

MÚSICA POPULAR E INDÚSTRIA CULTURAL

POR

JOAQUIM ALVES DE AGUIAR

Este exemplar é a redação final da tese

defendida por Joaquim Alves de

Aguiar

e aprovada pela Comissão Julgadora em

06 / 12 / 89

Profª Dra MARIA LÚCIA DAL FARRA
ORIENTADORA

CAMPINAS

1989

Dissertação apresentada ao Departamento de Teoria Literária do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, sob a orientação da Profª Drª MARIA LÚCIA DAL FARRA, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Ag93m

11605/BC

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL

Este trabalho é dedicado a três amigos:

ao ÉDSON, com quem troquei alegremente
os primeiros passos de rock'n roll,

ao JORGE e à VALÉRIA, que há anos vêm
acompanhando este e outros passos da
minha vida.

AGRADECIMENTOS

- Aos meus professores do Departamento de Teoria Literária da UNICAMP, em especial à MARIA LUCIA DAL PAR RA, orientadora, com quem sempre pude contar; e ao ROBERTO SCHWARZ e à MARISA LAJOLO, leitores e críticos deste trabalho.
- Aos meus colegas de curso, em especial à Sílvia, Rea ni, Fernando, Vinícius e Bete: minha grata amizade.
- À CAPES, que ofereceu-me bolsa de estudos para fazer os cursos de Pós-Graduação, entre 1983 e 1986.

R E S U M O

Esta Dissertação trata de questões relacionadas com a indústria cultural, o horizonte no qual inscrevi a trajetória da moderna canção brasileira. Ela contém por idéias básicas:

1. A implantação de uma sociedade de consumo relaciona-se com a implantação da indústria cultural no Brasil. É nesse contexto que se forma a moderna música popular brasileira, através de gravações em discos e emissões radiofônicas.
2. Um importante momento econômico, político e cultural relaciona-se com as mais estimulantes manifestações em termos de MPB: a Bossa Nova, a Canção de Protesto, o Tropicalismo e, em tom menor, a Jovem Guarda. É a época em que a MPB se torna importante veículo catalisador das questões culturais e políticas que animaram o período, saltando à vista o debate entre o "nacional" e o "estrangeirado".
3. O esvaziamento das questões do período anterior, mais o esgotamento de toda uma geração abrem caminho para o salto de internacionalização dado pela MPB. O ponto culminante desse processo tem sido o rock, configurado como grande tendência musical dos anos 80. Modernizando-se (sem contudo perder a marca periférica), a MPB deixa de ocupar o fórum de debates que ocupava há duas décadas.

das, gerando o vazio e o mal-estar, visíveis no meio dos novos artistas e no seio da própria mensagem musical. Esta situação acaba por refletir o sintoma geral do país, num momento de crise e de desencanto quanto às promessas de um Brasil melhor.

"É mais ou menos verdade que em arte todo progresso, ou melhor, toda evolução, não se realiza tecnicamente e idealmente da mesma forma. A evolução técnica se dá pelo desenvolvimento, ao passo que a evolução estética se dá pela reação. Se as formas vivem e crescem por constante soma e ajuntamento, o espírito se desenvolve na perpétua revolta"

Mário de Andrade, Música, doce música

Í N D I C E

	Pág.
INTRODUÇÃO -	2
CAPÍTULO PRIMEIRO - Indústria cultural: la promesse du bonheur.....	11
1. Estandarização e conformismo.	12
2. Conformismo e resistência.....	22
3. Lá e cá.....	31
CAPÍTULO SEGUNDO - Nos tempos do rádio: a construção da celebridade.....	51
1. A empresa.....	52
2. O preconceito.....	60
3. Ufanismo.....	71
4. Autoria e idolatria.....	79
CAPÍTULO TERCEIRO - O apogeu: novas bossas, novos ídolos, novo público.....	99
1. Antes e depois.....	100
2. Internacionalização da revolta	112
3. Comércio e modismo.....	120
4. Sinal fechado.....	127
CAPÍTULO QUARTO - Indústria cultural, agora é prá valer: o rock dos anos 80.....	139
1. Primitivo e tecnológico.....	140
2. Mal-estar: o sucesso da cópia.	162
BIBLIOGRAFIA -	181

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca refletir sobre a moderna tradição da música popular brasileira. Como se poderá observar, não há nele propriamente um corte que analise com profundidade determinado período, fase ou tendência. Minha perspectiva é generalizante e por isso passível de muitos equívocos. A idéia é sondar como a canção veio se comportando, a partir da era do rádio, enquanto fenômeno de expressão cultural. Esta sondagem é feita com base na bibliografia já existente sobre o assunto, e com base na minha experiência de ouvinte razoavelmente informado, mas nada versado sobre a linguagem musical propriamente dita.

Como se verá, busquei em Adorno elementos para discutir certos aspectos teóricos básicos do trabalho. Entretanto, contrariando suas recomendações segundo as quais é fundamental o conhecimento de teoria musical para a sociologia da música¹, meti-me nas análises na condição de leigo no assunto, munido das informações de que dispunha. Evidentemente, não posso afirmar se a formação musical mudaria os rumos que tomei. Mas é preciso dizer que o trajeto aqui cumprido não constitui uma sociologia da música, que naturalmente exigiria não só aquele pré-requisito, mas também um "molde científico" de abordagem. As idéias de "comentário", de "impressões", de "narrativa" combinam melhor com o texto que se lerá em seguida (sobretudo a partir do Capítulo II).

Reproduzindo as grandes tendências da MPB, excluo as particularidades de autores e obras. O comentário de muitos deles serviria para melhor fundamentar o que será dito neste percurso. Mas poupei-me da tarefa, por uma questão de economia, e também para não repetir o que tem sido feito mais amiúde. Daí serem tão poucos os nomes das músicas e artistas citados, tendo em vista um panora-

rama tão abrangente. Sendo assim, peço ao leitor que recorra permanentemente à memória para localizar a fisionomia e a época de um samba-canção, de um samba-exaltação, de uma canção típica da Bossa Nova, da jovem guarda, da tropicália etc. Exceção seja feita à última parte, onde detalho melhor, pelas temáticas, a expressão do rock nos anos 80, coisa ainda muito dispersa em jornais e revistas, e pouco sistematizada pela crítica.

Ao tratar da canção popular, optei pelas suas vertentes já consagradas pelos estudiosos mais recentes do assunto, ou seja, aquelas que representam, grosso modo, a tradição da "linha evolutiva" do gênero, descartando outras tantas igualmente merecedoras de consideração, tais como as manifestações regionais e folclóricas, a música sertaneja, as canções por demais popularescas etc. No meu entender, essas variantes pouco ou nada acrescentam ao grau de modernização técnica, retórica e musical a que chegou a MPB depois da explosão radiofônica.

No polo oposto, é preciso dizer que também não trato aqui da corrente vanguardista de São Paulo, que fulgurou num breve instante, entre o final da década passada e o início dos anos 80. Como se sabe, Arrigo Barnabé e os que formaram em torno dele, compondo a "neovanguarda", buscaram uma alternativa à padronização imposta pela indústria cultural, procurando, especialmente Arrigo, renovar, no plano da estrutura musical, aquilo que os tropicalistas deixaram para trás.

Entretanto, ao contrário daqueles, estes se fecharam no círculo muito restrito da "música independente"; e quando lançados no mercado de larga escala, não conseguiram impor sua marca, de modo a "balançar" as estruturas desse mercado. Em resumo, ao que tudo indica, pouco ou nada puderam fazer para alterar o esquema geral, permanecendo

necendo com eles o rótulo de "músicos para poucos"². Na análise que empreendo, procurei o "mediano", aquilo que, mesmo comercializado com furor, deu o tom das épocas.

Antes de dar início propriamente às questões, convém introduzir a perspectiva que aqui será seguida.

Música e poesia nasceram ligadas. A evolução das formas marcou os limites entre uma e outra expressão. Autores vão buscar no passado arcaico ou mesmo no primitivo contemporâneo as íntimas relações entre as duas esferas da arte. Para George Thomson, por exemplo, tanto a música quanto a poesia advêm dos ritmos do trabalho³. Preocupação idêntica à de Mário de Andrade, conforme se vê: "a música popular se origina em grande parte da precisão de organizar num movimento coletivo as festas e trabalhos em comum. Daí as danças, as marchas, e os cantos de trabalho, que nem as cantigas de ceifa, cantigas de fiandeiras, bancarolas, acalantos etc."⁴.

Como se sabe, na Idade Antiga, a poesia era cantada e quando não feita para esta finalidade o era para ser ouvida. Entretanto, "no momento em que a escrita triunfa como meio de comunicação, o panorama se transforma. A poesia deixa de depender exclusivamente da audição, concentra-se em valores intelectuais e pode, inclusive, dirigir-se de preferência à vista, como os poemas em forma de objetos e figuras, e, modernamente, os 'caligramas' de Apollinaire. A poesia pura do nosso tempo esqueceu o auditor e visa principalmente a um leitor atento e reflexivo, capaz de viver no silêncio e na meditação o sentido do seu canto mudo"⁵.

O mesmo ocorreu, a partir de um dado momento, com a "música pura", que descartou a palavra, tornando-se essencialmente música. De um modo geral, a combinação música-letra ficaria sendo característica básica da músi-

ca popular, "não pura" em oposição à outra, "pura".

Mário de Andrade constata que a canção, no sentido de como a podemos compreender hoje, nasceu no século XVI, depois do período trovadoresco. Seu tema preferido sempre foi o amor, "o amor cortês, cheio de delicadezas e grã-finismos de expressão". Para Mário, a expressão sentimental, de forte sabor individualista, opunha-se ao coletivismo da polifonia do cantochão medieval: "criado o conceito de harmonia e manifestado ele na melodia acompanhada, logo se definem com facilidade os elementos gerais da expressão sentimental". Sendo assim, "a necessidade da palavra na música surgiu para dar-lhe sentido, de modo a ser compreendida". Ainda segundo Mário a distinção entre música erudita (em geral prescinde da palavra) e música popular (em geral reclama a palavra) tal como a concebemos hoje, firma-se no século XVIII, quando "a música não tem outra justificação mais do que ser música". Ela então se estabelece como "música pura", sendo caracterizada por compreender uma atividade entre as elites⁶.

Tratar da canção popular é esbarrar na conhecida querela música-letra. Adorno subestima as letras das canções. Para ele, estudioso da estrutura musical, "na música popular a correlação letra e música é similar à correlação entre imagem e palavra na propaganda". Assim, o "poema" musical não passaria de um slogan. Adorno está preocupado com a pobreza estrutural da canção e com a pobreza auditiva dos ouvintes na sociedade moderna. Para ele, a mensagem da música popular não passa de mercadoria posta pela indústria cultural. Letra e música constituem uma totalidade desqualificada, em oposição à música séria⁷.

A mesma idéia foi posta por Edgar Morin, embora

este veja na canção momentos de ruptura, de fulguração criativa, mesmo dentro do campo massificado da indústria cultural⁸. Para José Miguel Wisnik, o conceitual (a letra) da canção "é apenas um dos seus movimentos, o da subida à superfície"⁹. Outro que estudou a canção, Charles Perrone, afirma que "a avaliação literária do texto não implica uma completa apreciação estética da canção", embora nos últimos anos as letras das músicas tenham adquirido pertinência literária, podendo, muitas vezes, ser avaliadas como tal¹⁰.

Já Luiz Tatit chama a atenção para o perfil confuso da música popular. A partir dos anos 20 ela se confunde com a própria história do rádio, modificando profundamente a tradição anterior dos ritmos e formas musicais considerados mais autênticos. Para ele, a canção tem natureza indisciplinada, vocação amalgâmica (formas nacionais com formas estrangeiras, incorporação das modas circunstanciais, do progresso tecnológico, de outras modalidades artísticas, dos acontecimentos sócio culturais etc.), dando numa estética incipiente¹¹.

É mais ou menos nesta linha que pretendemos estudar a canção, em seus múltiplos aspectos, sem a pretensão de esgotar nenhum deles. A canção aparecerá aqui como fenômeno o tanto quanto possível global em termos de cultura, aonde se interpenetram a letra, a música, o meio, o público, mencionando ora um ora outro aspecto, à mercê das inquietações correntes no trabalho.

Finalmente, devo dizer também que este trabalho foi escrito com o objetivo de procurar uma explicação para o sentimento de mal-estar que ronda as discussões mais recentes sobre a MPB. Sentimento que, não sendo novo - ele parece estar relacionado com a profunda lacuna deixada após os últimos sopros de renovação cul-

tural propostos pela canção nos anos 60 -, é uma espécie de tônica entre os da minha geração. Esta geração que, passada dos trinta, pode-se dizer, foi a primeira a crescer "de fato" com a indústria cultural. É nesse campo que a música popular assume um papel considerável.

NOTAS

(VER CITAÇÃO COMPLETA DAS OBRAS MENCIONADAS, NA BIBLIOGRAFIA DESTE TRABALHO)

1. "Idéias para a sociologia da música", in ADORNO, BENJAMIN, HORKHEIMER. Os pensadores, p. 260.
2. Sobre a nova vanguarda paulista, ver ANTONIO MACHADO GUIMARÃES, A 'nova' música popular de São Paulo; e também GIL NUNO VAZ, História da música independente.
3. Marxismo e Poesia. Especialmente os capítulos "Linguagem e magia" e "Ritmo e trabalho", pp. 11-43. Ver também, sobre o nascimento comum de música e poesia, OCTAVIO PAZ, O arco e a lira, p. 104; e ainda o estudo de SEGISMUNDO SPINA, Na madrugada das formas poéticas.
4. Peguenta história da música. 8. ed. p. 60.
5. ANTONIO CANDIDO. Literatura e Sociedade. 6. ed.p. 33.
6. Op. cit. pp. 60, 66, 88, 105 e 128.
7. "Sobre música popular", in Theodor W. Adorno (Org. Gabriel Cohn), p. 133.
8. "Não se conhece a canção", in ABRAHAM MOLES et alii. Linguagem da cultura de massa, pp. 150-151.
9. "O minuto e o milênio", in JOSÉ MIGUEL WISNIK et alii. Anos 70. Música Popular, p. 8.

10. Letras e letras da MPB, p. 16.

11. A canção, p. 1.

CAPÍTULO PRIMEIRO

INDÚSTRIA CULTURAL: la promesse du bonheur

1. ESTANDARDIZAÇÃO E CONFORMISMO

Como linguagem, como expressão, a canção é muito anterior ao disco, ao rádio, à televisão. Porém, nos tempos em que vivemos, e a afirmação é de Edgar Morin, "esta grande corrente de inspiração humana entrou no circuito de uma maneira tal que a canção moderna, como o cinema, é um fenômeno da indústria cultural"¹. Este será o nosso ponto de partida.

Houve sempre música em diferentes estágios de evolução. Das manifestações mais primitivas (ritmo-miméticas), o folclore, as cançonetas, as baladas etc. ao surgimento da música de Bach, Haendel, Mozart etc. A partir do Romantismo começam a ser distinguidos dois planos para a música: a música erudita (séria) e a música popular (leve). Estes dois planos da música foram neutralizados, segundo Adorno, pelo processo de estandardização, desde o advento da indústria cultural, que acabou por atingir ambas as esferas do gênero, embora de forma mais evidente, e com maior força, na música popular².

A ênfase que os estudos de Theodor Adorno dão à composição de Arnold Schoenberg deve-se justamente ao fato de que, para Adorno, o moderno vienense conseguiu escapar aos esquemas de estandardização impostos pela indústria cultural. De acordo com Adorno, o problema da distinção dos níveis já não está nas melodias, pois o jazz muitas vezes apresentou fórmulas melódicas mais complicadas do que as de Haydn, por exemplo. Assim também nas harmonias, já que muitas fórmulas harmônicas do mesmo jazz são cópias de Debussy e Ravel³.

A indústria cultural teria investido com sucesso na diluição dos planos distintivos da música, por isso a

análise de Adorno considera que o problema está na interiorização dos processos standardizantes, no próprio ato de criação da música, erudita ou popular, feita para divertir, agradar e, logo, consumir. Portanto, a distinção outrora nítida entre música popular e música erudita foi substituída pelo grau de standardização das esferas musicais.

A música standardizada descarta a necessidade da compreensão musical exigida pela música séria. A sensação de espontaneidade que ela provoca resulta numa pseudo-espontaneidade, pois ela torna desnecessário o entendimento do ouvinte quanto aos processos musicais da composição. A crítica é trocada pela passividade, pela evasão, e pelos reflexos condicionados. A música trocou o ouvinte pelo consumidor, convertendo-se em mercadoria.

Ao converter-se em mercadoria, o traço básico da "música leve" é a repetição própria da série de mercadorias industriais, perdendo a sua força de originalidade. Nessa medida, indiferente às formas estruturais da criação, "qualquer canção pode ser promovida e transformada em sucesso, se houver uma adequada conexão entre gravadoras, bandas famosas, estações de rádio e filmes"⁴.

Para Adorno a indústria cultural, anulando a distinção entre os planos tradicionais da música, que de algum modo refletiam a velha dicotomia entre os modos de representação superior e inferior, colocados para as Artes desde a Idade Clássica, acabou fracassando no que poderia ser um projeto democratizante. Convertendo tudo em mercadoria para consumo e lazer organizado, a indústria cultural forçou a união entre os níveis das artes, com prejuízo para ambos: "a arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através da sua 'domesticação civilizadora', o

elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle social não era total"⁵. É o caso da "cultura popular", ora regulamentada para o consumo da moda nos grandes mercados urbanos. É o caso da "cultura erudita", ora reificada para consumo e ostentação das classes privilegiadas. A indústria cultural pôde capitalizar ambas as esferas para a elaboração dos seus produtos.

Ao se assumirem como mercadorias, as produções culturais visam o consumo. Ao visarem o consumo, elas perdem qualquer valor adiante do conformismo. Enquanto integralmente mercadorias, os produtos culturais geram, na expressão de Lucien Goldmann, uma pseudo-cultura com aparência cultural. Esta pseudo-cultura é fruto daqueles que se tornaram os elementos culturais constitutivos da vida moderna: o rádio, o cinema, o disco, a TV, o livro de bolso, a literatura sentimental, os condensados, os quadrinhos etc.⁶.

De um modo geral, a arte moderna se insurgiu contra essas variantes de sucesso no mundo cultural, cuja característica vem sendo a transposição facilitada, ou quase imediata, do referente, gerando um rebaixamento de nível das formas artísticas para atender ao rebaixamento de nível no gosto e na capacidade imaginativa do espectador-leitor-ouvinte, em nome da maximização dos lucros. A arte moderna tornar-se-á, contra o conformismo, uma arte da recusa. Ao contrário, por exemplo, da exaltação do indivíduo, na qual é pródiga a indústria cultural, a arte séria "se interroga sobre a existência do homem no mundo contemporâneo, sendo por isso obrigada a situar-se no mundo abstrato, isto é, a não expressar-se auxiliada pela história do indivíduo nem mesmo pela de um acontecimento vivido, já que o próprio indivíduo não é um elemento essencial na sociedade contemporânea, como o

era na época de Stendhal, de Balzac ou de Flaubert"⁷.

Para Goldmann, as obras desses autores estão inseridas na fase do capitalismo liberal, desde a ascensão burguesa até 1910, quando, a título de exemplo, o romance de personagem problemático, e a qualificação é de Lukács, refletia, desde a sua estrutura e configuração, a consciência da perda da totalidade ante a falência da ideologia burguesa, assentada na célebre generalização da liberdade, da igualdade e da fraternidade.

Voltando à música, Adorno constata que o enorme prestígio da melodia na música tonal significou um contrato social feito às vésperas da sociedade burguesa propriamente dita. Para ele, a tonalidade teve como função estabelecer certo equilíbrio entre o particular e o universal na música. Este equilíbrio acabava por demonstrar, segundo Adorno, o desejo de totalidade burguesa. Entretanto, convertida ferozmente em mercadoria, a música tonal provou ser essa totalidade mera ideologia.

A tonalidade, diz Adorno, embala os ouvintes desde há séculos, com o objetivo de entretê-los, em prejuízo da compreensão. Ela pode gerar uma momentânea satisfação, relacionada com o alívio ante a competitividade da moderna vida social. Porém, na realidade, a música do descanso acaba escamoteando uma pseudo-felicidade, porque não é capaz de retirar o indivíduo da letargia, do desejo de alienação, uma vez que não reforça no ouvinte a atividade crítica desalienante que a atonalidade veio proporcionar.

O atonalismo rompeu, segundo Adorno, com o contrato social do conformismo musical burguês, incomodando o ouvinte: "é preciso tornar-se consciente de um paradoxo: exatamente aquilo que vem a ser xingado como 'intellectual' designa algo que ainda não foi manipulado pela empresa racionalmente organizada, aquilo que não traz as

impressões digitais da comunicação universal"⁸. Dessa forma, a tonalidade foi a linguagem musical da era burguesa, enquanto que o atonalismo significou ao mesmo tempo um modo de resistência, e um passo adiante, a esse estado de coisas.

A música tonal esteve sempre ligada ao sentimentalismo. A ideologia do sentimentalismo é, para Adorno, um complemento do racionalismo burguês. O sentimentalismo adocicado "mobiliza o antiintelectualismo, que a sociedade fez brotar por toda a parte e que hoje festeja um alegre paraíso"⁹.

A estrutura mental forçada pela música popular pende para a distração e para a desatenção. Por seu lado a necessidade constante de distração está ligada ao modo de produção, ao racionalizado e mecanizado processo de trabalho no mundo contemporâneo. A distração liga-se ao lazer: reposição ativa da capacidade de trabalho. O trabalho é repetitivo tanto quanto o lazer, cujas formas gerais são marcadas pela rotina.

Música popular e lazer se associam ao emitir o sempre idêntico. Aqui, a canção sentimental assume um papel decisivo na vida dos indivíduos. Ela, como o lazer, programa o temporário alívio, e chama a atenção para uma possibilidade de realização íntima que o mundo já não pode oferecer. Com ela, os ouvintes emocionais escutam qualquer coisa em termos de romantismo tardio e dos produtos culturais daí derivados. Adorno vai ainda mais longe nessa história da infelicidade humana: "eles consomem música para terem a permissão de chorar". É o conteúdo frustrante, a catarse para as massas, a falsa liberação¹⁰.

O sentimentalismo arraigado é assim uma característica da música popular do planeta. De todas as variantes temáticas e melódicas da canção é a mensagem sen

timental que mais vigora no que diz respeito à produção de discos e de ídolos, e ao aproveitamento musical nos modernos meios de comunicação como o rádio, o cinema, a TV e o vídeo. A temática amorosa será assim o apelo primordial no mercado dos bens simbólicos trazidos pela indústria cultural.

A mercadoria sentimental aponta para a felicidade que o indivíduo já não pode obter no mundo moderno. Ela faz a apologia do privado e exalta a esfera da felicidade doméstica sob a grande meta do amor a dois. Para este plano de realização convergem as mais profundas expectativas de felicidade individual na época da competição alucinada e das mercadorias acabadas.

A harmonia outrora tão nítida entre a esfera pública (pessoas privadas em público) e a esfera privada (o mundo da intimidade, a casa, a família) foi quebrada, misturando-se os planos: a esfera pública invadiu a esfera privada de modo a não mais se distinguir uma da outra¹¹. As mercadorias e os estímulos emitidos por elas na consciência dos indivíduos talvez sejam o exemplo máximo dessa invasão. Entretanto o sentimentalismo reinante escamoteia essa realidade, mostrando ao indivíduo que se para ele perdeu-se a íntima relação entre a vida privada e pública (a atividade, o trabalho), a "felicidade" poderá ser reencontrada no mundo doméstico; felicidade que, deformada pela vida pública, acaba por inexistir.

Adorno afirma que "a arte considera negativa precisamente aquela possibilidade de felicidade, à qual se contrapõe hoje a antecipação apenas parcial e positiva da felicidade. Toda arte ligeira e agradável tornou-se mera aparência e ilusão. A 'promessa du bonheur' - foi assim que uma vez se definiu a arte - já não se encontra em lugar algum, a não ser onde a pessoa tira a máscara da felicidade"¹².

É com essa máscara que a indústria cultural embala seus produtos. Para Adorno, é consequência de um processo de infantilização (regressão) o ato de compra alucinada dessas ilusões. E a felicidade será a grande mercadoria vendida na época da sociedade de consumo. A propósito do rock nos anos 50, afirma Little Richard, um dos pioneiros do gênero: "comecei gravando música religiosa, depois rythm'n blues... A tendência era claramente no sentido de produzir uma música mais básica e simples, em que o sentimento era a coisa mais importante... As pessoas estavam comprando sentimentos..."¹³.

De acordo com Edgar Morin, a "felicidade moderna é partilhada pela alternativa entre a prioridade dos valores afetivos e a prioridade dos valores materiais, a prioridade do ser e a prioridade do ter"¹⁴. Logo, a felicidade é recalcada no mundo contemporâneo, e só pode ser realizada parcialmente, em meio a renúncias fundamentais. A idéia de recalque está presente nas questões ligadas ao processo civilizatório: a fase mágica - o mimetismo fundado nos rituais de imitação da natureza - é substituída pela fase histórica, fundada nos rituais do trabalho¹⁵. Ao longo do tempo ocorreu a passagem da mimese refletora para a reflexão controlada. Conforme Adorno e Horkheimer, "a mimese incontrolada é proscrita. O anjo com a espada de fogo, que expulsou os homens do paraíso e os colocou no caminho do progresso técnico, é o símbolo desse progresso"¹⁶.

A felicidade subtraída ao mundo foi constantemente evocada pelas artes, muitas vezes nostálgicas do tempo em que indivíduo e natureza não se distinguiam pelo domínio daquele sobre esta. Assim como as formas artísticas têm a vantagem de repor alegoricamente aquele passado, a indústria cultural tem a desvantagem de

querer presentificá-lo, aqui e agora, a cada produto vendido.

Quatro ou cinco horas de rádio ou televisão são suficientes para levar a nocaute o indivíduo mais reflexivo. A promessa da felicidade aparece a cada instante, amontoando-se em filmes e slogans publicitários, nas canções, nas telenovelas, nas mini-séries e até mesmo nos telejornais. Sua presença é redundante e opressiva, o bastante para deixar o sujeito enjoado, entediado e, revertendo as propostas das mensagens, infeliz.

A sensação é sufocante para uma minoria, mas talvez igualmente para a maioria, à mercê do lazer doméstico e barato trazido pelos meios de comunicação. Adorno refere-se à sensação de claustrofobia: "pode-se falar de uma claustrofobia da humanidade no mundo administrado, uma sensação de clausura em um contexto cada vez mais socializado, densamente estruturado"¹⁷. O presente enraizado na secular tradição que acabou impondo o sistema capitalista na vida dos homens separa continuamente uns dos outros, prevalecendo o interesse de cada um contra os interesses de todos os demais. O isolamento tornou-se brutal.

No plano das artes sérias, a idéia de felicidade foi sendo secularmente enterrada. A ironia tem sido desde Homero o motor das composições. A partir sobretudo do Romantismo, a tensão irônica reagiu ao falso conforto espiritual prometido pela sociedade burguesa. No plano da vida do espírito, a ironia tornou-se algo imprescindível para que o indivíduo sobreviva com dose mínima de lucidez e criatividade na era moderna. O conceito de herói degradado está intimamente relacionado com ela. O herói, tal como na vida dos homens, é a um só tempo contemplado e subtraído nas ações que pratica. A sociedade administrada, planejada, burguesa, obriga, segun-

do Adorno, a uma integração cada vez maior do indivíduo, forjando uma falsa totalidade (felicidade) e, logo, aumentando progressivamente as tendências desagregadoras. Ironia: a individualidade é massacrada para que se venda a felicidade. Ela é a grande ilusão da vida moderna, onde ocorreu a cisão do indivíduo com os outros indivíduos, da parte com o todo, do particular com o geral. A pessoa foi jogada num abismo. Este abismo é preenchido pelas ideologias das quais a indústria cultural é um poderoso agente.

