

ESTÉTICA, AGRO-SUBJETIVAÇÃO E DOMINAÇÃO: O EXEMPLO DO 'FEMINEJO' NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

*Aesthetics, Agro-subjectivation, and Domination:
The Example of 'Feminejo' in Contemporary Brazil*

JÉSSICA RAQUEL RODEGUERO STEFANUTO*

jessicaraquelpsi@yahoo.com.br

Data de recepção: 15/05/2024

Data de recepção: 03/09/2024

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de analisar de que modo a esfera “agro” do mercado cultural brasileiro contemporâneo, a partir da vertente feminina de música, tem promovido um ajustamento dos sentidos e uma gestão da cultura por meio da indústria cultural. Parte-se da ideia de que a música é organizadora das sociedades e pode prenunciar transformações no campo da sociabilidade, da política e da economia. Estabelecendo relações entre as bases materiais capitalistas, a indústria cultural e a construção das subjetividades, discute-se, então, a partir de exemplos de músicas do gênero feminejo, acerca da gestão de insatisfações e mal estares e reintegração ajustada ao capitalismo patriarcal. As conclusões indicam que parte importante da disputa econômica e política da contemporaneidade se dá no campo estético e subjetivo, daí a relevância de uma crítica cultural que não se iluda com a aparência de realização daquilo que ainda requer transformação.

Palavras-chave: Subjetividade; análise musical; educação estética; crítica cultural.

ABSTRACT

This paper aims to analyze how the "agro" sphere of the contemporary Brazilian cultural market, through the female branch of music, has promoted an adjustment of meanings and a management of culture through the cultural industry. It starts from the idea that music organizes societies and can foreshadow transformations in the fields of sociability, politics, and economy. By establishing relationships between capitalist material bases, the cultural in-

* Fundação Educacional de Penápolis: Penápolis, São Paulo (Brasil).

dustry, and the construction of subjectivities, the discussion focuses on examples of *feminejo* songs, addressing the management of dissatisfactions and discomforts and the adjusted reintegration into patriarchal capitalism. The conclusions indicate that an important part of the contemporary economic and political dispute occurs in the aesthetic and subjective field, hence the relevance of a cultural critique that is not deceived by the appearance of the realization of what still requires transformation.

Key words: Subjectivity; musical analysis; aesthetic education; cultural critique.

A proposta do presente trabalho é analisar de que modo tem sido promovido um ajustamento dos sentidos e uma educação sentimental – e também política – a partir da esfera agro do mercado cultural brasileiro contemporâneo, em especial sua vertente feminina da música agro, e da gestão da cultura por meio da indústria cultural. Nascido em 1955, o termo *agrobusiness*, abreviado para *agronegócio* e abreviado como *agro*, remete ao conjunto de operações envolvidas na produção e distribuição de commodities agrícolas (Pompeia, 2021). Enquanto base econômica, tal vertente não economiza em lançar-se para as esferas da cultura e da educação (Chã, 2018), disputando a formação da opinião pública, da construção de uma visão de mundo e até de processos psicológicos e subjetivos. Pressupondo relações de determinação e interrelação dialética entre as dimensões material, cultural e subjetiva, recorre-se a trabalhos que apontam as músicas e os sons como organizadores das sociedades, das relações de poder e das economias, políticas e psíquicas, de uma dada época (Attali, 1977; Wisnik, 1989; Adorno, 1991) para construir a argumentação da discussão proposta aqui.

Para isso, o texto se organiza do seguinte modo: parte de uma discussão sobre a relação entre o desenvolvimento das mídias e a construção social das subjetividades, voltando-se para a segunda metade do século XIX, quando da disseminação da leitura silenciosa e suas relações com o processo moderno de subjetivação. A partir daí, avança para as transformações contemporâneas da mediação de acesso à cultura, em especial, da música. Referir-se à música requer considerações para que se pense suas especificidades enquanto produção etérea que tem uma presença intensa na sociedade contemporânea, mas não é pensada, refletida e analisada na mesma proporção. Isso encaminha a discussão para a configuração da mediação do acesso à cultura musical, principalmente, por meio dos agentes e da lógica da in-

dústria cultural, cuja base econômica e material remete às violências extrativistas coloniais que são reiteradas na contemporaneidade, também no âmbito cultural.

Trilhado esse caminho, a proposta é então voltar os ouvidos e o olhar para algumas canções que figuram entre as mais tocadas procurando desvelar de que modo essas produções, que aparecem como agradáveis, inocentes e “representativas” das expectativas e sentimentos dos ouvintes podem ser entendidas como, ao contrário, arautas de uma sociedade que está fazendo-se ou intensificando-se (Attali, 1977) e que precisa, para tanto, de subjetividades coerentemente ajustadas e desajustadas daquilo que a base material e econômica requer para sua reprodução (Horkheimer & Adorno, 1985; Oliveira, 2013; Marx, 2017).

A vertente da indústria cultural chamada, grosso modo, de feminejo, aparece aqui como um elemento para a análise da contemporaneidade por pretensamente superar a presença masculina no mercado musical, trazendo consigo a perspectiva feminina, desejos de independência e rompendo com a hierarquia de gênero presente na sociedade. A partir da Teoria Crítica da Sociedade é possível problematizar que não é disso que trata: ao contrário, a dimensão feminina parece figurar no mainstream como mais um esforço de integração e de ajustamento subjetivo justamente de um grupo social que produziu questionamentos e movimentou transformações do seu lugar social nas últimas décadas. Isso requer uma ofensiva da indústria cultural que incorpore os desejos legítimos de transformação, mal estares e insatisfações, e os devolva ajustados à sociedade que se quer fazer vigorar nos próximos anos, garantindo a reorganização acumulativa do mercado extrativista e monocultor diante das crises cada vez mais frequentes do capital.

