



8

A SOCIEDADE DO CONSUMO E O MOVIMENTO DE VANGUARDA: A contradição do Tropicalismo

The Society of Consumption and the Movement of Vanguarda: the contradiction of Tropicalism.

Bianka Rodrigues de Oliveira

* Recebido em: 09.08.2018.

Aprovado em: 11.10.2018.

** Licenciada em História pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Email:

oliveirarodriguesbianka@gmail.com

Resumo: Este artigo busca analisar as relações entre o Movimento Tropicália, entendido aqui como expressão do neotribalismo de Maffesoli, e a sociedade de consumo. A hipótese é de que a constituição identitária, inspirada pelo conceito de *illusio* de Bourdieu, aciona necessidades de autocategorizações ontológicas, não supridas pela lógica do capitalismo moderno, e, por isso, gera uma tendência para formação de tribos urbanas, que passam a orientar o consumo dos membros destes grupos.

Palavras-Chave: Neotribalismo; consumo, Tropicália, identidade

Abstract: This article seeks to analyze the relations between the Tropicália Movement, understood here as an expression of Maffesoli's neotribalism, and the consumer society. The hypothesis is that the identity constitution, inspired by the concept of *illusio* from Bourdieu, triggers needs for ontological self-categorization, not supplied by the logic of modern capitalism, and therefore, generates a trend towards the formation of urban tribes, which begin to guide consumption of these groups.

Keywords: Neotribalism; consumption, Tropicália, identity



INTRODUÇÃO

As duas formas apresentadas por Maffesoli (1998), o consumo "básico" e o "supérfluo", têm ganhado cada vez mais espaço social no capitalismo, como já denunciaram a Escola de Frankfurt com a crítica à indústria cultural. Nesse contexto surge a denominação: *sociedade de consumo*. Assim, o consumo está presente na sociedade contemporânea em todos os aspectos, desde a necessidade básica que nos "força" a consumir produtos, no nosso ímpeto para nos satisfazermos como indivíduos nos meios sociais ou para nos sentirmos parte de determinado grupo.

Chama-nos a atenção este último aspecto, em que "micro-grupos", forjados em meio à massificação das relações sociais baseadas no individualismo e marcados pela "unissexualização" da aparência física, dos usos do corpo e do vestuário, passam a contestar o próprio individualismo vigente no mundo contemporâneo, formalizando o que Michel Maffesoli (1998) definiu como neotribalismo. Nosso interesse, portanto, se volta a compreender como essas "tribos urbanas" passam a utilizar bens materiais e simbólicos para expressar suas identidades e se posicionar, enquanto grupo de contestação ao capitalismo, a partir do Movimento Tropicalista.

Maffesoli (1998) discute como, nesse contexto de ampliação da insegurança e de incertezas, surge a "necessidade de solidariedade e proteção" formalizando o neotribalismo. No Brasil, na década de 1960, este panorama se soma às consequências da

Ditadura Militar, o que teria favorecido o surgimento de vários movimentos sociais de contestação, dentre os quais a Tropicália.

Neste sentido, tem-se como principal proposta deste artigo fazer uma análise do consumo praticado por integrantes do Movimento Tropicália em 1967-68. O problema a ser analisado é: como o Tropicalismo, ao estimular a formação de "neotribo", contribuiu para a sociedade de consumo? A hipótese levantada parte da suposição de que a necessidade de referências ontológicas estimularam os participantes do movimento Tropicália a se organizarem em um grupo identitário, o que configura a concepção de neotribalismo colocada por Maffesoli (1998), e, desta forma, acabaram por incentivar o consumo de bens e serviços com o referencial simbólico da Tropicália.

Buscamos, então, problematizar como o Tropicalismo enquanto movimento contracultural contribuiu para a sociedade de consumo a partir da noção de neotribalismo. A partir da observação de músicas, entrevistas e festivais, analisaremos a utilização que a mídia fez desses eventos para consolidar a sociedade de consumo. A metodologia utilizada para a realização desta pesquisa se baseia no uso de fontes e referências secundárias digitais e impressas, as quais trazem discussões acerca do movimento cultural dos anos de 1960. A discussão é feita a partir das mudanças estruturais políticas, sociais e culturais.



