

Qual é a música? os hits que embalam a escola pós-moderna

MAYARA FERNANDA BESSA CORRÊA¹
MARISA CRISTINA VORRABER COSTA²

RESUMO

Este trabalho inscreve-se em um projeto de pesquisa que visa inventariar e discutir artefatos e práticas da cultura contemporânea que invadem as escolas. Apresenta-se aqui uma breve discussão sobre um recorte desse estudo - a invasão da escola por hits musicais. Em nossas observações constatou-se a penetração dos sucessos musicais do momento no universo escolar, perturbando a cena pedagógica e “fazendo a cabeça” de crianças e jovens, que agora se agrupam conforme suas preferências musicais. Tais hit - sucessos de cantoras, cantores e grupos como Kelly Key, Calypso, Tati Quebra-Barraco e, mais recentemente, o RBD (Rebelde) - chegam e partem rapidamente do cenário escolar, caracterizando a efemeridade típica da pós-modernidade. Observa-se que crianças e jovens escolares estão fascinados, capturados pela cultura da mídia, e suas vidas vão sendo governadas e reguladas em grande parte por ela, dentro e fora da escola. Modos de ser, de viver, de sentir e de comportar-se mostram-se marcados pela cultura da fruição e do prazer intensos, onde a efemeridade parece materializar-se diariamente nos incandescentes e passageiros hits musicais que adentram o território escolar.

Palavras- chave: *escolas e cultura da mídia; escolas e o pós-moderno, hits musicais e escolas.*

¹ Acadêmica do Curso de Pedagogia/ULBRA – Bolsista PROICT/ULBRA.

Programa de Pós-Graduação em Educação/ULBRA (mcvorraber@terra.com.br)

² Professora – Orientadora do Curso de Pedagogia e do

ABSTRACT

In our multiple observation it was evidenced the penetration of musical hits covering the pertaining to school universe, rupting the pedagogical scene and "making the head" of children and young people that now join groups at school in accordance with its musical preferences. Such hits of singers like Kelly Key, Calypso, Tati Quebra-Barraco and, more recently, of the group RBD, arrives and leave quickly the school scene, characterizing the typical post-modern ephemerity. School children and youngs are fascinated and captured by media culture, and their lifes are being regulated to a large extent by this culture, inside or outside schools. Ways of being, live, feel and behave looks indeed marked by the culture of pleasure, where the ephemerity seem to materialize daily in the spectacular musical hits that penetrate school territories.

Key words: *schools and media culture, schools and the post-modern culture, musical hits and schools.*

INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta e discute um recorte da pesquisa *Quando o pós-moderno invade a escola: Um estudo sobre novos artefatos, identidades e práticas culturais* (COSTA, 2004). Tal pesquisa inventaria o repertório que integra o aparato composto por artefatos, identidades e práticas da cultura contemporânea, predominantemente a midiática, que atravessam, se imiscuem, interferem ou são incorporados às práticas pedagógicas escolares. A pesquisa busca compreender como operam e o que produzem os componentes deste aparato no interior da escola. A observação da entrada dos *hits* musicais nas escolas e sua repercussão no comportamento de crianças, de jovens e na vida escolar é um dos achados desse estudo. É esse o foco deste texto.

O delineamento metodológico da pesquisa inclui observações, entrevistas, conversas informais com professores, alunos, funcionários e familiares das comunidades de escolas da rede pública de Porto Alegre e de municípios vizinhos. Os dados coletados são registrados em um diário de campo e, na medida do possível, em fotos. A maior parte destas escolas localiza-se

na periferia, onde vivem populações de baixa renda, que em geral trabalham em serviços domésticos, em cooperativas de catadores de lixo ou em outras ocupações de baixa remuneração.