Até o Romantismo a noção de felicidade não se confundia com a noção de prazer. Segundo Renato Janine Ribeiro, durante o Antigo Regime o prazer se sobrepuja à felicidade. Esta, "tal como a concebemos hoje é uma noção burguesa: ela vai exigir, a partir de então, uma ruptura com os planos externos, com as regras sociais, ela se fundamentará numa exaltação da intimidade ..."¹⁸. Assim como não existiria indústria cultural sem o moderno capitalismo, ela seria impensável sem esta exaltação da intimidade. No plano literário, a exaltação da intimidade, que reforça "o senso de contraste entre o subjetivo e o objetivo, o estado mental e a condição exterior, o individual e as exigências sociais ou naturais", acaba constituindo aquilo que Northrop Frye chamou de "modo imitativo baixo". Este "modo" será definitivo nas representações artísticas da época moderna. Na ficção, o herói, em permanente descenso, passará do plano mitológico (elevado) para a altura de nós mesmos (rebaixado). O que antigamente foi confinado aos gêneros menores como a sátira e a comédia, agora vem fundar o modernismo literário¹⁹. Sem este "modo imitativo", levado a alto grau de simplismo, a indústria cultural não sobreviveria.

Expressões como "público" e "privado", tais como as entendemos hoje, são mais ou menos fixadas no século XVIII. Público: aquilo que encontra-se aberto à observação de qualquer um; privado: a região protegida da vida²⁰. Nessa época, já o centro da vida pública eram as capitais, onde se aguçavam os contrastes entre a vida pública e a vida privada. A família passou a ser um dos escudos para se proteger da ordem pública, cada vez mais complexa, competitiva e agressiva. Trata-se de um refúgio idealizado, o reino de um mundo exclusivo, com uma "ética positiva" que já o mundo exterior não pode garantir.

O herói romântico foge para a natureza nos momentos de maior vivência existencial. O herói do Realismo refugia-se no plano da intimidade. A sala de visitas ou o quarto de dormir substituem a montanha e a floresta. Neste ideário, a segurança do sucesso material é concomitante com a apologia do amor marital. Matrimônio e patromônio, em franca intimidade, formam uma espécie de equação básica entre os realistas do século passado, muito preocupados em desvendar os procedimentos escamoteadores da infelicidade humana na ordem da euforia burguesa.

A Ilustração estabelecia controle e equilíbrio entre público e privado. O domínio público funcionava como corretivo para o privado; o privado ligava-se ao natural: "se o vício da cultura era a injustiça, o vício da natureza era a rudeza", afirma Richard Sennett. O público era criação humana enquanto que o privado era condição humana. Devido ao surgimento das metrópoles e a deterioração do humanismo dentro delas, Rousseau imaginou que o futuro seria das pequenas cidades, onde, prevalecendo a esfera da intimidade, poder-

se-ia ser mais feliz. Calvino acreditava na vantagem da cidade pequena por esta ser "o instrumento político mais seguro para reprimir a natural baixeza humana". Assim, "devassidão, isolamento e sorte: eis os novos estímulos das grandes capitais; estes eram os temas de Balzac: o empresariado é o modo básico das relações humanas"²¹.

Por ter desde sempre encontrado a razão por obstáculo e por ter se tornado ainda mais problemática para a vida dentro da esfera do moderno capitalismo, a felicidade não passou sempre de uma promessa. Neste sentido, os temas da sentimentalidade derramada que a indústria cultural empurra no imaginário mediano, apostando nas idealizações das já nem tão nítidas esferas da intimidade e da privacidade, tornam-se menos que uma promessa, uma mentira.

2. CONFORMISMO E RESISTÊNCIA

As formas musicais implicam sempre em originalidade e repetibilidade. No período anterior à era burguesa, a originalidade tinha maior peso. A situação foi invertida na época contemporânea, sob pressão da indústria cultural. A evolução mostrou que o plano individual, onde pode atuar com maior força a originalidade, não mais se realiza no plano coletivo, onde estão as originalidades sedimentadas em convenções. As nostalgias de reconciliação entre os dois planos são prova da totalidade perdida na era moderna.

A indústria cultural, assim como busca fundir os níveis das artes, tenta recompor aquela totalidade, mas de forma enganosa. Ela acaba desprivilegiando a ori

ginalidade em troca da repetibilidade, que está na essência da mercadoria de consumo. Adorno considera que, ainda assim, as formas musicais resistiram por mais tempo que a literatura e as artes plásticas ao processo de massificação colocado pela indústria cultural. Isto devido ao seu "processo não conceitual e não concreto", que dificultou a apropriação, uma vez que a burguesia toma primeiro os conteúdos. É evidente que o pensador de Frankfurt está se referindo à música-música, à "música pura".

No século XIX, na época das primeiras grandes produções e reproduções em massa, o romance reage ao folhetim, a pintura à fotografia, e a música à música do salão e do teatro ligeiro. Estas novas formas faziam enorme sucesso entre os escalões da burguesia recentemente endinheirada, e em meio à decadente aristocracia. Entretanto, interessa a Adorno frisar que foi com o rádio, com o cinema, e com as formas da propaganda, que a música tornou-se "inteiramente sequestrada pela 'ratio' comercial", virando mero artigo de consumo²².

A época dos novos meios de comunicação coincide com a entrada definitiva da canção popular nos esquemas comerciais. O advento da tecnologia, primeiro o disco, depois o rádio, "internacionaliza" a comercialização musical. De acordo com Roberto Muggiati, 1912 foi o ano em que pela primeira vez a palavra "blues" apareceu numa partitura, enquanto que "The Jelly Roll blues", composta por Jelly Roll Morton, considerada a primeira partitura de jazz foi publicada em 1915. No Brasil, o primeiro samba gravado (ainda somente com música) data de 1911, enquanto que "Pelo telefone" (combinação letra-música) apareceu em 1916²³. Roberto Muggi-

giati afirma ainda que "Crazy blues", com a lendária Mamie Smith, foi gravado em 1920, sendo este o primeiro registro fonográfico de um blues²⁴. Na Argentina data de 1918 o primeiro tango-canção, "Mi noche triste"²⁵.

Vemos assim que há uma espécie de coincidência histórica na evolução da música popular nas Américas. As datas estão relacionadas com o surgimento das primeiras gravações, do rádio e da emergência de uma sociedade de consumo. É a explosão da música popular urbana: o jazz, o tango, a rumba, o samba: primeiras manifestações na história da música de uma "cultura de massas"²⁶.

Constatado o nó histórico onde se entrelaçam formas musicais diferenciadas, como num ponto de partida em uma espécie de igualdade de condições (a técnica é pioneira para todos os lados), rumo à evolução para o âmbito da recém-criada indústria do disco, o que parecia igualdade se diferencia novamente. Os novos produtos acabam refletindo os processos da força econômica diferenciada de cada cultura. Findas as modas, o jazz é a música que "permanece", sendo a mais conceituada, a que melhor evolui no sentido de uma "música universalizada". A força da mercadoria parece empurrar a criação, gerando demandas mais amplas e prestigiadas de canções, de ídolos e de discos, para consumo interno e externo ao seu meio de origem.

As duas esferas da mercadoria, valor de uso e valor de troca, confundem-se no disco que chega às mãos do consumidor, embora se apresentem separadas no âmbito dos fabricantes. Para estes, o disco não vai além de uma "roda de cera", isto é, um mero valor de troca. Somente o consumidor em geral é sensível ao con-

teúdo do disco, apreendendo-o de modo distanciado da sua condição de manufatura. "Por consequência, o valor de troca só se concretiza no consumo, o que quer dizer que o valor de uso é a base material onde se assenta uma relação determinada: o valor de troca. O preço é a expressão monetária deste valor e o fundamento da produção da mercadoria-disco"²⁷.

Para Adorno, o valor de uso é aparência ilusória na mercadoria, aparência necessária para a conservação dos bens culturais na sociedade capitalista. Valor de uso e valor de troca formam a totalidade da mercadoria. Separados eles não passam de abstrações. Assim, o mero valor de uso é substituído pelo mero valor de troca, "o qual, precisamente, enquanto valor de troca, assume ficticiamente a função de valor de uso"²⁸. Finalmente, pode-se dizer, o valor de uso não passa de um simulacro do valor de troca.

A mercadoria é fetichizada. A fetichização está ligada à ilusão do valor de uso, que impulsiona o valor de troca. A fetichização é uma condição da indústria cultural. Quaisquer tentativas de demovê-la implicam, segundo Adorno, no ódio dos homens expostos à ela. A consciência reificada escamoteia as reais contradições sociais, gerando a falsa consciência ensaiada pela indústria da cultura. Esta deixa paralisada e "congela" a já entorpecida imagética burguesa"²⁹.

As imagens se sobrepõem aos conteúdos na produção cultural moderna. Dentre as novas formas, o cinema absorveu o romance e vice-versa, o rádio a literatura, a televisão o cinema e a literatura, e assim por diante. O culto facilitado das imagens carrega a necessidade do efeito instantâneo, do fulgurante, do chocante e do agradável. É a especulação incessante sobre o efeito.

"quanto menos se pode agarrar o conteúdo, quanto menos ele coincide com a experiência habitual", diz Adorno. O esvaziamento dos conteúdos anestesia o indivíduo, em benefício do invólucro, da imagem que empacota o produto³⁰.

A essência da indústria cultural é o negócio. É dele que advém a produção em série, que, por sua vez, converte tudo e todos em semelhantes. Vigora para os indivíduos, indiferenciados, a categoria única de consumidores: às necessidades iguais (a satisfação) correspondem os produtos estandardizados, cuja característica básica é, segundo Adorno, a atrofia da imaginação e da espontaneidade. Para Adorno e Horkheimer, "a indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar"³¹.

A cultura burguesa tradicional viveu seus pontos culminantes até 1914, quando prepara-se para entrar num período de transição (entre Guerras) e chegar à moderna "sociedade de massas" pós-45. É assim que Lucien Goldmann periodiza a moderna cultura. De acordo com ele, depois da II Guerra, ocorreu uma intervenção cada vez maior dos organismos dirigentes da produção cultural, através de políticas de regulamentação e de alto consumo, na vida dos indivíduos. Isto se deu "ao mesmo tempo em que se desenvolve entre estes últimos a tendência a aceitar passivamente, e, inclusive saudar, esta intervenção". O consumo desenfreado de bens simbólicos leva, segundo Goldmann, à desculturização da sociedade moderna. Junto com ela a desqualificação, onde o primado da quantidade se sobrepõe ao da qualidade. A quantidade parece mingüar a reflexão. A recepção ativa da cultura cede lugar à recepção passiva. A conformação aos ideais do consumo é a marca do homem na sociedade

unidimensional. Se a evolução social não muda, o homem, de acordo com Goldmann, viverá e agirá cada vez mais numa única dimensão, a da adaptação à realidade, descartando a possibilidade da outra, a da ultrapassagem³².

A adaptação satisfeita à realidade, a febre pela ascensão a padrões de consumo cada vez mais elevados acaba se relacionando com um fenômeno moderno por excelência: o da formação de técnicos analfabetos. À sua alta especialização corresponde um baixo nível de reflexão individual. Eles tomam parte de um nível de vida elevado numa sociedade cada vez mais tecnizada e tecnocrática. Eles refletem a crise da razão na época contemporânea, sendo esta pautada pela completa irracionalidade sob a aparência de absoluta racionalidade. O desprestígio da reflexão corresponde ao prestígio do imediato, do veloz, do pragmático e do consumo, gerando na contraparte os sintomas de melancolia e infelicidade numa época que prometia tudo³³.

Os processos de racionalização evoluem com o capitalismo. Nas relações de compra e venda, a figura do freguês foi trocada pela do consumidor. E à livre negociação, homem a homem, foi interposta a tabuleta com o preço da mercadoria. O consumidor é, segundo Max Weber, o símbolo da luta amarga e competitiva do novo espírito³⁴. A presença do consumidor liquida com a existência pública do indivíduo, outrora livre negociador. A experiência do consumo está ligada à explosão do comércio varejista nas capitais infladas pela evasão do campo, sobretudo na Europa, a partir de 1850.

Richard Sennett afirma que por volta de 1870, a classe média correspondia a 40% da população de Londres e a 45% da de Paris. No século XIX a industriali-

zação possibilitou a venda de mercadorias feitas à máquina e vendidas a preço fixo. Os grandes magazines passaram a funcionar como extensão e vitrine das fábricas produtoras de mercadorias em série. Eles se especializaram na venda de produtos medianos para atender sobretudo a classe média. O gosto se entrelaça aos bens da produção industrial; ele é reforçado pela publicidade. As roupas, antes depositárias das posses e dos gostos dos indivíduos, tendem agora ao padrão comum, neutro e serial. A opacidade generalizada da indumentária liga-se, segundo Sennett, à proteção da individualidade, cada vez mais sucumbida no seio da multidão: "eram pessoas vestidas com roupas cada vez mais homogêneas e monocromáticas, (...) era o começo de um estilo de se vestir onde a neutralidade - isto é, não se sobressair - era a ordem imediata"³⁵.

Baudelaire tratou do assunto: "não será esta a roupa que a nossa época precisa; pois ela ainda sofre e carrega em seus magros ombros pretos o símbolo de uma tisteza eterna. O terno e a sobrecasaca pretos não têm apenas sua beleza política como expressão de igualdade social - têm igualmente uma beleza poética como expressão da situação espiritual pública representada numa imensa procissão de papa-defuntos..."³⁶. O poeta refere-se ao grande teatro humano das multidões. Teatro macabro e ainda assim fascinante. A multidão é o verdadeiro herói de uma época desprovida de humanidade; de um tempo de liquidação do indivíduo.

Para Hannah Arendt o derradeiro indivíduo que restou na sociedade de massas foi o artista. Nas em condições precárias. O mundo moderno tanto busca liquidar o indivíduo quanto as artes. Hannah Arendt estabelece distinção entre sociedade e cultura, e sociedade

de massas e cultura. Aquela busca adquirir cultura para fins de educar-se, ter status e tornar-se superior; esta apenas para diversão. Sua grande escola não é a erudição, mas a indústria de entretenimentos. As artes do século XIX procuraram reagir à indústria cultural, mantendo-se por caminhos próprios. Elas só não conseguiram evitar o seu grande inimigo: o filisteísmo nos seus próprios meios. O filisteísmo designou uma mentalidade que julgava tudo em termos de utilidade imediata. Ele significou um ato de infiltração da mentalidade consumista imposta pela indústria da cultura: "sempre foi característica do filisteu educado desprezar o entretenimento e a diversão, pois tal como as finalidades não necessariamente imediatas da arte nenhum 'valor' poderia provir deles"³⁷.

Neste sentido, as artes modernas são duplamente saqueadas. Os filisteus juntam-se aos produtores da indústria cultural. Aqueles capitalizam a arte para uso próprio, estes "esgaravavam toda a gama da cultura passada e presente na ânsia de encontrar material aproveitável". As artes estão condenadas. Ora para servir de exposição do status do filisteu, ora para serem transformadas em diversão e consumo fácil.

Para Adorno, a música de Schoenberg, resistindo às garras do filisteísmo, e não sendo propensa à diversão e ao consumo fácil, opõe-se à esfera musical da vida burguesa. Adorno afirma que em termos musicais as dificuldades postas pela obra de Schoenberg estão menos ligadas à composição do que ao público acostumado pela indústria cultural ao conforto auditivo. A música de Schoenberg descarta esse conforto, exigindo colaboração ativa e concentrada por parte do ouvinte: "a mais aguda atenção à multiplicidade do simultâneo, renúncia às

habituais muletas de uma audição que sabe de antemão o que virá depois"³⁸. Trata-se da práxis ao invés da contemplação.

Com Schoenberg termina, segundo Adorno, a comodidade (felicidade controlada) do ouvinte. Sua música "peca contra a divisão da vida em trabalho e tempo livre, e impõe ao tempo livre uma espécie de trabalho que poderia desconcertar ante o trabalho propriamente dito"³⁹. A idéia de práxis significa energia espiritual em extrema tensão, no lugar do caráter simplório e prazeroso - a música como pausa, como lazer - da audição burguesa. Schoenberg, como se vê, teria uma função revolucionária para Adorno. A sua obra ressuscitaria o indivíduo da pseudo-felicidade que o aniquila. Resgatando o ato de compreensão, Schoenberg contribuiria para resgatar o indivíduo massacrado pela sociedade burguesa.

A música popular tornou-se largamente consumida porque ela descarta a necessidade da iniciação. O mesmo vem acontecendo com a música erudita: "na realidade, na concepção que o público tem da música tradicional, permanece importante apenas o aspecto mais grosseiro, as idéias musicais fáceis de discernir, as passagens tragicamente belas, atmosferas e associações"⁴⁰. Para Adorno, a estrutura musical que dá sentido a tudo isto é desconhecida pelo ouvinte educado pelo rádio, não menos desconhecida "numa sonata juvenil de Beethoven quanto num quarteto de Schoenberg, que, contudo, pelo menos adverte que seu céu não vinha cheio de violinos, cujos doces sons o embelezam"⁴¹.

Para finalizar, Adorno propõe a audição responsável num momento em que a esfera da individualidade foi tomada pela indústria cultural. Este tipo de

audição, reflexiva, funciona como resistência ao anti-intelectualismo em voga na era moderna. Schoenberg é o passo à frente e a saída apontada por Adorno para os dilemas do ouvinte na "sociedade de massas".

3. LÁ E CÁ

Mário de Andrade, conforme citação já referida, tocou em dois pontos fundamentais para a discussão que aqui se vem levando. A íntima combinação do prestígio da melodia a partir de um dado momento, com a valoração de dois planos para a música: música séria e música popular. Mário é um verdadeiro precursor entre nós daquelas questões que animariam todo o debate em torno da música no século XX. Tanto a melodia, que carrega o sentimentalismo, quanto essa divisão musical, vão dar, como já vimos, nos problemas das relações da música com a indústria cultural.

Para Mário de Andrade, a melodia é uma conquista do cristianismo. Ela é responsável pelo sentimentalismo romântico que tornou-se uma característica fundamental nos temas e nos apelos da canção. Isto porque "a melodia nasce para o cultivo dos afetos e das emoções". Mário afirmou que a música, com o prestígio melódico, deixou de ser sensorial para se tornar sensível⁴². A música anterior ao cristianismo era notadamente rítmica. Tendo a melodia se sobreposto ao ritmo, "a música se sutilha e vai deixar de ser gradativamente sensação para se tornar sentimental". Foi nessa medida que, segundo Mário de Andrade, os cristãos tornaram a música sobretudo "objeto de divagações do indivi

duo"⁴³.

No plano da música brasileira, somente no século XIX fixa-se nela uma fisionomia mais própria, em meio a uma certa confusão de ritmos e melodias. Foi nos primeiros quartéis do século passado que, com a penetração nas fórmulas musicais brasileiras (lundus e fados) de fórmulas musicais estrangeiras (polcas e habaneras) que aqui aportaram, que surgiram os maxixes e os tangos, que permanecerão no gosto do tempo até o surgimento do samba de morro no início deste século.

Mário de Andrade levanta ainda outro aspecto importante na configuração da nossa música popular: a força da vocalização combinada à força coreográfica. De acordo com ele, "o elemento voz, com a sua necessidade intelectual lógica das palavras, é o caráter precípua, a conseqüência primeira do monodismo da música popular"⁴⁴. É possível que a acentuada característica de oralidade na cultura brasileira tenha fortalecido esta face da moeda da canção, em tantos casos tão ou mais importante que a face musical propriamente dita.

Um exemplo da perfeita combinação entre a face cantada e a face musical, ambas de estilo dolente e de enorme prestígio junto ao público, foi a modinha. Ela chegou a funcionar como fator de renovação cultural na corte portuguesa em finais do século XVIII. De acordo com Teófilo Braga, tanto as líras de Gonzaga, quanto a Viola de Lereno, de Caldas Barbosa, arejaram a cultura portuguesa daquele tempo: "quando o século se apresentava exausto de vigor moral e de talento, é da colônia, que se agita na aspiração da sua independência, que lhe vem a seiva das naturezas criadoras"⁴⁵.

Como se sabe, a modinha está nas origens da moderna canção brasileira, não somente pelo seu espí-

rito sentimental, e por vezes malicioso, próprio para atender aos enleios do gosto médio, mas também por ter se firmado e evoluído com os meios urbanos. Ela percorre, como forma musical altamente apreciada, todo o Império (Carlos Gomes e outros compositores de música erudita praticaram a modinha), avançando para os primeiros decênios deste século, principalmente com Catulo da Paixão Cearense. Da modinha à serenata (esta mantém características daquela), os primórdios da moderna canção baseiam-se nessas duas vertentes: música praticada nas (ou em torno das) cidades e sentimentalismo derramado, em direção a um público doméstico, em que as moças constituíam uma espécie de alvo⁴⁶.

Como já foi apontado, esta configuração referente à modinha transcende ao âmbito da música. Ela é a tônica do comportamento geral da cultura brasileira. Segundo Antonio Candido nossa literatura do século XIX, em grande medida, é condicionada por esta facilitação dos conteúdos, por esta sentimentalidade, por um acordo íntimo entre os produtores e receptores, que interdependem. País de poucas letras, o Brasil teria nos salões e saletas do Império, lugares de danças e saraus, o ponto privilegiado para divulgação de nossas artes, música e literatura principalmente. Aquela voltada para audições restritas, esta moldada por um público restrito. Cultura feita de modo incipiente e brejeiro, para uma elite estreita e pouco instruída⁴⁷.

Dado o peso da oralidade, toda a poesia brasileira passou pela música. De acordo com Antonio Candido, Castro Alves, Gonçalves Dias, Fagundes Varela muito difundiram as suas obras em serenatas. O sentimentalismo acabou dando à cultura brasileira um timbre muito próprio: "assim, a melancolia, a nostalgia, o amor da ter-

ra, foram tidos como próprios do brasileiro; foram considerados nacionais a seu modo, de valor quase cívico, e freqüentemente inseparáveis do patriotismo"⁴⁸. Numa cultura de oralidade e sentimentalismo tão marcantes, é de se esperar que a canção viria ser a forma cultural mais popularizada, e depois prestigiada, entre os brasileiros, a partir da era do rádio.

Antes do rádio, as salas de espera dos cinemas funcionavam como lugar de divulgação e fruição da música popular. Nelas, as execuções do choro ocupavam lugar de destaque. Neste contexto apareceu o maior músico brasileiro do gênero: Pixinguinha. O choro se constituiu enquanto "música dos subúrbios, dos pequenos funcionários, dos operários, dos músicos soldados, da gente humilde do Rio de Janeiro"⁴⁹.

Esta citação faz notar dois aspectos importantes. Em primeiro lugar, a configuração de um público (e de um espaço) diferente daquele apreciador da modinha (a domesticidade, os salões e a corte; as intimidades com a literatura e com a música erudita). O lugar agora é público, a diversão é mediana, e a platéia é aquela que está formando a "massa" consumidora. Em segundo lugar, nota-se ainda uma intensa solidariedade (proximidade) entre os músicos e o público, num esquema de platéia restrita, onde ainda não se formou a celebridade. No contato direto das salas do cinema, músicos e platéia encontram-se ainda em franca integração. A cultura da oralidade vigora ainda em todo o seu esplendor. Alguns anos depois e o espetáculo seria outro.

Mário de Andrade percebeu, na esteira mesmo dos acontecimentos (anos trinta), o processo de desqualificação da música popular no momento em que ela mergulha de fato na esfera da mercadoria. A fase pioneira do rádio havia se esgotado nos anos vinte, depois que o novo

veículo deixou suas primeiras finalidades educativas para transformar-se em empresa capitalista. É neste momento que cresce a demanda da música popular comercializada. Muitos ídolos foram chamados, cantando e compondo para formar a primeira galeria do "show-buziness" nacional. Referindo-se ao livro de Marisa Lira sobre Chiquinha Gonzaga, Mário queixava-se dos novos tempos: "a invenção de Chiquinha Gonzaga é discreta e raramente banal. Ela pertence a um tempo em que mesmo a composição popular resca, mesmo a música de dança e das revistas de ano ainda não degradaram clinicamente, procurando favorecer apenas os instintos e sensualidades mais reles do público urbano, como hoje. Basta comparar uma canção, uma modinha, uma polca de Francisca Gonzaga com a infinita maioria das canções de rádio, os sambas, as marchinhas de carnaval deste século, para reconhecer o que afirmo. (...). Trata-se de um verdadeiro rebaixamento de nível, num interesse degradado em servir o público com o que lhe for mais fácil, mais imediatamente gostoso para vencer mais rápido numa concorrência mais numerosa e brutal"⁵⁰.

Nesta passagem, como se vê, nota-se o problema da facilitação do gosto, posto pela indústria cultural então nascente no país. Com ela o mau gosto, as apelações, dando no rebaixamento de nível e no interesse degradado afirmados na citação melancólica do grande artista. Agora vale sobretudo o aspecto competitivo da produção em série para o mercado consumidor.

Embora Mário de Andrade seja um pioneiro ao detectar os primeiros efeitos da massificação trazida pelo rádio ao âmbito da música popular, no Brasil anterior ao golpe de 64, a indústria cultural é ainda incipiente. Na década de trinta, quando o país passa por um verdadeiro surto de modernização, ela atinge ainda um número relati-

vamente reduzido de pessoas. Em nosso país, a indústria da cultura se implanta segundo um esquema de desenvolvimento e industrialização recentes. Ela aponta para um tipo de sociedade que outros países conheceram em épocas anteriores⁵¹.

No âmbito nacional é somente em 1966 que surgem as reflexões de Ferreira Gullar sobre a produção cultural na sociedade de massa. Nesse trabalho, o escritor já dizia que "a arte popular de nossa época é essa que aí está expressando-se preponderantemente, através do rádio, da TV e dos jornais...". Ferreira Gullar apontava a estereotipia das formas e os temas convencionais, analisando o conservadorismo das mensagens, a serviço das camadas superiores da sociedade, assim como a pobreza dos conteúdos, dado o desprestígio da improvisação nos processos de criação e fabricação dos produtos da indústria cultural⁵².

Segundo Renato Ortiz, os Estados Unidos conheceram já nos anos trinta estudos de idêntico processo. A Europa, com a Escola de Frankfurt, analisou o confronto da cultura com a indústria cultural, finda a II Guerra. Salvo o pioneiro ensaio de Gullar, nos históricos debates do Teatro Casa Grande⁵³, no meio da década passada, intelectuais de expressão discutiram os problemas da crise do nacional e da censura nas artes brasileiras, sem que estas questões, de fundo político, se filtrassem ainda pela iminência de uma "cultura de massa" entre nós.

Para Ortiz, é somente nos anos oitenta que os analistas vêm percebendo que "o popular" se identifica ao que é mais consumido. Para este autor, a lógica do mercado acaba despolitizando a discussão, diferentemente da época anterior, quando "a relação entre cultura e política se expressava como complementariedade (...) porque vi-

víamos no interior de uma sociedade de mercado incipiente", de modo que "doravante se acentua uma dicotomia entre trabalho cultural e expressão política"⁵⁴. A afirmação, se por um lado é um tanto perigosa, porque generaliza a tônica do presente e reduz a situação do passado; por outro aponta para um esvaziamento que, no limite, pode trazer a completa alienação, e logo a perda de sentido de toda produção cultural.