1 MÍDIA, MÚSICA, MERCADORIA E SUBJETIVIDADE

Uma preocupação e um estudo sistematizado sobre a subjetividade datam do final do século XIX, quando se consolida uma subjetividade privada, que inclusive demandou uma ciência psicológica própria para estudá-la (Figueiredo & Santi, 2021). Esse processo de subjetivação privada foi decorrente das transformações sociais da Modernidade que redesenharam as formas de vida, de ser e de estar no mundo e forjaram um mundo interno. Tal contexto de transformações da sociabilidade, da ocupação do espaço, do trabalho, dos papéis sociais e da subjetividade incluiu o desenvolvimento da imprensa, o maior alcance da alfabetização e a expansão da leitura, em especial da leitura silenciosa: “[...] só essa maneira de ler pode subtrair o

leitor ao controle da comunidade quando lê num espaço coletivo – por exemplo, numa biblioteca ou num local onde há outros presentes; só ela possibilita a interiorização imediata do que é lido por aquele que lê” (Chartier, 2009: 128).

A difusão da leitura é um marco fundamental no desenvolvimento das mídias e coincide com a construção social da subjetividade moderna, evidenciando o quanto as mídias e as formas de mediação entre as pessoas e a cultura, dialeticamente, produzem as pessoas. Mas é no campo da música que se torna possível encontrar um terreno mais nebuloso e, ao mesmo tempo, mais profícuo para essa discussão. Nascida em um contexto mágico e fetichista de execuções coletivas e rituais de danças e cânticos (Fischer, 1959; Attali, 1977; Wisnik, 1989; Adorno, 1991; Adorno, 2009), a música se faz presente desde os primórdios da cultura humana e adquiriu diferentes organizações e funções ao longo do tempo e das transformações sociais.

Enquanto uma sequência de ondas sonoras caracterizadas por impulsos e repousos, que permitem que som e silêncio se desenvolvam no tempo (Wisnik, 1989), a manifestação da música é etérea, não palpável e estabelece uma lógica de afinação do mundo que procura organizar som e ruído, harmonia e violência (Attali, 1977). As lógicas de organização dos sons, a exemplo da música modal ou tonal, remetem ao modo como a racionalidade extramusical é incorporada na música e implicam em concatenações dos sons que nunca são neutras ou imparciais, mas remetem a um campo de forças e violências que são fundantes da própria organização da cultura. Pensada como elemento ordenador, Wisnik (1989: 34) entende que a música faz-se “como o mais intenso modelo utópico da sociedade harmonizada e/ou, ao mesmo tempo, a mais bem acabada representação ideológica [...] de que ela não tem conflitos”.

Essa relação entre música, sociedade e subjetividade é mais profunda do que as afirmações acerca de “influência” da música na subjetividade podem fazer supor: “as sociedades existem na medida em que possam fazer música, ou seja, travar um acordo mínimo sobre a constituição de uma ordem entre as violências que possam atingi-la do exterior e as violências que as dividem a partir do seu interior” (Wisnik, 1989: 33-34). Assim, não é por acaso que a tonalidade seja o modo de hierarquização dos sons próprios à sociedade burguesa e à subjetividade moderna. Mais que isso, para Attali (1977) a organização sonora e a elaboração de uma noção moderna de harmonia no século XVIII foi premonitória, no sentido de já anunciar a organização social e política que se desdobraria no século XIX e que se tornaria

hegemônica, a ponto de a sociedade contemporânea resistir à superação técnica da tonalidade e mantê-la como um modo cristalizado e ideológico de ordenação harmônica.

Na contemporaneidade, a escuta parece ainda ser regida pelo reconhecimento (Adorno & Simpson, 1986), o que é explorado pela gestão técnica e algorítmica do acesso e da reprodução da cultura musical (Santini, 2020; Seabrook, 2016). Essa configuração exige que a análise e a crítica musical estejam atentas às determinações políticas, técnicas e econômicas de tal configuração, pois, se se concorda com Attali (1977), tal configuração das músicas e da indústria da cultura não está apenas representando ideologicamente o nosso tempo, mas está lançando as bases de como serão os próximos anos. Mais que isso, está construindo as subjetividades que serão necessárias para a manutenção de interesses de acumulação do capital.

No entanto, nem sempre a música foi mercadoria. Enquanto produção etérea, marcada pela execução e transmissão oral, foi preciso que primeiro existisse um objeto – a partitura – para que depois a música pudesse ser comercializada (Attali, 1977). Isso também exigiu a transformação do público no sentido de este aprender a pagar para ouvir música (Elias, 1995). Posteriormente, a reconfiguração do mercado fonográfico atuou no sentido de oferecer a música em diferentes formatos de consumo (Kischinhevsky, 2011), culminando nos serviços de *streaming* que cobram pelo acesso à música, mas já não garantem a posse de nenhum objeto, gravação ou afim.

Se por um lado essa dinâmica exige a atualização do conceito de indústria cultural, de outro lado, também evidencia que o conceito segue atual, pois permanece a formatação da produção cultural a partir da forma mercadoria. Tal atualização dos mecanismos da indústria cultural segue garantindo que o capital investido tenha retorno e segue funcionando como indústria e como mercado sem disfarces. Sobre isso, vale dizer que a lógica de mercadoria cultural vigora inclusive sobre produções independentes, mas que são feitas visando o sucesso comercial. Sobrevive o ar de semelhança em produções musicais e representações imagéticas de clipes e da própria figura do músico/artista. A aparência e, pode-se dizer, o estereótipo das cantoras sertanejas, oscilam sutilmente, principalmente no sentido de integrar a resistência e incorporar a leve desobediência, o que também evidencia a similitude. A coesão do sistema, afinal, segue sendo garantida pelos setores mais poderosos da indústria, no caso, setor agroquímico em geral, mas também setores do capitalismo

financeiro como bancos e serviços de investimento e financiamento¹ (Horkheimer & Adorno, 1985). Mesmo as mercadorias culturais produzidas de modo “independente” poderão, quando interessar ao mercado, ser incorporadas aos agentes tradicionais da indústria cultural, como gravadoras, televisão, rádios e afins.