Em nossas visitas e observações nestas escolas chamaram a atenção a forte presença de sucessos musicais do momento e a variedade dos repertórios. Tão vastos quanto efêmeros, os *hits* chegam e desaparecem com a mesma rapidez, dando imediatamente espaço para uma nova "febre" ou "onda" que "faz a cabeça" da garotada. Ao longo de três anos de pesquisa procuramos inventariar os *hits* que "perturbam" a cena escolar, caracterizando-se pela efemeridade aliada à espetacularização, características que têm sido atribuídas à cultura pós-moderna, própria dos tempos em que vivemos.

QUAIS SÃO OS HITS QUE ADENTRAM O CENÁRIO ESCOLAR?

Para Harvey (1993), a vida contemporânea está marcada por um sentido do fugidio, do efêmero, sendo expressão disso um certo desliga-

mento do passado e da história, ou seja, parece que vivemos em uma era onde tudo é instável e passageiro. Analisando o fenômeno da penetração dos sucessos musicais no espaço escolar nos últimos tempos, observa-se evidências daquilo que é destacado na análise de Harvey. Vejamos.

Os MC's (Mestres de Cerimônia) tiveram seus tempos de glória, estando presentes no horário nobre da televisão brasileira, onde atingiram um grande número de fãs, seguidores incondicionais. A Banda Calypso veio de Belém do Pará, com um ritmo insinuante e alegre, conquistando adeptos por suas coreografias, roupas e acessórios coloridos e espalhafatosos. Kelly Key, inspirando-se na Barbie - boneca famosa, ícone midiático de indiscutível sucesso, que esta no mercado há mais de 40 anos -, atingiu um enorme número de fãs, em grande parte porque explora o fascinante mundo cor de rosa da Barbie, transfigurando-se na própria boneca. Atualmente os que estão ocupando a atenção de jovens e crianças do Brasil e de boa parte do mundo, são os jovens Rebeldes. Uma banda (grupo RBD) embutida em uma novela da rede mexicana Televisa, invadiu a vida de crianças e jovens imprimindo sua marca nas roupas, nos cabelos, no estilo de vestir, nos modos de ser e chegou com elas ao território da escola, imiscuindo-se também nos conteúdos e práticas de sala de aula.

Segundo Steinberg & Kincheloe (2001), a pedagogia cultural das grandes corporações empresariais da mídia fez seu dever de casa, e através de uma grande gama de produtos, acessórios, estilos e personagens, atingiu uma extensa parcela da população consumidora, especialmente crianças e jovens. Dentro desta perspectiva, nota-se que a instituição escolar não ficou de

fora deste grande apelo midiático. Verifica-se diariamente a escola como o palco deste grande espetáculo do consumo. As crianças e jovens parecem ser os alvos mais fáceis e receptivos. Os profissionais da educação estão assustados e cautelosos com esta penetração de gêneros e estilos apresentados à escola.

A escola abriu espaço para que eles trouxessem cds para tocar no intervalo, mas ultimamente temos que intervir na escola, pois eles só trazem *funk* e algumas letras são inadmissíveis. Temos que dar uma selecionada senão, já viu! (Supervisora Educacional, 2005)

Neste depoimento de uma supervisora de escola percebe-se que a instituição escolar não está dando conta de atender e entender o que a mídia vem produzindo na vida de crianças e jovens. Assim como a escola deseja abrir um espaço para a novidade e a diversidade, também investe em ações que pretendem filtrar o que é ou não admissível, aceitável em seu interior.

Nas observações foram registrados no diário de campo anotações dos comentários de todos os envolvidos no cotidiano escolar, assim procurou-se relacionar estas falas com as análises teóricas do campo dos Estudos Culturais em que se baseia a pesquisa.

A roupa tem que ter estilo, né?! Tipo boné virado, tênis da hora, bermudão. E tudo cheio de vírgula... xarope! (Aluno da 6º série.)