SOCIEDADE DO CONSUMO, IDENTIDADES E O NEOTRIBALISMO

A autora Marluce Pereira da Silva (2007) explica, a partir da releitura de Livia Barbosa (2004), que a “Revolução do Consumo” e “Comercial” acabou antecedendo a Revolução Industrial e, por isso, se torna um forte elemento na chamada modernização ocidental. Para Retondar (2007), essas mudanças estruturais desenvolvidas na Europa ocidental no século XVIII propiciaram no universo do consumo uma passagem com maior centralidade e, desta forma, favoreceram o motor econômico, gerando a expansão do consumismo. Desta maneira, ao utilizar o elemento mediador de novas relações e processos no plano cultural da sociedade moderna, passou a inserir as mudanças de identidade do indivíduo dentro da estrutura social. Segundo Retondar (2007):

Se as origens da sociedade de consumo estão localizadas no período de consolidação da própria modernidade na Europa ocidental dos séculos XVIII e XIX, é patente sua radicalização no contexto das sociedades contemporâneas, servindo agora como referência para construções intelectuais fortes como, por exemplo, a idéia de uma *cultura de consumo* que, segundo algumas abordagens, constituir-se-ia como uma das chaves explicativas da própria dinâmica cultural na modernidade tardia (RETONDAR, 2007, p. 139).

Essa cultura do consumidor estaria marcada especialmente por duas dimensões de consumo: as necessidades “básicas” e as “supérfluas”. À medida que se intensifica a constituição de um mercado fundado no consumo “supérfluo”, a cultura do consumidor vai se transformando num círculo *continuum* (RETONDAR, 2007, p. 138), de modo que o ato de consumir se torna a própria ação/desejo de estar consumindo determinado produto.

Portanto, a caracterização da sociedade de consumo ganha uma estrutura marcada pela insaciabilidade constante, transformando-se num ciclo vicioso, o *continuum* exemplificado por Retondar (2007). Essa dinâmica implica pensar no consumo como uma forma de massificação/homogeneização social, que nos leva a refletir sobre os processos de individuação, construção de identidades e subjetividades.

Segundo Marcia Regina da Costa (2001), em seu artigo “Tribos Urbanas e Identidades nas Metrôpoles”, as chamadas tribos urbanas fazem com que o indivíduo passe a ter novos referentes para a constituição de sua identidade no contexto de modernidade tardia ou pós-modernidade. Stuart Hall (2006) também salienta, em seu livro *A identidade Cultural na Pós-Modernidade*, que a identidade é um fator importante na construção do sujeito moderno, salientando que as velhas identidades que se estabilizaram no mundo social estariam em declínio, dando espaço para as chamadas novas identidades, que fragmentam o sujeito moderno, visto antigamente de forma unificada.



Hall (2006) chama este processo de crise de identidade e mostra que haveria um mais amplo processo de deslocamento das estruturas e processos centrais das sociedades modernas, abalando os quadros de referências e estabilidades no mundo social.

A partir desta descentralização, apresentada por Hall (2006), e a mudança de conjuntura estrutural das sociedades modernas no final do século XX, a identidade passa a ser um conceito complexo: "fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais" (HALL, 2006, p. 9).

Assim, a fragmentação da sociedade moderna, ressaltada pelo autor, implica no surgimento de subgrupos a partir dessa divisão social. Outro ponto muito importante exposto por Hall (2006) é que, nessa estrutura moderna, a identidade se formaria por intermédio da "interatividade" da *identidade* e do *eu*.

O sujeito, ao transitar nas trocas culturais, passa a adquirir várias identidades na mesma personificação. Nesta troca cultural, decorrente do neotribalismo, passa-se a sair do individual para o social, formando as tribos urbanas dentro do conceito maffesoliano.

Marcia Regina da Costa (2001) cita Balandier para conceituar o termo tribo "frequentemente usado para se referir às diversas formas de associações – clubes, comunidades, redes – resultantes do processo social de fragmentação e do concomitante processo de reagrupamento associativo e tribal" (COSTA, 2001, p.

45). Portanto, ao fazer uma retomada da sociedade discutida por Hall (2006), Costa (2001) mostra que ela estaria se associando neste reagrupamento tribal, que se exemplifica no neotribalismo de Maffesoli (1998), das formas contemporâneas de sociabilidade.

Abre-se espaço para os jovens tornarem-se integrantes nessas tribos e terem "a possibilidade de um encontro afetivo, passional, criação de um espaço de dissidência e de um canal simbólico de expressão identitária" (COSTA, 2001, p. 46). Ostentam um vitalismo rebelde, opondo-se ao individualismo moderno e situando-se à margem das normas sociais (COSTA, 2001, p. 46).

Sobre este aspecto, o artigo de Pedro Paulo Oliveira (2005) "*Illusio: aquém e além de Bourdieu*" traz como principais referências Geertz (1989) e Pierre Bourdieu (1996), que nos auxiliam na compreensão desse fenômeno. A proposta é compreender como a *illusio* contribui na formação de identidade do ser humano no âmbito social e como se constrói a identidade dentro de determinado grupo.