Mas voltando aos anos trinta, nessa época o consumo de livros aumentou no Brasil. Está surgindo o fenômeno dos "best sellers". De acordo com Sérgio Miceli, "os livros de aventuras, os romances policiais, os idílios de amor improvável (...), as biografias romanceadas, eram os gêneros de maior vendagem"⁵⁵. Quer dizer, quem está consumindo livros "em massa" é, no geral, um público mediano, para quem se moldam estas formas literárias. Esta denominação de público lembra o fato de que nem sempre a cultura erudita liga-se ao gosto da classe dominante, assim como a "cultura de massa" ao das classes subalternas. De um modo geral, a "cultura de massa" liga-se sobretudo aos grupos em processo de ascensão, cujo status ainda necessita de legitimação cultural⁵⁶.

Sendo assim, o gosto da classe dominante não é necessariamente um gosto elevado. Daí a penetração do kitsch, cultivado tanto nos estratos médios como nos superiores, muito embora a estética kitsch esteja em princípio ligada ao gosto mediano, de fundamento pequeno burguês. O kitsch está voltado para o entretenimento, para o modelo de descanso e, como tal, tanto pode se aproveitar dos estímulos emitidos pela "cultura popular", quanto pelos consagrados efeitos da "cultura erudita"⁵⁷.

A comercialização da idéia de felicidade encontraria no kitsch seu estilo mais acabado. Ele correspon-

de à negação do autêntico, logo, trata-se de uma falsa promessa, de uma ilusão atenuada pela aparência concreta da mercadoria. De acordo com Abraham Moles, o termo "kitsch" está ligado ao alemão "kitschen" que significa fazer móveis novos com velhos; e a "verkitschen" que significa trapacear. O kitsch é a arte da sociedade burguesa. Ele se vincula à época do consumo. Ele atinge o seu momento culminante após o triunfo da burguesia e, depois, entre a sociedade afluenta. Ao contrário da grande arte, "o kitsch encontra-se à altura do homem comum, por ter sido criado pelo e para o homem médio, o cidadão da prosperidade". Assim, a marca do kitsch é relacionar o original com o banal, com prejuízo óbvio para aquele. "O kitsch é a aceitação social do prazer pela comunhão secreta com um mau gosto repousante e moderado". Ele é constituído a partir de um perfume do romantismo diluído num estilo de vida"⁵⁸.

O kitsch é símbolo da pseudo-sofisticação estética. Para Pierre Bourdieu a recusa à sofisticação estética é marca da cultura de classe média. Exclusividade da cultura erudita, a sofisticação exige distanciamento e iniciação. Assim, somente uma minoria nos estratos médios - artistas, professores e certos intermediários culturais - tem esta iniciação. Parte dos que não têm acesso à cultura erudita, dela se distanciam por falta de competência técnica para compreendê-la e avaliá-la. O mesmo pode acontecer entre aqueles que mesmo tendo acesso a ela (não querem ou) não estão preparados para fruí-la. Bourdieu argumenta que a experimentação formal leva à obscuridade, no sentido de que separa os apreciadores em grupos de iniciados e não iniciados. As artes sérias recusam o belo fácil preferido pela maioria⁵⁹. O ponto de vista é elitizante, porém útil, como se verá adiante, para compreendermos cer-

tos procedimentos numa sociedade ainda afluyente como a nossa.

Antes disso, convém relativizar estas idéias de Bourdieu com outra perspectiva, mais dialética, posta por Antonio Candido. Ele se vale de categorias como arte de agregação e arte de segregação para delimitar o campo de apreensão do fenômeno estético. De acordo com Antonio Candido, a primeira está relacionada com as experiências do coletivo e busca atingir um público amplo por meios comunicativos acessíveis. Este tipo de arte procura adequar-se a determinado sistema simbólico vigente. O segundo tipo se preocupa em renovar o sistema simbólico, criando recursos expressivos novos para se auto-exprimir e, logo, dirige-se ao número reduzido dos receptores que se destacam do geral de uma comunidade. Se a primeira leva à integração do indivíduo nos valores comuns, a segunda leva-o à diferenciação. Para Antonio Candido, ambos são processos complementares e a arte sobrevive num jogo dialético entre essas duas tendências⁶⁰.

Mas voltando, apesar de pequena para as dimensões do país, a classe média avolumou sobretudo a partir dos anos 70. Muitos ainda se lembram da corrida aos anti-quários, verdadeira mania naqueles anos. Ela significou um novo modo de representação do status recém-adquirido por aqueles que conseguiram morder as fatias do famoso bolo do "milagre". O móvel antigo, por exemplo, é deslocado do seu habitat, tornando-se um veículo para apontar a ascensão elegante. Ele disfarça bem a subida repentina. Vão longe os tempos em que o processo de enriquecimento instantâneo explicitava a avareza, a usura e o golpe, tal como mostrou Balzac. O móvel antigo na sala moderna quer enraizar um bom gosto que supostamente já existia há muito tempo. Ele funciona também como recusa à completa modernização da aparência doméstica. A tecnologia do lar,

vendida em qualquer esquina, foi destinada aos espaços privativos da casa pequeno-burguesa (na cozinha, nos banheiros, nos objetos de manejo pessoal, no campo do lazer doméstico etc.), discretamente escondida da visitação. O novo burguês não quer ser imediatamente identificado com o moderno. Moderno, para ele, significa recente, como recente é sua própria chegada ao paraíso. Os móveis antigos viram espectro de um passado inexistente. Eles são prova de uma falsa consciência e tentam resgatar, na intimidade, um humanismo que, lá fora, o mundo vem liquidando há tempos. Em seu meio original, o móvel envelhecia com o uso das gerações; ele tinha funções concretas: um guarda-louças, um toucador, uma mesa. Ele agora é impedido de envelhecer; é preservado ao máximo e, mumificado em sua falta de função, tornou-se mero objeto ornamental, de especulação e ostentação. A pequena burguesia compra os espólios de um passado morto - o mundo rural decadente - para afirmar sua superioridade. A iniciação tornou-se uma questão de compra e venda.

Mário de Andrade, como vimos, foi quem primeiro percebeu o processo de massificação cultural trazido pela indústria cultural. Mário é contemporâneo de Adorno. Suas constatações se aproximam. Porém, ao contrário de Adorno, que rechaça a música popular, Mário tem uma generosa abertura para com o gênero no Brasil. Seu contexto é outro. A mercadoria moderna é ainda aqui embalada em papel caseiro. Mário não tem diante de si nem uma cultura erudita suficientemente guarnecida, nem uma modernidade plenamente configurada. Mesmo assim, ele como que "adivinha todo o processo, detectando a condicionante mercadológica da canção nos primeiros tempos do rádio: "(...) nada

existe de mais transitório em música do que esta espécie de composição. Compor música de dança para revistas de ano e coisas assim é uma espécie de arte de consumo, tão necessária e tão consumível como o leite, os legumes e sapatos. O sapato gasta-se, o perfume se evola, o alimento é digerido. E o samba, o maxixe, a rumba, depois de cumprido o seu destino rápido de provocar várias e metafóricas...calorias, é esquecido e substituído por outro. E como o artista só vive na função da obra que ele mesmo criou, o compositor de dança, de canções de rádio, de revistas de ano, também é usado, gastado, e em seguida esquecido e substituído por outro"⁶¹.

Mário, conforme se vê, aponta pioneiramente para a volatilidade do produto e do artista na era da nascente indústria cultural brasileira⁶². Entretanto, o que é parâmetro para Adorno (a sólida tradição musical européia) para medir o processo de desqualificação musical imposto na era do capitalismo avançado, não se aplica diretamente ao pensamento de Mário de Andrade, no que se refere à música popular. A dependência dos modelos importados (até Villa-Lobos praticamente) e, logo, a falta de uma curva histórica bem delineada no campo da nossa música erudita, faz com que, no Brasil se pense a música popular com um status que se assemelha aqui ao prestígio da grande música na Europa. Se correta a observação, a MPB, ao menos em seus instantes de maior intensidade criativa, se configura como um "substituto" do parâmetro da velha cultura numa "cultura recente". Dito de outra maneira, certamente as melhores manifestações daqui, para Adorno apareceriam como indigência⁶³. Completando, é a evocação de Chiquinha Gonzaga (e poderíamos enfileirar Ernesto Nazareth, Pixinguinha, Sinhô, Zequinha de Abreu, e outros mais) que afirma o parâme-

tro da "boa música" brasileira, em oposição à música banalizada pelos mecanismos da alta comercialização.

Observamos que, aqui, popular e erudito não se distinguiram claramente como na tradição que Adorno tem em vista. Logo, a mistura de planos não se estabelece, modernamente, com a standardização. É para a valorização do mais "autêntico", de raízes visivelmente populares, que se deslocam as preocupações de Mário de Andrade. Elas contrastam com a "agressividade" cosmopolita de Adorno. Resumindo, as colocações de ambos estão de fato emparelhadas (salta à vista o poder de antecipação e modernidade de Mário), embora, naturalmente, construídas segundo prismas diferentes. Não obstante, as garras da indústria cultural atingem tanto os sólidos monumentos culturais quanto aqueles que não estão ainda bem encorpados. A devoração das "formas autênticas" não mede as condições particulares de cada cultura, mesmo que de Bach a Schoenberg haja uma diferença considerável em relação ao percurso que se estende de Caldas Barbosa a Chiquinha Gonzaga.

No plano europeu, Umberto Eco, mais flexível que Adorno, vê uma saída para a canção popular, mesmo sendo esta escravizada pelos esquemas da fúria de comercialização. Trata-se da "canção diferente", em oposição à "música gastronômica"⁶⁴. Ela propõe novos apelos ao ouvinte, ela tem como parâmetro, ainda que em tom menor, o nível culto das artes (a literatura e a música). Creio ser possível enfileirar aqui muitos instantes de artistas de notável talento na moderna canção: Cole Porter, Duke Ellington, Beatles, Jacques Brel, Bob Dylan, entre tantos outros. No lado brasileiro a lista seria bem maior em função dos interesses deste trabalho. Mas adverte o autor: dado o caráter da indústria cultural, esses "desvios" da tradição são logo absorvidos, tornados repe-

titivos e vulgarizados para o consumo "de massa", refazendo-se o ciclo inexorável da banalidade. Tal como Umberto Eco, Edgar Morin vê na trajetória do gênero-canção a possibilidade de combinar a qualidade ruim e mediana a momentos de grande originalidade, muito embora a saturação nos esquemas de difusão dessas formas musicais dificulte a própria visibilidade daqueles momentos⁶⁵.

De modo complementar, cabe aqui lembrar um outro aspecto da maior importância. A partir sobretudo dos anos 50, com a explosão do rock'n roll - fincado no advento de uma cultura juvenil comercializada - os artistas da canção subiram à tribunas alheias à música propriamente dita. Dali lançaram-se para uma importância que suplantou muitas vezes a esfera musical. No plano estrangeiro é o caso de ídolos como Elvis Presley, Bob Dylan, Beatles, Jimi Hendrix e Janis Joplin. Eles não somente alteraram a fisionomia da música popular, como também, amparados pela mídia, o gosto e o comportamento de toda uma geração. No plano brasileiro, os músicos de protesto e suas mensagens engajadas no campo da reação contra a ditadura do regime de 64; os artistas da jovem-guarda, que fizeram explodir modas e com elas um novo modo de ouvir e de ser entre a juventude da classe média; assim também os tropicalistas com seu anseio generalizado de modernização estético-comportamental. Todas essas tendências, lá e cá, é preciso insistir, vigoraram nos quadros de uma época de intensa movimentação cultural e política em todo o ocidente. Uma certeza, porém, tornou-se inquestionável. Nenhum desses movimentos de há vinte anos escapou às contas da alta comercialização do mundo cultural capitalista.

No que se refere à canção brasileira, José Miguel Wisnik apontou para o fato de que, mesmo não se exi-

minho das regras da estandardização, a MPB "passa periodicamente por verdadeiros saltos produtivos, verdadeiras sínteses críticas, verdadeiras reciclagens..."⁶⁶. São os saltos produtivos, as sínteses críticas e as reciclagens que mais interessam a este trabalho. Sobretudo quando comparamos o momento em que eles foram mais numerosos e evidentes (anos 60) com aquele em que eles parecem ter sumido no horizonte (os anos 80), confirmando-se em muitos aspectos as teorias da arte nos sistemas da indústria cultural.

NOTAS

(VER CITAÇÃO COMPLETA DAS OBRAS CONSULTADAS, NA BIBLIO-
GRAFIA DESTE TRABALHO)

1. "Não se conhece a canção", in ABRAHAM MOLES et alii.
Linguagem da cultura de massa, p. 146.
2. "Sobre música popular", in THEODOR W. ADORNO (Org.
Gabriel Cohn), pp. 115-122.
3. Idem, p. 120.
4. Idem, p. 126.
5. "A indústria cultural", in op. cit., p. 93.
6. A criação cultural na sociedade moderna, p. 19. ABRAHAM
MOLES chamou essas modernas formas culturais de
"cultura mosaica". Ver "O rádio e a televisão a
serviço da promoção sócio-cultural", in op. cit.,
pp. 8-12.
7. Conf. LUCIEN GOLDMANN, op. cit., p. 46.
8. "Por que é difícil a nova música", in op. cit., p. 152.
9. Idem, p. 160.
10. "Sobre música popular", p. 141.
11. Conf. JURGEN HABERMAS, Mudança estrutural da esfera pú-
blica, esp. o cap. 5º, pp. 169-212.

12. "O fetichismo na música e a regressão da audição", in Os pensadores, p. 168.
13. In CHARLES WHITE. A vida e a época de Little Richard, pp.54-55.
14. Cultura de massas no século XX. Neurose, p. 127.
15. Ver HERBERT MARCUSE, Eros e civilização, esp. a Parte II: "Para além do princípio de realidade".
16. "Elementos do anti-semitismo: limites do esclarecimento", in Dialética do esclarecimento, pp. 168-169.
17. "Educação após Auschwitz", in Theodor W. Adorno, op. cit., p. 35.
18. "A glória", in VÁRIOS. Os sentidos da paixão, pp. 114-115.
19. Anatomia da crítica, pp. 64, 65 e 70.
20. Conf. RICHARD SENNETT. O declínio do homem público, pp. 30-31 e seguintes.
21. Idem, pp. 120, 149 e 195.
22. Filosofia da nova música, p. 15.
23. Conf. WALDENYR CALDAS. Iniciação à música popular brasileira, p. 32.
24. Jazz, uma história em quatro tempos, pp. 16-17.

25. Conf. EMÍLIO DE IPOLA, "O tango em suas margens", in Novos Estudos CEBRAP, nº 16, pp. 2-6.
26. Ver GILBERTO MENDES, "A música", in AFFONSO ÁVILA (Org.). O modernismo, p. 129.
27. JEAN-PIERRE SARTON, P. DAUFOUY, Pop Music-Rock, pp. 128-129.
28. "O fetichismo...", op. cit., p. 173.
29. "Por que é difícil...", op. cit., p. 156.
30. Idem, p. 157.
31. "A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massa", in LUIS COSTA LIMA (Org.). Teoria da cultura de massa, p. 183.
32. A criação cultural..., op. cit., pp. 25-31.
33. Idem, p. 39.
34. A ética protestante e o espírito do capitalismo, pp. 44-45.
35. O declínio..., op. cit., pp. 203-204.
36. Citado por WALTER BENJAMIN. A modernidade e os modernos, p. 14.
37. Entre o passado e o futuro, p. 259.

38. "Arnold Schoenberg", in Prismas, p. 158.
39. Idem.
40. Filosofia da nova música, p. 18.
41. Idem.
42. Música, doce música, pp. 25-26.
43. Peguna história da música, p. 34.
44. Música, doce música, pp. 321.
45. Apud OLAVO BILAC, GUILMARÃES PASSOS. Tratado de versificação. 9. ed. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1949, pp. 13-14.
46. Sobre a modinha ver JOSÉ RAMOS TINHORÃO. Peguna história da música popular, pp. 11-46.
47. Literatura e sociedade, pp. 77-88.
48. Idem, pp. 80-81.
49. Conf. EDIGAR DE ALENCAR. O fabuloso e harmonioso Pixinguinha, p. 39.
50. Música, doce música, p. 331.
51. Ver RENATO ORTIZ, Cultura brasileira e identidade nacional, p. 82.

52. "Problemas estéticos na sociedade de massa", in
Revista Civilização Brasileira, nº 7, pp. 233-
250.
53. Ver Ciclo de debates do Teatro Casa Grande. Rio de
Janeiro, Inúbia, 1976.
54. RENATO ORTIZ, A moderna tradição brasileira, p. 164.
55. Intelectuais e classe dirigente no Brasil, p. 76.
56. Conf. JURGEN HABERMAS, op. cit., p. 205.
57. Conf. UMBERTO ECO, Apocalípticos e integrados, pp.
69-88.
58. O kitsch, pp. 9-30 e 85-89.
59. "Gostos de classe e estilos de vida", in Pierre Bour-
dieu (Org. RENATO ORTIZ), pp. 82-121.
60. Literatura e sociedade, p. 23.
61. Música, doce música, p. 329.
62. A reflexão de EDGAR MORIN, naturalmente pensando o con-
texto europeu, e trazida anos depois, é exatamen-
te a mesma. Ver Cultura de massas..., p. 18.
63. Ver por exemplo o modo como ADORNO analisa a "cultura
do jazz", in "Moda sem tempo", Prismas, pp. 126-
156.

64. Apocalípticos e integrados, p. 302.
65. "Não se conhece a canção", pp. 150-155.
66. "O minuto e o milênio", in JOSÉ MIGUEL WISNIK et alii, Anos 70, Música popular, pp. 14-15.

CAPÍTULO SEGUNDO

NOS TEMPOS DO RÁDIO: a construção da celebridade

A EMPRESA

O rádio surgiu nos Estados Unidos entre 1916 e 1921, pondo "à disposição de milhares de ouvintes um repertório ao qual, até bem pouco tempo, só se podia ter acesso em determinadas ocasiões. Daí a expansão da cultura musical nas classes médias e populares (fenômeno que se pode apreciar melhor recordando como a música setecentista foi toda dedicada e dirigida a um público de corte, enquanto que a do século passado se tornou, ao contrário, um divertimento típico da burguesia)..."¹.

A citação de Umberto Eco serve para fixarmos a íntima ligação entre o rádio e o gosto popular, lembrando que no século XIX começam os processos de popularização e massificação da música. A literatura está repleta de bailes e quadrilhas com valsas e polcas para ninguém se queixar. No século do progresso e do pudor a burguesia parece ter se divertido como nunca².

O rádio aparece no Brasil em pleno ano oficial do Modernismo nas artes nacionais. Ambos apontam para uma modernização inexorável. Consta que, em 1922, a Westinghouse, empresa pioneira no gênero, enviou para cá, a título de demonstração e numa estratégica busca de novos mercados, duas estações de radiofusão. Houve emissões experimentais até 1924, quando se instalou a primeira emissora. É a fase em que se organizam as Rádios Clubes, atividade elegante entre os rapazes das boas famílias do Rio e de São Paulo. Em princípio, toda a programação é voltada para finalidades culturais: "em 1923, funda-se a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, na Academia Brasileira de Ciências; depois Escola Politécnica e depois Livraria Científica Brasileira; posteriormente na Casa Guinle,

ocupando todo o sexto andar onde dispunha de sala de leitura, biblioteca, laboratório etc."³.

Na época, o "cast ainda era formado amadoristicamente, e por pessoas "de bem", que "cuidadosamente disfarçados sob pseudônimos, exibiam seus pendores e suas qualidades artísticas sem outras pretensões profissionais"⁴. A citação sugere um jogo de esconde-esconde, em que a burguesia parece já estar ciente do potencial popularesco do novo veículo. Para além do diletantismo, Roquette Pinto tornou-se o mais famoso pioneiro do rádio. Ele pretendia levar educação às massas. Num país de poucas letras, Roquette Pinto pressentia no rádio um poderoso veículo de intervenção cultural: ele não contava ainda com a entrada do esquema empresarial, que iria vigorar pouco tempo depois.

Quando se pensa em samba, liga-se imediatamente a música a uma imagem popularizada do Brasil. Essa imagem não seria possível sem a radiofusão. Antes relegado à expressão cultural de seu meio de origem, o samba tornou-se, através do rádio, o ritmo preferido do gosto brasileiro, verdadeira expressão da música nacional. Em termos de música popular, os anos 30 são decisivos. Trata-se do "momento de transição, o momento de estruturação do mecanismo radiofônico como empresa econômica em busca de rentabilidade"⁵.

Por volta de 1930, a casa Edison era então a única gravadora existente no Brasil. A profissionalização do artista ainda não tinha surgido. Os únicos a receberem ordenado fixo eram os locutores. Programas de vários gêneros foram sendo introduzidos com os contratos publicitários. Inicia-se também a divulgação da música carnavalesca e os artistas vão sendo introduzidos no contexto radiofônico. Surge também, por volta de 1933, a mo

da da crônica no rádio; ela faria sucesso durante três décadas. Levando uma dose literária ao novo meio de comunicação, Orestes Barbosa (compositor de formação acadêmica), Monteiro Lobato e Alcântara Machado, entre outros intelectuais, trabalharam para o rádio. O veículo consolidava-se a partir do grande impulso dado pela entrada do esquema empresarial, que empurrou o rádio para a categoria de veículo de massa, rompendo com o pioneirismo do início, e modificando a programação. Agora vão longe as "antigas" finalidades educativas.

Em março de 1932, Getúlio Vargas lança o decreto-lei nº 21.111 que abrirá as portas das emissoras à publicidade. O cenário se modifica. Rapidamente o diletantismo cede lugar aos interesses comerciais. Os que antes procuravam apenas recrear-se tornam-se agora os empreendedores que ocuparão os altos postos da empresa radiofônica. A esfera do mando, assumida por eles, deixa as posições secundárias (setores programático, técnico e administrativo) abertas à entrada das camadas medianas e pobres da população, para quem o rádio tornou-se um meio de vida⁶.

Com a divisão do trabalho em moldes de empresa, as elites nos postos de mando e sob elas os assalariados, o rádio prepara-se para entrar na fase do seu apogeu, que se estenderia por quase três décadas, até que a televisão o empurrasse para um plano subalterno. Contudo, no início dos anos 30, "o Rio de Janeiro dispunha apenas de meia dúzia de emissoras que mal transpunham a Serra do Mar, alguns teatros, duas ou três fábricas de discos em mãos de estrangeiros e a divulgação era lenta, difícil e penosa⁷. A técnica incipiente respondia a um mercado consumidor ainda em formação e igualmente pouco aparelhado.

Esta situação iria se reverter com impressionante rapidez. O rádio contribuiu decisivamente para a formação de uma sociedade de consumo no país. Evidentemente essa contribuição está relacionada com a própria mudança do Brasil, a partir de 1930. A indústria cultural aqui se estabelece com a modernização trazida pelas reformas econômicas e sociais do regime Vargas; e com aquilo que Antonio Candido chamou de "atmosfera de fervor", que caracterizou o plano da cultura no período"⁸.

Para que se tenha uma idéia do impulso dado pelo rádio à mentalidade de consumo, o número de agências publicitárias no Brasil era de 3 em 1925, crescendo para 220 na década de 30, o que dá a dimensão da força dos anunciantes ante as demandas captadas pelo rádio. Graças a isso, o novo veículo é reaparelhado, tendo-se em vista sua importância num esquema de modernização capitalista.⁹

O rádio, ao se constituir como empresa, possibilitou também, como já foi apontado, a existência de um novo mercado de trabalho. Ele indicou aos estratos inferiores e médios da sociedade um meio de ascensão, não somente pelo trabalho, mas também pelo reconhecimento público dos talentos anônimos. Em muitos casos a demonstração do talento atraiu muita gente para uma espécie de sonho (tantas vezes frustrado) de vida fácil e glamourosa, assemelhando-se a uma pequena Hollywood tropical. Um belo exemplo literário dos mecanismos de ascensão e degradação do indivíduo nos meios do rádio foi dado por Marques Rebelo, no romance A estrela sobe, de 1939.

Leniza Maia é moça de subúrbio, órfã de pai, vive de empregos modestos, com a mãe, num cortiço. Ela sonha em ser cantora de rádio e não mede esforços para tornar-se uma estrela da canção. Às vésperas do primei-

ro contrato no rádio, arranjado pelo amigo boêmio, Leniza projeta o futuro: "vestidos, sapatos, chapéus, perfumes - a vida! A vida tal como ela queria, como ela compreendia. A vida e a glória! Retrato nos jornais, nas revistas, falada, comentada, apontada. Tudo o que é bom, tudo que enche o coração, tudo que ela vinha amarga e secretamente desejando...". Mas o consumo de moça fina aliado aos benefícios da fama tem muitos preços. A primeira conta a pagar é com Mário Alves, o amigo trambiqueiro. Ela se torna, contra a vontade, sua amante. A virgindade da moça pobre é a primeira perda, e os sonhos começam a passar pelo teste da realidade. A primeira perda funciona também como metáfora do sacrifício da individualidade (Leniza está vinculada afetivamente a outro rapaz) no momento da entrada no esquema da empresa radiofônica. Quando ela se apressa em desvencilhar-se do amante, este ameaça: "- Nada de falseta (...), você não me conhece! E ainda nem estás no primeiro degrau. Sujo o mapa!". A partir daí, a escalada de Leniza Maia é uma sucessão de ganhos e perdas; a tensa relação entre os meios e os fins. À certa altura ela reflete: "sentia-se miserável, imunda, escória humana campo de todos os pecados, lama, pura lama. Mas subira. Dois ou três degraus na escada do mundo (...). Mas precisava subir mais, sempre mais, custasse o que custasse". Ao final o balanço da fama: "tribulação e trevas, desmaio e angústia, e obscuridade". E conclui o narrador: "aqui termino a história de Leniza. (...) Tremo: o que será dela, no inevitável balanço da vida, se não descer do céu uma luz que ilumine o outro lado das suas vaidades?". É esta a derradeira fala do romance. A palavra vaidade, ligada ao problema da ascensão, funciona como motor desta obra de Marques Rebelo¹⁰.

No início dos anos 40, "a Rádio Nacional consoli

da a sua fama. Os programas bem cuidados, como não se havia visto antes. Neles nasceu a música popular brasileira bem mais arranjada, mais rica em instrumentação. Maestros como Léo Peracchi, Lírio Panicalli e Radamés Gnattali, eram os responsáveis por esse novo estágio que a música popular alcançava. O disco até então não apresentava esse grau de aperfeiçoamento. As gravações eram muito simples, sem sofisticações orquestrais, sem os arranjos que o rádio oferecia aos seus ouvintes..."¹¹.

De acordo com Miriam Goldfeder, a programação radiofônica evolui para a década de 50 caracterizada por uma visão romântica e idealizada do mundo, com muita redundância no tratamento das temáticas. O rádio é produzido para as classes médias e extensões: classes médias baixas, classe operária e mesmo setores marginais e excluídos da participação sócio-econômica¹².

