão sobre comunicação, consumo e espetáculo, ao mesmo tempo em que se articula com os autores escolhidos e suas visões para este ensaio.

O consumo como espetáculo musicado

Em continuidade a este ensaio, refina-se a análise proposta a partir de três músicas, cujas melodias enquadram letras com significado ímpar para a temática do estudo. É certo afirmar que existem outras obras destes mesmos artistas que poderiam ser exploradas neste trabalho, já identificadas para a continuidade do mesmo. As músicas são apresentadas e comentadas sob a ótica dos autores.

Inicia-se com a música “Babylon”⁹, composta por Baleiro (2003) e parte do álbum “Perfil” do mesmo artista, lançado no Brasil pela Som Livre. O título da música remete-se a cidade de Babilônia¹⁰, metrópole mesopotâmica e capital do Império Romano, também conhecida como Babel, era próspera e beneficiava-se de sua localização geográfica às margens do Rio Eufrates, sendo um importante centro “comercial”, cujas relações transacionais, direitos de propriedade e heranças eram regulados pelo código de Hamurábi. Embora não haja um registro formal sobre a justificativa do título da música, percebe-se a importância do significado simbólico.

A música divide-se em duas etapas, na primeira, o protagonista da narrativa musical conta sobre suas necessidades de “tudo provar” ao consumir objetos, idiomas, lugares, hábitos, marcas e um estilo de vida ao convidar outrem para sua jornada; na segunda parte, o mesmo personagem comenta sobre os infortúnios de sua realidade, percebendo-se a angústia em não estar no círculo vicioso de um imaginário coletivo de felicidade e

⁹ Letra da música Babylon disponível em: <http://letras.mus.br/zeca-baleiro/49374/>. Acesso em 19 de julho de 2015.

¹⁰ Informações disponíveis em: <http://www.historiadomundo.com.br/babilonia/>. Acesso em 05 de julho de 2015.

satisfação, discutido por Lipovetsky (2007). Para o autor, os objetos em si não possuem significado, se não forem “desejados socialmente” ou acompanhados de prestígio, reconhecimento, *status* e integração social, por isso, “a morena”, citada na canção, deve esquecer “as penas” e morar com o *bon vivant*. Visão corroborada por Rocha (2012), em que o consumo deve ser entendido como fenômeno social e com um conjunto de funções: atribuir sentido, representar e experimentar o mundo. O estilo de vida ofertado pelo protagonista da canção à sua companheira baseia-se numa visão de mundo onde as pessoas bebem “champanhe” sem preocupação com o futuro ou com suas consequências e quando recobra a consciência sobre sua “dura realidade”, rapidamente, retorna à sua visão hedonista.