Precisamente, a *illusio*, conceito desenvolvido por Bourdieu (1996c), seria resultado da afinidade eletiva entre os laços afetivos ou sentimentais desenvolvidos por determinado indivíduo com algum grupo identitário, o que contribui para a emergência e formalização do neotribalismo.

A partir de Geertz (1989), Oliveira (2005) retrata que a cultura teria sido um ingrediente essencial para a formação humana. Desta forma, a cultura seria o principal agente para a



definição de identidade no sentido ontológico. Esta mesma ligação estaria (co)relacionada com os grupos primários, cujo principal representante seria o grupo familiar, mas também o comunitário e o religioso, que interligam as crenças estabelecidas no seio cultural ao indivíduo.

Para se ter maior compreensão acerca desta construção a qual se faz presente no conceito de *Illusio*, numa abordagem ontológica, o autor aponta que Geertz (1989) defende dois argumentos, sendo eles prévios e fundamentais para que haja entendimento a respeito de sua tese:

Primeiro, a descoberta de que “a maior parte das mudanças biológicas que produziram o homem moderno (...) ocorreu no sistema nervoso central, e especialmente no cérebro”, e também o fato de que “o homem é, em termos físicos, um animal incompleto, inacabado”. Assim, “ele tem que aprender muitas coisas antes de poder funcionar” (Geertz 1989:58). Essa incompletude deve ser superada a partir dos planos, receitas, regras e instruções inculcados por meio do contato com os outros agentes adultos que irão instilar os padrões de comportamento cultural daquela coletividade em cada novo rebento que emerge em um mundo sócio-histórico específico (OLIVEIRA, 2005, p. 531).

Deste modo, existiria uma incompletude decorrente do ser humano e que deveria ser completada dentro de uma interação, que insere o indivíduo na cultura. O comportamento reproduzido por esse agente ou a sua organização partiria de sua experiência fornecida pelos sistemas de símbolos significantes. Surge, portanto, uma constituição que interage com os mais variados arranjos

culturais (OLIVEIRA, 2005, p. 531-32). Para Oliveira (2005), a passagem do “instinto” para a “pulsão”, conforme argumenta Freud (1920) - ou seja, de um substrato biológico para uma (re)apropriação social deste mesmo instinto - ocorre por meio da sexualidade, ou pela busca por prazer chamada de libido.

Herbet Marcuse (1975) aponta que existiam antagonismos entre os instintos do sexo (libidinais) e do ego (autopreservação). Através de um breve período, a concepção dualista é substituída pela hipótese de uma libido onipresente (narcisista). Deste modo, o papel predominante da sexualidade advém da natureza do aparelho mental.

De acordo com Marcuse (1975), Freud (1920) concebeu os processos mentais como primários, governados pelo princípio de prazer; logo, aquele instinto passa a atuar sob este princípio, e se torna a sustentação e o instinto de vida, e que, segundo Oliveira (2005), orientará a construção da *illusio*, como define Bourdieu (2006).

A partir desta construção filogenética, deriva-se a civilização da substituição do despotismo patriarcal da horda primordial, pelo despotismo internalizado do clã fraterno (MARCUSE, 1975, p. 50). Logo, a formação de identidade pelos indivíduos se dá a partir dos primeiros grupos que fazem parte da vida do ser humano nos seus primeiros anos de vida, e que são capazes de orientar as mudanças de instintos em pulsões, possibilitando o estabelecimento da *illusio*.



Esse movimento é constituído por intermédio da cultura, a partir dos laços familiares, comunitários e religiosos, primordialmente. No entanto, a partir dos processos de globalização, industrialização, urbanização, formalização da sociedade do consumo e emergência das mídias e redes sociais, considerados grupos (secundários) com divisão hierárquica e controle público, o contato com os grupos primários se torna cada vez mais esparsa.

Isso significa dizer que a formação ontológica, antes exclusiva aos grupos primários, num tipo de relação solidária chamada por Durkheim de mecânica, que ligava libidinalmente os indivíduos por interesses comuns, como aponta Marcuse (1975), vão sendo substituídas por laços orgânicos, lógicas burocratizadas, promovendo a possibilidade de formação de autocategorizações, não só ontológicas, como também formais (MARINHO, 2019).

No entanto, como apontado por Geertz (1989), existe uma necessidade de desenvolvimento hiperbólico, a partir da função cerebral, em razão das incitações culturais, fundamentais para a constituição dos agentes, que atomiza a capacidade de elaborações simbólicas humanas, a partir do contato com os primeiros grupos sociais, que é inalienável. Daí existir uma necessidade de correspondência ontológica, que não se satisfaz com o contato com grupos secundários.