O coroamento desse ideário romantizado, permeável às canções, aos ídolos como modelos de ascensão, aos anúncios publicitários de produtos e bens domésticos, à exaltação, enfim, da pequena moral familiar, talvez tenha sido a programação de radionovelas. Estas, como se sabe, alcançaram enorme sucesso nas décadas de 40 e 50. Gênero intermediário entre o velho folhetim e as recentes telenovelas, a radionovela trouxe menos o romance às multidões e mais uma herança já liquidada antes mesmo que findassem os últimos acordes do ultra-romantismo nas artes literárias. Montada em velhos clichês: o maniqueísmo dos sentimentos operados à tábula rasa das emoções barateadas, a radionovela fez chorar a massa. De origem espanhola - a Cuba de Batista era o viveiro exportador do novo gênero -, talvez se possa dizer que a radionovela foi o primeiro grande produto no mercado cultural latino-americano, feito para consumo intramuros de cultu-

ras até recentemente ágrafas e, no geral, ainda hoje mal alfabetizadas.

É desse modo que as elites não aparecem no se tor de programação, assim como uma ideologia típica de um setor (médio) impregnava outras camadas abaixo dele. A existência do auditório de rádio significou a presença, no próprio âmbito da produção, do consumidor, em geral oriundo da classe média baixa e operária; sendo este um público iminentemente feminino. Daí o preconceituoso epíteto: macacas de auditório. Nesse esquema, o ídolo funcionou como modelo compensatório. A realização máxima num esquema estreito de ascensão social. Não obstante isso, o rádio se constituía num modo de preenchimento do vazio cultural desses setores urbanos desprivilegiados econômica e socialmente. Ele oferecia a esse público "uma integração ilusória na sociedade de consumo". Dizia-se à época que o rádio era a diversão dos que não tinham fortuna¹³. O tema foi tratado por Clarice Lispector no romance A hora da estrela, de 1977.

As audições de Macabéa dão-lhe a sensação de contato com as coisas importantes do mundo: uma cultura ilusória, de quinquilharias, vai sendo posta aos pingos pela Rádio Relógio: uma emissora de programação esvaziada, com a finalidade básica de indicar permanentemente a passagem das horas. Ela combina notícias com curiosidades de almanaque, entremeadas com os toques ininterruptos do relógio, como a sugerir o mundo exterior entrando quase em silêncio no mundo danificado da personagem. Macabéa é símbolo da perda da identidade. Originária de um mundo rural, ela é jogada na grande cidade, sem mediações. Ela salta da cultura da oralidade para a "cultura de massa", esvaziando-se. Antonio Candido constatou que é característica das nações latino-americanas a existên-

cia de "grandes massas ainda fora do alcance da literatura erudita, mergulhando numa etapa folclórica da literatura oral. Quando alfabetizadas e absorvidas pelo processo de urbanização, passam para o domínio do rádio, da televisão, da história em quadrinhos, constituindo a base da cultura da massa"¹⁴.

Neste sentido, a situação desses países é bastante diferente da dos países desenvolvidos, onde os problemas do analfabetismo e da marginalidade social já foram melhor resolvidos em etapas anteriores ao advento maciço da indústria cultural. Para exemplo fiquemos com o fato de que no final do século XVIII, em muitos lugares da Europa, pequenos comerciantes fundaram associações de profissionais, que mantinham entre suas atividades a prática da leitura. A direção dessas entidades, assim como a programação das leituras, cabia a dignatários formados na Ilustração. Era seu projeto formar as classes inferiores para a grande cultura. Nesse tempo a disseminação da cultura não era ainda rebaixada a uma "cultura de massa"¹⁵.

No caso brasileiro, a "etapa folclórica" é transformada, segundo Antonio Candido, em folclore urbano, desenvolvendo-se assim uma "catequese às avessas". O autor refere-se ao tempo em que os missionários educavam os índios para a cultura da metrópole, em conformidade com as formas consagradas dessa cultura. O movimento foi invertido nos tempos modernos, com a integração do homem rural à sociedade urbana. Esta integração vem sendo feita "por meio de recursos comunicativos que vão até à inculcação subliminar, impondo-lhes valores duvidosos e bem diferentes dos que o homem culto busca na arte e na literatura"¹⁶.

Ao lado do rádio, havia a Revista do rádio,

cujo conteúdo "dirigido às classes baixas e às demais categorias situadas na base da pirâmide social exaltava a vida doméstica, a realização materna, a possibilidade de felicidade permanente, o espaço da realização privada (grifos meus), romântico-burguesa". Segundo Miriam Goldfeder, este semanário "vendeu para a mulher excluída uma imagem real de classe média, como padrão universal de felicidade"¹⁷. A doutrina do rádio seria assimilada posterior e logicamente com muito maior força, pela televisão. De acordo com Abraham Moles, esta doutrina se pauta pela demagogia: o conteúdo não tem a mínima importância, desde que seja fácil atingir o gosto do maior número de ouvintes/espectadores; pelo dogmatismo: emissão de valores determinados a priori: políticos, religiosos, culturais etc.; e pelo culturalismo que visa a adequação do homem ao seu meio natural¹⁸. Ou seja, os interesses comerciais e sob eles a espoliação e a ideologia do conformismo, constituem a doutrina do rádio e da televisão.

2

O PRECONCEITO

No início daquilo que viria a ser chamado de uma "cultura radiofônica", cujo alicerce seria, sem dúvida, a canção popular e seus ídolos, o rádio teria que enfrentar diretamente a concorrência do gosto mais requintado, merecendo uma séria desconfiança. A música se enquadraria no âmbito do gosto dos consumidores, porém não sem ardidas reações da esfera elitizada da sociedade. A intervenção de Mário de Andrade a propósito de Chiquinha

Gonzaga é um exemplo (ver capítulo anterior). A mesma posição, posta sob um outro ângulo, ressurgue no romance Abdias, de Cyro dos Anjos, publicado em 1945. A ação é localizada na Belo Horizonte dos anos trinta:

"Estávamos numa segunda-feira de carnaval, e uma camioneta com auto-falante rodava pela rua, derramando no ar sambas fanhosos, entre anúncios de pastas dentifrícias. Chamei a atenção do Dr. Azevedo para a invasão crescente do samba e condenei o apoio que lhe davam alguns intelectuais. Prestigiando aquela manifestação primária da criação musical e conferindo-lhe foros de cidade, influíam para que o povo cada vez mais se distanciasse da boa música.

- O rádio é talvez o maior responsável por isso, concordou. E contou-me, a propósito, que, para se ver livre de uma família de fanáticos rádio-ouvintes, (...) teve que comprar a casa da vizinha. (...)

- Agora não me apanham mais. Do contrato de locação faço sempre constar uma cláusula segundo a qual o locatário não pode utilizar-se do rádio senão duas horas por dia. E sempre as horas que não estou em casa"¹⁹.

A passagem, se por um lado mostra o desejo do professor secundário (Abdias) de igualar-se pelo gosto ao burguês tradicional (Dr. Azevedo), atacando aquela cultura que vem "de baixo" e que explode nos ouvidos mais educados, mostra também a ação poderosa do doutor, que elimina o mal pela raiz: ele compra a casa ao lado, torna inquilinos seus vizinhos, e abusa da lei para impedir que ouçam rádio o quanto quiserem. A cena, por sua força de sugestão, faz lembrar Machado de Assis, a propósito

do funcionamento da engrenagem social brasileira, de base patriarcal. Engrenagem esta da qual nunca nos livramos plenamente.

Os empresários do veículo obviamente não "apreciam" na cultura radiofônica. São os estratos médios e baixos que, empregados no rádio, vão "por a mão na massa". Mesmo os mecanismos de cooptação do veículo durante o Estado Novo, e a crescente ampliação das faixas consumidoras, não foram suficientes para desfazer as rejeições demonstradas pelo gosto elitizante com relação ao rádio. Em parte a marca popularesca - mau gosto e redundância - pode explicar esse distanciamento; em parte, porém, ele reflete a própria dinâmica das relações entre sociedade e cultura no Brasil. No caso, estamos nos referindo ao desprezo pelas manifestações populares da cultura.

Antes mesmo do rádio, as primeiras rodas de samba eram tratadas como caso de polícia. A letra de "Pelo telefone" faz referência ao delegado simpático às folias dos negros. Durante o século XIX, por ocasião do carnaval, os escravos "saíam em correrias pelas ruas, sujando-se uns aos outros com farinha de trigo e polvilho, enquanto as famílias brancas, refugiadas em suas casas, divertiam-se derramando pelas janelas tinas de água suja sobre os passantes"²⁰. Tempos depois ficou famoso o episódio de Nair de Teffé quando, em 1912, esta resolveu levar o maxixe para as festas do Palácio do Catete, causando o escândalo na imprensa carioca. Também Chiquinha Gonzaga foi perseguida ao apresentar seus tangos e polcas às platéias de salão. Mas com os negros a coisa era ainda pior. Havia "cerceamento e discriminação exercidos pela sociedade dominante sobre todo e qualquer tipo de reunião do grupo negro do Rio de Janeiro"²¹. A situação só é

atenuada quando ocorre a absorção das folhas pelos brancos, que tratam de regulamentá-las para consumo próprio.

O preconceito se estendia em todos os sentidos. Desde a acusação pelos brancos da cor dos elementos ligados ao samba, até a imposição do gosto branco, pretensamente mais elaborado, em oposição à pobreza identificada nos próprios temas das músicas, em geral ligados ao culto da malandragem-marginalidade. Mas segundo Almirante, "pouco importava que os críticos da imprensa apontassem a inconveniência do rumo que tomava a música popular. Compositores com êxito citavam as expressões de maior sucesso nos sambas, como malandragem, vadiagem, orgia, gandaia, situações ligadas às delícias do não trabalhar, dos desocupados"²².

A exaltação da malandragem competia com a exaltação da mulata. Bastante preconceituoso, em geral exercido por compositores brancos, o culto da mulata na música popular esteve no auge durante os anos 30, sempre marcado pela exploração da sensualidade dessa "instituição nacional", oriunda das camadas pobres.

Talvez seja interessante aqui, e uma vez mais, tirar à literatura instrumentos que explicitem melhor essa face do preconceito. De acordo com Dante Moreira Leite, já o Romantismo distinguia o tratamento poético dado às mulheres de classes diferentes. Aquela que deveria ser "esposa, mãe e irmã", a mulher digna portanto, era destinada uma retórica espiritualizada, condizente com o grau elevado do amor "espiritual" prevalecendo sobre o "amor físico". Ao evocar essa mulher, o discurso empola, e o poeta como que fica distanciando na "musa":

"Quando eu te fujo e me desvio cauto

Da luz de fogo que te cerca, oh! bela,

Contigo dizes, suspirando amores:

- Meu Deus! que gelo, que frieza aquela!"

O sentimento espiritualizado cede lugar à proximidade sensual quando se trata da mulher pobre. Aqui o poeta vai por um "à vontade" que produz outro discurso. Não será demais notar que o grave decassílabo é trocado pela dançante redondilha, em tom de modinha:

"Morena, minha morena
 És bela, mas não tens pena
 De quem morre de paixão
 - Tu vendes flores singelas
 E guardas as flores belas,
 As rosas do coração?"²³

Chegando agora à mulata e à sua mais espetacular consagração popular: a marchinha de Lamartine Babo "O teu cabelo não nega". A forma se embaralha e o registro é outro. Não se trata mais de "um poema", mas de uma canção carnavalesca, aliás esta a forma de expressão onde mais se cultuou os dons da mulata. Salta à vista o crescimento da intimidade que dispara para a comicidade e a dominação:

"O teu cabelo não nega, Mulata
 porque és mulata na cor.
 Mas como a cor não pega, Mulata
 mulata eu quero teu amor.
 Tens um sabor
 bem do Brasil
 Tens a alma cor de anil.
 Mulata, mulatinha, meu amor
 Fui nomeado teu tenente interventor"

Nota-se que o verbo negar rebate em nega, a cor da "musa dos pobres". Não falta sequer a alusão à alma branca (o anil azul que clareia) no corpo escuro, cujo sabor é apreciado pelo branco, que o exalta (sabor bem Brasil) para submetê-lo, chamando para si os direitos do

interventor. Outros exemplos: ela é a mulher de todos: "Ó mulata tão faceira/não faz nada o dia inteiro/passei a com casado ou solteiro". Sua pobreza é carnavalizada; a vadiagem junta-se às dificuldades de participar de uma sociedade de consumo: "vem cá mulata/não vou lá não/vou já vestir/o meu casaco a prestação". Ela converte-se em mercadoria tipo exportação: "salve a mulata/cor do café/a nossa grande produção". Sua sexualidade é carnavalizada: "mulata ninguém te aguenta". Ela é exaltada segundo uma falsa superioridade: "branca é branca/preta é preta/mas a mulata é a tal". E por fim, ela se torna depositária do maior preconceito de cor, a cor que não pega, conforme a marchinha de Lamartine Fabo²⁴.

As raízes do preconceito das elites para com os meios do rádio enlaçam o desprezo pelos negros e o desprezo pelos pobres. Ambos têm raízes profundas na sociedade brasileira de base patriarcal e escravocrata. Ao desprezo por negros e pobres liga-se também o enorme desprestígio do trabalho manual (servil e não servil) no país dos bacharéis. A atividade musical, por exemplo, sempre foi identificada como atividade artesanal e, logo, subalterna. De acordo com Enio Squeff, o trabalho musical no Brasil resultou de uma combinação de atividade desprestigiada (seu lado manual) com atividade lúdica e improdutiva (seu lado artístico)²⁵. No caso da música popular, esta visão seria ainda mais radical, uma vez que a atividade emerge do cultivo e da recuperação dos ritmos e das melodias do populacho (negros, mulatos e outros desclassificados, boêmios de segunda classe), gerando o forte preconceito que animou o envolvimento das "pessoas de bem" com os meios da canção popular.

Um velho radialista prestou interessante depoimento a João Baptista Borges Pereira: "um dia fui atender

a um cliente que queria lançar um novo tipo de calçado popular, para indivíduos de limitada capacidade de aquisição. Ele estava disposto a gastar bastante com publicidade. Sugerí-lhe patrocinar a vinda dum sambista romântico carioca que na época lotava os auditórios de rádio e provocava delírios nas multidões, principalmente entre as camadas mais humildes. O anunciante, que era italiano, virou-se para mim e disse: 'Veja lá se vou gastar o meu dinheiro para ver negro cantar'; e acabou mesmo pagando uma temporada de um cantor lírico italiano que viera a São Paulo para se exhibir no Municipal"²⁶.

A fala agora é de um compositor negro: "ganhar nós não ganhávamos, pois quem gostava das nossas músicas eram o preto e o branco pobre. Rico, que podia pagar, fazia baile na base da valsa e de outras músicas estrangeiras. Entre os pretos dominava o violão, o tamborim, o pandeiro. Entre os brancos ricos era o piano e o violino. Isso preto não sabia tocar"²⁷. Se os artistas negros vivem em geral na miséria, os brancos nem tanto. O compositor Aloysio de Oliveira não tem do que se queixar. Suas memórias estão repletas de acontecimentos glamourosos. Ele tomou parte do "Bando da Lua", conjunto que fez o maior sucesso na década de 30, e que depois emigrou para os Estados Unidos, onde faria carreira ao lado de Carmen Miranda. Segundo Aloysio, "o Bando foi talvez, de todos os artistas o que mais faturou nos anos 30. Não sabíamos o que fazer com o dinheiro. Nossas famílias já começavam a achar que tocar violão não era tão degradante. Mesmo assim meus pais não deixaram de insistir para que eu fosse doutor e acabei me formando em Odontologia"²⁸. A cor branca, a formação de classe média (o pai era funcionário do Ministério da Fazenda), contribuía para amenizar o preconceito. Além disso, o fato de ganhar dinheiro, ser bem

sucedido, casava-se com o título de doutor, que entrava para avalizar a boa posição social, de modo que a carreira parecesse mais uma "traquinagem" do que realmente uma opção profissional.

Nos anos trinta, eventualmente, a música popular entra com euforia nos salões do poder. Cabe aqui uma nota irônica de Mário de Andrade. Referindo-se ao "Festival Ernesto Nazareth", promovido em 1939 pela Associação dos Artistas Brasileiros, o escritor diz o seguinte: "como os tempos mudam... Da primeira vez que este compositor de tangos teve as honras de figurar num concerto, por iniciativa de Luciano Gallet, foi preciso a intervenção da polícia. Havia muita gente indignadíssima com aquela 'música baixa' que ousava cantar sob o teto do Instituto Nacional de Música"²⁹. Contudo, agora os tempos são de Getúlio, "sábio estimulador" de artistas e vedetes da MPB para popularização da sua própria imagem e de seu regime populista.

Aloysio de Oliveira conta sua apresentação no Palácio do Catete: "na parada das maravilhas, em 1936, jornada assistencial promovida por Darcy Vargas, cantei em dois quadros, um deles com Siah de Carvalho Rocha e o outro com Lazineira Luís Carlos, filha do governador de Minas..."³⁰. Nesse espetáculo consta que foi apresentada pela primeira vez a letra de "Carinhoso", de João de Barro, sobre música de Pixinguinha (ao que tudo indica este não "aparece" na festa). O texto fora elaborado especialmente para aquela ocasião. Percebe-se que o problema do preconceito afinal estava mais na condição social do músico do que propriamente na linguagem popularizada do canção.

Apesar disso o gosto popular se infiltra no "bom gosto" brasileiro daqueles anos. Por seu lado, o "bom

gostoⁿ foi frequentemente imposto ao imaginário do músico pobre, sem acesso à tradição da cultura erudita. Este movimento em geral deu numa estética empolada e artificial, com metáforas ridículas e exageradas³¹. Houve também casos em que a intelectualidade partiu para a música popular. Olegário Mariano compôs versos para canções de sucesso em parcerias com Jaime Ovalle, Joubert de Carvalho, Marcelo Tupinambá etc., e gravadas por astros como Chico Alves, Araci Cortes, Carmen Miranda etc. O poeta também aventurou-se pelo teatro de revista, conforme nos conta Edigar de Alencar: "na época houve comentários de estranheza ao gesto desenvolvido do imortal Olegário, que se despia dos loureiros acadêmicos para apresentar-se com revistheiro da Praça Tiradentes"³². Sabe-se que vários escritores consagrados por "gente de bem" escreveram revistas, em geral protegidos por pseudônimos. O próprio Olegário, Humberto de Campos, Goulart de Andrade, entre outros.

O teatro de revista funcionou como um espaço divulgador por excelência da canção popular. Sobretudo antes do rádio, mas também depois, formando com o cinema musicado a dupla de apoio à divulgação radiofônica. O gênero logrou um enorme sucesso durante mais de três décadas, até que a televisão o liquidasse. As revistas tinham a vantagem de exibir os artistas que o público do rádio só podia ouvir. Mas antes disso, o teatro de revista funcionou como a resposta popular deste século às elitizantes óperas do anterior. Não é propriamente o burguês quem vai à Praça Tiradentes para distrair-se. São os estratos medianos (e muitas vezes proletários) que integram o público das revistas.

O fenômeno recorda a Paris do século XIX, em plena eclosão do Romantismo. Naquele tempo, o teatro pa-

risiense dividia-se entre os herdeiros da tradição clássica (Corneille, Racine, Molière) e os que praticavam o teatro popular. A Comédie Française dividia as preferências com o teatro "boulevardier", para onde acorriam as massas. O público deste, o novo público, o público do drama romântico, é constituído principalmente por soldados, caixeiros, pequenos funcionários e jovens que, lotando as fileiras do teatro plebeu, roubavam à Comédie a audiência outrora inabalável³³. Esta cena repete-se no Brasil, durante a época das revistas: "os mais abastados frequentavam as temporadas do teatro estrangeiro, os elencos de comédia francesa e italiana. O povo corria para o teatro de revista, muito mais identificado com o seu dia-a-dia"³⁴.

O tratamento dos temas do cotidiano incluía os problemas sentimentais e domésticos, levados segundo uma moral estreita, de classe média; incluía também muito humor em sátiras políticas frequentes.

As revistas aqui chegaram sob inspiração francesa, mas de modo bastante aportuguesado. De acordo com Roberto Ruiz, por volta de 1920, era enorme o número de artistas portugueses que tentavam adaptar as intenções de "grande ópera", no melhor estilo europeu, ao temário popular exigido por um público afoito em ver "sua vida" representada nos palcos. Esta combinação esdrúxula devia dar aos espetáculos uma fisionomia kitsch muito grande. Com o tempo, a "réplica verde-amarela do teatro boulevardier de Paris" adaptou-se plenamente à realidade e ao gosto do seu público. Ainda segundo Ruiz, os maiores ídolos da canção popular da década de 30 passaram pelo teatro de revista: Araci Cortes, Sílvio Caldas, Carmen Miranda, Pixinguinha, Ary Barroso, Vicente Celestino, Francisco Alves etc.³⁵.

A nós interessa fixar aqui dois aspectos. Em

primeiro lugar o teatro de revista como um gênero que desenha as fórmulas da moderna canção a ser popularizada em escala muito maior pelo rádio. Melodrama, humor e sátira são os ingredientes básicos da mensagem do nosso cancionero em sua fase de apogeu radiofônico, até a Bossa Nova, no final dos anos 50. Forja-se uma "mediania" musical equivalente a um público mediano. Logo, o segundo aspecto: assim como o choro tocado nas salas de espera dos cinemas atraía a população dos subúrbios, tendo sido chamado de "música de caixeiros", nas revistas, como se apontou, a platéia era composta sobretudo por imigrantes e gente de ocupações medianas. Essa configuração de público remete a uma pequena classe média, vivendo do trabalho livre, sem posses e em franco crescimento. Assim, o público das revistas é o público-alvo do disco e do rádio, em escala ainda menor.

Retomando o preconceito, assim como as "boas famílias" não viam com bons olhos o desvio de seus varões para o ambiente boêmio e desqualificado da canção, elas deviam erguer barreiras ainda mais altas quando suas filhas se aventuravam pelos palcos e microfones. As primeiras vedetes do teatro ligeiro são os primeiros mitos femininos da canção. Mas ao que tudo indica, o preconceito não existia somente de alto para baixo. Ele funcionava também no meio do público apreciador de revistas. Espetáculo ligeiro e descompromissado, diversão fácil, alegre e muitas vezes picante, a platéia, como se viu, se auto-afirmava enquanto classe média insistindo nessas qualidades do gênero. Certa vez tentou-se trazer à cena uma dose de "realismo crítico", o que foi imediatamente rechaçado.

Em 1930, Carmen Miranda já era uma estrela da canção. Entretanto, a sua estréia no teatro musicado tor

nou-se um verdadeiro fracasso. Segundo o cronista Jota Efegê, as vaías interromperam o espetáculo "Vai dar o que falar", durante o ato que se denominava "Mangue". É que nele se reproduzia com perfeita fidelidade "certo trecho infeliz da cidade" - prostituição e miséria. Para o cronista, "o realismo da cena, que certamente a censura não proibiu, ou ignorava, chocou os espectadores e causou violenta manifestação de desagrado"³⁶. O preconceito está sempre ligado ao conservadorismo. Na história do nosso cancionário já houve até projeto de lei com o objetivo de proibir o uso da palavra Deus nas letras das músicas. O projeto recebeu parecer desfavorável do então senador Milton Campos que saiu em defesa da liberdade de criação, porém dizendo que os termos religiosos na canção eram mostras positivas dos "sentimentos religiosos de nossa gente". O caso é comentado por Edigar de Alencar³⁷.

3

UFANISMO

As atividades ligadas ao lazer, em especial o futebol e a música popular, assim como a hiper-valorização dos acidentes geográficos do país e a exaltação dos estereótipos cívicos sempre funcionaram para a propagação da ideologia oficial, através da cultura e dos veículos de comunicação, como meios de superação simbólica de uma brasilidade atrasada.

Durante o Estado Novo, como é sabido, o ufanismo esteve no auge. Contudo ele é bem mais antigo. Antonio Candido, reportando-se à literatura do período colo

nial brasileiro, analisa o gosto barroco pela linguagem metafórica, pelos jogos contrastantes, pela prosopopéia, como bem adequados à prática largamente difundida no pensamento nativo de transfiguração hiperbólica da realidade: "No Brasil, sobretudo naqueles séculos, esse estilo equivalia a uma 'visão' - graças à qual foi possível ampliar o domínio do espírito sobre a realidade, atribuindo sentido alegórico à flora, magia à fauna, grandeza sobre-humana aos atos. Poderoso fator ideológico, ele compensa de certo modo a pobreza dos recursos e das realizações; e ao dar transcendência às coisas, fatos e pessoas, transpõe a realidade local à escala do sonho"³⁸.

O gosto pela hipérbole nativista atravessa, segundo Antonio Candido, todo o século XVIII e XIX como uma tendência de ingênua afirmação de uma superioridade idealizante frente a uma realidade precária. Por muitas vezes a natureza "falou aos brasileiros" no sentido de lembrar-lhes o grande destino que o futuro nos reservava. Até a República a exaltação foi sintoma das artes cultas. A partir de então, ela cai no ridículo, ficando na esfera quase que exclusiva do aparelho ideológico dos governos, preocupados em moldar o espírito de nacionalidade do brasileiro médio às promessas daquele futuro, que jamais chegou.

Assim, é possível ver uma tradição já secular de laudação nacionalista na cultura brasileira. A louvação da cor local no movimento indianista, a exaltação do solo pátrio entre os poetas românticos, o ufanismo republicano de Afonso Celso, o integralismo verde-amarelo dos anos vinte e trinta, e a propaganda oficial das ditaduras de Vargas e do regime de 64. Desejo de independência e afirmação da recente nacionalidade, de um lado; reação contra o pessimismo das primeiras explicações cientifi-

cistas do nosso atraso, de outro; e, noutro ainda, slogans anestesiadores de momentos repressivos, o fato é que o ufanismo andou sempre entranhado em nossa cultura. No campo da música popular, ele vigora à toda força nos tempos de Getúlio. Entretanto, mesmo aqui o ufanismo é anterior. Já em 1903, a propósito da festejada recepção a Santos Dumont, depois da aventura aérea parisiense, o compositor Eduardo das Neves entoava:

"A Europa curvou-se ante o Brasil
e clamou parabéns em meigo tom,
brilhou lá no céu mais uma estrela,
apareceu Santos Dumont
Ó meu Brasil, terra adorada,
a mais falada no mundo inteiro,
manda teu filho, lá nas alturas
mostrar bravuras de um brasileiro"³⁹

Daí para "Brasil, meu mulato inzoneiro" é um passo curto. Antes de "Aquarela do Brasil" (1939), Ary Barroso já fazia sucesso no teatro de revista com sambas de exaltação. De acordo com Roberto Ruiz as canções "Meu Brasil" e "Meu senhor do Bonfim", lançadas em revistas entre 1929 e 1930, já vinham carregadas, na expressão do autor, de um "delírio patrioteiro para ninguém botar defeito!"⁴⁰.

O nome de Getúlio Vargas ficou ligado à classe artística através do Decreto lei nº 5492, de 1928, que regulamentava a profissão dos artistas. O decreto passou para a história com o nome de "Lei Getúlio Vargas"⁴¹. De acordo com Cláudia Matos, "a ascensão de Vargas na hierarquia política brasileira buscava cada vez mais apoio nos sambistas para conquistar a simpatia

das massas"⁴². Posteriormente, com a presença ostensiva da censura imposta pelo mesmo Vargas, evitou-se a sátira política, tão predominante na música popular desde os tempos do teatro de revista. Assim também as críticas dos costumes e a malandragem. A política cultural do ditador procurava "limpar" as mensagens das músicas, canalizando-as para a exaltação do trabalho e da pátria. Novamente cabe lembrar que a doutrina da regulamentação das práticas culturais de expressão da marginalidade tem raízes anteriores à época de Vargas. Para exemplo basta recordar as preocupações das elites brasileiras quanto a "combater a vagabundagem" ante a perspectiva de libertação dos escravos no século XIX, que formariam a massa perigosa dos desocupados. Incutir o "amor ao trabalho" nos largos segmentos da vida marginalizada foi a pedra de toque com a qual procurou-se defender a sociedade branca, incorporando o pobre no seu modo de vida⁴³.