<i>Baby!</i>	<i>Vamos pra Babylon!...</i>	<i>Nada vem de graça</i>
<i>I'm so alone</i>		<i>Nem o pão, nem a cachaça</i>
<i>Vamos pra Babylon!</i>	<i>Vem ser feliz</i>	<i>Quero ser o caçador</i>
<i>Viver a pão-de-ló</i>	<i>Ao lado deste bon vivant</i>	<i>Ando cansado de ser caça...</i>
<i>E möet chandon</i>	<i>Vamos pra Babylon</i>	
<i>Vamos pra Babylon!</i>	<i>Baby! Baby! Babylon!...</i>	<i>Não tenho dinheiro</i>
<i>Vamos pra Babylon!...</i>		<i>Pra pagar a minha yoga</i>
	<i>De tudo provar</i>	<i>Não tenho dinheiro</i>
<i>Gozar!</i>	<i>Champanhe, caviar</i>	<i>Pra bancar a minha droga</i>
<i>Sem se preocupar com</i>	<i>Scotch, escargot, rayban</i>	<i>Eu não tenho renda</i>
<i>amanhã</i>	<i>Bye, bye miserê</i>	<i>Pra descolar a merenda</i>
<i>Vamos pra Babylon</i>	<i>Kaya now to me</i>	<i>Cansei de ser duro</i>
<i>Baby! Baby! Babylon!...</i>	<i>O céu seja aqui</i>	<i>Vou botar minh'alma à</i>
	<i>Minha religião é o prazer...</i>	<i>venda...</i>
<i>Comprar o que houver</i>		<i>Eu não tenho grana</i>
<i>Au revoir ralé</i>	<i>Não tenho dinheiro</i>	<i>Pra sair com o meu broto</i>
<i>Finesse s'il vous plait</i>	<i>Pra pagar a minha yoga</i>	<i>Eu não compro roupa</i>
<i>Mon dieu je t'aime glamour</i>	<i>Não tenho dinheiro</i>	<i>Por isso que eu ando roto</i>
<i>Manhattan by night</i>	<i>Pra bancar a minha droga</i>	<i>Nada vem de graça</i>
<i>Passear de iate</i>	<i>Eu não tenho renda</i>	<i>Nem o pão, nem a cachaça</i>
<i>Nos mares do pacífico sul...</i>	<i>Pra descolar a merenda</i>	<i>Quero ser o caçador</i>
	<i>Cansei de ser duro</i>	<i>Ando cansado de ser caça...</i>
<i>Baby!</i>	<i>Vou botar minh'alma à</i>	
<i>I'm alive like</i>	<i>venda...</i>	
<i>A Rolling Stone</i>		<i>Ai, morena! Viver é bom</i>
<i>Vamos pra Babylon</i>	<i>Eu não tenho grana</i>	<i>Esquece as penas</i>
<i>Vida é um souvenir</i>	<i>Pra sair com o meu broto</i>	<i>Vem morar comigo</i>
<i>Made in Hong Kong</i>	<i>Eu não compro roupa</i>	<i>Em Babylon...</i>
<i>Vamos pra Babylon!</i>	<i>Por isso que eu ando roto</i>	

É possível identificar algumas reflexões de Bauman (2010, pag.29) na canção Babylon: “Todo o depois, cedo ou tarde, se transformará em agora – os empréstimos terão que ser pagos; e o pagamento dos empréstimos contraídos para afastar a espera do desejo e atender prontamente as velhas aspirações”. O autor falava das promessas dos cartões de crédito em seu livro “Vida a Crédito” como um acelerador de prazer, porém, não significa que o gozo deste prazer se torna mais acessível economicamente, por isso, uma geração de

devedores surgem e eles não são estimulados a economizarem, porque se assim o fizerem, não serão mais úteis para as instituições financeiras, afinal a ausência de débitos, não é um “estado” de consumo ideal. “Nada vem de graça, nem o pão, nem a cachaça”. Bauman (2010) compara o ato de consumir a crédito a um vício, tão perigoso e insano como qualquer outra droga ilícita.

Para Lipovestky (2007), a sociedade do “hiperconsumo” possui três fases distintas e simultâneas: 1) o consumo por objetos, como símbolos de uma posição midiáticos pela publicidade; 2) o consumo pela sensação bem estar, pelo hedonismo e pelas experiências; e 3) o consumo não institucionalizado, cujas premissas envolvem critérios individuais e subjetivos – o que ele denomina como “hiperconsumo” – articulando uma nova relação emocional e de significação dos indivíduos com as mercadorias, onde é permitido gastar menos e economizar mais para investir em mercadorias selecionadas que não serão ostentadas. A canção *Babylon* não carrega elementos identificáveis do “hiperconsumo”, sua letra apresenta de forma mais clara, as características centrais que constituem as primeiras fases da sociedade analisada pelo autor.

A segunda música selecionada foi intitulada pela compositora Ana Carolina como “Notícias Populares”¹¹, parte integrante do álbum “Dois Quartos” de 2006, lançado pela BMG Brasil. A letra concentra-se em um “desabafo” da protagonista sobre a atual condição em que se encontra ao ler ao noticiário. A personagem cita a crise hídrica, as notícias sobre a Argentina e o Iraque e algumas situações em pessoas de outras nacionalidades comercializam ideias ou marcas não originárias do Brasil. Para Canclini (2010), os objetos perdem a relação com seu território originário, por isso que marcas, lugares e até idiomas se tornam “mercadorias globalizadas” e as decisões políticas e econômicas são determinadas pelo consumo e pelo livre comércio sem memória de erros passados. O que o autor também destaca que o consumo é o lugar onde conflitos sociais, originados pela desigualdade na estrutura produtiva, emergem, ou seja, ao consumirmos estamos inseridos num cenário de disputas.