Soma-se à tese de Attali (1977) acerca da premonição contida nas produções musicais, a denúncia de Horkheimer e Adorno e (1985) sobre a captura do esquematismo kantiano: se são os produtos que ditam a percepção, a indústria cultural contemporânea segue forjando sensibilidades e subjetividades, evidenciando que a disputa política e econômica segue se dando no campo estético (Sztulwark, 2023). Como escreveram Horkheimer e Adorno e (1985), a diferença ou a dissonância é integrada ou resolvida, sendo tolerada quando já não implica ameaça, ao mesmo tempo em que a diversidade técnica, artística e subjetiva que segue existindo vai sendo punida, condenada ao ostracismo e lançada à própria sorte em um mundo de capital monopolista e financeiro. É ilustrativa essa síntese dos autores: “uma vez registrado em sua diferença pela indústria cultural, ele passa a pertencer a ela assim como o participante da reforma agrária ao capitalismo” (Horkheimer & Adorno, 1985: 108-109). Afinal, a indústria cultural sabe identificar os seus.

2 AGRONEGÓCIO, VALOR-CLIVAGEM, INDÚSTRIA CULTURAL E ECONOMIA PSÍQUICA

A música sertaneja tem uma história própria no campo da indústria fonográfica no Brasil e nem sempre foi possível identificá-la com a pretensão de hegemonia (Alonso, 2015). Quando o sertanejo universitário desponta como gênero da indústria cultural em meados dos anos 2000 (Alonso, 2012), os personagens são de fato predominantemente masculinos e envolvem: “César Menotti & Fabiano, João Bosco & Vinicius, Luan Santana, Fernando & Sorocaba, Jorge & Mateus, Maria Cecília & Rodolfo, Victor & Léo, Michel Teló entre outros”, para citar o compilado trazido por Alonso (2012) que completa: “Se alguém ainda não ouviu falar deles, vive em outro país que não o Brasil” (Alonso, 2012: 99).

Os anos 2000, principalmente a partir de 2008, também assistiram ao esgotamento da resposta neoliberal às crises dos anos de 1970. Em especial, assistiram à

¹ Aqui pode ser mencionado o patrocínio de lives musicais pela indústria da cerveja, mas também todo um leque de marcas de caminhonete, roupa, bebida e carne que aparecem nos cliques musicais das músicas do agro.

crise financeira que se desdobrou da crise imobiliária estadunidense e desnudou o capitalismo financeiro exigindo uma reorganização do capital para manter a acumulação. O cenário de crises sistêmicas é, então, gerido para buscar reequilibrar o sistema. Há que se considerar aqui que a indústria cultural compõe esse cenário como um campo de valores simbólicos que busca interpretar e reformular os conflitos, inclusive psíquicos, que decorrem de um contexto de instabilidade e crise permanente.

Assim como a relação entre música, sociedade e subjetividade, a relação entre economia, gênero e subjetividade também emerge como relevante e profunda para a problematização que se propõe aqui. Se entendemos, com Roswitha Scholz, que a construção do valor é sexualmente específica e que o valor é o homem (Scholz, 1992), é necessário considerar que o capitalismo é patriarcal e que o patriarcado, como o conhecemos, é capitalista (Leite, 2020; Scholz, 1992). Desse modo, soma-se à crítica à indústria cultural a crítica à forma valor, o que implica que mesmo que as mulheres se inserissem no mainstream do mercado fonográfico, não seria suficiente para romper com a clivagem da forma-valor: “a clivagem faz parte da sua morfologia obrigatoriamente, pois não há como compreender historicamente a moderna sociedade produtora de mercadorias sem sua metanarrativa, que é o iluminismo” (Leite, 2020). Daí a retomada dos frankfurtianos para a construção da crítica de Scholz. Para a autora:

“[...] é precisamente a ascensão do *principio masculino* do ‘trabalho abstrato como um tautológico fim em si mesmo’ (R. Kurz) que traz como resultado o confinamento doméstico e a repressão da mulher na história ocidental, produzindo, ao fim e ao cabo, a perda da dimensão sensível das relações humanas, a destruição da natureza e a ameaça de guerra nuclear. Nesse sentido, o movimento feminista não precisa - para dar prova de seu valor (moral e econômico) - tentar a redefinição da atividade feminina em termos de trabalho, já que o ‘trabalho’ é de certo modo a ‘raiz de todo o mal’” (Scholz, 1992: s/p).

Se a indústria cultural é financiada pelos setores da economia de base de uma sociedade e está sempre alerta para o que é produzido em termos de cultura que possa ser incorporado por ela, compreendê-la na contemporaneidade e analisar de que modo ela se organiza como ramo “soft” de ajustamento subjetivo aos interesses do capital implica em reconhecer agentes e interesses mercadológicos. Conhecê-la a partir da reconfiguração e intensificação das formas de acumulação pós crise de 2008 parece fundamental para fazer frente às formas autoritárias que, de dentro

das sociedades liberais, emergem para reconduzir as dissonâncias à retroalimentação do capital. Mas, mais que isso, implica em discutir como a clivagem do valor é incorporada na forma musical, em especial pela tonalidade, modo de organização hierárquico dos sons que corresponde à organização social consolidada a partir das transformações vinculadas à Modernidade.

Na compreensão das subjetividades a partir da base material, das contradições e da sociabilidade em uma dada sociedade, é tanto necessário compreender essa organização social e a base material que a sustenta e reproduz, quanto desvelar os mecanismos de ajustes subjetivos que aparecem como inócuos ou como produtos da cultura automaticamente emancipatórios, como costuma acontecer com a música. A indústria cultural tem aqui uma função psicológica:

“A produção capitalista os mantém tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem sem resistência ao que lhes é oferecido. Assim como os dominados sempre levaram mais a sério que dominadores a moral que deles recebiam, hoje as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. Elas têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que as escraviza” (Horkheimer & Adorno, 1985: 110).