Kellner (2001) diz que através da imagem também mostramos quem somos, como somos e queremos ser percebidos, e como e com quem nos relacionamos. A descrição acima citada corresponde aos trajes dos *funkeiros*, e todo

aquele que se diz adepto desta tribo deve adequar-se a este estilo de vestir-se. E as crianças e jovens das escolas observadas, localizadas nas periferias, onde as condições financeiras são escassas, fazem imensos malabarismos para conseguir travestir-se de acordo com seus ídolos e adequar-se ao grupo. Para estes meninos e meninas tais indumentárias são facilitadas e tornadas acessíveis em suas versões simulacros, já que as marcas de tênis de quinhentos reais encontrados no *shopping*, podem ser adquiridas no camelô da esquina por menos de vinte reais. Assim, a imagem do funkeiro com todos os seus marcadores e adereços - correntes, bonés da Nike ou Reebok, piercing, bermudas, camisetas, etc., - pode ser composta, tanto em uma comunidade carente como naquelas de nível sócio-econômico mais elevado. O *Funk* como cultura jovem, preferência musical, estilo de dança e modo de vestir e conduzir-se teve seu apogeu, conquistando milhares de fãs, durante a apresentação da novela *América*, no ano de 2005, no horário nobre da televisão brasileira. A escola não poderia ficar de fora desta verdadeira febre nacional, e em seus corredores pode-se observar constantemente crianças entoando melodias de sucessos funk, praticando coreografias típicas, vestindo correntes, anéis e bonés virados, mostrando a grande força que a mídia tem de atrair seguidores dos estilos que propaga. Jovens de todas as classes sociais e de diferentes níveis de poder aquisitivo, indiferentemente de gênero, raça, estilo de vida, etc., foram capturados pela onda funk, que tornou-se uma febre também nas escolas no período em que foi apresentada a novela.

Tu viu o Domingo Legal? Eu quero pintar o meu cabelo igual ao da Jelma, mas minha mãe não deixa. (Aluna da 1º série.)

Steinberg & Kincheloe (2001) já alertavam para o poder da mídia e sua influência na cultura infantil. A família e a escola travam uma “guerra fria” quase sem esperança de vitória, diante dos atrativos e facilidades apresentados pela mídia de maneira geral, tanto na forma de vestir, de ser e de se fazer pessoa. As crianças são as mais atingidas por todos estes estímulos e estilos.

Durante certo período, o canal de televisão SBT apresentou um quadro, num programa de grande audiência dominical, onde ganharia uma quantia em dinheiro o melhor grupo *cover* mirim da bem sucedida Banda Calypso. Muitos foram os inscritos, pois esta banda, por ter uma performance extravagante, personagens com roupas insinuantes, acessórios coloridos e cabelos oxigenados, exerceu grande atração sobre o público infantil, que os copiava. As famílias tentaram frear esta atração e com o auxílio dos educadores procuravam conter seus filhos. No entanto, tudo surtia pouco efeito face ao poder e às estratégias adotadas pelas corporações da mídia para atrair fãs e direcionar atenção e interesse por seus espetáculos. Causadoras de grandes vendavais no que se refere a condutas e costumes, tais corporações produzem ações e movimentos tão espetaculares e avassaladores quanto são efêmeros e passageiros. Como uma onda que se eleva assustadora e desaparece quase sem resquícios.

Sabe que até os meninos cantam Barbie Girl e acessam o site da Kelly Key. (Monitor de informática.)

Alguns estudiosos têm chamado a atenção para um certo efeito difuso da distinção entre gênero e sexualidade. Nesta manifestação do monitor de informática fica bem clara esta questão entre “coisas” de menino e de menina, pois o site citado é todo em cor de rosa, onde a cantora tenta reportar

seus fãs ao mundo da Barbie, personagem exaltado por ela na música que foi sucesso por mais de dois anos. Neste mundo, os meninos são representados pelo Ken, namorado da Barbie, que é uma figura machista e ao mesmo tempo submissa. Mesmo na simples encenação apresentado no clipe da Kelly Key, os olhos mais apurados notam as distintas representações de homem e mulher, quais espaços e formas o gênero representa. No entanto, sabe-se que gostar ou não de cor-de-rosa não indica o gênero sexual, que estas cores e seus significados foram criadas e incorporados à cultura popular. Porém, as instituições escolares e as famílias alimentam e perpetuam estas representações como verdades/crenças, construindo nas crianças bloqueios e frustrações que seguem por toda a vida. Até em uma simples música, com uma batida alegre e coreografia descontraída é ensinado o que é ser menino ou menina através de seus personagens, Barbie e Ken.