Afinal, como argumenta Bourdieu (1996), são os primeiros grupos sociais, que possibilitam a *illusio*, ou seja, “estar envolvido

no jogo (social), levar o jogo a sério" (OLIVEIRA, 2005, p. 536-537). Neste sentido:

[...] *Illusio* [...] é dar importância a um jogo social, perceber que o que se passa aí é importante para os envolvidos, para os que estão nele [...] É 'estar em', participar, admitir, portanto, que o jogo merece ser perseguido; é reconhecer o jogo e reconhecer os alvos [...] Os jogos sociais são jogos que se fazem esquecer como jogos e a *illusio* é essa relação de cumplicidade ontológica entre as estruturas mentais e as estruturas objetivas do espaço social (Bourdieu 1996c:139-140) (OLIVEIRA, 2005, p. 536-537).

Assim sendo, a *illusio* é uma relação envolta pelas bases ontológicas ligadas ao ser, que justifica inclusive, no contexto da sociedade de consumo, o surgimento do neotribalismo, e o sucesso de Movimentos como a Tropicália, que buscam oferecer e suprir a carência desse horizonte ontológico. Nesse sentido, a partir da formação de tribos, esses grupos acabam interligados entre si na interatividade da natureza simbólica.

Por meio desta identidade de cunho mais ontológico, o consumo de produtos culturais passa a ser orientado, como exemplifica Costa (2001), através de bandas, músicas e seus diversos estilos.

A TROPICÁLIA E O NEOTRIBALISMO

Como reação à lógica consumista, muitos movimentos sociais se organizam em torno de uma lógica contracultural, cuja



principal característica é a fuga da padronização social. Heloísa Buarque de Hollanda (1981) aborda em seu livro *Impressões de Viagem – Cpc, Vanguarda e Desbunde: 1960/70* que:

É nesse clima que um novo grupo de jovens artistas começa a expressar sua inquietação. Desconfiando dos mitos nacionalistas e do discurso militante do populismo, percebendo os impasses do processo cultural brasileiro e recebendo informações dos movimentos culturais e políticos da juventude que explodiram nos EUA e na Europa – os hippies, o cinema de Godard, os Beatles, a canção de Bob Dylan –, esse grupo passa a desempenhar um papel fundamental não só para a música popular, mas também para toda produção cultural da época, com conseqüências que vêm até nossos dias (HOLLANDA, 1981, p. 53).

Assim sendo, Hollanda (1981) aponta que esse processo cultural se fazia presente no âmbito musical, desde a consolidação da música popular brasileira até a produção cultural de modo geral. O movimento Tropicália surgiu devido às influências de outros movimentos socioculturais de vanguarda, cultura pop e estrangeira, como é apresentado pela autora Heloísa Buarque de Hollanda (1981), que buscou promover discussões sobre o concretismo e a inserção do *rock and roll* no tropicalismo, e suas críticas diversas dentro do próprio movimento tropicalista.

A conjuntura do cenário urbano que passou a ser caracterizado pelas tribos urbanas e os vários estilos juvenis marcaram os anos de 1960, período conhecido principalmente pelos adeptos dos vários movimentos sociais e culturais que começaram na Europa, entretanto obtiveram o seu auge nos

Estados Unidos, chegando à América Latina e ganhando notoriedade a partir dos meios de comunicação.

Segundo Carlos Alberto Pereira (1980), estes movimentos sociais passaram a ser designados de Contracultura, termo inventado pela imprensa estadunidense para designar um conjunto de manifestações culturais que floresciam, sobretudo entre os jovens, chamados de *Beatniks* e *Hipsters*.

No Brasil, algumas ideias do movimento contracultural se manifestaram advindos da proposta de revolução cultural, como a Tropicália, envolvendo um sentimento romântico em torno deste movimento cultural:

[...] a partir do golpe de 1964, havia o sentimento romântico, apropriado pela esquerda militante, intelectuais, artistas e grupos de estudantes universitários, de tentativa de mudança no cenário de repressão e cerceamento das liberdades, imposto pelo governo e alguns setores civis da época. Para vários intelectuais e artistas o projeto era de mudar o homem para mudar a sociedade (RESENDE, 2012, p. 1).

Desta maneira, Resende (2012) cita Marcelo Ridenti para trazer a discussão sobre a mudança cultural por meio de uma revolução envolvendo a cultura. Todavia, o sentimento romântico estaria engajado neste movimento tropicalista, mudando a estrutura social através da cultura.