Ela cumpre o papel de capturar e dirigir descontentamentos, mantendo a aparência de liberdade, mas fazendo uso de suas artimanhas que reiteradamente recusam e disfarçam as raízes das crises permanentes, gerindo os mal estares e reconduzindo o sistema - e as pessoas - para uma nova etapa de acumulação do capital. No Brasil, essas velhas-novas formas de dominação, de matriz colonial e extrativista, evidenciam-se com uma retomada intensa do setor “agro” (Pompeia, 2021). Desde o início dos anos 2000, os setores agrários foram adquirindo maior relevância no cenário político - e a categoria “agronegócio” foi também instrumentalizada por segmentos progressistas (Pompeia, 2021), alertando para a complexidade da tarefa, que exige, como Adorno, Horkheimer (1985) e Benjamin (1994) já denunciavam, uma crítica da noção de progresso.

Esse período também coincide com uma ofensiva das gravadoras incorporando artistas emergentes (Alonso, 2018), em um movimento que parece bastante pautado na forma mercadoria de garantir e produzir e incorporar o sucesso de público e audição. O ~~feminejo~~, enquanto segmento feminino ~~—mas declaradamente não feminista—~~ da música representante do setor agro, nasce nesse contexto. O lançamento da música “Coitado” de Naiara Azevedo, em 2011, é reconhecido como um marco da configuração feminina que se desdobraria a partir daí no cenário da in-

dústria musical. Nascida como resposta a uma música machista, “Coitado” é entendida como a música que abriu as portas para fenômenos como Marília Mendonça, Maiara e Maraisa, Simone e Simaria entre outras mulheres, que passaram a ocupar espaços em um segmento musical predominantemente masculino. E passaram também a ocupar o topo dos rankings das mais tocadas.

Ainda que o prefixo indique uma questão feminina, é apressado, e talvez equivocado, atribuir uma dimensão feminista ao gênero musical e a suas agentes. Concluindo com uma certa benevolência ao gênero musical que não é partilhada aqui, Alonso (2018) tensiona algumas ambiguidades da atribuição de uma força feminista ao feminejo ao resgatar posicionamentos a respeito:

“As mulheres do feminejo demonstram muita resistência a se verem como ‘feministas’. Em entrevista ao UOL TAB muitas delas relativizaram ou até negaram o uso do termo. ‘Sinceramente, nunca pensei nisso [feminismo nas letras]. Cantamos a verdade, o que sentimos. Se agradamos as meninas que gostam do movimento, estamos juntas. É parceria total, estamos aqui para defender as mulheres’, disse Simaria. Em Campo Grande, Maiara disse: ‘a mulher é forte, guerreira, vai para cima e acredita em seu talento’. Apesar do discurso de ‘empoderamento’, Maiara declarou não ser feminista. Marília Mendonça disse: ‘Eu falo que eu não sou feminista de conceitos, sou adepta do feminismo na minha vida’. Já Naiara Azevedo fugiu do rótulo feminista para assumir o rótulo religioso: ‘Não [me vejo como feminista], me considero uma mulher justa. Eu sou muito religiosa e acredito que isso seja bíblico: o homem é a cabeça, é o chefe da casa, mas a mulher é o pescoço’ (Alonso, 2018: 8).

Aqui cabe a crítica de que é apressado atribuir por princípio o rótulo de feminismo, que deveria ser carregado de uma dimensão emancipatória, às atividades desempenhadas por mulheres, mesmo em um cenário de predominância masculina, como é o caso da música sertaneja. Mais que isso, é preciso fazer uma distinção importante entre formas de feminismo que de fato procuram romper com a perversidade estrutural do modo como a sociedade é organizada, divide e valoriza o trabalho, e formas liberais (Leite, 2020). O problemático emblema de “empoderamento” também consegue, com razoável tranquilidade, figurar entre formas liberais, autoritárias e conservadoras de vida (Solano et. al., 2023). E se o debate pode se dar no âmbito do conteúdo das músicas, é no âmbito da forma que reside uma dimensão fundamental da crítica, como se discutirá mais à frente.

Compondo o cenário de crescimento da vertente agro da indústria cultural, a campanha publicitária intitulada “Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil” começa a circular a partir de 2016 com presença intensa na Rede Globo:

“[...] nos últimos anos começou a circular uma campanha em rede nacional pela valorização do agronegócio, veiculada por uma farta produção de vídeos na Rede Globo, intitulada “Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil”, com o intuito, segundo Roberto Schmidt, diretor de marketing da campanha, de “fazer com que o brasileiro tenha orgulho do agro”, associado ao slogan “Agro é tech, agro é pop, agro é tudo” (Santos, 2021: 28).

A publicidade é um ramo importante da indústria cultural e, nas palavras dos autores “Quanto menos promessas a indústria cultural tem a fazer, quanto menos ela consegue dar uma explicação da vida como algo dotado de sentido, mais vazia torna-se necessariamente a ideologia que ela difunde” (Horkheimer & Adorno, 1985: 121). O “agro é tudo” se converte, afinal, “no profeta irrefutável da ordem existente” (Horkheimer & Adorno, 1985: 122). A pretensão de hegemonia lança luz para uma unidade entre as bases econômicas, sua reorganização e intensificação em um cenário de crises sistêmicas e permanentes; a indústria cultural musical e a publicidade; e o esforço declarado para forjar a aceitação do público ao que for necessário para garantir a lógica da acumulação:

“[...] na era das grandes corporações e das guerras mundiais, a mediação do processo social através das inúmeras mônadas mostra-se retrógrada. Os sujeitos da economia pulsional são expropriados psicologicamente e essa economia é gerida mais racionalmente pela própria sociedade. A decisão que o indivíduo deve tomar em cada situação não precisa mais resultar de uma dolorosa dialética interna da consciência moral, da autoconservação e das pulsões. Para as pessoas na esfera profissional, as decisões são tomadas pela hierarquia que vai das associações até a administração nacional; na esfera privada, pelo esquema da cultura de massa, que desapropria seus consumidores forçados de seus últimos impulsos internos. As associações e as celebridades assumem as funções do ego e do superego, e as massas, despojadas até mesmo da aparência da personalidade, deixam-se modelar muito mais docilmente segundo os modelos e palavras de ordem dadas, do que os instintos pela censura interna” (Horkheimer & Adorno, 1985: 167)

