



Indústria Cultural e Música Pop: o Produto Lana Del Rey ¹

Ricardo Luis de Sousa MOREIRA ²

Juliana Bulhões Alberto DANTAS ³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Esse artigo tem como objetivo refletir sobre a música pop e a construção de um ícone musical, levando em consideração a ideia de a indústria cultural proposta por Adorno e Horkheimer. Para tanto, iniciamos o artigo com breves considerações teóricas sobre os conceitos de indústria cultural e seus reflexos na música pop, e por fim apresentamos uma breve análise sobre um novo ícone da música pop na atualidade e sobre a crítica musical.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura, indústria cultural, música pop, crítica musical, Lana Del Rey.

INTRODUÇÃO

O conceito de Indústria Cultural foi desenvolvido por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, na década de 40. Em seu trabalho “Dialética do Esclarecimento”, eles se propõem a indagar o esclarecimento que temos diante de nós: como é possível que este esclarecimento, que supostamente nos levaria para uma sociedade mais justa e livre, acabou produzindo o seu reverso, ou seja, uma sociedade destrutiva e injusta, por mais esclarecida que seja? Dessa forma eles traçam um panorama da consciência burguesa e no capítulo IV - A Indústria Cultural: O esclarecimento como mistificação das massas - eles expõem como a essa chamada indústria cultural gera nas massas a necessidade do consumo por um produto qualquer e como ela difunde a ideia do consumismo como liberdade de escolha dos indivíduos, quando na verdade, para ambos, ela apenas os aprisiona ao sistema dominante.

Neste contexto, o presente artigo visa perceber a construção de ícone da música através da visão de indústria cultural e do mercado de música pop. Para exemplificar e a

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Estudante do 4º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFRN, email: ricardokruty@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social da UFRN, email: julianabulhoes.ad@gmail.com.



fim de melhor compreender o conceito de indústria cultural foi escolhido um dos novos nomes da música pop - a cantora norte-americana Lana Del Rey - como forma de representar a ideia de que a música pop traz elementos artísticos diluídos em um produto midiático.

1 INDÚSTRIA CULTURAL

A indústria cultural segundo Adorno e Horkheimer seria uma espécie de produção de bens dirigida para o consumo das massas, a arte e a cultura produzidas são na verdade produtos “mercadorias culturais” que visam tão somente o lucro, a partir de seu comércio e não o seu próprio conteúdo artístico, além disso esses “bens de consumo cultural” reproduzem as ideias, os valores de um determinado grupo social.

É do interesse da classe dominante alienar, manipular as classes "subalternas" e para isso eles colocam essa ideologia de uma forma que as pessoas, que fazem parte da massa e não possuem capacidade crítica, não consigam identificar a ideologia que está por trás das novelas, dos filmes, das músicas, dos desenhos animados, das revistas em quadrinhos e até mesmo, dos jornais e noticiários. Com isso, a massa permanece passiva e dominada diante de tanta manipulação não têm a possibilidade de criar uma cultura própria, independente e crítica, pois não existe nenhuma ligação ou participação efetiva entre o público e os meios de comunicação. Esses meios de comunicação apenas criam novas necessidades de consumo, novos produtos a essa massa que se torna cada vez mais alienada aos interesses dos poderosos.

1.1 A MÚSICA POP

De acordo com o sociólogo Simon Frith citado por FREIRE e JANOTTI, (2006), os processos de produção circulação e consumo da música tiveram três fases históricas que ele chamou de estágio folk - no qual a música é produzida e armazenada através do corpo humano ou dos instrumentos, o estágio artístico - a música é armazenada através de notações e partituras, e o estágio pop no qual a música é produzida mediante a relação com a indústria fonográfica, armazenada em fonogramas e executada mecânica ou eletronicamente de forma a atender o consumo amplo.