Segundo Resende (2012), a Tropicália retomava as raízes do povo brasileiro, trazendo as características rurais do interior do Brasil, supostamente não contaminados pela modernidade



urbanística e capitalista, a qual implicava na desumanização, no consumismo, no império do fetichismo da mercadoria e do dinheiro. Construindo uma observação acerca da sociedade de consumo, percebe-se que o tropicalismo nos anos de 1968 passa a se vincular à cultura de consumo e à indústria cultural, devido à mídia a qual promovia os festivais.

Acreditava-se ser possível fazer uma revolução cultural promovida pelo tropicalismo, ações culturais, mais tarde associando o movimento à crítica política devido ao clima vivenciado no contexto de época, ou seja, à repressão que intervinha na produção cultural do país na ditadura militar.

Para Heloísa Buarque de Hollanda (1981), o processo cultural se fez presente no âmbito musical. Desta forma, abriu espaço na consolidação da música popular brasileira até a produção cultural, de modo geral. A autora fala sobre o momento vivido nos respectivos anos de 1960, a efervescência política e o intenso clima de mobilização dos artistas e intelectuais no projeto de revolução cultural, que propiciou a disseminação do movimento tropicalista por todas as regiões do Brasil, (inter)mediado pelos meios de comunicação.

A Tropicália acaba explodindo nos anos de 1967-68, tendo "crítica vigorosa em relação ao discurso populista ainda residual na maior parte das produções culturais do período" (HOLLANDA, 1981, p. 37). O discurso lírico começa a fazer parte dos padrões musicais da MPB, como a exaltação à cultura e às terras brasileiras,

juntamente com o discurso nacionalista. Vários artistas se destacaram no engajamento da Tropicália:

[...] Os integrantes de maior destaque foram os baianos Gilberto Gil e Caetano Veloso. Além dos artistas citados, a banda paulista Os Mutantes foi um grupo relevante no envolvimento com o Tropicalismo, assim como músicos Tom Zé, Nara Leão, Gal Costa, Torquato Neto, Rogério Duprat e Capinam. Para as artes e o design, os principais nomes foram Lygia Clark, Hélio Oiticica (que criou uma instalação em 1967 que deu o nome ao movimento) e Rogério Duarte (OLIVEIRA; QUELUZ, 2013, p. 654).

Os artistas mencionados pelas autoras Oliveira e Queluz (2013) transformaram o tropicalismo num grande acontecimento cultural em 1967-68. Indo além da música, houve uma mistura de todas as áreas artísticas do teatro às artes plásticas, como explica Hollanda (1981).

O tropicalismo apresentava a recusa ao populismo trazido desde o movimento concretista, desconfiando dos projetos de tomada do poder, e demonstra a valorização dos canais de massa, a construção literária das letras, a técnica, o fragmentário, o alegórico, o moderno e a crítica de comportamento.

Outro fator que Hollanda (1981) aponta como discussão se estende como referência ao Estado, como controlador da produção cultural, passando a subsidiar ou, melhor dizendo, patrocinar as produções culturais em termos das novas exigências do mercado.

Para o autor Luis Fernando de Carvalho Sousa (2006), o tropicalismo despontou como revolução cultural "sinalizando novas



formas de se pensar a realidade vinculada à produção cultural" (SOUSA, 2006, p. 90). Complementando as falas de Sousa, houve uma produção nos mais diferentes ramos que foram além do cenário musical dentro do cenário artístico brasileiro, como fora mencionado ao citar Favaretto (1996).

Esses mesmos entrelaçamentos culturais nasceram do movimento Antropófago (1928) de Oswald de Andrade, no modernismo de 1922, além de buscar inspiração no movimento Pau Brasil (1924), como na produção cinematográfica a qual fez uma desconstrução de *Macunaíma* de Mário de Andrade, dando-lhe uma nova roupagem com as principais ideias do tropicalismo (MALAFAIA, 2013, p. 2).

Consideradas presentes na descodificação dos fluxos culturais "por meio de uma nova maneira de produção de desejos; nova maneira de ser e conceber a cultura" (SOUSA, 2006, 194), as manifestações populares começam a ganhar espaço a partir dos anos de 1950, e a cultura popular invade o espaço da cultura erudita (MALAFAIA, 2013, p. 5). Para Sousa (2006), o movimento tropicalista se tornou questionador dos valores sociais da sociedade vigente e apontava para os novos modos de vida e mecanismos interpelados pelo sistema.

DA TROPICÁLIA AO CONSUMO NEOTRIBALISTA

Além da exaltação nacionalista e do lirismo em suas canções, a Tropicália é romantizada como movimento, pois trazia a

cultura ao povo brasileiro, chegando a localidades diversas, num nível comunitário. No entanto, tendo em vista a divulgação excessiva da mídia e os grandes festivais promovidos pela televisão, os movimentos de vanguarda ganharam notoriedade nos movimentos culturais e, ao mesmo tempo, passaram a estabelecer relação com a cultura de consumo, o que faz surgir uma dualidade em relação aos seus propósitos e características. Se, por um lado, buscavam fazer uma retomada às raízes do Brasil, apresentando características rurais do interior do brasileiro, a valorização da natureza, como mencionado pelo autor Victor Henrique de Resende (2012); por outro, alimentou a indústria e o mercado como elementos simbólicos que passariam a ser consumidos.