O RBD é massa e eu sei cantar até em espanhol (Aluno do Jardim.)

Observa-se na pesquisa que a pedagogia cultural (STEINBERG & KINCHELOE, 2001) repercute na pedagogia escolar. Professores e professoras aproveitam a febre Rebelde e o fascínio que desperta em seus alunos, e utilizam as letras das canções para ensinar uma Língua estrangeira,- o espanhol. Mas os questionamentos que surgem nas rotinas diárias de sala de aula, como por exemplo a falta de um personagem negro na novela e no grupo RBD, não são discutidos e analisados como poderiam. Contudo as questões e inquietações continuam e esta “Era Rebelde”, que mexe com nosso país e com boa parte do mundo está aí, produzindo seus efeitos. Fãs aglomerados em filas para poder assistir a apresentação de seus ídolos em shows nas grandes capitais do mundo, demonstram a grande

atração que a mídia televisiva desperta sobre seus telespectadores. CDs, DVDs, camisetas, figurinhas, mochilas, faixas de cabelo, dentre tantas outras coisas, são consumidas freneticamente por crianças e adolescentes de todo o Brasil, em suas versões originais e simulacros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que os sons e coreografias das músicas invadem a vida das crianças e jovens, estando presentes nos eventos escolares, no recreio, nas aulas e principalmente durante os momentos livres, promovendo a fruição e o prazer imediato. No entanto, estes *hits* não fazem sucesso isoladamente, juntamente com eles criam-se modos de ser, vestir, andar, agrupar e identificar-se. Costa (2006) diz que se diferenciar é tão importante quanto identificar-se, tornado-se ambíguo este sentimento de pertencer a alguma tribo, mas ao mesmo tempo não ser igual a eles.

A escola que tem como função principal o processo civilizatório, encarregando-se da domesticação dos corpos e do governo das condutas, em tempos pós-modernos vai surgindo como um dos lugares do espetáculo da cultura contemporânea. Os sons, as batidas, as coreografias e os acessórios que são consumidos por crianças e jovens também vão à escola, fazem-se presentes no seu cotidiano. Figurinhas, camisetas, tênis, mochilas, rádios, correntes e tantos outros utensílios que são encontrados no shopping ou nos comerciantes ambulantes, hoje estão dentro das salas de aula.

Crianças e jovens escolares vão sendo governados em grande parte de suas vidas pela cultura midiática, onde a fruição, o prazer e a

efemeridade parecem materializar-se diariamente nos incandescentes e provisórios *hits* musicais que adentram o território escolar. Perturbando a cena e fazendo parte do discurso de alunos, pais e professores, que sutilmente estão sendo regulados por estas batidas que extravasam os sentimentos de descontração, frustração, desejo e admiração do que para muitos é o ideal de alegria, fama, beleza e sucesso.

A escola é agora também o palco do grande espetáculo que a mídia produz na vida de seus admiradores. No entanto, não perdeu seu espaço de destaque na sociedade, sendo esta ainda a instituição onde se buscam as condições para ser "alguém na vida".

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Marisa Cristina Vorraber (Org.). **A escola tem futuro?** Rio de Janeiro: D&PA,

2003. Entrevistas.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Quando o pós-moderno invade a escola: um estudo sobre novos artefatos, identidades e práticas culturais. Canoas: ULBRA; Porto Alegre: UFRGS. 2004. Projeto de pesquisa apoiado pelo CNPq.

HARVEY, David. **A condição Pós-Moderna**. Tradução de Adail Sobral e Maria Estela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1993.

KELLNER, Douglas. **A cultura da Mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. (Orgs.) **Cultura Infantil – A construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.