Esses estágios mostram como se Arte e cultura passam a seguir padrões comerciais e processos industriais. Isso ocorre tal qual a indústria de automóveis, por



exemplo, com um esquema de planejamento e organização dos bens a serem produzidos, seguidos de uma serialização e padronização desses bens, que terminam e uma produção em larga escala. “A partir do momento em que essas mercadorias asseguram a vida de seus produtores no mercado, elas já estão contaminadas por essa motivação” (ADORNO, 1978, p. 288), perdendo sua autenticidade e deixando de ser um objeto de contemplação.

Podemos ver isto claramente no âmbito musical, onde o gênero pop com suas canções relativamente curtas, simples - sempre atreladas ao uso de inovações tecnológicas - e influenciadas por uma gama de outros gêneros populares, desde seu surgimento leva multidões ao delírio.

Surgido na década de 50 esse estilo musical continua conquistando a massa com sua linguagem fácil, ritmos dançantes (rock, dance, rap, funk, metal e até sonoridades e influências da música erudita), e temática diversa. Pode-se dizer que o termo pop foi criado para classificar aquele som que todos cantam, dançam e pedem bis.

Embora possa parecer, não existe uma relação direta entre o pop e a cultura popular (produzida pelo povo e para o povo), segundo Freire Filho e Janotti Junior em Comunicação e Música Popular Massiva, “Os estudos brasileiros e franceses observam uma distinção entre cultura popular (de feições folclóricas e nativistas) e cultura pop(popular midiática)” (FREIRE & JANOTTI 2006), enquanto a música popular é difundida de modo “independente dos grandes conglomerados multimidiáticos” a música pop “englobaria a cultura midiática surgida no século XX”.

Para Adorno e Horkheimer o cinema e o rádio, a seu modo, grandes divulgadores da música pop “não precisam mais se apresentar como arte”. Na verdade, para ambos estes bens culturais, quando são produzidos em série, são apenas um negócio. Neste sentido, os produtores “utilizam uma ideologia destinada a legitimar o lixo o que propositalmente produzem.” (ADORNO & HORKHEIMER p, 110 2006).

2 LANA DEL REY – FEITA PARA ACABAR?

“*Money is the reason we exist, everybody knows it, it's a fact*”, a frase que em português seria algo como “O dinheiro é a razão da nossa existência, isso é um fato, todo mundo sabe disso” foi extraída da letra de “*National Anthem*”, de Lana Del Rey. A atual queridinha do mercado fonográfico mundial é certamente uma autêntica cria da indústria cultural.



Filha do milionário empresário do ramo musical Rob Grant cantora e modelo, Lana que nasceu Elizabeth Woolridge Grant teve seu nome artístico inspirado na combinação dos nomes da atriz Lana Turner com o carro Ford Del Rey. A cantora realmente tem talento, é dona de uma voz forte e aveludada e é coautora de todas as canções de seu primeiro disco o *Born to Die* lançado em janeiro de 2012.

Indo um pouco mais a fundo na história da cantora, fica evidente que Lana é um produto, “fabricada” pelo pai que naturalmente é seu empresário. Em 2009 com o nome de Lizzy Grant lançou “*KillKill*”, um EP que não chamou atenção da crítica nem do público.

Curiosamente dois anos depois o mundo musical viveu a expectativa do lançamento do primeiro álbum de uma cantora de certo modo desconhecida. Durante o período entre os lançamentos de “*KillKill*” como Lizzy Grant e “*Born to Die*” como *Lana Del Rey*, a cantora lançou na internet o álbum “*Lana Del Ray A.K.A. Lizzy Grant*”, que logo foi tirado de circulação e que marcou a mudança de nome, pintou e alongou os cabelos e preencheu os lábios para deixá-los mais carnudos e sensuais, essa nova persona constituída em uma diva glamurosa, melancólica, com ares nostálgicos.