As mulheres aparecem aqui como um grupo social que parece requerer esforço e estratégia para a recondução das insatisfações geradas nos cenários das crises con-

temporâneas. Se o agronegócio encontra simpatia nos segmentos considerados mais à esquerda no espectro político, essa parece ser já uma vitória do campo neoliberal. As mulheres, por sua vez, já representaram um segmento de resistência, por exemplo, na eleição de Jair Bolsonaro². Capturar as insatisfações desse grupo social, reconduzindo-as de volta a uma estabilidade do sistema que garanta a sobrevivência da dominação é a tarefa da indústria cultural. E parece ser a tarefa do feminejo: forjar subjetividades para os próximos anos.

3 GESTÃO DAS INSATISFAÇÕES E CAPTURA DAS POTENCIALIDADES: O EXEMPLO DO FEMINEJO

Para Theodor Adorno “Analisar as obras artísticas equivale a perceber a história imanente nelas armazenada” (Adorno, 2011: 135). Analisar o exemplo do feminejo na perspectiva da Teoria Crítica requer, portanto, que a discussão que foi apresentada até aqui seja continuada junto dos elementos estéticos, sonoros, verbais e não verbais, e visuais das canções mais tocadas e mais ouvidas do feminejo no Brasil contemporâneo, dado que um modo de ouvir músicas implica assisti-las em clipes que contam com uma dedicada produção. Como já foi dito, tal análise das obras de arte requer também que elas sejam pensadas imanentemente e em dimensões estruturais para além do conteúdo que é possível captar verbalmente ou imageticamente.

A partir do que foi dito, é possível dizer que o feminejo não está sendo compreendido aqui como um segmento feminista da indústria musical. Se ele aparenta incorporar demandas, insatisfações, performances ou discursos ditos empoderados, isso é feito na medida em que se torna necessário para capturar, gerir e reconduzir essas dimensões dos conflitos contemporâneos a um ajustamento compatível com uma certa moralidade vinculada à direita política e ao dogmatismo religioso. Isso aparece em uma dimensão estrutural adequada à forma mercadoria. Pode-se citar aqui os diversos requisitos que são elencados por Adorno e Simpson (1986) para pensar a construção da música feita para ser vendida – mesmo que em um primeiro momento ela não tenha sido capitaneada por uma grande gravadora. Pode-se mencionar o *plugging*, as pequenas diferenças que permitem que um *hit* possa ser

² Ver, por exemplo: Voto feminino puxa Bolsonaro para baixo: Números do PoderData nos últimos 3 meses indicam forte viés de gênero no desempenho do presidente... Disponível em: <https://www.poder360.com.br/analise/voto-feminino-puxa-bolsonaro-para-baixo/>

diferenciado de outro, mas ainda assim, seguir sendo familiar e convencional, o glamour, a fala de criança, a tessitura das canções e seu tempo médio de execução, a disposição de autoridade dos artistas etc (Adorno & Simpson, 1986).

Pode-se também argumentar no sentido da manutenção da ordem sonora, testemunhando a naturalização de uma ordem social, política e econômica que vigora na música mesmo já tendo sido superada musicalmente. Como bom exemplar da indústria cultural, o “feminejo” não se atreve a qualquer ousadia estrutural, reconduzindo a harmonia, e também os anseios femininos emergentes das contradições sociais. A tonalidade, escreve Adorno (1986), é ajustada ao espírito burguês de sua época e é coerente com a forma mercadoria, o que se expressa na forma musical e não é de modo algum posto em questão pelas músicas de sucesso. A pretensa harmonia entre o universal e o particular, expressa na tonalidade, é correspondente a um modelo liberal de sociedade (Adorno, 1986) e parece compor a trilha sonora da sociedade neoliberal conservadora com habilidade.

Lidando com o desafio de ser sempre igual e, ao mesmo tempo, diferenciar-se proporcionando um reconhecimento, a música sertaneja também incorpora em sua estrutura detalhes que lhe são característicos. Rocha escreve que:

“Outra particularidade da estrutura musical do sertanejo universitário é o que os músicos do gênero chamam de convenções ou conversões. [...] se trata de células rítmicas tocadas de maneira convencional, ou seja, todos os instrumentos executam uma frase praticamente no mesmo ritmo, soando como um bloco. Estas convenções costumam ser frases sincopadas na qual, tomando a unidade de tempo como semínima, utilizam ataques na segunda semicolcheia ou no contratempo, normalmente as convenções acontecem em finais de frase ou em transições, como do verso para o refrão ou da introdução para o verso” (Rocha, 2019: 123).

Os detalhes, embora possam parecer uma ousadia da forma musical, não são menos padronizados do que esta, mas sua estandardização aparece como um efeito que seria próprio de especialistas, mesmo que não o seja (Adorno & Simpson, 1986). No entanto, isso é capaz de provocar no ouvinte uma reação que o inclina a perceber o detalhe de modo mais conspícuo do que o todo da obra: “O todo é preestabelecido e previamente aceito, antes mesmo de começar a real experiência da música” (Adorno & Simpson, 1986: 117). Essa construção estrutural dita as reações do ouvinte e, dispensando-lhe do esforço da escuta, da atenção e da compreensão, despoja o ouvinte de qualquer espontaneidade. Essa estrutura e meca-

nismo de funcionamento é de um convencionalismo e de uma tal coerência com a organização social que torna irrisória a possibilidade de haver ali algo digno de ser entendido como aliado da transformação social.