Segundo o autor Celso Favaretto (1996), o III Festival de Música Popular Brasileira, produzido pela TV Record de São Paulo, apresenta um determinado público consumidor de músicas lançadas no mesmo evento como *Alegria, Alegria e Domingo no Parque*. Formado "preponderantemente por universitários – tornava-se difícil reconhecer uma postura política participante ou certo lirismo, que davam a tônica à maior parte das canções da época" (FAVARETTO, 1996, p. 19).

Favaretto (1996) diz que, apesar da repressão da Ditadura Militar, o tropicalismo levou à cena cultural uma discussão decorrente de outras áreas da arte, dentre as quais se encontram o teatro, o cinema e a literatura, transformando-se em meios viáveis para a modernização e provocando um salto na indústria cultural, tendo sustentação no consumo da classe média.



A televisão se torna uma das principais produtoras e divulgadoras de festivais, arrecadando cada vez mais com o consumo da cultura de massa. Outro fator importante que Heloísa (1981) aborda em *Impressões de Viagens* é que o Estado era tido como controlador da produção cultural, passando a subsidiar e patrocinar as produções voltadas às áreas culturais, segundo as novas exigências do mercado.

As grandes arrecadações realizadas através do movimento Tropicália com a venda e o consumo de produtos, além da divulgação realizada pela mídia e a indústria fonográfica, se promoveu por meio da venda de LPs e discos e do consumo musical.

À princípio a Tropicália, explica Carlos André Carvalho (2010), se manifesta através das novas tecnologias de informação que chegam no Brasil, como os meios de comunicação - a TV, o rádio, o consumo de músicas estrangeiras, a globalização. O autor, ao citar o filósofo Nicolau Sevcenko (2000), diz que a imprensa teria tribalizado o homem. Os meios eletrônicos, a partir da década de 1960, ocasionaram várias mudanças no comportamento cultural e social.

Desse modo, enfatiza Carvalho (2010), a televisão havia se tornado um dos principais meios de reconstruir um legado oral. No caso da Tropicália, apesar do movimento produzir uma crítica aos meios de comunicação, estes acabaram por se utilizar da agenda política do Movimento para consolidar um novo mercado

consumidor, ao mesmo tempo que formalizava a televisão como um dos principais meios de divulgação cultural do período.

Logo, devido aos grandes festivais da TV Globo e da Record, as propagandas midiáticas e a rádio, o tropicalismo passou a vincular-se como integrante desse universo da cultura de massa, possibilitando o consumo e a chegada das produções culturais nos interiores do Brasil e nas comunidades.

Mais do que isso, o movimento Tropicália possibilitou à indústria fonográfica a venda de LPs e discos de vinis, como o *Tropicália ou Panis et Circenses*, lançado no ano de 1968. O misto de ritmos se encontra neste novo cenário da música popular brasileira, como o rock (ritmo estrangeiro) e o samba, que se misturavam nos sons das famosas guitarras elétricas numa pegada abrasileirada, não se esquecendo das letras ousadas e debochadas, críticas à ditadura, à falta da liberdade de se expressar nos meios sociais, e que os jovens tanto discutiam ao organizarem os movimentos estudantis, como aconteceu naquele mesmo ano de 1968. Foram inseridos elementos da cultura pop e de massa, usando palavras americanas nas letras, o rebolado nos palcos e irritando a direita com provocações de um lado e, do outro, a esquerda.

Este movimento promoveu os espetáculos, desorganizando valores cristalizados e atingindo o povo, claro de forma estratégica (CARVALHO, 2010, 57). Segundo Cahuana Tafarelo de Oliveira e Marilda Lopes Pinheiro Queluz (2013), as capas de discos dos álbuns do movimento Tropicália materializaram imagens, as quais



passavam a continuidade dos conceitos estéticos. Portanto, ao fazer um mapeamento do consumo cultural, dos próprios discos no tropicalismo, as autoras citam que:

O movimento inaugurou conceitos novos em produto, consumo, marketing e política visual. Essa inovação se deu principalmente pelas mãos de Rogério Duarte, e depois foi assimilada e desenvolvida por Luciano Figueiredo, Oscar Ramos, Aldo Luiz e Kélio Rodrigues, entre outros, designers que também fizeram à tradução visual das propostas sonoras daquele importante movimento da cultura brasileira (RODRIGUES *apud* LOPES; QUELUZ, 2008, p. 190).