A estratégia usada logo em seguida foi lançar um clipe com ar de vídeo caseiro, com referências retrô nas colagens de imagens e vídeos feitas na edição, no novo visual da cantora e em sua sonoridade. Como que por obra do acaso o clipe de *Vídeo Games* que utilizou fragmentos de vídeo com skates, desenhos animados, cenas da atriz Paz de laHuerta bêbada, e ainda, imagens de si mesma cantando frente a câmara, fez sucesso no *YouTube*- Lana se tornou um fenômeno da internet, virou o assunto favorito de blogs, sites e revistas mundo afora. Na dialética do esclarecimento Adorno e Horkheimer tratam da ideia desse sucesso imediato ocorrido por acaso:

O próprio acaso é planejado, não no sentido de atingir tal ou qual indivíduo determinado, mas no sentido, justamente, de fazer crer que ele impere. Ele serve como álibi dos planejadores e dá a aparência de que o tecido de transações e medidas em que se transformou a vida deixaria espaço para relações espontâneas e diretas entre os homens (ADORNO & HORKHEIMER p, 131 2006).

No caso de Lana pode-se pensar que o que a indústria quer deixar transparecer para as mentes do público é que é possível dar uma reviravolta em uma carreira musical e conseguir como resultado o sucesso, dessa forma ganhando a empatia do público, ávido por novidades e histórias fantásticas. As mídias sociais têm servido de palco para



inúmeros pretendentes à fama e ao sucesso, dessa forma Lana torna-se um exemplo, alguém em quem se pode espelhar. Adorno e Horkheimer mostram que de fato a indústria quer criar essas expectativas, mas principalmente gerar o conformismo no público que se reflete em si a felicidade conquistada por aqueles que têm sorte:

A felicidade não deve chegar para todos, mas para quem tira a sorte, ou melhor, para quem é designado por uma potência superior - na maioria das vezes a própria indústria do prazer, que é incessantemente apresentada como estando em busca dessa pessoa. As personagens descobertas pelos caçadores de talentos e depois lançadas em grande escala pelos estúdios são tipos ideais da nova classe média dependente (ADORNO & HORKHEIMER, 2006, p. 130).

Outra estratégia usada no marketing da cantora antes do lançamento de seu álbum foi o lançamento de singles e o pontual vazamento de faixas na internet. Em 14 de janeiro de 2012 prestes a lançar seu álbum Lana surpreendentemente fez uma apresentação *no Saturday Night Live* um dos programas de maior audiência da TV americana, onde normalmente só são convidados a se apresentar músicos com carreiras consolidadas. Mesmo com uma performance desastrosa no programa - marcada por sua desafinação – Del Rey se valeu da máxima do “falem mal, mas falem de mim”, o fato gerou um aumento nas expectativas do público quanto ao álbum “*Born to Die*”, lançado em 30 de janeiro de 2012 que em menos de seis meses, acrescido de sete faixas, foi reeditado com o título de “*Born To Die - Paradise Edition*” .

Lana Del Rey em um ano conseguiu obter um sucesso incrível foram 2,9 milhões de cópias vendidas do álbum *Born To Die*, o terceiro mais vendido no ano, sendo ela a personalidade mais procurada da internet de acordo com o Google. Foram 722.000.000 buscas que a deixaram na frente de cantoras com mais tempo de estrada como Madonna, Cher, Rihanna, Adele e Lady Gaga.

Quanto a sua sonoridade, Lana busca diferenciar-se do pop dançante que hoje domina as rádios americanas. As letras de suas músicas em geral são tristes e ela não costuma apelar para refrãos pegajosos, a exemplo das britânicas Amy Winehouse, Duff e Adele busca influências nas grandes vozes femininas do Jazz e Soul como: Ella Fitzgerald, Aretha Franklin e Billie Holiday. Sua imagem pode até ter sido cuidadosamente construída, mas é uma construção ousada e original.

Quanto às críticas musicais, boa parte dos sites e revistas especializados atestam que embora bem trabalhada a música de Lana Del Rey está longe de ser inovadora: para



a revista *Rolling Stone*, o primeiro disco de Lana Del Rey é "burro e entediante". Para o jornal *The Independent*, o álbum é baseado numa sucessão de "variações sobre o mesmo tema". Para a *Entertainment Weekly*, há algumas boas músicas, mas elas não impedem que o disco seja um "fracasso frustrante". O site *Pitchfork* foi cômico ao comparar o disco a um "orgasmo fingido".