A canção de Ana Carolina possui trechos que podem contribuir para o entendimento das visões do autor, ao falar sobre “xingar” uma menina no sinal em castelhano e não lembrar dos impactos da crise na Argentina, ao tomar um táxi cujo motorista mexicano comenta sobre a tragédia de 11 de setembro nos EUA, ao ver um peruano vender mercadorias falsificadas na rua. O que se produz em todo o mundo, pode ser consumido em

¹¹ Letra da música disponível em: <http://musica.com.br/artistas/ana-carolina/m/noticias-populares/letra.html>. Acesso em 19 de julho de 2015.

qualquer território, não há mais fronteiras para a comercialização de objetos, marcas, ideias, nacionalidades e idiomas, o consumo é global, assim como os impactos provenientes dele. Canclini (2010) afirma que o consumo passou a determinar as decisões políticas e de cidadania dos indivíduos, ou seja, elas são motivadas pela sedução e sem referência crítica. Em duas partes da mesma canção, a letra dedica-se a frisar o conflito social entre a personagem e a pobreza, aqui representada como indivíduo que alveja o carro e rouba dinheiro e um livro, depois destaca-se a necessidade de sobreviver em uma sociedade em que as pessoas passam fome e vivem com o que conseguem “produzir”, seja por meio de um emprego formal ou do crime. Tudo isso é midiaticizado pelos meios de comunicação, como uma realidade aceitável e repetitiva, que para Debord é uma realidade alienante, resultado de um processo de espetacularização pela produção e reprodução de imagens, segundo o autor: “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente, tornou-se uma espetacularização” (1997, pág. 13). A figura do trabalhador, citada pelo autor, é vista como um indivíduo que precisa do espetáculo para justificar o estranhamento vivido pelo acúmulo de seus produtos, e reconhecendo-se nas imagens dominantes, afinal “tudo se acaba, olha o noticiário” [...] “notícias populares voam pelos ares”.

*Tudo se acaba
Olho o noticiário
Água se acaba
Se acaba a prece do vigário*

*Eu quero ser a mendiga suja e
descabelada
dormindo na vertical
Entender
Como a vida de alguém se
acaba antes do final*

*Prefiro o Lou Reed no Velvet
Underground
Gosto de Sylvia Plath, TS
Elliot,
Emily Dickinson, Lucinda,
Délia, Manoel de Barros
Ficam eternos por mim*

*Esqueço a crise da Argentina
Quebrando o pau com a
menina no sinal
Em castelhano, ê
Eu furo os planos, ê
Eu furo o dedo, mando ver*

*Examinando, lanho o braço
Aperto o passo. Não sou
louca!
É...*

*Tomei um tiro
No vidro do meu carro
É a pobreza
Tirando o seu sarro
Foi meu dinheiro
Foi meu livro caro
Que façam bom proveito
Da grana que roubaram
Porque eu trabalho
E outro dinheiro eu vou
ganhar*

*Tomei um táxi
O motorista, mexicano,
Veio falando sobre o onze de
setembro.
Havia um homem na calçada
lendo o Código Da Vinci
Ou lia o código da venda?*

*E na parada havia um
peruano
Cheio de badulaques, ô
Vendendo Nike, ô
Vendendo bike, Coca Light,
canivete
Aceita cheque pros breguetes.
Notícias do Iraque na Tv da
lanchonete.*

*Notícias populares
Voam pelos ares
E amanhã, meu nêgo, ninguém
sabe
Se alguém recua ou se alguém
invade
Se alguém tem nome ou se
alguém tem fome.
Que façam bom proveito
Do pouco que restar
Se tanta gente vive
Só com o que dá pra
aproveitar.*