Por conseguinte, as características do design e as referências nos discos fizeram com que os conceitos fossem vistos de forma importante dentro desta nova proposta sonora e visual no âmbito cultural. Quanto ao design de capas de discos, o destaque da nova roupagem foi a dos baianos Caetano e Gil, dando outro impacto na forma de produzir esteticamente os discos dos dois cantores considerados parte da Tropicália.

De acordo com Pedro Martins (2017), os espaços no campo artístico e mercado de bens simbólicos acabaram incorporando o sincretismo e as contradições intrínsecas à formação cultural do país, levando a Tropicália ao terreno do consumo e da indústria cultural.

Desta maneira, a análise vinculada aos bens simbólicos é propulsionada pelo surgimento de grandes meios ligados ao áudio e ao visual, como a TV e as rádios, na esteira da expansão do

capitalismo global (MARTINS, 2017, p. 339). No que tange ao movimento, houve sinais invertidos ao proporcionar uma falsa superação da distância entre a arte e a sociedade. Isso porque, ele se manteve no entretenimento massificado e, deste modo, resultou na ambiguidade do mercado como meio de procedimento de fins estéticos (MARTINS, 2017, p. 341).

Marcos Napolitano (2002) ressalta que os grandes festivais Universitários realizados pela Rede Tupi de Televisão (1969/72) e pela Som Livre Exportação (1971/72) da Rede Globo foi uma tentativa de inserção da indústria visual e fonográfica. Nesse cenário, dois álbuns de LPs marcaram o espaço social e cultural da MPB, sendo eles de *Chico e Caetano Juntos* e *Ao Vivo* (1972) e *Elis e Tom* (1974), apontando a explosão do consumo no país a partir de 1976.

O ano de 1972, também lembrado por Napolitano (2002), marcou o fim dos festivais televisivos, que tiveram o seu início em 1965. Houve uma tentativa de retomada dos festivais com a Rede Globo - o FIC, com o apresentador Solano, e uma tentativa de recriar o formato de festival, promovido pela TV Record.

Napolitano (2002) ainda aponta o surgimento de uma radicalidade no cenário musical com os "malditos", sendo eles: Luiz Melodia, Jards Macalé, Walter Franco, Jorge Mautner, considerados os grandes campeões de encalhe de discos, prestigiados pelos críticos e pelo público jovem mais ligados à contracultura, que fez retomar o espírito do Tropicalismo de 1969.



No espaço interativo, esta relação entre consumo e cultura promoveu mediações que envolvem as identidades dos jovens, os quais vivenciaram este período, e integraram determinados grupos, pois sentiam-se ligados sentimentalmente. Assim, estes jovens traçaram objetivos ligados ao projeto cultural promovido em torno do tropicalismo, e ganhou espaços diversos do país, consolidando o entretenimento de massa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do início estrondoso do tropicalismo e sua roupagem cultural, a repercussão nos veículos midiáticos acabou o transformando em mais um reprodutor da cultura de massa e da indústria cultural, no período denominado como "milagre econômico" no Brasil, de certa forma se integrando e sendo cooptando pelo sistema capitalista.

O movimento Tropicália possibilitou o consumo de massa ao fazer com que o acesso a localidades que antes não tinham muito acesso à cultura, como as comunidades, pudessem vivenciar naquele momento um plano cultural que chegava a vários lugares do Brasil e que lembrava essas raízes interioranas e as riquezas que se encontram presentes no país, apesar de todas as dificuldades enfrentadas pelos intelectuais e artistas de levar este projeto adiante.

Portanto, esta proximidade de sentimentos e expressões através das expressões culturais fez com que surgissem novas formas de identidades entre o público mais jovem. Destaca-se o consumo dessas produções artísticas e culturais como meio de identidade das novas tribos, derivando-se do neotribalismo e que também se desenvolveu dentro do movimento Tropicália.

O tropicalismo se expandiu, cresceu em várias localidades do Brasil e não demorou muito para que o consumo também estivesse presente no entretenimento massificado das novas relações sociais. Com a divulgação do movimento Tropicália e dos artistas atuantes no movimento cultural, buscava-se de forma ativa a transformação social, cultural e política nos anos de 1960. Auge da rebeldia, da libertação juvenil dos pais fictícios, da luta engajada contra a ditadura, era o auge de uma geração que marcou a história da cultura brasileira com os seus protestos e manifestações. No entanto, a Tropicália também acabou contribuindo para o consumo e para a indústria cultural e fonográfica, ocasionando o sistema de apropriação da comunicação popular.