Em 1940 é encampada pelo governo a Rádio Nacional. Surge também o DIP, que atua na área da música obrigando os compositores a submeterem suas composições previamente ao juízo dos censores. "O Departamento de Imprensa e Propaganda não só controlava a imprensa e as diversões como também procurava interferir na criatividade dos artistas, através de 'conselhos e sugestões'. Assim, por volta de 1940, achando que existia muito samba fazendo a apologia da malandragem, o DIP 'aconselhou' os compositores a adotarem temas de exaltação ao trabalho e execração da boemia"⁴⁴.

Durante a época, muitas canções apareceram para exaltar a figura do presidente. Getúlio percebia claramente o poder da música popular e do rádio como divulgadores das ideologias do Estado Novo. A polícia que

perseguiu os batuques no começo do século é substituída pela política cultural do governo. É o alto fluxo do samba-canção, de temática romântico-moralizante, e o refluxo do samba da malandragem, "desaconselhado" pelo DIP.

Gênero híbrido, o samba-canção marca profundamente a moderna tradição da MPB. De acordo com Beatriz Borges, o rebuscamento das letras, a retórica empostada, revelam desejo de ascensão ao plano das artes sérias por parte de seus compositores, em geral oriundos das camadas subalternas. O gênero toma de empréstimo a estética romântica, de modo a desqualificá-la. Ele "se caracteriza pela presença da sentimentalidade e do excesso, este tanto formal, quanto temático, constituindo uma linguagem da paixão". Durante muito tempo o samba-canção foi relegado pelo gosto mais exigente, embora seu rebuscamento kitsch tenha fascinado o grande público. Para Beatriz Borges, esse gênero de canção funcionou como intermediário entre o samba do morro (a malandragem) e as predileções da classe média (romantizadas)⁴⁵. Ainda: o samba da malandragem, resistindo bravamente às investidas da censura, atuava numa espécie de fresta entre o "otimismo despreocupado" do samba-exaltação e a "melodia conformista" do samba-canção⁴⁶.

Como se viu, a atuação do Estado Novo no plano cultural foi caracterizada pela doutrina da regulamentação. Em 1939 o DIP impõe aos sambas de enredo que tratem exclusivamente de temas relacionados com a história do Brasil. Daí ao antológico "Samba do crioulo doido", de Sérgio Porto, é um passo. As letras, que não podiam entrar pela crítica da história oficial, "passam a ser extremamente longas, difíceis de ser controladas pela parte musical". Além disso, "o negro era obrigado a expor uma erudição que [mesmo discutível] estava longe de possuir"⁴⁷. Na paródia

de Stanislaw Ponte Preta, de 1968, o pobre compositor faz uma verdadeira salada com datas, fatos e vultos históricos, perdendo-se num emaranhado de assuntos que não domina. Já os erros ortográficos e fonéticos dão conta do fosso existente entre a experiência do compositor e as obrigações do samba-enredo. Para relembrar, basta a primeira estrofe:

"Foi em Diamantina, onde nasceu JK
que a princesa Leopoldina arresolveu se casá,
mas Chica da Silva tinha outros pretendentes
e obrigou a princesa a se casá com Tiradentes"

Os meios de cooptação e controle da era getulista não se limitaram à música popular, cujos apelos sempre tiveram forte penetração nos meios do povo. A presença do Estado Novo fez-se sentir também na música erudita, conforme o seu programa pedagógico, com fundamentação nacional-populista e disciplina patriótica. Este programa melhor se configurou nos projetos de orfeonização: "Villa-Lobos arregimentando, desde os inícios dos anos 30, corais de professores e alunos em contextos cívicos que vão ganhando um respaldo institucional progressivo, integrados à estrutura escolar como prática cotidiana de civismo..."⁴⁸.

A intervenção do Estado Novo no âmbito da música erudita visava também compensar os compositores, "protegendo-os" da avassaladora força da canção do rádio. É logo evidente que esta proteção estatal ao músico erudito não o deixava isento de colaborar. Villa Lobos, dirigente do setor artístico do Departamento de Educação da prefeitura do Rio, compôs, em 1939, para apresentar a canção "Prá frente, Ó Brasil", de 1931, um texto significativo, aliás, segundo consta, publicado pelo DIP: "Com um toque de alvorada, o advento da música

nacionalista veio despertar as energias raciais adormecidas. Com um toque de clarim na madrugada clara de uma vida nova, os hinos e as canções patrióticas aprendidas com alegria nas escolas espalhadas festivamente pelos céus do Brasil. E seus ecos longínquos acordaram o homem incrédulo, levando-lhe ao coração palavras de fé, serenidade e energia. *Prá frente, ó Brasil*"⁴⁹.

Daí para o "prá frente Brasil" da vitória na copa do mundo de 1970 é um passo. Daí para o odioso "Eu te amo meu Brasil", da dupla Don e Ravel, lançada no ano seguinte ao hino feito por Miguel Gustavo para exaltar os campeões do mundo, o passo é o mesmo. Essas derradeiras trovas ufanistas estiveram ligadas à expressão "Brasil, ame-o ou deixe-o", que servia de slogan do regime militar na fase do general Médici. Algum tempo depois, a frase seria motivo de inspiração para uma bonita canção de Gilberto Gil, "O seu amor, ame-o ou deixe-o", tornando lírico um slogan épico. Nos anos oitenta, a laudação ufanista é revisitada pelo roqueiro Cazuza, mas de modo cortante:

"Não me convidaram
pra esta festa pobre
que já vem marcada
antes de eu nascer (...)
Brasil, mostra tua cara
quero ver quem paga
para gente ficar assim,
Brasil, qual é o teu negócio?
o nome do teu sócio?
confia em mim..."

Para finalizar o assunto, vimos que o ufanismo está relacionado com uma variante do nacionalismo fortemente entranhada na cultura brasileira desde o Romantis-

mo (e até antes dele). Na música erudita parece que ele foi decisivo. As "benesses" do Estado protetor estimulavam-no. Na música popular, embora tenha sido marcante em momentos de estrangulamento político, o ufanismo não soma grandes coisas à tradição. Mais livre da oficialidade, a canção pôde, desde o início, se estruturar em outras linhas, ora fazendo crítica e sátira, ora romantismo descabelado, ora captando "flashes" da vida moderna, sobretudo a dos meios urbanos ascendentes a partir da virada republicana, e muitas vezes com apreciável lirismo.

Vemos aí resumidas as três linhas básicas da canção nos tempos áureos do rádio. A sátira e o bom humor descompromissado, sobretudo nas marchinhas de carnaval; o melodrama entranhado no samba-canção e, por fim, o ufanismo do samba-exaltação. Outras manifestações como o historicismo dos sambas de enredo e o queixume e a malícia dos ritmos nordestinos emigrados para o sudeste com a industrialização, podem complementar aquelas três linhas, dando num panorama altamente variado, e não hierarquizado, de ritmos e repertórios moldando todas essas tendências. Elas articulam o espontaneísmo de compositores e intérpretes com alta penetração popular. Esse espontaneísmo seria a marca da canção popular até o final dos anos 50. Ele responde a um tempo de consolidação do rádio no Brasil e combina, sem querer forçar a nota, uma técnica ainda incipiente a um mercado em expansão, e com vagas quase imediatas a talentos diversificados e anônimos - em geral oriundos dos estratos inferiorizados da população -, e aferrados aos esquemas de ascensão social possibilitados pelo novo veículo da fama. Essa porta da esperança foi modificada com o surgimento da Bossa Nova. Novos ídolos e novo público puderam dispensar a imagem

da ascensão, como se verá posteriormente.

4

AUTORIA E IDOLATRIA

De acordo com Antonio Candido, "no que se refere às sociedades primitivas ou aos grupos rústicos, ainda à margem da escrita e das modernas técnicas de comunicação, é menos nítida a separação entre o artista e os receptores, não se podendo falar muitas vezes de público propriamente dito, em sentido corrente. O pequeno número de componentes da comunidade, e o entrosamento íntimo das manifestações artísticas com os demais aspectos da vida social dão lugar, seja a uma participação de todos na execução de um canto ou dança, seja à intervenção de um número cada vez maior de artistas, seja a uma conformidade do artista aos padrões e expectativas que mal se chega a distinguir". Sendo assim, enquanto nessas esferas sociais público e artista praticamente atuam juntos, num esquema de coletivismo, a evolução das comunidades rumo ao desenvolvimento técnico e econômico individualizou a autoria. Hoje, "os auditórios do rádio, ou os leitores dos romancistas contemporâneos, podem dar origem a um clube de amigos do cantor X, ou dos leitores de Érico Veríssimo. Ou podem esporadicamente, reunir-se em grupos limitados para congressos e iniciativas. Mas o seu estado normal é de 'massa abstrata' ou 'virtual', como o caracterizou Von Wiese"⁵⁰.

George Thomson exemplificou com uma história colhida em uma pequena localidade sul-africana, a proximidade entre público e artista, em grupos que ainda permane-

cem à margem do desenvolvimento capitalista: "um missionário suíço acampou, um dia, perto do caminho de ferro de Umbosi, na Zululândia. Para os aborígenes de Umbosi, o caminho de ferro é o meio de comunicação com as cidades de Durban, Ladysmith e Joanesburgo - o comboio que, ano após ano, tomam não só os jovens do 'kraal', forçados pelo imposto de capitação a abandonar a família para irem delapidar a juventude nas minas, mas também as raparigas, muitas delas vítimas de destino ainda pior nos bordéis dos bairros obscuros das cidades. Um dia, o missionário ouviu um dos criados do acampamento que, enquanto lavava a louça, murmurava:

"Tu que passas, rugindo, ao longe
que os nossos filhos esmagas e despedaças,
que prostituis as nossas mulheres,
a todos levas para a cidade, para a má vida,
tu, ladrão, que aqui nos deixas sozinhos"⁵¹.

Trata-se de um monólogo poético do criado preto. A presença do trem imprime-lhe à rotina do trabalho uma espécie de libertação do inconsciente, que flui ritmado para se revoltar contra as forças que esmagam a si e a seus pares. A poesia (a metáfora do ladrão é o grande momento) flui naturalmente, sem que o próprio poeta se desse conta disso. Ele não é propriamente um autor. Seus versos não são ainda fruto de um sentimento todo próprio, mas revelação de uma situação geral que o encampa. A poesia não é "exatamente sua", mas de uma coletividade. Para que ele existisse como autor haveria necessidade da existência de um público que o distinguisse. E ele era apenas mais um entre os outros.

De modo semelhante estruturou-se o samba no Brasil. Em seus primeiros tempos ele tem a marca da autoria coletiva. É somente a partir da sua capitalização nos me-

canismos da indústria fonográfica e, pouco depois, na empresa radiofônica, precisamente em 1917 e 1932, que se configura o problema da autoria individual nos meios do samba.⁵² Simultaneamente, a expressão cultural das classes populares passa do valor de uso ao valor de troca, e vai ser consumida por outras classes sociais, de modo a tornar-se permeável às influências desse público ampliado.

A entrada do samba para o mundo do disco é imediatamente marcada pela briga autoral, dando na célebre disputa entre Donga e aqueles que também se julgaram autores do famoso "Pelo telefone". A autoria, no sentido que lhe damos hoje, nasce no século XIX, justamente no momento em que começa a era industrial e a criação se transforma em produção: é a divisão industrial do trabalho que faz surgir a unidade da criação artística⁵³. Logo, a noção de autoria é a face do fundo da propriedade intelectual. Assim, é só no contexto em que a música ascende plenamente ao estatuto de mercadoria que se pode falar em roubo.

Não pode haver um número preciso para os casos de roubo de autorias, ou de mecanismos espoliadores de compra e venda de partituras na música popular, a partir de "Pelo telefone". Ismael Silva é um exemplo clássico do compositor espoliado. Sua canção mais famosa, "Antonico", alegoriza sua própria condição e a de seus pares: compositores negros vindos do morro para o mundo do disco e do rádio. Ele "está vivendo em grande necessidade", "ele está mesmo dançando na corda bamba". Ele é o mestre Nestor, virtuose que na escola de samba "toca cuíca, toca surdo e tamborim", mas que padece as mazelas do ostracismo e da miséria.

O problema da autoria, como vimos, está intima-

mente ligado ao processo de capitalização da música popular. Antes disso, "a autoria coletiva de certos sambas não causava discussão, porque sua repercussão alcançava um público reduzido e não havia o interesse comercial, a criar disputas entre os compositores. (...) O trabalho coletivo sobrepunha-se justamente porque o samba ainda não se havia formado como meio de vida"⁵⁴. A defesa do meio de vida leva à necessidade da profissionalização. Mas, como já foi apontado, o esquema profissional foi montado para favorecer os artistas brancos e de classe média, fazendo com que muitos dos nossos maiores compositores tenham enfrentado constantemente a situação exposta pela lírica musical de Ismael Silva.

De acordo com Enio Squeff, o patrocínio do Estado sempre marcou a música erudita no Brasil. A iniciativa privada era incipiente e, logo, pouco ligava para as expressões da cultura: "explicava-se que os musicistas buscassem na sombra protetora do Estado o que não poderiam obter individualmente. Daí a presença dos dois imperadores na vida dos músicos brasileiros e, mais tarde, de um sem número de presidentes da República na existência de outros. Neste sentido, é possível falar numa música que por estar atrelada ao Estado não poucas vezes fez-se porta-voz deste mesmo Estado"⁵⁵.

Esta situação pode ser ilustrada pela atuação de Pedro II nos mecanismos de formação e manutenção dos artistas brasileiros, após a criação da Academia Imperial de Belas Artes, nos meados do século passado. A gloriosa entidade era precariamente mantida pelo rei-mecenas. Professores eram obrigados a atuar nos cursos noturnos do primo-pobre da Academia, o Liceu de Artes e Ofícios, onde se aplicava um ensino "menor", para complemen

tar sua renda, paga pelo Governo. No plano estético, praticou-se na Academia um neoclassicismo já ultrapassado pelas correntes mais produtivas da pintura européia, porém muito adequado ao uso cívico e solene, que agradava a oficialidade e o público afeito à cultura de ostentação⁵⁶.

Evidentemente, as expressões da cultura popular, vindas em geral das camadas negras, não tinham status no âmbito do Império escravocrata e da república dos cartolas. O prestígio oficial da música erudita está para o regime monárquico, e para a primeira república, como a explosão da música popular no disco e no rádio está para os anos 30 e as fases subsequentes, em que o país se apronta para a industrialização. É quando cresce a participação dos setores privados na fisionomia econômica do Brasil.

Comercializada, em mãos do capital privado, a canção popular liquida com as veleidades eruditas do meio musical brasileiro. A propósito de Carlos Gomes, afirma Enio Squeff que "ele constatava no fim de sua vida que não cumprira a contento as esperanças que nele depositara Giuseppe Verdi (...)". Para o crítico, Carlos Gomes não ultrapassou o padrão da cópia do setor operístico europeu. Obviamente a ópera não tinha tradição no país, e o compositor não consegue inaugurá-la de modo satisfatório. Alberto Nepomuceno, por seu lado, "não está à frente dos compositores europeus da época(...). Suas mesmas canções para orquestra e soprano demonstram um músico que na Europa das décadas de 10 e 20 deste século seria considerado conservador". O autor refere-se a "Allegro barbaro" (1911) de Bela Bartok, a "Pierrot Lunaire" (1912) de Schoenberg e a "Sagração da primavera" (1913) de Igor Stravinski⁵⁷. Sendo assim, a tradição da

música erudita brasileira acaba por ter em Villa-Lobos quase que uma estrela absoluta, o que é muito pouco. Nossa história musical é sobretudo popular. Villa-Lobos percebeu isto ao recriar fórmulas populares na sua obra. Mas é através da canção e seus fundamentos nas raízes do povo, sobretudo negros, que se reconhece a musicalidade (pobre ou rica) do país. E é justamente na passagem de um Estado eminentemente agrário, feudal e monárquico para um Estado que bem ou mal busca modernizar-se, que a música popular se instaura como gênero privilegiado de expressão nacional.

A passagem do Velho Regime para a Modernidade desvalorizou a dimensão pública e acirrou o culto da intimidade. O coletivismo deu lugar ao individualismo. O individualismo empurrou os sonhos de fama e de glória. A medida da intimidade dá o estrelato como possibilidade de transcendência do indivíduo num mundo cotidianizado. Renato Janine Ribeiro afirma que são as profissões que lidam com o público as mais propensas à celestidade. Dentre elas destacam-se os artistas da música popular, do cinema e da televisão⁵⁸.

A moderna celebridade, posta pela mídia, encontra parentesco com o antigo culto do poeta romântico. Ele se bajula e é bajulado como um vate, um iluminado. Quando esta relação é quebrada, a agressividade vem à tona: "o poeta romântico é amiúde socialmente agressivo: a posse do gênio criador confere-lhe autoridade, o seu impacto social é revolucionário. Os críticos românticos [por sua vez] desenvolvem, comumente, teorias sobre a poesia como retórica da grandeza pessoal"⁵⁹. No caso do ídolo moderno, o que aparece dele não é em geral sua função dentro do esquema de produção que o engendra - quando esta função é apontada, ele reage -, mas sua imagem vito-

riosa, fabricada nas engrenagens dessa produção.

As raízes do moderno estrelato estão portanto fincadas na passagem do século XVIII para o XIX. É quando os artistas evoluem, segundo Richard Sennett, da condição de "criadagem da nobreza para a condição de celebridades burguesas". No século passado atores e músicos adquirem um status antes desconhecido. A questão da autoria passa a ser de suma importância. Autores e intérpretes buscam distinguir-se. A patente da individualidade na produção evolui como nunca. Ao contrário dos grandes artistas do século XVII (Bach), os compositores começam a anotar nas suas partituras indicações cada vez mais detalhadas para a execução presente e futura das suas obras (Beethoven). Termos literários começam a ser acrescentados nas notações, com a intenção de suprir aquilo que a linguagem musical não poderia transmitir. É a supervalorização do sujeito. Paganini foi a grande figura de um tempo de construção da celebridade. A ostentação e o aparato eram a marca do seu estilo de intérprete. Ele é o protótipo de uma galeria composta das modernas primadonas, cantores e artistas de cinema. Para Sennett, "a história completa da cultura do século XIX foi a de um povo que estava gradativamente perdendo a crença em seus próprios poderes expressivos, que, ao contrário, elevou o artista à condição de pessoa-especial, porque poderia fazer aquilo que as pessoas comuns não podiam fazer na vida diária; ele exprimia sentimentos críveis de modo claro e livre em público"⁶⁰.

Com o predomínio das imagens sobre os conteúdos tornou-se fundamental a consagração pública do artista. É a ascensão do intérprete. Por isso talvez seja a música, ao lado do cinema, a arte que mais favorece o culto da celebridade. Para Mário de Andrade, este aspecto inferior-

riza a arte musical frente a pintura e a literatura. A exigência do intérprete afasta o criador original dos ouvintes e dos espectadores. O cantor ou o instrumentista são "um terceiro", "indivíduo meramente ocasional", logo descartável. Mário critica o virtuosismo que deturpa a criação em nome do sucesso que é artificial, tomado de empréstimo.⁶¹

Para Adorno é no estrelato que melhor se configura o fetichismo da música. É no campo aberto pela valorização pública das vozes dos cantores que a mercadoria mais se presentifica: "o fato de que 'valores' sejam consumidos e atraiam os afetos sobre si, sem que suas qualidades específicas sejam sequer compreendidas ou apreendidas, constitui uma evidência da sua característica de mercadoria"⁶². A arte da interpretação musical evolui com a sociedade burguesa. Ela aponta para as altas taxas de comercialização da cultura e, logo, para o estrelato. Adorno e Horkheimer afirmaram que "na indústria cultural o indivíduo é ilusório não só pela standardização das técnicas de produção. Ele só é tolerado na medida em que a sua identidade sem reservas com o universal permanece fora de contestação. Da improvisação regulada do jazz até a personalidade cinematográfica original, que deve ter um topete caído sobre os olhos para ser reconhecida como tal, domina a pseudo-individualidade(grifo meu)"⁶³.

Para esses pensadores, a particularidade do eu tornou-se um produto patenteado que privilegia a forma (a aparência à venda) ao fundo (o conteúdo, a criação). A imagem dos heróis do cinema, da canção, do esporte, nas capas das revistas e crônicas especializadas, dispensa a maioria da "fadiga da individuação, mesmo que seja pelo esforço - ainda mais trabalhoso da imitação"⁶⁴. A imita-

ção está relacionada não somente com a moda imposta pela mídia, mas também com a necessidade de projetar uma vida diferente, em geral glamourosa, vendida pela indústria cultural, sob comando dos produtores da "cultura de massa".

Segundo Adorno e Horkheimer a estandardização e a pseudo-indivduação são a base do estrelato, relacionado com a comercialização do entretenimento. O "glamour" liga-se diretamente à mercadoria. Ele "é a eterna canção de conquistador do homem comum; ele a quem jamais é permitido conquistar na vida, conquista no glamour"⁶⁵. A glamourização é o efeito a ser fabricado de modo paralelo à fabricação do produto. Ela tem íntima ligação com as mentiras da publicidade.

No âmbito da música popular, "a monotonia tornou-se tão grande que só as cores mais brilhantes é que têm qualquer chance de ser destacadas na opacidade generalizada"⁶⁶. A aparição frente à audiência tornou-se condição para a existência do artista. Christopher Lasch afirma que a moderna sociedade, tendo a norte-americana por modelo, acabou se tornando uma grande nação de fãs, de freqüentadores de cinema, espectadores de televisão e público de shows. Para ele, "a mídia dá substância e, por conseguinte, intensifica os sonhos narcisistas de fama e glória, ela encoraja o homem comum a identificarse com as estrelas e a odiar o rebanho, e torna cada vez mais difícil para ele aceitar a banalidade da existência cotidiana"⁶⁷.

Lasch distingue fama de celebridade. A fama exige atos heróicos aclamados em biografias e obras históricas. A celebridade é forjada pela mídia. O enraizamento na história cede lugar à fugacidade. A imagem tornou-se esvaziada de conteúdo. A propósito de John Kennedy,

Lasch afirma que "nenhum presidente exemplificara tão completamente até então a subordinação da política ao prestígio nacional, à aparência e à ilusão de grandeza nacional"⁶⁸. A atuação de Kennedy na megalomania do aparato ideológico da supremacia do poder e da felicidade americanos não descartava o sarcasmo. Quando da visita do presidente Nehru aos EUA, Kennedy apresentou ao chefe de Estado indiano as mansões dos milionários americanos da costa leste como protótipo do "modus vivendi" da classe média americana⁶⁹.

Em termos de música popular, a ascensão social foi quase sempre um pressuposto na luta para se por no rol das celebridades. Carmen Miranda foi o primeiro grande ídolo da canção brasileira. Cantora de enorme sucesso nos anos trinta e quarenta, sua ascensão significou não somente um percurso em direção ao estrelato, como também uma subida da escala social de onde provinha. Ela serve como exemplo da trajetória de muitos artistas da época da "cultura de massa". Ela é tanto produto do disco e do rádio, quanto da consagração de um talento individual e fabricado, que elevou o nível de vida da família de imigrantes portugueses. O pai é contra a carreira da filha, por questões morais. A filha manda que a mãe feche a pensão da qual vivia, para apagar a origem proletária do seu estrelato. Carmen pretende subir a qualquer preço. É o governo quem lhe patrocina a ida para os EUA, financiando as passagens dos músicos acompanhantes. Ela embarca no navio "Uruguai", pertencente à frota da "Boa Vizinhaça"⁷⁰.

Assim como Carmen, a maior parte dos ídolos da canção provêm de modestas famílias. Ataulfo Alves, Wilson Batista, Sílvio Caldas, Orlando Silva, Nelson Gonçalves, Ary Barroso etc. Vale o mesmo com relação aos

meios do jazz (preponderantemente negro) e do rock nos EUA. No caso do rock, "a maioria dos pioneiros vinha de origens humildes e infâncias marginalizadas; (...) em suas vidas particulares, se dilaceravam num conflito terrível entre o bem e o mal, fruto de sua formação religiosa e de uma visão fatalista do mundo, ainda predominante nos estados sulinos, de onde veio a maioria deles"⁷¹.

É interessante notar que no Brasil a visão fatalista do mundo, presente em outros moldes entre os compositores - provavelmente nem tão arraigada com a religião quanto numa sociedade puritana, embora fundamentada num acirrado moralismo de classe média - seria encontrada nas fórmulas consagradas do samba-canção, sucesso absoluto nos anos 40 e 50. Um outro aspecto, aqui os programas de calouros em auditórios de rádio funcionaram durante muito tempo como vitrine para a apresentação de novos talentos. Era pois no campo do popularesco que se lançavam grandes ídolos, em geral provindos das classes proletárias.⁷²

A ascensão como tema passa a ser importante nos mecanismos de faturamento da indústria cultural. Ela dramatiza a biografia do artista, tornando-a mercadoria vendável, paralela à própria mercadoria artística. Muitas vezes o melodrama pessoal fortalece a mercadoria melodramática. Sem ele, grande parte do material de imprensa que ajuda a moldar a imagem do artista perderia o seu apelo. A aposta na ascensão é a prova do sucesso que pode tirar o indivíduo do seu natural ostracismo. Ela é convertida na idéia de felicidade comprada a preço acessível em qualquer esquina. É sempre necessário que o ídolo esteja num patamar bem acima do público. Como lembrou Roberto Ruiz, a platéia dos teatros de revista era

formada pela famosa "classe caixeiral", e por pequenos funcionários, "os mais delirantes admiradores das estrelas teatrais da época, pelas quais chegaram a formar partidos e a empenhar-se em autênticas batalhas de rua, à base da bengala e do bofetão"⁷³. Assim também o público do choro nas ante-salas dos cinemas. Na época do rádio, o mediano público consumidor compartilhava o ardor pelos ídolos com a legião de fãs que frequentava os auditórios das emissoras, em geral moças "de cor", vindas do proletariado urbano. E assim por diante.

Apesar da ampla penetração, no imaginário desse público, do modelo de ascensão e fama, postos pelos novos ídolos, de modo a fazer os indivíduos "distingui-rem-se da paisagem humana a que pertencem na rotina de todos os dias"⁷⁴, o estrelato funciona como um pedaço de pão ante uma multidão de famintos. Somente um ou poucos simos terão condições de levá-lo à boca. Quanto mais parece impossível a conquista, maior o fascínio, mais rico o modelo. De acordo com Richard Sennett, "o sistema do estrelato se refere aos lucros que aumentam pela maximização da distância entre a fama e a obscuridade"⁷⁵. O artista da canção procura identificar-se com os anseios daqueles que considera o seu público, mas "ao mesmo tempo, persegue o intento de se colocar numa esfera superior, 'olimpiana', a fim de tornar-se, enquanto modelo, um ser mitificado. Isto é, um modelo de vida, um modelo de atitudes e comportamentos, mas acima de tudo, um ídolo"⁷⁶.