*Tudo se acaba.
Olha o noticiário!*

A música é rica em outros elementos também, o trecho em que a protagonista se enxerga como uma mendiga “suja” e “descabelada”, percebe-se uma possível aproximação de uma realidade diferente da sua (interpreta como melhor, visto que tem veículo automotivo e trabalho formal), rapidamente, no trecho seguinte, como uma troca rápida de ato numa peça teatral, a personagem prefere o consumo de outras “imagens”, citando o cantor norte americano Lou Reed, as poetisas Sylvia Plath e Emily Dickison, o dramaturgo T.S Elliot e outras referências “cult”. Uma possível articulação com o que Lipovestky (2007) chama de “símbolos de distinção” eleitos para representar realidades - construídas pela sociedade do hiperconsumo - de exclusão versus consumo versus a individualização. Para o autor, o consumo é um mediador que permite que os indivíduos se libertem do desprezo social e de uma imagem negativa, cuja a obsessão estar em consumir estilos de vidas que intensificam desejos individuais de reconhecimento e dignidade. Uma reflexão aderente a crítica de Debord (1997), cuja premissa é que o “espetáculo” é o momento em que a mercadoria – numa esfera mais ampla, representada pelo conjunto de questões sociais, políticas e econômicas que envolvem o “consumo” – ocupa-se da vida social, restringindo os indivíduos a uma realidade imagética.

E para enriquecer esta reflexão que vem se desenrolando de forma musicada, a terceira canção escolhida para este ensaio é a “Homem Invisível no Mundo Invisível”¹² da cantora Vanessa da Mata, parte do álbum “Segue o Som” lançado ano passado pela Sony Music. É uma letra curta, porém reflexiva e já na primeira parte, a protagonista se enxerga num círculo vicioso, o consumismo citado na canção é definido por Bauman (2008) como a força propulsora da sociedade, que recicla desejos e coordena uma produção sistêmica, ao mesmo tempo que dá legitimidade ao ato de consumir. O pensador sintetiza o consumismo como um “atributo da sociedade” e o consumo como uma “característica” e “ocupação” dos indivíduos, padronizando e tornando rotineiro o comportamento humano. A canção cita o “carrossel” em que estamos inseridos, numa alusão a rotina intensa de trabalho para “pagar o aluguel”, ao mesmo tempo em que se consome promessas “plásticas” de relações humanas e ideologias religiosas. Elementos que refletem uma vida centrada em transformar tudo em “mercadorias”, pessoas precisam se sentir cobiçadas, desejadas e se expõem como objetivos consumíveis. E Lipovestky (2007) corrobora com esta discussão, ao falar sobre o consumo das massas, o pesquisador pontua que não há espaço para criticar moralmente o

¹² Informação disponível em: <http://www.vagalume.com.br/vanessa-da-mata/homem-invisivel-no-mundo-invisivel.html>. Acesso em 05 de julho de 2015.

“consumo” ou “o que é consumido” na sociedade do hiperconsumo, há um esforço coletivo para mitigar comportamentos individuais se opõem à sua essência.

*Vejo o mundo inteiro
Numa espécie tosca de
carrossel
Cada lugar um bicho
Corrida maluca pra pagar o
aluguel*

*Nesse consumismo
Plastificado o rosto, amor,
religião
Carregando status
Num mundo invisível
angustiado cidadão*

*Parem esse mundo que eu
quero descer
Tudo é dinheiro, o amor pra
onde vai?
Quero um abraço dos meus
bons amigos
Pois nenhum dinheiro compra
um verdadeiro*

*Mestre de luz, saúde e
proteção*

*Seus pensamentos são a sua
condição
Se você não acredita num
mundo invisível
Como é que explica se te toca
minha voz*

*Se a minha voz te toca
Quando se está cansado
Repare que tudo acontece pra
te testar
Sua dignidade
Mantém a sua inteligência,
caráter, persistência*