Assim, o tropicalismo contribuiu para a sociedade de consumo, de forma eletiva, dentro da lógica do neotribalismo, pois começou a vincular-se ao entretenimento de massa, como os meios de comunicação, os festivais televisivos e as vendas a partir dos produtos diversos, dentre os quais álbuns e LPs, produzindo o consumo musical.

Contudo isso também possibilitou que a Tropicália chegasse em diversas localidades do Brasil, havendo um



sentimento de identificação com determinado tipo de público, fazendo com que o sujeito se vinculasse ao movimento devido ao sentimento de produzir a sua própria identidade no âmbito social, ou seja, no sentido ontológico.

REFERÊNCIAS

GEERTZ, Clifford. 1989. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC.

BOURDIEU, P. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras. 1996.

CARVALHO, Carlos André. Tropicalismo: a televisão como veículo de crítica à sociedade de consumo. *Cadernos Nabuco* (2010): 55-65.

CARVALHO, Luis Fernando. A revolução tropicalista e a axiomática capitalista. *Revista Diaphonía*, v. 3, n. 1, p. 194-198, 2006.

COSTA, Márcia Regina da. Tribos urbanas e identidades nas metrópoles. *ECCOS Revista Científica*, v. 3, n.1, 2001.

FREUD, Sigmund. *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade e outros trabalhos*. Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, v. VII (1901-1905). Rio de Janeiro: Imago. 1989.

FAVARETTO, Celso F. Tropicália: alegoria, alegria. *Ateliê editorial*, 1996. Citado em 20 de janeiro de 2017. DISPONÍVEL EM [URL:<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=ajjwdGDMcLgC&oi=fnd&pg=PA11&dq=celso+favaretto&ots=I9AJd9VrA8&sig=1em9e5DLiXFVH3pX4O4ph-dNs-k#v=onepage&q&f=false>](https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=ajjwdGDMcLgC&oi=fnd&pg=PA11&dq=celso+favaretto&ots=I9AJd9VrA8&sig=1em9e5DLiXFVH3pX4O4ph-dNs-k#v=onepage&q&f=false).

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. CAPÍTULO 1: A participação engajada no calor dos anos 60. *Impressões de Viagem – CPC, vanguarda e desbunde: 1960/70*. 2ª ed. São Paulo. Editora: Brasiliense, 1981. Pp: 15-37.

MAFFESOLI, M. (1998) *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.

MALAFAIA, Wolney Vianna. Macunaíma, o filme: Joaquim Pedro de Andrade entre o Modernismo e o Tropicalismo. *Simpósio Nacional de história*, v. 27, p.1-15, 2013.

MARCUSE, Herbet. *Eros e Civilização - Uma interpretação filosófica de Freud*. Tradução: Álvaro Cabral. 6ª ed. Rio de Janeiro. Editora: Zahar, 1975. Pp: 20-55.

MARINHO, Thais Alves. Autenticidade, Consumo e Reconhecimento Quilombola: Do Neotribalismo à Sociedade de Consumo. *Revista História*. UNESP (Franca). No Prelo, 2019.

MARTINS, Pedro. Vanguarda, mercado e o lugar da Tropicália. *Anais do SEFiM-Interdisciplinar de Música, Filosofia e Educação*, v.3, n.3, 2017.

NAPOLITANO, Marcos. A música popular brasileira (MPB) dos anos 70: resistência política e consumo cultural. In: *V Congresso Latino Americano de IASPM*, 2002.

OLIVEIRA, Cauhana T. de.; QUELUZ, Marilda P. L. DESIGN GRÁFICO TROPICALISTA: as capas de disco no contexto do Brasil da década de 1960. *I Encontro Internacional de Estudos da Imagem. Paraná*, p. 652-670, 2013.

OLIVEIRA, Pedro Paulo. Illusio: aquém e além de Bourdieu. *Mana*, v. 11, n. 2, p. 529-543, 2005.



PEREIRA, Carlos Alberto M. O que é contracultura? In: *Há algo no ar além dos aviões de carreira*. 8º ed. Editora: Brasiliense. São Paulo, 1980/ 1992. Pp: 8.

RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. *Sociedade e Estado*, v. 23, n. 1, 2008.

SEVCENKO, Nicolau. *Pindorama revisitada: cultura e sociedade em tempos de virada*. Editora Peirópolis, 2000.

SILVA, Marluce Pereira da. Sociedade de Consumo. *Horizontes Antropológicos*. v. 13, n. 28, p. 432-435, 2007.

HALL, Stuart. A identidade Cultural na pós-modernidade. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11ª ed. Editora: DP&A. Rio de Janeiro, 2006.