Não é o compositor que sustenta a indústria do disco. Ele comparece como gano de fundo onde à sua frente predominam o intérprete e, depois deste, os maestros e arranjadores. "No que se refere ao compositor, parece anti-econômico contratá-lo, desde que, em o fazendo, o-

briga-se-ia a empresa, por medida econômica, a gravar tudo o que criasse, por menor que fossem suas possibilidades de venda"⁷⁷. Esta situação muda no panorama da música popular brasileira a partir da Bossa Nova, quando compositores tornam-se também intérpretes de prestígio. É a época em que o rito de iniciação pode dispensar a esfera popularesca. A indústria do disco e do rádio - e logo depois a televisão - não mais precisa necessariamente recrutar nas camadas baixas a sua galeria de ídolos. A Cinelândia é trocada pela Zona Sul. Novas roupagens na canção combinam com os novos guarda-roupas dos artistas, confeccionados, por sua vez, segundo moldes condizentes com um novo público. É quando a cultura, que carrega a música, e o país se abraçam na euforia do desenvolvimento.

N O T A S

(Citações completas, na Bibliografia deste trabalho)

1. UMBERTO ECO, Apocalípticos e integrados, pp. 316-317.
2. Por volta de 1867, na França, "o Império está no apogeu do seu poder. Paris se afirma como a capital do luxo e da moda. Offenbach prescreve o ritmo da vida parisiense. A opereta é a irônica utopia de um duradouro domínio do capital". WALTER BENJAMIN, "Paris, capital do século XIX", in Walter Benjamin (Org. e trad. por FLÁVIO KOTHE), p. 36.
3. MARIA ELVIRA B. FEDERICO, História da comunicação: rádio e TV no Brasil, pp. 33-35.
4. JOÃO BAPTISTA B. PEREIRA, Cor, profissão e mobilidade, p. 57.
5. LUIZ FERNANDO M. DE CARVALHO. Ismael Silva, p. 38.
6. Conf. JOÃO BAPTISTA B. PEREIRA, op. cit., p. 57.
7. DAVID NASSER, Parceiro da glória, p. 27
8. Ver "A revolução de 1930 e a cultura", in A educação pela noite, pp. 181-198.
9. Conf. JOÃO BAPTISTA B. PEREIRA, op. cit., nota de rodapé à p. 65.

10. A estrela sobe. 9. ed. Rio de Janeiro, José Olympio, 1982, pp. 54, 72, 117 e 119 respect.
11. IRATI ANTONIO, REGINA PEREIRA. Garoto, p. 47.
12. Por trás das ondas da rádio Nacional, p. 128.
13. Idem, p. 153.
14. "Literatura e subdesenvolvimento", in A educação pela noite, pp. 144-145.
15. Conf. JURGEN HABERMAS, Mudança estrutural da esfera pública, pp. 195-196.
16. "Literatura e subdesenvolvimento", p. 145.
17. Por trás das ondas..., p. 167.
18. Ver "O rádio e a televisão a serviço da promoção sócio-cultural", in ABRAHAM MOLES et alii, Lingua gem da cultura de massas, pp. 7-20.
19. Abdias. 5. ed. Porto Alegre, Globo, 1979, p. 142.
20. JOSÉ RANOS TINHORÃO, Pequena história da música popular brasileira, p. 111.
21. ANA MARIA RODRIGUES, Samba negro, espoliação branca, pp. 3-4.
22. No tempo de Noel Rosa, p. 145.

23. Ver Psicologia e literatura. 4. ed., São Paulo, Hucitec-UNESP, 1987, pp. 153-54. Os versos citados são de Casimiro de Abreu.
24. Exemplos tirados à EDGAR DE ALENCAR, Claridade e sombra na música do povo, pp. 119-208 e 250-55.
25. O nacional e o popular na cultura brasileira. Música, p. 101.
26. Op. cit., p. 223.
27. Idem, p. 224.
28. De banda prá lua, p. 59.
29. Música, doce música, p. 319.
30. Op. cit., pp. 60-61.
31. Ver BEATRIZ BORGES, Samba-canção, fratura & paixão, p. 15.
32. Claridade e sombra..., pp. 126-130.
33. Conf. ARNOLD HAUSER, História social da literatura e da arte, Tomo II, p. 852.
34. ROBERTO RUIZ, Araci Cortes, p. 38.
35. Idem, pp. 103-104.
36. Meninos, eu vi, pp. 71-72.

37. Op. cit., pp. 69-70.
38. "Literatura de dois gumes", in A educação..., pp. 169-170.
39. Ver EDIGAR DE ALENCAR, op. cit., pp. 48-52.
40. Araci Cortes, p. 135.
41. Idem, p. 95.
42. Acertei no milhar, pp. 44-45.
43. Conf. CELIA MARIA M. DE AZEVEDO, Onda negra, medo branco, pp. 48-52.
44. JAIRO SEVERIANO, Getúlio Vargas e a música popular, p. 30. O livro comenta uma boa série de composições com mensagens moralizantes (acomodação simbólica da malandragem), e com mensagens laudando o ditador.
45. Op. cit., p. 15. O livro contém análise das letras de canções de Orestes Barbosa, Lupicínio Rodrigues, Guilherme de Brito, Nelson Cavaquinho, Cartola e Carlos Cachça.
46. Conf. CLÁUDIA MATOS, op. cit., p. 52.
47. ANA MARIA RODRIGUES, op. cit., pp. 38, 56-68.
48. JOSÉ MIGUEL WISNIK, O nacional e o popular..., op. cit., p. 178.

49. Ver LUIZ ANTONIO A. GIANI, A música de protesto, p. 117.
50. Literatura e sociedade, pp. 34-35.
51. Marxismo e poesia, pp. 18-19.
52. Ver CLAUDIA MATOS, op. cit., pp. 18-19.
53. Ver EDGAR MORIN, Cultura de massas no século XX. Neurose, p. 30.
54. WALDENYR CALDAS, Iniciação à música popular brasileira, p. 35.
55. O nacional...., p. 38.
56. Conf. JOSÉ CARLOS DURAND, Arte, privilégio e distinção, pp. 3-51.
57. O nacional...., pp. 24, 30 e 54.
58. "A glória", in VÁRIOS, Os sentidos da paixão, pp. 107-116.
59. NORTHROP FRYE, Anatomia da crítica, p. 65.
60. O declínio do homem público, pp. 247, 326.
61. Peguesa história da música, pp. 121-122. Ver também Música, doce música, pp. 336-337.
62. "O fetichismo na música...", in Os Pensadores, p. 172.

63. "A indústria cultural", in LUIZ COSTA LIMA (Org.),
Teoria da cultura de massa, p. 191.
64. Idem, p. 193.
65. THEODOR ADORNO, "Sobre música popular", in Theodor
W. Adorno (Org. GABRIEL COHN), p. 127.
66. Idem, p. 127.
67. A cultura do narcisismo, p. 43.
68. Idem, p. 110.
69. Conf. passagem do programa "A era da incerteza", co-
mandado por K. GALBRAITH, exibido há algum tempo
pela televisão.
70. Conf. DAVID NASSER, Parceiro da glória, pp.141-239.
71. ROBERTO MUGGIATI, Rock, de Elvis à beatlemania (1954-
1966), p. 36.
72. Ver JOSÉ RAMOS TINHORÃO, Música popular: do gramofone
ao rádio e TV, p. 61.
73. Araci Cortes, p. 15.
74. JOÃO BAPTISTA B. PEREIRA, op. cit., p. 89.
75. Op. cit., p. 351.
76. OTHON JAMBEIRO, Canção popular e ind. cultural, pp.

96-97.

77. *Idem*, pp. 44-45.

CAPÍTULO TERCEIRO

O APOGEU: novas bossas, novos ídolos, novo público

1

ANTES E DEPOIS

Houve época em que o futebol e a música popular funcionaram no imaginário médio brasileiro como formas simbólicas de superação do nosso atraso. No caso do futebol, a técnica (importada) ficou muito tempo subjugada pelo alto improviso do jogador brasileiro: a marca nacional "par excellence". Foi assim que, superando a precária formação do atleta, vindo das camadas desfavorecidas da população, entramos para a história desse esporte ainda nos anos 30. Criamos, puro improviso, a "bicicleta", façanha do "Diamante Negro", Leônidas da Silva. O passe dado servia para driblar o adversário, fazendo o gol "ao contrário", girando o corpo virado de costas para o goleiro, pego desprevenido. Foi assim que, graças ao improviso e nem tanto à técnica, o país procurou se impor ao mundo como uma nova potência - do futebol. Interessante notar que o improviso que tanto encantou a nós e aos outros alegorizava de algum modo os passos do samba: o balé do jogador é marcado pelo breque, espécie de síncopa, que mobiliza o jogo de cintura e de pernas, para lá para cá, e, trunfo maior, a malícia necessária para botar a nocaute o desafiante. Em 1950, entretanto, naquele célebre campeonato o improviso falhou à última hora, e outros levaram o troféu. Faltou garra e disciplina, disseram os cronistas, e o país amargou uma derrota ainda não esquecida. Somente oito anos mais tarde, na Suécia, quando se inaugurou a era de Garrincha e de Pelé, o improviso equilibrou-se à técnica e

ai, sim, foi possível mostrar ao mundo a nossa face completa de "potência". Realizávamos no futebol o que em setores mais emergentes parecia ser uma promessa viável. Vivíamos um tempo em que se buscava construir a fisionomia "definitiva" de uma nação moderna, sob o slogan dos "50 anos em 5". Por um instante se esquecia do passado e suas velhas estruturas. Não obstante, passávamos da situação de "colônia" para a situação dependente. Mas a época era de euforia ante a entrada em larga escala dos capitais estrangeiros que aqui aportavam para financiar a nossa Revolução Industrial. E ainda teríamos oportunidade para outra façanha à altura daquela. Em 1970, entrando no auge o "milagre econômico", a vitória no México daria ao Brasil a posse definitiva da sonhada taça "Jules Rimet". O slogan agora eram os "90 milhões em ação" unidos numa corrente chamada "Prá frente Brasil". Ela purgava nos bueiros tudo e todos que pusessem em questão o inenxorável destino do desenvolvimento às contas do alto custo social. A esta altura, feito o golpe de 64, já era patente que a industrialização, feita nos moldes do autoritarismo brasileiro e internacional, não trouxera consigo nem a libertação nacional, nem a liquidação da miséria¹. O futebol, e sua grande vitória, capitalizado pela ideologia oficial, metaforizava o falso consenso nacional. Ele significou a única forma importada que, adaptada às condições locais (improviso e miséria), podia competir e ultrapassar prestigiados adversários. O futebol foi a única expressão onde saltou à vista a idéia de que não devíamos nada a ninguém. Por ele saltamos à completa independência. Contudo, os últimos anos têm mostrado que o futebol mudou. Tendo a técnica driblado os passos do improviso, desde então não se ganha aqui a famosa copa do mundo.

No campo da música popular, Carmen Miranda foi o primeiro grito de exportação do improviso nacional. Emigrada para os Estados Unidos com o intuito de divulgar a brasilidade, a cantora, tendo de adequar-se às fórmulas de Hollywood, converteu-se de "pequena notável" em "brazilian bombshell", sendo esta construção caricata de uma "latinidad" condizente com o gosto pelo exotismo do mediano público americano, como tantos, apreciador de "musiquinhas e comedinhas" ligeiras. Carmen foi a nossa consagração musical da época do improviso: voz espevitada, performance excessiva, fantasia kitsch.

Foi com a Bossa Nova que, equilibrando as técnicas do jazz ao improviso do samba, a MPB tentou alçar à condição de potência musical o país de Macunaíma. Tanto quanto o futebol, a Bossa Nova converteu-se em nosso primeiro produto cultural exportável, e de prestígio. Assim como no futebol o brilho do passe individual não deve erguer-se demasiadamente às táticas do conjunto, na Bossa Nova o sambista se posiciona discretamente em relação ao jazzista, que lhe dá o tom. Igualmente, o cantor deve ser menos onipotente, trocando o centro das atenções pela posição de "crooner". Tínhamos finalmente atingido o estágio de produtores de uma "música universalizada", que não envergonhava nos mais requintados salões, e que chamava a atenção para a técnica elaborada aqui. E a técnica era a palavra culminante na fase desenvolvimentista. Havia realmente, quando da explosão da Bossa Nova, uma corrida para queimar etapas, redesenhando-se a imagem do país. Todavia, é marca do desenvolvimento periférico conjugar estruturas obsoletas com feitiço tecnológico. O entusiasmo de há três décadas, e hoje bem esvaído do imaginário brasileiro, foi sucumbido por duras crises: a paisagem arcaica continua firme. A Bossa Nova,

hoje, tem valor nostálgico, no sentido de que, para além das reformas musicais empreendidas, ela recorda um tempo; tempo ^{em} que, chamado de "anos dourados", o futuro de Pindorama parecia se presentificar. Mas o entusiasmo ainda permanece entre aqueles que apreciaram e avaliaram o Movimento. É quase consenso dizer que não houve na música popular do Brasil gênero mais significativo. Alguns beiram o exagero: com a Bossa Nova, "a canção brasileira sofreu sua transformação radical em termos harmônicos, rítmicos e retóricos. A única permanência com relação ao passado foi a linha do canto conjugando texto e melodia"².

Se por um lado críticos e historiadores já apontaram para muitas precedências do gênero nos anos 30 e 40 (Mário Reis, no modo suave de interpretar as canções, Noel Rosa no modo despachado de compor, Dick Farney gravando "Copacabana" ainda nos anos 40, etc.),³ por outro, como a Bossa Nova poderia se constituir com gênero musical de sucesso no rádio e no disco sem as letras das canções? Em todo caso, parece líquido e certo que o gênero divide águas na MPE. Há um antes e um depois dele muito visíveis.

Renato Ortiz, relacionando a Bossa Nova com a modernidade, chamou a atenção para a componente racionalizante trazida pelas estruturas do novo gênero. Ele está ligado a uma nova sociedade, ao reaparelhamento de um mercado antes restrito, de consumo de bens culturais em maior escala. De acordo com o autor, "este processo de racionalização se estende até mesmo aos nomes dos LPs: 'Samba nova canção', 'Novas estruturas', 'Evolução', 'Esquema 64', 'Movimento 65', 'Avanço', 'Revolução', 'Impacto', 'Vanguarda' etc.". Para o crítico, a Bossa Nova revela um produto popular-erudito, logo mediano, manifes-

tando um novo tipo de musicalidade urbana. Contenção, mercado, racionalidade, rupturas. Para Renato Ortiz são estes os sintomas do esforço de superação da pobreza traduzido por imagens de um país moderno: apartamentos, zona sul carioca, hábitos de classe média com certo requinte⁴.

A Bossa Nova é "clean", desviando-se dos ritmos e músicas que antes dela predominavam no cenário musical brasileiro. Ela troca a atmosfera "camp" dos descabelamentos do samba-canção (mais tangos e boleros) por situações mais comedidas e poéticas. No plano formal a Bossa Nova silencia o batuque e a estridência do samba fundindo-o ao jazz e ao "be bop", que é uma concepção jazzística mais recente, mais "cool", elaborada, contida, anti-contrastante. O movimento mescla temas e ritmos musicais. A paisagem carioca é um motivo constante para se fazer Bossa Nova.

Além das enúmeras referências, o principal conjunto de vocalistas do gênero chamou-se "Os cariocas". Tom Jobim e Billy Blanco fizeram a "Sinfonia do Rio de Janeiro". Um dos mais famosos "hits" do movimento foi a "Garota de Ipanema". Nomes estrangeirados, juntando-se a Tom e Billy, como Dicky Farney, Johnny Alf, compunham a galeria dos ídolos. Nas letras das canções fugiu-se às características do samba rasgado, do samba-canção, da marchinha e dos sambas de exaltação. Agora, "ao invés de versos tipo radionovelesco, procura-se reduzir as situações a seus dados essenciais, através de uma expressão contida e despojada"⁵.

Com o advento da Bossa Nova, alteram-se não somente as fórmulas musicais. Artistas e público são outros. Os boêmios de segunda classe são trocados pelos amantes do uísque estrangeiro. A Bossa Nova "limpa" a aura desqua

lificada da música popular. Ela intelectualiza a canção. Com ela, rompe-se a barreira do interesse do gosto elitizado pelos meios musicais. Rapazes introspectivos e pensantes atuam no gênero, em meio à vaga existencialista no final dos anos 50. Com a Bossa Nova separam-se pela primeira vez os dois níveis da canção. A euforia foi trocada pelo comedimento, o espontaneísmo pela especulação formal, o popularesco pela mescla popular-erudito. De um lado a música audível em rodas refinadas, de outro a música ultrapassada, desqualificada e redundante. A Bossa Nova busca acertar os ponteiros do Brasil com a modernização musical. Funda-se um novo presente, como se o Brasil modernizante quisesse se esquecer do Brasil "arcaico".

Além disso, um outro aspecto importante. Talvez não fosse possível entender as formulações da Bossa Nova sem a formação de uma nova platéia para a música popular. O samba era música de negros, o choro música de caixeiros, o samba-canção música de empregadas domésticas, e assim por diante. Nos conteúdos, mulatas subindo o morro com latas d'água na cabeça, mulheres berrando no cortiço onde não há água para se lavar, são substituídas por moças de requebrado elegante nas calçadas da orla, e gente feliz vivendo as delícias dos passeios em barquinhos. A Bossa Nova é feita para este público e não aquele. "Pensando a zona sul da cidade do Rio de Janeiro como local de alto poder aquisitivo e consumo cultural mais sofisticado, é de se esperar que entre seus habitantes estejam pessoas fortemente permeáveis às informações da música internacional. Tais informações são recebidas não só pelo consumo de produtos originais, como também pelas adaptações feitas no país"⁶.

Ao vender um produto mais sofisticado, a Bossa Nova descarta o público dos auditórios do rádio. As "macacas" separadas como por um abismo do ídolo cantante, são trocadas por uma platéia "à altura" do artista da Bossa Nova. O fosso desaparece. O ídolo é a imagem da platéia. Ele deixou de ser uma representação simbólica da ascensão ao converter-se em celebridade.

A ampliação das classes médias, garantindo a uma pequena-burguesia o acesso às boas escolas e à cultura, requer a necessidade de um novo ritmo popular, de uma música consumível, mas com outro padrão. Seriam os filhos desta mesma classe que iriam atender essa demanda. A Bossa Nova troca o auditório pelo teatro. A gritaria popularesca é substituída pelo silêncio respeitoso. O apaixonado e espoliado fã-clubes popular, pelas abordagens da crítica. A Bossa Nova cria um novo mercado, não somente de discos e de ídolos, mas também de especialistas, o que, em termos de música popular, era praticamente inédito até então⁷.

Com toda esta configuração, percebe-se mais do que uma "revolução" no campo estético da música popular. Novos hábitos de compor, de executar, de cantar e de ouvir, respondem a um novo ponto de vista na tradição da MPB: o da moderna classe média, que passa por um momento de prosperidade e afirmação. Resumindo o já dito anteriormente, na Bossa Nova tanto o jazz se sobrepõe ao samba, quanto o compositor branco, bem sucedido e formado, ao negro espoliado. O ritmo ainda preso às suas formulações originais é ultrapassado pelas harmonias requintadas, em confronto permanente entre o lá e o cá, mas visando sempre a construção de um gênero superiorizado, a partir de bases locais. Rapazes e moças finos depõem cabrochas, lavadeiras, caminhoneiros e engra

xates. Costureiras e operárias, trambiqueiros e marginais são trocados por jovens de formação musical e acadêmica. Logo, o bom uísque derrama a ardida cachaça. Assim como a vida "racionalizada" dos apartamentos sucede o barraco e o "rancho fundo", o "bas-fond" da Cinelândia, com suas melodias grandiloquentes sobre melodramas descabelados, é trocado pela boate cara, pela voz educada e pelo brando e contido amor. O quintal de jaqueiras, a rusticidade rural e o cortiço no bairro, cedem lugar à sacada que dá para o mar, ao ameno "chopp" na esquina, ao desenho sinuoso das praias. O clima abafante do interior e da periferia é substituído pelo arejamento da brisa marinha. O elogio da vida urbana e higienizada contrasta com a miséria da periferia e do campo. A dura realidade foi trocada pelo faceiro cartão postal.

A Bossa Nova foi um momento imaginário de síntese, por onde se chegava ao presente modernizante, tentando-se apagar a longa tradição arcaizante. E o gênero parecia escapar à velha fórmula da cultura brasileira, condenada à essa tensão, mesmo nos momentos de maior fulguração vanguardista. Contudo, quase que de imediato, o movimento se divide em dois. Passada a euforia do primeiro instante, a fratura reapareceu com uma força antes não vista. A ótica da pequena-burguesia esclarecida iria formar a canção de protesto, gênero, por assim dizer, dissidente da Bossa Nova. Eram principalmente universitários os agentes desta linha de canção que apontava para os problemas da desigualdade social, da miséria no campo e nas cidades.

A música de protesto foi um sintoma da fermentação social e cultural que marcava o período Goulart e pós-Goulart no país. Jacob Gorender resumiu bem aquela fase:

"O golpe militar truncou uma fase de excepcional florescimento da cultura brasileira. A politização das massas se tornou o terreno fértil sobre o qual frutificaram iniciativas de cultura popular como nunca havia ocorrido em épocas anteriores. Partiram da UNE os Centros Populares de Cultura, pródigos no âmbito do teatro, da poesia, do cinema. Com apoio dos setores progressistas da Igreja Católica, expandiu-se o Movimento de Educação de Base, atuante nos bairros pobres. O método de alfabetização de adultos do educador Paulo Freire teve aplicação em Pernambuco e daí se difundiu pelo país. Um sopro de entusiasmo renovador percorria a música popular, o teatro e a literatura. É a fase de ouro da Bossa Nova, do Cinema Novo, do Teatro de Arena, da arquitetura de Brasília. Sem dúvida com certa marca de populismo e de otimismo ingênuo, um impressionante impulso intelectual acompanhou o maior movimento de massas da história brasileira. Impulso tão criativo e poderoso que se revelou capaz de passar por cima do golpe antidemocrático e ainda brilhar intensamente até o fechamento completo da ditadura militar no final de 1968"⁸.

A canção de protesto atinge o seu apogeu nos primeiros tempos do golpe militar. Sua derradeira obra significativa foi "Caminhando", de Geraldo Vandré, lançada em 1968. O gênero se extingue, juntamente com o Tropicalismo, no final desse ano, dada a conjuntura repressiva criada pelo AI-5.

A música de protesto ofereceu uma gama variada de gêneros da música popular: o samba e suas modalidades (partido alto, canção, enredo, breque etc.), o baião, a marcha, a cantiga, a embolada, a ciranda, a ca-poeira, o frevo, a valsa, a reza de defunto etc.⁹. O movimento esteve enraizado nos Centros Populares de Cultura, liderados por universitários, intelectuais de esquerda e por artistas. O gênero opõe-se radicalmente à jovem guarda (estrangeirada), em defesa do nacional. Esteticamente exige-se dos músicos "um certo controle de seus impulsos de criatividade (...). Trata-se do primado político-ideológico sobre o estético, no momento histórico em que a revolução é fundamental"¹⁰.

Reagindo ao feitiço intimista da Bossa Nova, impôs-se novamente a estridência. O grito político de compositores e cantores alegorizava o grito do povo. Enquanto a Bossa Nova olha para si mesma, num acordo agradável entre artistas e público, a música de protesto pretende olhar para baixo, embora ironicamente este olhar não tenha ultrapassado a esfera dos seus pares. O movimento tomou parte de toda uma conjuntura cultural que, como observou Roberto Schwarz, pressupunha um "público numeroso a ponto de formar um bom mercado que produz para consumo próprio"¹¹.

O engajamento excessivo provocou críticas iradas em muitos analistas, acusando o gênero de empobrecer a canção. Para Gilberto Vasconcellos, por exemplo, o Tropicalismo foi não somente a antítese, mas também a saída encontrada pela música popular para escapar às rédeas férreas da música de protesto, sufocada pelo excesso de politização¹². De modo superior, Walnice Nogueira Galvão também tratou do assunto. De acordo com ela, as tendências da canção após a Bossa Nova foram marcadas

pelo intimismo, pela jovem guarda e por aquilo que se chamou de Moderna MPB. Esta, com um projeto informativo e participante, procurava combater o sentimentalismo reinante na canção brasileira. A alienação sentimentalíde seria posta de lado pela consciência dos problemas do país. A música popular seria um veículo importante neste projeto de despertar a consciência.

Essa finalidade pedagógico-musical, segundo Walnice, acabou sendo tão escapista quanto aquilo que combatia. A análise arguta mostra que o sinal do equívoco é marcado pela insistência de um "personagem" nas letras das canções: o dia que virá. De acordo com Walnice esta utopia escapista está muito ligada ao descompasso entre a mensagem produzida pelas canções, seus emissores, e o público que elas de fato atingiam, ou seja, um público pequeno-burguês que via freqüentemente adiada a objetivação revolucionária. A canção estava longe de atingir o público que pretendia. O "dia que virá" é um sintoma dessa separação. O tempo da ação é um futuro que elimina o sujeito físico da história em troca do mitológico, dando numa ação imobilista e espontaneísta onde o Dia é "o próprio agente da história". Walnice afirma que o Dia foi a saída para adiar a participação que assustava o público do privilégio, quando chamado a participar¹³.

Esse estudo de Walnice Nogueira Galvão é de 1967. Um ano depois, o Dia é presentificado. "Caminhando", de Vandré, exortava: "Vem, vamos embora/que esperar não é saber/ quem sabe faz a hora/não espera acontecer/" A canção, aclamada pelo público num momento em que a guerrilha se encorpava lutando contra o regime militar, foi logo proibida pela censura. Dois meses depois era decretado o Ato Institucional nº 5, encerrando, no pla-

no cultural, toda uma era da música popular, do teatro e do cinema.

Contudo, a forte movimentação daqueles anos já havia produzido a Bossa Nova, a canção de protesto, o tropicalismo e, ainda, de quebra, as alegres tardes de domingo da jovem-guarda. Foram os maiores saltos produtivos da MPB; e de alguma forma estiveram relacionados com o Cinema Novo, os teatros de Arena, Opinião e Oficina, formas culturais da maior importância.

No âmbito da crítica, em termos de música popular, as discussões se canalizaram para três tendências básicas. Uma postura nacionalista, defensora e preservadora dos chamados gêneros autênticos da MPB, segundo a qual somente os compositores oriundos das camadas populares seriam legítimos praticantes da música popular brasileira. Eles seriam a chave da autenticidade em oposição à alienação das classes médias, o alvo básico da sociedade de consumo. Uma segunda linha, de postura intermediária, admitia os pressupostos nacionalistas, porém não necessariamente sem a adesão de compositores vindos da pequena-burguesia. De acordo com esta visão os artistas poderiam estar empenhados nas mazelas do subdesenvolvimento do país sem que houvesse uma ligação determinante entre a origem do músico e a mensagem criada. É a linha da canção de protesto, que se insurge contra o descomprometimento da Bossa Nova e contra o estrangeirismo da jovem-guarda¹⁴. Finalmente, uma terceira postura, de caráter antinacionalista, que reunia "vários agrupamentos de vanguarda, que se alinhavam nesta polêmica, e que defendiam também certa autonomia dos fenômenos artísticos - esquivando-se assim a um engajamento imediato nas solicitações políticas daquela

hora"¹⁵. É a linha dos tropicalistas, principalmente, e dos simpatizantes com o seu movimento.