*Mestre de luz
Conduzindo cada um de nós
Dessa nossa vida
Levaremos apenas nossa
poesia*

*Parem esse mundo que eu
quero descer*

*Tudo é dinheiro, o amor pra
onde vai?
Quero um abraço dos meus
bons amigos
Pois nenhum dinheiro compra
um verdadeiro*

*Mestre de luz, saúde e
proteção
Seus pensamentos são a sua
condição
Se você não acredita num
mundo invisível
Como é que explica se te toca
minha voz*

*Se a minha voz te toca
Toca, toca, toca*

*Amor, raiva, ódio, tudo
Vírus, prótons, nêutrons, física
quântica
Milagres, milagres, milagres
Como você explica os
milagres?*

Reforçando a reflexão proposta pela música, a segunda parte dela traz à tona uma necessidade de resgatar outros valores que se contrapõem a sociedade do hiperconsumo. A compositora fala sobre o sentimento de angústia que invade indivíduos, tornando-os sensíveis aos apelos de um mundo que comercializa indiscriminadamente. A proposta é que pensemos sobre o que não se pode comprar, como o amor, os amigos, a saúde e a proteção de uma força divina. Lipovestky (2007) reforça que somos responsáveis, como indivíduos instruídos, pelo questionamento moral e ético de padrões impostos e alimentados por nós mesmos e pela formação de uma geração que não eleja o hiperconsumo como objetivo central de suas vidas.

Considerações

A convergência entre as três músicas é o ato do consumo, que por vezes era enaltecido e por vezes, colocado no banco dos réus. Comum também era a visão de que ao questionar o consumo, os protagonistas buscavam um distanciamento, mas que por vezes, este distanciamento não era suficiente para “mudar a rota” e abandonar o estilo de vida prometido pela sociedade do hiperconsumo.

Vale ressaltar que não era a proposta deste ensaio tornar o consumo um ato demonizado, mas encará-lo como uma condição da existência humana e entendê-lo como um “mirante” para visualizar questões sociais, culturais e políticas, simultaneamente em que uma consciência se forma-se e é estimulada a acordar para refletir sobre uma realidade inebriante, sedutora e alienante de uma sociedade alimentada pelo espetáculo das imagens, pelo fetichismo mercadológico e pelo hiperconsumo.

As inquietações presentes nas letras das músicas poderiam passar despercebidas, se o intuito dos seus compositores fossem apenas o entretenimento, porém, ao serem analisadas pelas lentes dos autores escolhidos, é possível identificar a riqueza de discursos que trazem sobre a temática do consumo. Não é possível afirmar que estamos em um estado ideal de questionamento crítico e mudança, mas é perceptível que mesmo quando estamos ouvindo uma música para nosso deleite, ela possa provocar reflexões sobre nossa realidade ao mesmo tempo que a representa.

Trata-se de uma pesquisa em andamento, um ensaio ainda em formação, portanto sujeito a diversas intervenções de ordem teórica e metodológica, porém, já é possível desenhar algumas considerações preliminares, partindo da premissa que a pesquisa em comunicação não é binária, logo, seria ingênuo acreditar que há apenas duas respostas ou dois caminhos, ela é complexa ao ponto de criar tantas possibilidades, que o recorte se torna essencial para uma jornada. Por isso, neste estágio, foram escolhidos três compositores, e três de suas canções e pensadores considerados relevantes para o enriquecimento da análise.

REFERÊNCIAS

- BALEIRO, Zeca. **Babylon**. Som Livre, Coleção Perfil, 2003.
- BAUMAN, Z. **Vida a crédito**. São Paulo: Ed. Zahar, 2010.
- _____. **Vida para consumo**. São Paulo: Ed. Zahar, 2008.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- CAROLINA, Ana. **Notícias populares**. BMG Brasil, 2006.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1997.
- LIPOVETSKY, G. **La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedade de hiperconsumo**. Barcelona: Ed. Anagrama, 2007.
- MATA, Vanessa. **Homem invisível no mundo invisível**. Sony Music, 2014.
- ROCHA, R. de Melo. **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.