E mesmo o conteúdo verbal, escrito ou falado, torna difícil a atribuição de uma postura de protesto ao modo como as relações sociais são organizadas. É digno de nota que, na canção “inaugural” do feminejo, “Coitado”, a fala de Naiara Azevedo na gravação do DVD começa dizendo que a música foi “mandada por Deus” e que, portanto, ela agradece a Deus por enviar uma canção que ela pode cantar para a mulherada. Isso é compatível com a análise realizada por Solano, Rocha e Sendretti, a saber:

“O empoderamento feminino baseado na valorização moral da mulher, realizada a partir de uma estrutura binária de gênero, possibilita que a extrema-direita possa se apropriar de agendas em defesa das mulheres, tornando-se mais atraentes e palatáveis ao eleitorado feminino, e transmitir seus valores para uma gama mais ampla de mulheres. Além disso, também possibilita tanto uma disputa do campo feminista a partir de um viés conservador, como a emergência do femonacionalismo e outros fenômenos correlatos, como as “Mulheres Empoderadas em Deus”. Dessa forma, grupos de extrema-direita conseguem reivindicar o retorno aos papéis tradicionais de gênero como uma celebração do empoderamento das mulheres” (Solano et al., 2023: 14).

No bojo dessa valorização moral da mulher, ecoa nas letras das canções mais tocadas a expectativa pelo casamento tradicional, a exemplo de “Agora o nosso quadro casando na igreja/ Não vai ser pendurado, só existe na minha cabeça/ Nós dois tocando o gado, a filha Boiadeira [...] O meu pai não desiste, ainda quer ser vovô”, na música “Nosso quadro” de Ana Castela; a divisão tradicional de papéis de gênero: “Ahô Michele Castela, cê fez seu trabalho direitinho”, na música “Dona de mim”, em que Ana Castela refere-se à mãe: “Eu criei filha minha pra ser Boiadeira/ Na volta desse mundo não ficar por baixo/ Não vai ter frescurinha pra abrir porteira/ E nunca nessa vida depender de macho”. Ainda que “sem depender de macho”, mantém-se as estruturas de dominação:

“Esse modelo de família heteronormativa e monogâmica, de relações e de sexualidade, era completamente aderente ao liberalismo e ao fordismo. Com as alterações sociais do fim do século XX, porém, aparecem configurações em que o casal não precisa ser heterossexual, as pessoas podem viver sozinhas ou em relações poliafetivas etc, pois a dissociação tradicional (com esposa recatada e “do

lar”) deixa de ser oportuna quanto todas as pessoas precisam *trabalhar* para sobreviver – isso se houver trabalho. No pós-fordismo, é possível que todos desempenhem todos os trabalhos (abstrato ou clivado) ou que nem o homem nem a mulher se responsabilizem pelo cuidado da casa e dos filhos (nestes casos, essas tarefas são delegadas a uma instituição prestadora de serviços onde trabalham mulheres ou à empregada doméstica)”. (Leite, 2020: 281).

Aqui, é curioso notar que, ao buscar por “Dona de mim” aparecem músicas de IZA, Ana Castela, Glória Groove e Mattos e Mateus, evidenciando como o slogan da propriedade de si pode adequar-se a diversos níveis do espectro político. Isso é um alerta de que a crítica da propriedade, das formas de empreendimento de si, do progresso e, a rigor, da forma-valor, também precisam ser discutidas nos âmbitos críticos e feministas: “A clivagem é a sombra da forma do valor, para a qual não se olha, nem do ponto de vista conservador, nem pelas lentes do marxismo tradicional, da esquerda e dos feminismos” (Leite, 2020: 283).

A ideia de *se valorizar*, eventualmente como um sintoma da clivagem do valor, e abrir mão de relacionamentos que não levam ao casamento, sendo este o “dar certo”, mantém a aparência de autonomia e liberdade da mulher, ao mesmo tempo em que funciona como porta giratória para uma educação sentimental pautada na família heterossexual com filhos: “De mulher pra mulher: supera”, de Marília Mendonça, remete a uma volta por cima do relacionamento que, afinal, “não deu certo”. A mesma lógica aparece na “Dona de mim”, de Ana Castela: “Palhaço, decepção em cima de decepção/ Eita amor que dá coice no coração/ Acreditei que era herói, mas é bandido/ Por que você fez isso comigo?”. O herói, afinal, seria aquele capaz de reconhecer um certo tipo de valor na mulher: “As ideias de autonomia, escolha e empoderamento também perpassam o ativismo de mulheres evangélicas e conservadoras na política brasileira. Em sua ótica, há uma oposição entre mulheres “sem valor” e mulheres “de valor”, ou “mulheres de verdade” (Solano et al., 2023: 4). Mas, de novo, na sociedade vigente “o valor é o homem; o dissociado da forma-valor é mulher” (Leite, 2020: 283).

A brutalidade e a dureza combinam com a dominação da natureza, expressa na fazenda, no mato e, principalmente, no gado, e reproduzem uma lógica patriarcal de dominação que tem na máquina o seu modelo de eficiência e de racionalidade. A “mulher bruta”, que gosta de rodeio, de som trepidando, cerveja e churrasco, aparece em contraposição à mulher urbana, a patricinha, que toma vinho, usa cabelo Chanel e perfume Dolce&Gabbana e que talvez tenha alguma frescura para

abrir porteira e laçar o gado. Aquilo que poderia ser estilo não passa de um estereótipo pré-digerido: “Escolher um *ticket* [...] significa adaptar-se a uma aparência petrificada como uma realidade e que prolonga a perder de vista graças a essa adaptação” (Horkheimer & Adorno, 1985: 169). E os ícones de força, são aqueles patriarcais, forjados por um processo civilizatório que se pautou na dominação.