2

INTERNACIONALIZAÇÃO DA REVOLTA

Edoardo Sanguinetti considera as vanguardas como um fenômeno romântico e burguês. Ele se vale de Walter Benjamin para indicar que, a partir de Baudelaire, não é mais ao mecenas que o artista tem que prestar contas de sua produção, mas ao mercado. Este mercado de termina os dois instantes do escritor de vanguarda: o momento heróico, em que ele se subtrai às leis do mercado; e o momento cínico em que ele triunfa nas leis da concorrência postas pelo mercado. Se por um lado é o mercado que traduz o público (a massa genérica), por outro, no momento heróico há a oferta de um produto misterioso que escapa às demandas desse mercado. Neste momento, "a inesteticidade mercantil da forma de uma obra deveria ser reconhecida como um sinal seguro da sua distância desejada e explícita quanto a todas as leis e regras do mercado corrente; é como se a ausência da procura ou a recusa provocante de qualquer procura a tual possível, interpretadas como garantia da inocência e da lealdade da obra, pudessem-lhe retirar, hoje, amanhã e sempre, seu caráter de mercadoria"¹⁶.

Porém, finda a fase heróica, o produto, para se tornar verdadeiramente reconhecível, terá que seguir sua trajetória efetiva de mercadoria. É o momento da acomodação e da vulgarização dos procedimentos de vanguarda. Sem ele, o primeiro momento se perderia no es -

quecimento, transformando-se em assunto para arqueólogos. A mercadoria prova o êxito das vanguardas e, segundo Sanguinetti, "a palavra êxito contém o segredo da estética romântica burguesa". Ela, a vanguarda, "renasce para ser devorada", quer dizer, "no plano da estrutura, a vanguarda sempre se ergue contra a mercantilização estética, mas decididamente nela termina por mergulhar"¹⁷.

A análise de Edoardo Sanguinetti revela um bom ponto de partida para se retomar a discussão sobre o tropicalismo. Como se sabe, o movimento vestiu a roupa da vanguarda, porém, diferentemente da voga romântica, nos termos propostos pelo ensaísta, o tropicalismo jamais pretendeu ser algo distanciado da mercadoria. Ao contrário, foi pauta imediata de seu programa impor-se com êxito nos meios de comunicação de massa. O movimento funcionou impondo rupturas concomitantemente à sua vulgarização.

Mesmo assim, pode-se dizer que talvez o tropicalismo tenha sido o derradeiro sopro burguês de renovação estética no Brasil, ao que tudo indica com maior impacto na canção. Após ele não houve condições de ventilar a criatividade do gênero com novas rupturas porque estava encerrada a "fase liberal" da canção, baseada na crença de que se podia renová-la esteticamente, causando choque nos meios receptores aos quais ela se destinava (sobretudo um público estudantil, de intelectuais e de classe média).

A fase que sucede o "liberalismo da canção" (após 1968) é a da inclusão definitiva do gênero nos meios de produção em larga escala, equivalente ao fechamento radical de todas as manifestações diretas ou indiretamente contrárias aos interesses do regime. O

crescimento do público consumidor advindo dos excedentes do "milagre econômico", assim como a expansão e o reaparelhamento do "show business" - aquecimento da indústria fonográfica, ampliação dos espetáculos, aumento das vendas etc. - levam não somente do lado dos produtores de discos, mas também do lado dos artistas, a uma preocupação preponderantemente com o êxito e com os lucros, descartando-se as idéias que tanto animaram os meios da música popular no período que se estende da Bossa Nova ao movimento tropicalista.¹⁸

No tropicalismo, assim como na canção de protesto, o coletivo combinou com o individualismo. Ou seja, os criadores puseram-se conjuntamente a serviço das idéias que procuravam reformular a ordem geral das coisas postas pelo golpe militar de 64. No plano estético a ordem era revolucionar assim como no plano político. A movimentação musical no período (64-68) era de euforia total. Tanto na canção de protesto quanto no tropicalismo a euforia se realizava no choque. De um lado o canto explicitando a miséria, de outro as contradições implícitas a uma estética que, sob uma idéia de país, tentava colar, não sem problemas, a miséria com a riqueza, o arcaico com o moderno.¹⁹

O tropicalismo buscava reconstruir, via fragmentos, a totalidade cultural, que ainda há pouco parecia negada. O movimento visou o gosto médio da sociedade de consumo. O gosto médio funcionou como colagem do mau e do bom gosto, do popular com o erudito, do nacional com o estrangeiro, do velho com o novo. Esta foi a geléia geral tropicalista. Ele tanto foi "arqueológico" (desenterrou "pérolas" como "Coração materno" das entranhas do mau gosto) quanto "futurista" (mergulhou

nas vanguardas da música e da literatura). Toda esta matéria logo se transformou em matéria de caldeirão, pronta para ser diluída.

Já em 1968, em plena eclosão do movimento, Torquato Neto, um de seus ideólogos, tratava de definir o tropicalismo: "tropicalismo, o que é? Segundo Torquato, "assumir completamente tudo o que a vida dos trópicos pode dar, sem preconceitos de ordem estética, sem cogitar de cafonice ou mau gosto, apenas vivendo a tropicalidade e o novo universo que ela encerra, ainda desconhecido. Eis o que é"²⁰.

Mas o que seria viver a tropicalidade? Fusão de ritmos (o bolero choramingas e o seco dodecafônico, por exemplo), fusão de realidades (a miséria e a riqueza), fusão de cores (o verde e o amarelo), fusão de gostos (o mau e o bom), fusão de tempos (o velho e o novo), fusão de ideologias (o nacional e o estrangeiro; o engajado e o descompromissado) etc. Visto assim o movimento parece um amplo painel, uma enorme colagem alegórica de um país dos trópicos, onde conta mesmo um jogo de superfícies que se propõe como novidade total, mas que pelo qual não descemos ao fundo das reais contradições de uma cultura dilacerada. O movimento trocou o pesado da reflexão sobre os dilemas de uma cultura subdesenvolvida pela alegria faceira da aceitação da tropicalidade como louvável contingência. A diluição das fronteiras entre os elementos constitutivos da colagem (a geléia geral brasileira) trocou as tensões pela aceitação e os complexos pela louvação.

Mas não se pode negar a grande importância do movimento. A riqueza das letras das canções, a recuperação dos ritmos antes desqualificados, os vetores das músicas ora apontando para um fundo oswaldiano (e suas

vertentes pau-brasil e antropófaga), ora para um fundo internacionalista de vanguarda (concretismo, pop, dodecafonismo). Tudo isso contribuiu como uma vigorosa abertura para os limites da criação, ampliando espaço para os artistas. Pode-se dizer que houve "tropicalismos" na música, nas artes plásticas, no cinema, no teatro, na poesia, e até nas crônicas dos jornais "underground", na virada da década de sessenta.

Gilberto Mendes esteve eufórico na análise do tropicalismo. Para ele, os baianos "liquidaram a velha pendência nacional-cosmopolitismo na música erudita, provando, na própria área popular, que não há barreiras na criação artística, que estamos todos diante de um mercado comum de significados, de um verdadeiro internacionalismo artístico (grifos meus)"²¹.

Euforias à parte, a citação aponta bem para a fase seguinte da canção popular. Bem ou mal as referidas barreiras impunham uma discussão que se perdeu no tempo. O "mercado comum" e o "internacionalismo" facilitaram o gosto musical, hoje plenamente integrado na órbita do consumo trazido pela indústria cultural, nacional e estrangeira. A diluição de fronteiras, conquistada pelo tropicalismo, é um sintoma moderno paralelo ao internacionalismo do capital. De fato, o movimento "internacionalizou" um aspecto da nossa cultura, sem no entanto escapar aos limites locais.

O tropicalismo não pôde competir no plano técnico com o que se produziu lá fora. Assim como não pôde influenciar nenhuma corrente de expressão além das existentes no âmbito nacional. Ele requalificou o aqui existente em termos de mercado, este sim internacionalista e diluidor de fronteiras, porém com prejuízo para o lado periférico.

Afonso Romano de Stant'anna omitiu estes aspectos em troca da idéia de 'carnavalização da vida', visível na estética tropicalista. Para ele o movimento foi um fenômeno romântico num país romântico, tendo funcionado também como resposta tropical ao movimento "hippie". Além disso, um ganho enorme: a MPB deixa de ser um fenômeno apenas sonoro para se tornar um produto escrito válido poeticamente. Daí que tenha sido este o período talvez mais fascinante em termos de história da nossa moderna música popular²².

Quanto ao ganho e ao fascínio do período, não resta a menor dúvida. Quanto à carnavalização, ela pode implicar numa visão ufanista e empobrecedora, que busca identificar os traços latinos (dos quais a tropicalidade seria um possível parâmetro), em oposição aos europeus, com o nosso próprio subdesenvolvimento com dificuldades de superação. A tropicalidade rejeita, alegoricamente, o modelo de desenvolvimento vigente nos países concretamente mais avançados que o nosso. E o que é pior, essa visão equivocada, sempre envolta na aura da simpatia, acaba reafirmando, no fundo, a visão folclórica patente no olhar daqueles que nos miram, e patente no olhar que temos sobre nós mesmos. Ela serve à ideologia dominante sob a carapaça de uma enternecedora alegria. Ela escamoteia os duros esquemas de exploração a que estamos submetidos na era do capitalismo avançado. Seja no plano econômico e político, seja no plano cultural, que nos interessa mais de perto. Enfim, o que parece avançado pode esconder um notável conservadorismo.

O rito coletivo foi a marca do período. Os artistas se aglutinavam em propostas comuns e os grupos se batiam. Já o Teatro de Opinião, segundo Helói-

sa Buarque de Holanda, era "um programa festivo, uma ação entre amigos. A platéia fechava com o palco. Um encontro ritual, todos em casa sintonizados secretamente com o fracasso de 64, (...) sendo este uma falência ocasional cuja consciência o rito superava"²³. Todos os agrupamentos apontavam para uma diversidade de propostas que o AI-5 viria liquidar, dando posteriormente no individualismo que, em linhas gerais, seria a tônica dos tempos pós-tropicalistas. O teatro dos anos 70 e 80 é sobretudo um teatro de diversão. No plano do cinema, e a fala é de Arnaldo Jabor, "o Cinema Novo foi uma universidade permanente; depois cada um passou a ser uma entidade em si próprio..."²⁴. No âmbito da música popular, "depois do movimento tropicalista (...) nenhum outro movimento foi mais possível..."²⁵. Para Tarik de Souza a MPB regrediu nos anos 70 insistindo novamente no "melodrama" enterrado pela Bossa Nova²⁶.

O período que se estende de 1958 a 1968 foi a década mais estimulante para a MPB na era do disco, do rádio e da televisão. Em tão poucos anos criaram-se quatro tendências cujos reflexos são perceptíveis ainda hoje: a Bossa Nova, a Canção de Protesto, a Jovem Guarda e a Tropicália. Havia "programas" em seus núcleos, programas estes que, uns mais outros menos, estavam relacionados com um momento de amplas transformações, debates e agitações, tanto aqui como nos focos da cena ocidental. Em todos esses movimentos a criatividade individual se alinhava a uma tendência grupal. O "rito coletivo" acabava prevalecendo, sem contudo neutralizar os estilos próprios de cada artista. Assim também, público e críticos dividiam-se entre os apreciadores e adeptos de um ou de outro

gênero. Esta configuração indicava a existência de um mercado diversificado de consumo e de idéias, o que dava à época uma animação musical muito grande.

Entretanto, com exceção da música politizada, que apareceu em defesa do nacional, as demais tendências apontavam para o internacionalismo do mercado. A Bossa Nova virando produto de exportação - a musicalidade brasileira finalmente legitimada pelo reconhecimento lá fora -. A Jovem Guarda operando aqui um rock de segunda mão, abrindo espaço para a vontade de americanização de uma "cultura jovem" e de classe média, com extensões para as camadas desfavorecidas. O Tropicalismo fazendo fusões entre coisas brasileiras e estrangeiras, e não escondendo a sua euforia comercializante.

Essas linhas, onde apareciam visíveis a base local e as importações, em permanente tensão, foram com o tempo sendo sufocadas por uma espécie de internacionalismo gritante. Fim da era dos movimentos de música popular, tudo indica que o velho conflito desapareceu do horizonte. O cosmopolitismo, sempre problemático na roda da periferia, parece ter contribuído para retirar a canção do fórum de debates que até então ela ocupava. A música popular tornou-se um mídia entre mídias; arte qualquer submetida como tantas outras às manhas do mercado. A criatividade ventilada no meio, que antes passava pela dialética dos grupos foi reduzida - como talvez nos países avançados - em dialética de momentos, que cede e não cede à rotina da pura comercialização.

Houve sempre algo de romântico naquela fase de efervescência: Tom Jobim e João Gilberto procuraram criar aqui uma grande música; os músicos de protesto procuraram contribuir para o processo revolucionário que parecia iminente; a Jovem Guarda procurava liberar

as pulsações juvenis, até então sufocadas, via o alto faturamento da moda do roquinho ligeiro; a Tropicália queria, e até certo ponto conseguiu, "vanguardizar" a música popular, dando-lhe, inclusive, peso literário. Vistos na perspectiva de hoje, todos estes movimentos parecem coisa ingênua, e têm o cheiro do provincianismo. Eles funcionaram como momento de passagem rumo ao presente modernizante. A guitarra subjuguou o violão, o hino converteu-se em anti-hino, estádios lotados puderam descartar o auditório seleta, a técnica avançou suplantando as mensagens. Não obstante, o cosmopolitismo, finalmente atingido, não pode negar a íntima combinação entre o luxo e a riqueza neste lado do mundo. O rock e sua onda avassaladora nos anos 80 deu-nos um produto inferior ao que se produz lá fora. A sua aparência modernizante não tem ido muito além de consagrar essa inferioridade. Fica para o próximo capítulo o comentário sobre o rock. Por enquanto lembremos que o seu crescimento no Brasil deve muito à contracultura. Esta deu continuidade ao tropicalismo, que buscava integrar-se à onda pop e ao psicodelismo que animava aqueles anos, em plena efervescência da era Beatles.

3

COMÉRCIO E MODISMO

A contracultura, que no Brasil seria a grande moda pós-tropicalista, significou para os seus adeptos a solidificação de uma "cultura jovem", antes inexistente no país. Ao que tudo indica, pela primeira vez a juventude é vista enquanto grupo. Grupo que, representan-

te das classes médias urbanas, contesta, ao menos na aparência, os valores da cultura ocidental. Estes valores são vistos como doença, em oposição à saúde das intenções juvenis e libertárias.

A racionalidade, própria do mundo capitalista, é trocada pelo cultivo das emoções individuais, que geram um modo de vida mais próprio, um novo estilo, "underground", marginal. O futuro é substituído pelo aqui e agora, e o "movimento" é logo absorvido pelos meios de comunicação de massa²⁷.

Ao contrário das afirmações positivas dos muitos adeptos da contracultura, José Arthur Gianotti a viu como uma manifestação de conformismo. Para ele, o fenômeno "parece ter sido um movimento de rapazes urbanos que tentavam refletir o processo de urbanização, sem possuir contudo os instrumentos analíticos para tal. (...). Laboravam, entretanto, uma temática interiorana, perdendo [contra as aparências] o bonde da modernidade". A visão de Gianotti é tão crítica quanto a de Carlos Nelson Coutinho, para quem a contracultura se esgotou no gesto: "ela se colocou mais como uma crise; como expressão da crise do que como tentativa de resolvê-la". Para o crítico, o movimento aparece sob o signo do esvaziamento colocado pelo AI-5. De um lado o estruturalismo no plano acadêmico, de outro o desbunde da contracultura no comportamento e nas artes ditas marginais. O fenômeno consagrou o individualismo exacerbado, dando no tal "ganho existencial" elogiado por seu ideólogo máximo em termos de Brasil: Luís Carlos Maciel. Segundo o jornalista, trocou-se a ação marxista pela ação taoísta (a não ação); a dialética pela viagem das drogas; e, por fim, deu-se no maniqueísmo: o mundo dividido entre "caretas" e "hippies"²⁸.

A contracultura nos Estados Unidos esteve li-

gada com os movimentos de rebeldia juvenil, especialmente a partir dos anos 50. O rock e a canção de protesto americana casaram-se para animar as manifestações. Elas chegam ao auge em torno de 1968, com os hippies. Elas também se enlaçam com o Movimento de Maio, na França. De acordo com Olgária Matos, a consciência juvenil de 68 apreende que a ciência e a técnica estiveram a serviço da mercadoria, assim como o saber a serviço do poder. Segundo Olgária, "a rebelião estudantil toma forma de uma renovação cultural, e se inspira em pensadores anti-autoritários como Marcuse; faz renascer o desejo de revolução sexual, com a retomada das obras de Reich; o marxismo ortodoxo é posto em questão em nome do freudomarxismo e do pensamento libertário". A novidade agora é a exigência primeira da felicidade. Além disso, à imagem realizada do "homo-sapiens" adulto, vai-se opor a imagem inacabada da adolescência permanente"²⁹.

Por um lado é a infantilização da cultura, por outro as utopias menos racionais de forte sabor individualista. Para Fernando Henrique Cardoso, as utopias regressivas, das quais toma parte, entre outros, o fenômeno da contracultura, acabaram provando uma crise da Ilustração: a idéia de que a acumulação da riqueza, do progresso técnico, da distribuição planejada de recursos, seriam instrumentos para se atingir os ideais humanistas³⁰.

Esta curva histórica fica complicada quando recordamos o fenômeno da contracultura no Brasil. Em 1968, ao contrário dos países avançados, abstrações como sociedade de opulência ou unidimensionalidade do mundo burguês, conflituavam com "uma ditadura de carne, osso e muita disposição para reagir". A hora era de enfrentamento.³¹ O enfrentamento deu-nos o AI-5, e o con

seqüente fechamento de perspectivas deu-nos a contracultura, praticada à moda brasileira. Enquanto uma minoria politizada era rapidamente dizimada pelos mecanismos da repressão, a maioria era estimulada pelas forças do sistema, que não viam perigo grave nesse "poder jovem", apesar das aparências, do comportamento, e das opções culturais não serem imediatamente condizentes com o juízo dominante.

A contracultura é logo absorvida por jovens da pequena burguesia (leitores de jornais alternativos, consumidores macrobióticos, amantes de rock e drogas, poetas marginais, orientalistas de plantão etc.). O movimento, muito carioca em suas formulações nacionais, não tinha um projeto político que transcendesse o âmbito de uma certa legião identificada apenas na superfície dos hábitos. Não havia um alvo de lutas a não ser uma frouxa idéia de rebelião contra o "status quo".

É assim que os reflexos da chamada "nova consciência" serão literalmente apropriados pelos novos estratos que, patrocinados pelo "milagre econômico", chegarão ao foco da cena da nova sociedade de consumo. Resultou disso que a nova juventude, herdeira da camada hippie anterior, vai incorporar uma aparência oscilante entre os acenos da pseudo-revolta e um fogo consumista antes não visto, criando-se assim o saudável arquétipo dos "filhos do milagre"³². Este melancólico destino da "revolução fracassada" tem um signo poderoso: a industrialização dos jeans. Antes arma vestuária de contestação - a alusão à vida rural ^{americana} desta roupa combatia a opaca indumentária das cidades, em especial o terno e a gravata - , hoje indicador de status, dependendo da etiqueta que se usa. O jeans, mais do que qualquer outra mercadoria, assinalou a existência de um mercado promiss

sor na área do gosto juvenil, herdeiro da pseudo-rebel-
dia.

Um dos pressupostos da contracultura, como se viu, foi a crítica à racionalidade do mundo burguês tec-
nizado. Não é preciso muito esforço para ver o quanto
esse ideário convinha e convém sempre ao autoritaris-
mo político e cultural da tradição brasileira. Quando
na Europa, e diante da opulência do consumo americano,
o esforço pela razão torna-se uma experiência de cansa-
ço é porque há uma longa (o caso europeu) e densa (o ca-
so americano) tradição no assunto, devido a uma configu-
ração secular, matriz do pensamento ocidental. Este não
é o caso brasileiro.

Ao negarmos o esforço racionalizante de pensar
a nossa história cultural do passado, do presente ou da
antecipação do nosso destino enquanto civilização recém-
chegada, e devidamente colocada na periferia dos interes-
ses do ocidente desenvolvido, estamos rechaçando preco-
cemente uma tradição ainda mal iniciada. De acordo com
Roberto Schwarz, "tem sido observado que a cada geração
a vida intelectual no Brasil parece começar do zero.
(...) O apetite pela produção recente dos países avança-
dos tem muitas vezes como avesso o desinteresse pelo
trabalho da geração anterior, e a conseqüente descontinui-
dade da reflexão"³³. Tal é o procedimento da contracultu-
ra no Brasil. Ela não tem nem uma cultura erudita sufi-
cientemente guarnecida para combater, nem uma opulência
amplamente configurada, através da qual possa se rebelar,
tampouco uma indústria cultural plenamente estabelecida
para que possa alardear o seu "underground".

Suas negações, portanto, fruto da pura cópia,
esbarram ou no vazio ou na faixa míngua e insignificante da insa-

tisfação de uns poucos entediados. A contracultura compreendeu uma imitação descaracterizante e patética, esfregando-se em modelos aqui chegados apenas pelo modismo postos pelos media. No início dos anos 70, experimentei, sem o saber, o fiasco da cópia. "O mundo" vivia ainda o impacto de Woodstock: o concerto que, durante dias, reuniu milhares de jovens para consagrar, sob o som do rock e o efeito da marijuana, entre pétalas de flores e o prazer do amor livre, a paz e o amor. Nessa época tentou-se reproduzir aqui, numa fazenda de Poços de Caldas, um concerto parecido com o célebre acontecimento da Califórnia. Mas se não havia propriamente uma galeria de ídolos para sustentar os três dias de espetáculo, igualmente não havia uma estrutura empresarial de modo a erquer o espetáculo em termos técnicos e de divulgação. Mesmo assim, uma multidão se deslocou para acampar em volta do palco armado. Pequenos gravadores tocando Janis Joplin e Jimi Hendrix "compensavam" o desconforto e a pobreza total das fisionomias e do espaço. Antes mesmo que se iniciasse a apresentação da primeira 'estrela' (o conjunto "O terço"), desabou uma tempestade. Cedendo a frágil lona que abrigava artistas e instrumentos, não tardou que a enxurrada e o barro afastassem a multidão que comparecia àquele que deveria ser o Woodstock brasileiro.

Outra vertente dominante nas preocupações da contracultura foi o orientalismo. O "misticismo profético" complementava o hedonismo - volta à natureza e cura da neurose através de alucinógenos, o "flower power" contra as armas imperialistas e consumistas da sociedade capitalista. De acordo com Luís Carlos Maciel, "o estilo de vida dos hippies tinha os traços de uma esquizofrenia sintética, pré fabricada; e, finalmente, o la-

do extremo do novo misticismo parecia roçar a fronteira do patológico"³⁴. Ficaram na memória todas aquelas excursões à Índia e às montanhas do Tibete. A macrobiótica e congêneres, a meditação, e a acirrada defesa da esfera da individualidade, renderem bons dividendos à indústria alimentar, à indústria cultural (hoje, não há livreiro que dispense uma boa prateleira de transcendentalismos dos mais variados tipos) e à indústria da moda, do esporte e do lazer.

A contracultura botou a saúde na pauta dos anos 70 e 80. A imagem soturna e aborrecida do intelectual existencialista, assim como a imagem angustiada do rebelde sem causa, tornaram-se velharias ou folclore dos "yuppies", que são os herdeiros dos hippies. Os bares esfumaçados e ^{os} porres curtidos ao som do jazz foram trocados pelos parques verdejantes, pelo "jogging" e pelos sorrisos de dentifrício.

A sociedade atual compra a saúde nos anúncios que lhes prometem sempre um novo mundo de plenas durabilidades e realizações. A imagem do homem moderno esbanja eficiência e esportividade. Serve-se de um otimismo esvaziante para contribuir melhor com as necessidades de se produzir melhor. Há décadas a musculatura era modelo de filmes épicos de classe B e quadrinhos de aventuras. Hoje é um modelo a ser seguido. Quanto mais tecnocrática a vida, maior a necessidade de comprar saúde.

Se o orientalismo parecia outrora marginalizante, ele agora é estimulado. A sociedade de consumo o faturou, e o individualismo lhe convém. Não importa que o indivíduo firme-se em si mesmo: uma certa dose de excentrismo pode garantir sucesso ainda maior. Importa que consiga separar suas convicções espirituais de suas obrigações produtivas. Esta exigência de um falso equi

librio logrou um grande tento na época atual. Quanto mais o indivíduo encontrar na esfera privada meios para se refazer das agressões da vida pública, tanto melhor para o bom andamento das coisas.

4

SINAL FECHADO

Talvez seja possível ver a canção popular no Brasil, a partir da era do disco, através dos espaços onde se afirmaram público e ídolos. Em princípio, os batuques de negros nas casas de família como a de Tia Ciata, considerada o berço do samba. Depois, as salas de espera dos cinemas, onde o público está ainda muito próximo dos artistas. Essas audições convivem com as apresentações no teatro ligeiro, onde afinal se configuram nitidamente o palco e a platéia. Nesta fase ainda não existe um público consumidor propriamente. Este público aparece com o advento do rádio. O rádio trouxe o auditório. A platéia agora paga exclusivamente para ver os artistas da canção e ouvir suas músicas. Ela é parte de uma faixa muito maior, a faixa dos consumidores, agora melhor configurada. Ela é a representante viva da "mas-sa abstrata".

Com rariíssimas exceções, a música popular não tem ainda espaço nos teatros, reservados às atividades culturais das elites. As casas respeitáveis abririam suas portas à canção somente a partir da Bossa Nova. Com ela mudam a música e a imagem do artista. A canção popular tem agora uma nova platéia identificada com os músicos em audições requintadas. A voga dos concertos tea-

trais atingiria o auge nos tempos áureos da televisão. Ela mesma ampliaria as platéias, transmitindo seus programas gravados em amplas salas de espetáculos.

A TV Record marcaria época nos anos 60, produzindo sua programação com base em shows teatrais de música popular. As apresentações de "O fino da Bossa", "Bossaudade", "Ensaio Geral", "Jovem Guarda", e os Festivais de Música Popular, realizados anualmente por várias emissoras de TV, não somente estimularam a canção, mas também proporcionaram o aparecimento e a consagração popular de um sem número de artistas, estes que formaram a geração mais produtiva no âmbito da moderna canção popular do Brasil. Para ficar com apenas alguns exemplos, entre os compositores Chico Buarque, Edu Lobo, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Jorge Ben, Milton Nascimento, Geraldo Vandré, etc.; entre os intérpretes: Elis Regina, Jair Rodrigues, Roberto Carlos, Gal Costa, Os Mutantes, Nana Caymmi - todos eles se firmaram a partir da televisão.

Passada a fase eufórica (1964-68), as relações entre a canção e a TV foram sensivelmente modificadas. A espontaneidade dos espetáculos gravados "ao vivo" substituiu o gosto pela técnica, pelo acabamento dos números musicais em tapes sem vibração. A tecnização explode no instante do refluxo das atividades políticas de oposição ao regime. É neste refluxo que o "império" da Rede Globo se solidifica. Os espetáculos de música popular são esfriados pela TV Globo, logo após a série de programas "Som livre-exportação" (1970-71).

O próprio nome desse programa já indicava que sua finalidade básica era a comercialização e a divulgação em larga escala. A TV já se constituía em redes nacionais, transmitindo via satélite. Além disso, o "Som

livre-exportação" tomou parte de uma linha de programas onde vigorava a propaganda de um Brasil pacífico e sentimentalóide, esquecendo-se as tensões do período pós-68, "enquanto os dissidentes morriam espancados mas sem incomodar o ritmo da 'marcha pacífica' em que o país parecia caminhar"³⁵.