Por outro lado há que dê créditos a produção musical da cantora: o jornal britânico *The Guardian*, por exemplo, afirmou que "*Born to Die*" é um "maravilhoso exemplo de música pop" e na opinião da *Slant Magazine*, o álbum é um dos mais coesos do pop nos últimos anos e para a BBC, o disco é "brilhante" e a interpretação da cantora é "extraordinária". Mesmas as críticas positivas não afastam de Del Rey a aura de um produto midiático bem trabalhado que cumpre o seu papel na indústria da música, do entretenimento e da cultura midiática.

3 CRÍTICA MUSICAL

Pode-se entender como crítica musical o ato de produzir um comentário sobre música e os vários temas que o assunto possa elencar tais como a música em si, apresentações, gravações, eventos entre outros aspectos. Essa crítica é publicada em livros, jornais e internet. E devem se basear em informações como o contexto em que a música foi criada, teoria musical e momentos históricos.

Até a década de 30, mais ou menos, os críticos se preocupavam em apresentar uma interpretação técnica em seus textos, segundo Bolos (2005) o aspecto mais importante da crítica é discorrer sobre a obra em si, ainda segundo Bolos na segunda metade do século XX a crítica deixa de ser mais focada na técnica e passa a ser mais focada na contextualização histórica e na opinião. A crítica atual tende a não analisar a obra tecnicamente, mas sim a partir de sua própria visão.

O papel da crítica musical no contexto da indústria cultural seria o de doutrinar, de direcionar o indivíduo, que de certo modo, como disse Kant em sua dialética do Esclarecimento, acha cômodo ser menor e mesmo tendo condições de sair da minoridade - incapacidade de fazer uso do próprio entendimento – opta por não fazê-lo dando a outros o poder de reger seu raciocínio: “Não tenho necessidade de pensar, quando posso simplesmente pagar, outros se encarregarão em meu lugar dos negócios desagradáveis.” (KANT, 2005.p, 64).



CONCLUSÃO

Lançando um olhar crítico ao personagem Lana Del Rey o que se pode observar no decorrer do artigo é que Lana é um produto midiático, como o título de seu primeiro disco diz: é um produto “*Born to Die*”, ou seja, “feito para acabar”. Com a ascensão nos últimos anos de grandes vozes femininas oriundas da Grã-Bretanha no mercado fonográfico (Amy Winehouse, Duffy e Adele). O mercado americano ansiava por um ícone no estilo. Assim Lana, sua música, sua postura, seu visual retrô parecem ter sido moldados para atender ao mercado tão somente, perdendo sua identidade artística por sua contaminação mercadológica como havia dito Adorno.

Embora seja facilmente perceptível que a expressão artística de Lana Del Rey seja diluída, que não apenas sua produção musical, mas todo o personagem criado seja um grande produto midiático, a própria Lana através do título de seu disco sinaliza para a efemeridade de seu produto musical, e traz luz e esclarecimento ao seu público de que seria realmente o dinheiro a razão da sua existência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

ADORNO, Theodor W. A indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1978.

BOLLOS, Liliana Harb. Crítica musical no jornal: uma reflexão sobre a cultura brasileira. **Opus**: Revista da Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Música, [S.l.], n11, p. 270-282, dez. 2005. Disponível em: <http://www.anppom.com.br/opus/data/issues/archive/11/files/OPUS_11_Bollos.pdf>. Acesso em 10 fev. 2014.

FREIRE FILHO, João; JANOTTI JÚNIOR, Jeder. **Comunicação & música popular massiva**. Salvador: Edufba, 2006.



SIMON, Juliana. **Lana Del Rey Não Justifica O Hype.** Site da Revista O Grito. Disponível em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2012/01/25/critica-lana-del-rey-born-to-die/>>. Acesso em 10 fev. 2014.

FEDEROWSKI, **Bruno.** A dialética Grant-DelRey. Disponível em: <<http://www.screamyell.com.br/site/2012/02/12/a-dialetica-grant-delrey/>>. Acesso em 10 fev. 2014.