A dominação da natureza não aparece só na relação de gênero. A roça, o campo, a fazenda, são representados fundamentalmente com ícones industriais: grandiosos e numerosos silos de armazenamento de cereais, cercados por tratores, máquinas de difusão de agroquímicos e caminhonetes ocupam um cenário de monocultura, gado confinado e terra arada em tamanhos latifundiários. O clipe da música que pretende fazer um trocadilho sensual com a expressão “Roça em mim”, cantada por Zé Felipe, Ana Castela e Luan Pereira é emblemático nesse sentido de representar o campo e a natureza dominados:

“O casamento feliz entre o entendimento humano e a natureza das coisas que ele tem em mente é patriarcal: o entendimento que vence a superstição deve imperar sobre a natureza desencantada. O saber que é poder não conhece barreira alguma, nem na escravização da criatura, nem na complacência em face dos senhores do mundo. Do mesmo modo que está a serviço de todos os fins da economia burguesa na fábrica e no campo de batalha, assim também está à disposição dos empresários, não importa sua origem. [...] A técnica é a essência desse saber, que não visa conceitos e imagens, nem o prazer do discernimento, mas o método, a utilização do trabalho de outros, o capital” (Adorno & Horkheimer, 1985: 18).

A pretensa conciliação entre natureza e técnica, entre a cidade e o campo, aparece esteticamente na combinação entre instrumentos, timbres e ritmos tipicamente sertanejos e os tipicamente urbanos, como aqueles que remetes aos bailes funks e às batidas do rap. O berrante aparece em meio a batidas eletrônicas, trazendo referências a estereótipos de uma vida fantasiada em um campo que foi tomado pelo extrativismo e a monocultura em articulação com uma vida urbana exaustiva, acessível, mas preterida por opção ao campo – e não qualquer campo, como analisa Chã (2018) ao pensar as manobras estéticas para ajustes da opinião pública e convencimentos acerca da aposta no agronegócio. O marketing cultural, a inserção e a disputa por conteúdos escolares e a territorialização da indústria cultural articulam-se com uma ofensiva estética que gera desmobilização política no campo e ampla aceitação da suposta vocação agrária do Brasil (Chã, 2018).

A dificuldade da tarefa se relaciona com o fato de que essa aparência de revolta e superação do status quo masculino forjado pelo feminejo captura as insatisfações decorrentes do atual modo de organização e reprodução da vida, mas as devolve à lógica patriarcal. Sem questionar a forma trabalho e a forma valor, sem questionar a relação entre cultura e natureza, sem questionar progresso e história e, no campo da música, sem remeter à uma transformação da hierarquia e da afinação dos sons, recai-se, agora com mais cansaço, mais frustração e mais ressentimento, às velhas formas de dominação. O papel da indústria cultural de profeta do existente é explícito aqui e fomenta a subjetivação da impotência percebida cotidianamente pelos sujeitos.

No seu “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, Benjamin escreve que “Os conceitos seguintes, novos na teoria da arte, distinguem-se dos outros pela circunstância de não serem de modo algum apropriáveis pelo fascismo. Em compensação, podem ser utilizados para a formulação de exigências revolucionárias na política artística” (Benjamin, 1994: 166). Nesse caminho, instala-se a tarefa de construir uma forma estética que, sendo crítica da realidade vigente, não seja incorporável pelo fascismo. Uma vez construída, o desafio segue sendo fazê-la ser ouvida: “A nova música”, escreve Adorno (1986), “pressupõe – enquanto consciência da tensão – experiência, a dimensão de felicidade e sofrimento, a capacidade para o extremo, para aquilo que não esteja já pré-formado, como que para salvar o que o aparato do mundo administrado destrói” (Adorno, 1986: 159). Mas a formação social da escuta e a construção social das subjetividades não encaminha para isso. Enquanto isso, permanece a tarefa indicada por Adorno de fazer vir à consciência a complexidade das questões envolvidas na cultura musical, desvelando as contradições e artimanhas que, ainda que não planejadas, são coerentes com o estado de dominação. Cabe assim, trabalhar pela construção de uma música outra e de outras relações com a música, entendendo-se que aí reside uma dimensão fundamental da transformação social.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar de que modo a esfera agro do mercado brasileiro contemporâneo, a exemplo da sua vertente feminina da música e da gestão da cultura por meio da indústria cultural, promoveria um ajustamento dos sentidos e uma educação sentimental e política. Para tanto, o texto procurou articular a rela-

ção entre as mídias e a construção da subjetividade, pensando aqui as especificidades da música e suas implicações parcamente problematizadas na sociedade vigente. Posteriormente, procurou apresentar as relações profundas entre a configuração da sociedade capitalista e o desenvolvimento da forma musical, culminando em uma recuperação do conceito de indústria cultural.

Antes de recorrer ao material musical, o texto procurou discutir como a sociedade capitalista, principalmente em sua expressão contemporânea voltada à produção, reprodução e acumulação pelo viés agro do mercado, precisa lançar mão de mecanismos da indústria cultural que, longe de representarem a superação do atual estado de dominação, capturam e adestram as insatisfações e mal estares reconduzindo-os silenciados de volta à sociedade patriarcal. Sem realizar a crítica e a reconstrução da forma musical, o feminejo emerge como mais uma vertente reacionária e patriarcal da indústria cultural que, a despeito de eventualmente provocar deslumbres e otimismo frente à presença feminina, apenas evidencia as dificuldades pelas quais passa a crítica cultural e musical.

A título de exemplo, o texto procurou trazer músicas ícones do feminejo que figuram entre as mais tocadas visando desvelar que, desde as letras e imagens de clipes, já se evidencia que não há ali nenhuma pretensão de transformação do atual estado de hierarquias e formas de dominação. A breve discussão sobre instrumentos musicais, timbres e estrutura harmônica escancaram que tudo segue normal no interior das canções. Segue sendo necessário aprofundar a análise da forma musical, suas estruturas e relações extra musicais para que se evidencie como as contradições sociais se fazem presentes e se reproduzem no interior das obras musicais que estão longe de serem emancipatórias em si mesmas, mas que, ainda assim, constroem subjetividades. Conhecer como as ouvintes se relacionam com esses sons, emerge também como um campo de investigação que merece atenção. As novas formas de opressão restauram o verniz das antigas formas de dominação e mantém seu núcleo funcional. A superação dessa normalidade hostil à vida requer a radicalidade da crítica cultural.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. (1991): “O fetichismo na música e a regressão da audição”. In. M. Horkheimer & Th. W. Adorno: *Textos escolhidos* -Col. Os Pensadores (5a edição). São Paulo: Editora Nova Cultural, p. 79-105.

- ADORNO, Theodor W. (2009): *Filosofia da nova música* (3ª reimpressão da 3ª edição de 2002). São Paulo: Perspectiva.
- ADORNO, Theodor W. (2011). *Teoria Estética*. Coimbra: Edições 70.
- ADORNO, Theodor W. e SIMPSON, George (1986). “Sobre música popular”. In: Gabriel Cohn (Org.) Theodor W. Adorno: *Sociologia*. São Paulo: Editora Ática, pp.115-146.
- ADORNO, Theodor W. (1986). “Por que é difícil a nova música?” In: Gabriel Cohn (Org.) Theodor W. Adorno: *Sociologia*. São Paulo: Editora Ática, pp.147-161.
- ALONSO, Gustavo (2012): “O sertão vai à faculdade: O sertanejo universitário e o Brasil dos anos 2000”, *Revista Perspectiva Histórica*. nº 2 (2), janeiro - junho, pp. 99-111. Disponível em: <http://www.perspectivahistorica.com.br/revistas/1434420384.pdf>
- ALONSO, Gustavo (2015): *Cowboys do asfalto: música sertaneja e modernização brasileira* (1ª edição). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- ALONSO, Gustavo (2018): “Do sertanejo universitário ao feminejo: a música sertaneja e a antropofagia das massas”, *Revista Zumbido*, SESC, publicada em 08/01/2018. Disponível em: https://www.sescsp.org.br/online/selo-sesc/605_O+GENERO+MUSICAL+QUE+MAIS+VENDE+NO+BRASIL+E+TEMA+DA+ZUMBIDO+ 2#/tagcloud=lista
- ATTALI, Jacques (1977): *Bruits: Essais sur l'Économie Politique de la Musique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- BENJAMIN, Walter (1994): *Obras Escolhidas. Magia e Técnica, Arte e Política - Volume I*. Trad. Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Brasiliense.
- CHÃ, Ana Manuela (2018): *Agronegocio e industria cultural: estratégias das empresas para a construção da hegemonia* (1ª edição). São Paulo: Expressão popular editora.
- CHARTIER, Roger. (2009): “As práticas da escrita”. In: Roger Chartier (Org.) *História da vida privada*, vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, pp. 113-162.
- ELIAS, Norbert (1995). *Mozart: Sociologia de um gênio*. Organizado por Michael Schöter. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- FIGUEIREDO, Luís Cláudio M. & SANTI, Pedro Luiz R. de (2006). *Psicologia: Uma (nova) introdução*. 2ª edição. São Paulo: Educ.
- FISCHER, Ernest (1959): *A Necessidade da Arte*. Trad. Leandro Konder. São Paulo: Círculo do Livro.
- HORKHEIMER, Max. & ADORNO, Theodor & (1985): *Dialética do Esclarecimento* (Reimpressão de 2006). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo (2011): “Por uma economia política do rádio musical - articulações entre as indústrias da música e da radiodifusão sonora”, *Revista MATRIZES*, Ano 5 - n.º 1 jul./dez., São Paulo, pp. 247-258 Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i1p247-258>
- LEITE, Taylisi de Souza Correa (2020): *Crítica ao Feminismo Liberal: Valor-clivagem e Marxismo Feminista*. São Paulo: Editora Contracorrente.

- MARX, Karl (2017): *O Capital* [Livro 1]: Crítica da Economia Política: O Processo de Produção do Capital. 2ª ed. São Paulo: Boitempo Editorial.
- OLIVEIRA, Francisco de (2013): *Crítica à Razão Dualista: O Ornitorrinco* (1ª edição 4ª reimpressão). São Paulo: Boitempo Editorial.
- POMPEIA, Caio (2021): *Formação política do agronegócio*. São Paulo: Editora Elefante.
- ROCHA, Bruno Magalhães de Oliveira (2019): *Sertanejo Universitário: apontamentos históricos, estruturais, sonoros e temáticos*. (Dissertação de mestrado) Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Música. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/30485>
- SANTINI, R. M. (2020): *O algoritmo do gosto: Os sistemas de recomendação on-line e seus impactos no mercado cultural*. Volume 1 (1ª edição). Curitiba: Appris Editora.
- SANTOS, José Vítor Palhares dos (2021): “Agro é tech, agro é pop, agro é tudo”?: *Um estudo sobre os conflitos pela água intensificados pelo agronegócio em Minas Gerais a partir do caso da Bacia Hidrográfica do Médio São Francisco*. Tese de doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/37649>
- SCHOLZ, Roswitha. (1992): “O valor é o homem”, *Krisis* nº 12, pp. 19-52. Trad. José Marcos Macedo em S. Paulo, *NOVOS ESTUDOS - CEBRAP*, nº. 45 - julho de 1996, pp. 15-36.
Disponível em: <http://www.obeco-online.org/rst1.htm>
- SEABROOK, John (2016): *The Song Machine: Inside the Hit Factory*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- SOLANO, Esther, ROCHA, Camila & SENDRETTI, Lilian (2023): “Mulheres de extrema-direita: Empoderamento feminino e valorização moral da mulher”, *Caderno CRH*, Salvador, v. 36, pp. 1-16.
Disponível em: <https://doi.org/10.9771/ccrh.v36i0.55443>
- SZTULWARK, Diego (2023): *A ofensiva sensível: neoliberalismo, populismo e o reverso da política* (1ª edição). São Paulo: Editora Elefante.
- WISNIK, José Miguel (1989): *O som e o sentido—Uma outra história das músicas*. São Paulo: Companhia das Letras.