O período logrou o surgimento de muitos novos artistas, mas nenhum deles com a relevância daqueles que haviam se "apresentado" na década anterior. Todos os que apareceram nessa entressafra musical, ainda efervescente mas pouco renovadora, ou ficaram no segundo plano, ou desapareceram sem maiores perdas. Logo, poucas são as canções que, imediatamente após o banimento dos expoentes da "geração 60", foram salvas do esquecimento imediato, dada a sua qualidade duvidosa.

O número musical, convertido em montagens de estúdio, virou um produto onde o artista conta pouco. Não bastasse isso, a nova configuração foi mostrando em geral uma cinematografia muito pobre. O cenário busca evocar o clima da canção apresentada, dando num festival de clichês mal acabados. A apresentação do artista na televisão deixou de ser uma exposição do seu trabalho para ser sobretudo um reforço à sua comercialização. Ela funciona como pacote para vender o produto musical. A televisão, outrora reveladora e estimuladora de novas caras e experiências, passou a ser mera produtora/reprodutora comercial da música popular³⁶.

Finda a era da TV como estimuladora da música popular, os shows contratados em teatros se expandiram cada vez mais durante os anos 70, principalmente nas grandes cidades, até que surgisse, na esteira dos mega-concertos internacionais, a necessidade de espaços cada

vez maiores para abrigar a platéia, que foi crescendo nos últimos anos. A eletrificação da música, impulsionada pelo advento do rock e pelo crescimento da indústria e do mercado de discos, mais a evolução do sistema empresarial, torna possível a uma banda de sucesso, hoje, facilmente lotar um estádio de futebol. E o aparato técnico possibilitou ao rock ser a mais completa expressão musical da presente década. A platéia e o ídolo estão cada vez mais distantes.

Setembro de 1969. A linha dura vitoriosa, e o país sob o AI-5. As manifestações interrompidas. Fileiras estudantis nos subterrâneos da luta armada. Os intelectuais perseguidos dentro e fora das universidades. Os melhores compositores no exílio. O Maracanãzinho é o derradeiro espaço de um grande festival. No palco, Os Mutantes, último sopro de um tempo que se acaba. A canção é "Ando meio desligado":

"Ando
meio desligado
eu nem sinto
meus pés no chão.
Olho
e não vejo nada
eu só penso
se você me quer.
Eu nem vejo a hora de lhe dizer
aquilo tudo que eu decorei
e depois um beijo que já sonhei
você vai sentir, mas
por favor,
não leve a mal
eu só quero
que você me queira,
não leve a mal..."

A trivialidade da letra é contrabalançada pela vibrante apresentação. O som é pop, o ritmo é o do rock mesclado com marcas latinas, meio balada, meio "iê-iê". O "eu lírico" está suspenso da realidade, a expectativa amorosa é tudo, e nada mais conta. O lirismo é o ponto de

chegada, final de um processo. Lirismo descarnado, sem imagens, sem retórica. O chavão arquetípico da música popular é posto a nu, e deixa escapar uma sensível nota de ingenuidade: "não leve a mal".

A força das guitarras e a batida acelerada quase abafam o frágil canto-jogral do conjunto. No final, o romantismo se dilui em gritos de "alô silver!", e um melancólico "ó meu Brasil" aparece encerrando a música, não a apresentação. Esta evolui para uma mini-performance, criando um clima de "happening", espécie de cerimônia do adeus. Um "the end" à moda da casa aliás pouco entendido à época e depois dela. Em vinte músicas, "Ando meio desligado" logrou um modestíssimo décimo lugar naquele concurso. Este foi o prêmio da mais singela canção de um festival decadente. A nota dada era uma espécie de decreto expulsando para longe aqueles últimos "heróis" de um tempo que durou pouco.

Mas sequer Os Mutantes pareciam perceber que estavam mais num funeral do que num festival de canções. O público era vibrante, queria diversão. E saudou euforicamente a derradeira traquinagem do conjunto. A melancolia intrínseca à própria canção não alterou a diversão barata. Diversão que nenhum outro certame musical proporcionou em tão larga escala.

Os festivais sempre funcionaram como antenas para captar novos talentos. Eles foram um fenômeno da televisão. Chico Buarque, ele próprio uma revelação de festival, afirmou em 1975: "(...) dentro das faculdades, as pessoas se reuniam para fazer música, para fazer teatro, cinema, para trocar idéias nos grêmios, nos diretórios e dali partiam diretamente para a TV. Os vários canais que existiam na época, disputavam a gente nova que estava surgindo e que estava ali fazendo música como fazia cine-

ma e teatro - porque tudo partiu dali, daquele nucleozinho, em São Paulo, onde eu estudei"³⁷.

A televisão impunha-se como veículo de massa. Mais pessoas podiam ter acesso à compra dos aparelhos. Com o video-tape, a publicidade começava a produzir seus filmes. A alta comercialização era evidente. O veículo evolui como condição do lazer doméstico. A formação de ídolos também, assim como a busca de uma linguagem própria que substituísse os tempos do rádio.

Os festivais surgem neste contexto e noutro: um momento de efervescência criativa sem precedentes, captado pelo novo veículo, que, nessa fase, transportava o artista diretamente do banco escolar para o palco da TV. Os maiores concursos em termos de influência e alcance popular foram os Festivais de MPB da TV Record (1966-69) e, num segundo plano, os Festivais Internacionais da Canção, da TV Globo do Rio de Janeiro (1966-72). Aquele mais sério, este mais histriônico. Em ambos, contudo, a paixão do público era idêntica.

Novembro de 1969. Palco do Teatro Record. Paulinho da Viola interpreta uma de suas melhores canções, "Sinal Fechado", a música vitoriosa no derradeiro festival da TV Record. Sem berros, sem gritos, ele entoia com melancolia a melodia triste da composição. O título é sugestivo. O sinal é o da rua que marca o tempo das pessoas no trânsito da grande cidade. A mensagem é simples e comovente: não há mais tempo. O anonimato da multidão agora é motorizado, a vida é veloz e ninguém se detém em ninguém. A incomunicabilidade poderia significar um alerta para aquela situação: o país escurecido, os melhores compositores expurgados, a totalidade imposta à força. Ela poderia significar também uma metáfora do tempo que passou. Neste certame o júri premiou a melhor canção.

Para um festival, a música de Paulinho era de um anti-climax surpreendente. Ficam aqui transcritos uns trechos da letra de "Sinal fechado":

"Olá, como vai?
eu vou indo, e você, tudo bem?
tudo bem, eu vou indo correndo
pegar meu lugar no futuro, e você?
tudo bem, eu vou indo em busca
de um sono tranquilo, quem sabe?
quanto tempo, pois é, quanto tempo...

Tanta coisa eu tinha a dizer
mas eu sumi na poeira das ruas
eu também tenho algo a dizer
mas me foge a lembrança
por favor telefone, preciso beber
alguma coisa rapidamente
prá semana... o sinal...
eu procuro você...
vai abrir...vai abrir...
prometo, não esqueço
não esqueça, não esqueça...
adeus... adeus....

N O T A S

(CITAÇÕES COMPLETAS, NA BIBLIOGRAFIA DO TRABALHO)

1. Ver JOÃO MANUEL CARDOSO DE MELLO, O capitalismo tardio, pp. 13-27.
2. LUÍS TATIT, A canção, p. 2.
3. Ver JULIO MEDAGLIA, Música impopular, pp. 197-211.
4. A moderna tradição brasileira, pp. 105-106.
5. BRASIL ROCHA BRITO, "Bossa Nova", in AUGUSTO DE CAMPOS (org.), Balanço da bossa, p. 34.
6. ANTONIO CARLOS MACHADO GUIMARÃES, A 'nova música' de São Paulo, p. 57 (mimeo)
7. Em 1960, na esteira mesmo do movimento, apareceu o estudo "Bossa Nova", de Brasil Rocha Brito (já citado). Posteriormente, a música popular entrou no alvo de intelectuais do maior prestígio, tais como Augusto de Campos, Roberto Schwarz, Walnice Galvão, Heloísa Buarque de Holanda, Silviano Santiago etc.
8. Combate nas trevas, pp. 48-49.
9. LUIS FERNANDO AFONSO GIANI, A música de protesto, p. 148 (mimeo)

10. Idem, pp. 86-87.
11. "Cultura e política, 1964-69", in O pai de família, p. 61.
12. Música popular: de olho na fresta, pp. 37-72.
13. "MMPB: uma análise ideológica", in Saco de gatos, pp. 93-119.
14. Um bom exemplo de como se realizava essa tendência foi o espetáculo Opinião (1964-65), onde Zé Kéti e João do Vale, artistas de origem proletária, dividiam a cena com Nara Leão, que "representava" a moça fina. Ver, sobre Opinião, HELOÍSA BUARQUE DE HOLANDA, Impressões de viagem, pp. 32-35.
15. Ver o debate "Caminhos da MPB", in Arte em Revista, nº 1, pp. 37-41.
16. "Sociologia da vanguarda", in LUIS COSTA LIMA (org.), Teoria da cultura de massa, p. 263.
17. Idem, p. 265.
18. A afirmação, por demais generalizante, acaba omitindo todo um programa de resistência do qual Chico Buarque foi o nome de maior peso. Na contrapartida, o lugar da crise dos anos 60 foi ocupado pelo crescimento das formulações existenciais, onde o culto do prazer saltou à vista. Ver, sobre Chico Buarque, de

- ADÉLIA BEZERRA DE MENEZES, Desenho mágico; e sobre o culto de Eros como tendência da MPB, de JOSÉ MIGUEL MISNIK, "Onde não há pecado nem perdão", in Almanaque, nº 6, p. 12.
19. Ver ROBERTO SCHWARZ, "Cultura e política...", pp. 74-75.
20. Os últimos dias de paupéria, pp. 309-310. Ver também o estudo de CELSO FAVARETTO, Tropicália, alegoria, alegria.
21. "De como a MPB perdeu a direção e continuou na vanguarda", in AUGUSTO DE CAMPOS (org.), op. cit., p. 123.
22. Música popular e moderna poesia brasileira, pp. 90 e 179-80.
23. Impressões de viagem, p. 35.
24. Ver Ciclo de debates do Teatro Casa Grande, p. 76. Ver também as colocações de YAN MICHALSKI sobre o teatro às pp. 47-48 e 68. Ainda sobre o Cinema Novo, ver PAULO EMÍLIO SALLES GOMES, Cinema: trajetória no subdesenvolvimento, p. 94.
25. PAULINHO DA VIOLA, in Ciclo de Debates..., p. 98.
26. O som nosso de cada dia, p. 134.
27. CARLOS ALBERTO M. PEREIRA, O que é contracultura.

28. Citações retiradas às pp. 47, 54 (Coutinho); 57-58 (Gianotti) e 101-103 (Maciel), em CARLOS ALBERTO M. PEREIRA e HELOÍSA BUARQUE DE HOLANDA, Patrulhas ideológicas.
29. Paris-68, as barricadas do desejo, pp. 19 e 50.
30. "O desenvolvimento na berlinda", in As idéias e seu lugar, pp. 120-163.
31. ZUENIR VENTURA, 1968: o ano que não terminou, pp. 134 e 201.
32. Nos últimos anos, parece ter-se criado no Brasil uma camada juvenil semelhante à da "cultura da abundância", visível nos países superdesenvolvidos. ALAIN FINKIELKRAUT chama de "filhos mimados" os herdeiros beneficiados pela opulência da sociedade de consumo, para quem as fronteiras entre cultura e divertimento não são mais relevantes. Para ele, o momento atesta uma vez mais a dissolução da cultura. Ver A derrota do pensamento, pp. 132-139.
33. Que horas são? p. 30.
34. Anos 60, pp. 96-98.
35. MARIA RITA KEHL (et alii), "Eu vi um Brasil na TV", in Um país no ar, p. 81.
36. Salvas algumas frouxas reminiscências dos antigos festivais de MPB, organizadas pela TV Globo, o programa Globo de Ouro atravessou a década, sendo es-

te o único fórum a considerar de divulgação permanente da música popular. Sua frieza e banalidade, aliadas a um evidente empenho de pura comercialização, comprovam o esvaziamento total da importância da MPB nos meios televisivos.

37. Ciclo de debates..., p. 82.

CAPÍTULO QUARTO

INDÚSTRIA CULTURAL, AGORA É PRÁ VALER: o rock dos anos 80

PRIMITIVO E TECNOLÓGICO

Março de 1988. Chico Buarque está nos palcos do Brasil, em temporada musical, após longos anos de ausência das apresentações continuadas e ao vivo.

A volta do artista foi saudada como um grande acontecimento. O espetáculo: velhos sucessos entremeados por novas canções; todo ele marcado por uma "simplicidade franciscana", segundo o jornalista Sérgio Augusto. Quer dizer, tudo muito sóbrio, sem nenhuma afetação. Um brilho mínimo "para realçar o máximo 'mood' das letras de Chico". Mas qual a razão para um show bonito, embora de certo modo trivial em termos de espetáculo, causar tanto ânimo no público e na imprensa? De acordo com Sérgio Augusto a explicação é simples: "Chico foi como uma boa refeição caseira depois de uma longa dieta de cachorro-quente (leia-se rock)"¹

Pela imagem, aliás certa, pode-se ver toda a trajetória da canção brasileira a partir dos anos sessenta. A nostalgia vem imperando no Brasil. Séries americanas como "Os intocáveis", "Rota 66", "Aventura submarina", "Perdidos no espaço", voltaram à televisão. Filmes como "Bésame mucho", e o título já é uma recordação, aludem à "ingenuidade" de trinta anos atrás. Novelas e minisséries brasileiras arrebatam a audiência apostando nos "anos dourados". Traduções da literatura beat viraram sucesso editorial. Larga vertente do rock hoje em dia busca recuperar o clima da juventude transviada dos anos 50. E assim por diante.

A nostalgia vende. O mercado explora a saudade de um tempo passado visto como melhor em relação à época em que vivemos. Este sentimento tem eco nas camadas consumidoras, cada vez mais atoladas nas crises econômica e de valores. Daí a pertinência do comentário de Sérgio Augusto: as pessoas andam fartas do "hot-dog" de gosto industrializado e procuram voltar para casa, onde a comida pode ser mais individualizada, aumentando as chances do imprevisto.

Os anos 80 começam com a distensão política e com ela o culto do prazer: é hora de "descobrir" o corpo sufocado pelo período anterior, quando se travou batalhas retóricas entre Eros e as esquerdas. É hora do divertimento e do bom humor, clima ideal para a instauração mais profissionalizada do rock entre nós. De 1982 até o presente assiste-se a uma verdadeira avalanche de bandas dos mais variados tipos. Com a onda presente de rock no país, pode-se dizer que finalmente atingiu-se a "internacionalização" da cultura.

Criado por jovens artistas, produzido pelas multinacionais do disco, calcado na mixagem dos sons estrangeiros com algumas variantes do som local, o rock se constituiu facilmente na desejada fusão nacional/cosmopolita que tantas discussões provocou entre as gerações anteriores da MPB.

Como se sabe, o rock brasileiro seria impensável sem a força da influência americana nos costumes do país. Entretanto, a penetração de ritmos e modas estrangeiras na canção popular não é um dado recente. Até os anos 20 eram comuns as orquestras acompanhando os filmes mudos. De acordo com Almirante, nesses cinemas "apresentavam-se trios, quartetos ou quintetos nas salas onde o público aguardava o início das películas (...). As músi-

cas eram as da moda: tangos argentinos, valsas de vários países, operetas vienenses, trechos de óperas, fox-trots americanos, maxixes e polcas nacionais"². Isto sem contar os períodos anteriores, quando aqui aportaram polcas, tangos, habaneras, etc.

Nota-se que, ao contrário de hoje, havia maior diversidade informando a canção nos primórdios do disco e do rádio. O cinema contribuiu sobremaneira para a americanização dos hábitos e do imaginário do brasileiro médio; fenômeno aliás arquitetado pelos governos, nas décadas, sob a "política da boa vizinhança". Prova disso foi a ida de Carmen Miranda para os EUA, juntamente com "O bando da lua". Eles foram patrocinados pela oficialidade e acolhidos naquele país, em parte como meio de agradar a América Latina.

A partir de então, e segundo Roberto Ruiz, "se antes havia uma notória e maciça presença francesa nas revistas que seguiam o rastro da "Bataclan" [companhia que chegou ao Brasil em 1922, trazendo, segundo os cronistas, ao teatro de revista nacional mais luxo, mais técnica e mais ousadia], começava agora outra esfera de dominação cultural, feita principalmente através do cinema americano, enchendo-se as revistas, (...) com ragtimes, foxtrots e shimmies, a par de choros, maxixes e sambas"³.

A americanização da cultura brasileira é um fenômeno de importação dos produtos da indústria cultural dos EUA. Ela tem início nos anos 40, com a consolidação do cinema comercial americano. A guinada comportamental para Tio Sam coincide com a expansão no Brasil de uma sociedade em moldes urbanos e industriais. O impacto da americanização do mundo cultural brasileiro foi evidenciado por Renato Ortiz: "não se pode esquecer que os anos 40

marcam uma mudança na orientação dos modelos estrangeiros entre nós. Os padrões europeus vão ceder lugar aos valores americanos, transmitidos pela publicidade, cinema e pelos livros em língua inglesa que começam a superar em número as publicações de origem francesa"⁴.

Os interesses norte-americanos na venda de suas ideologias para este lado do mundo durante aquele período estiveram - e ainda estão - ligados a interesses geopolíticos e econômicos, dos quais o "Birô Interamericano", presidido por Nelson Rockefeller, com sede no Rio de Janeiro, foi o primeiro grande agente⁵.

Durante os anos 50 e 60 a americanização do ocidente está no auge. Ela coincide com o total sucesso do rock e da cultura pop entre os jovens da maior parte do mundo. No Brasil, o rock chega mesmo na esteira de sua explosão nos EUA. A partir de 1958 vira moda, seja nas vozes daqueles cantores já adaptados para o mercado de exportação (Elvis Presley, Bill Halley, Pat Boone, Brenda Lee, Platters, Neil Sedaka, Paul Anka etc.), seja através de versões popularizadas por cantores nacionais como Cely Campelo, Tony Campelo, Sérgio Murilo, Carlos Gonzaga, Demetrius etc. Mas, ao contrário do "rock'n roll" dos EUA, a possibilidade de rebeldia trazida pelo novo gênero, praticamente inexistiu no rock brasileiro, de comportamento doce e sentimentalizado, ingênuo e descompromissado. Adaptado às condições e ao gosto locais, o rock logo mostrou uma técnica inferior à da matriz, e uma temática "boboca" adequada às expectativas de uma juventude de classe média, em vias de afirmação.

Leandro Konder, no início de um ensaio de 1967 dizia o seguinte: "noje em dia se reconhece, em geral, que a produção artística significativa de nosso século se fez e se faz em oposição à sociedade. (...) São cada

vez mais raros e mais inexpressivos os apologistas do 'status quo'. O mal-estar e o espírito de negação se acham generalizados. E, mais do que em qualquer outra época da história da humanidade, a cultura vive atualmente sob o signo da rebeldia". O Autor define os rumos dessa rebeldia: "ou ela se aprofunda em termos coerentes (e se torna revolucionária), ou se descaracteriza, se dilui, se deixa neutralizar e se reduz praticamente à inocuidade"⁶.

Em que pese a época em que foi lançado o artigo; época propícia às radicalizações, podemos dizer que é precisamente à segunda vertente que chegaram ao rock brasileiro, já pálidos, os reflexos da rebeldia original americana. Totalmente consumíveis, por mais que tentem, as bandas nacionais esbarram num paradoxo: de um lado a descrença generalizada no poder da palavra, afetando qualquer poder de impacto nas letras das canções. Certas ousadias nas imagens encontram-se totalmente trivializadas. De outro, a euforia própria do ritmo alegre, por vezes violento, que define o espírito do rock.

Este gênero de canção, que explode nos meios de comunicação de massa brasileiros num momento em que já perdeu o poder de força no meio de onde surgiu, sobrevive unicamente na esfera do consumo imediato. As bandas nascem e morrem sem que ninguém perceba, embora o ritmo continue firme nos rádios e nas televisões.

O rock brasileiro parece sugerir a perda da individualidade entre os artistas. Os conjuntos ressentem da falta de um projeto que nem a canção, nem mais a época, ao que tudo indica, podem oferecer. A Bossa Nova era um projeto em torno do qual se reuniram vários artistas; a música de protesto também, assim como o tropicalismo. Mas foram manifestações dos "anos dourados" da MPB. De

lá para cá a tônica é o esvaziamento e os músicos à mercê de uma única idéia, posta pela indústria cultural: o consumo.

Num debate recente entre artistas expressivos do rock nacional, nota-se uma tal multiplicidade de interesses, que descarta qualquer possível veleidade de movimento musical, aglutinando diferenças⁷. Para que se tenha uma idéia do andamento das coisas, basta comparar o debate de agora com o promovido pela revista Civilização Brasileira duas décadas atrás⁸.

Antes eram os artistas engajados de um lado e o mercado do outro. A questão era como "utilizar bem a máquina, pondo-a a serviço da mensagem política e das formas artísticas por ela veiculadas. Estava em pauta também o projeto de entrosamento da canção num todo cultural (cinema, teatro etc.), tal como propusera o período pré-64. Ainda em discussão o conflito entre a música nacionalista e a jovem-guarda que, na ótica dos debatedores, implicava estrangeirismo e alienação comercializados com sucesso⁹. A efervescência da época apontava para um certo missionarismo romântico nas abordagens, mas estava claro o desejo de intervir na realidade musical do país; e as propostas, não isentas de críticas, tinham o maior peso.

Agora, entre os membros do rock, vale o "cada um por si". À falta de questões de relevo para debater, imperam xingamentos, ironias e esquizofrenias. Para o músico de sucesso, a saída pode ser restringir o público em nome da qualidade da produção, o que soa pretensioso e parece utópico em termos de mercado. Toda produção "independente" tende a cair no mercado de larga escala. Para o músico em início de carreira, a saída é alcançar a grande massa, a exemplo das bandas de sucesso. Ele almeja a ascensão a qualquer preço. Finalmente, para aquele

que se preservou à margem, a saída é continuar nela, mantendo-se no lado "underground", reflexo frouxo dos tempos heróicos da música pop. Fora isto, é o mercado, o mercado, o mercado, e as relações do músico com ele e dentro dele, o que rege o debate.

A despolitização, a falta de um conflito maior do qual se beneficie, como já se beneficiou, a MPB, pode ser mesmo a tônica de um momento em que o país atravessa uma crise de credibilidade jamais vista. Neste sentido, não deixa de ser sintomático que o rock venha dominando a cena da música comercial no Brasil. Partidos duvidosos, modelos falidos, crise econômica, falta de novas utopias, são as marcas do presente no país.

O rock hoje no Brasil parece ter empurrado a MPB para a "pós-modernidade", no sentido dado a ela por Frederic Jameson. Em relação à modernidade clássica (anterior à sociedade de consumo), a pós-modernidade é marcada pelo fim do individualismo, pela morte do sujeito: "os grandes modernismos estavam ligados à invenção de um estilo pessoal e privado, tão inconfundível como a nossa impressão digital, tão incomparável como nosso corpo. (...) Isto significa que a estética da modernidade estava, de certo modo, organicamente vinculada à concepção de um eu singular e de uma identidade privada, uma personalidade e uma individualidade únicas"¹⁰.

Para retomar o início deste capítulo, mais do que nostalgia, a euforia pela presença de Chico Buarque nos palcos brasileiros pode ser mostra significativa do encontro do público com "o indivíduo", que está de volta ao cenário da música; e com ele um estilo original e único, numa época de grande massificação.

Mais à frente, no mesmo texto, Jameson diz o seguinte: "há uma razão pela qual os artistas e os escri

tores do presente não conseguirão mais inventar novos estilos e mundos - é que todos estes já foram inventados". É precisamente este sentimento de que nada há de novo que, paradoxalmente, marca o novo rock brasileiro. Finalmente, em outra passagem, Jameson afirma que "as formas mais agressivas desta arte [pós-moderna] - punk rock, digamos, ou o chamado material sexual explícito - são consumidas com voracidade pela sociedade e comercializadas com êxito, ao contrário das produções da anterior modernidade". Como se vê, tanto no seu meio original, quanto no Brasil, a onda rock já não tem mais nenhum poder de choque. Voltemos à rebeldia.

O rock é tão indissociável do gosto juvenil, quanto da febre da comercialização. Ele implicou a um só tempo na rebeldia, ligada à imposição de um gosto frente a uma sociedade adulta, e no conformismo, ligado à capitalização dessa rebeldia pelo "mundo adulto".

Nos meados dos anos 50 aparecem os "teenagers" como unidades comerciais independentes, com gostos e necessidades diferentes: blue jeans, motocicletas, blusões e uma música toda própria. A época coincide com o aparecimento explosivo da sociedade de consumo, num mundo fortemente industrializado. Mas os anos 50 são uma época também de puritanismo e repressão, combinados à imagem vendida, como modelo de felicidade, do "american way of life". A música típica dessa imagem é a melodia adocicada e romântica que imperou após o refluxo do jazz. É no lado oposto deste confortável gosto que o rock vai se posicionar. Daí sua componente agressiva nos primeiros tempos.¹¹

Sem nunca, porém, ter sido uma música de protesto, o rock terá no ritmo acelerado, nas guitarras elétricas e na dança erotizada e acrobática, sua marca fundamental. Um ritmo agressivo e sensual, um esquematismo aluci-

nante e alucinatório, que se opõem ao andamento sentimentalíde e bem comportado das canções preferidas pela classe média, àquela altura já plenamente configurada na América. "Meu primo morava num lugar chamado Barn Hop Botton em Macon (Georgia), bem ao lado da estrada de ferro, e quando os trens passavam eles sacudiam as casas (...), foi assim que saquei o ritmo de 'Directly from my heart' e 'Lucille'." ¹². Assim como o compositor retirava da realidade empírica o ritmo da canção, a técnica era também mais original, mais improvisada, mais, por assim dizer, provinciana: "para os técnicos de uma gravação de noje, cercados de enormes painéis de tecnologia de som, tudo controlado por computador, as técnicas de engenharia disponíveis nos anos 50 são tão primitivas quanto o 'kitty hawk' [avião da fase pioneira] em comparação com o ônibus espacial" ¹³.

Ao pioneirismo da fase primeira do rock liga-se o ritmo da era moderna: "sublinhadas pelo ritmo frenético das guitarras elétricas, [as músicas] traziam para o público a própria realidade da época: ruas cheias de carros, gente se acotovelando nas calçadas, se amando e se odiando, sapatos de camurça pisando asfaltos, hotéis, motéis, lanchonetes, viadutos, trevos, bombas de gasolina" ¹⁴. Refletindo os sintomas da modernidade, o rock restaurou um primitivismo rítmico soterrado pelas melodias que embalavam a vida confortável da maioria.

Mário de Andrade confirmou que os sons primitivos privilegiam o ritmo à melodia. Haveria, neste sentido, uma espécie de retorno, de atraente regressão, que acaba estruturando o rock de modo notavelmente irônico: o primitivo, o "irracional" é informado pela temática mo

terna, posta pelo mundo racional e tecnizado. De acordo com Mário, "várias causas levam os chamados 'primitivos' à música pouco melodiosa e predominantemente rítmica. Em primeiro lugar vem a própria circunstância do ritmo ser mais dinamogênico que a melodia em si. Agindo com grande poder sobre a parte física do ser, ele provoca mais que outro qualquer elemento estético, seja o som, seja a cor, seja o volume, uma ativação do ser biológico total, não só físico, mas na complexidade maior do seu psiquismo também". Como se sabe, o maior apelo do rock segue em direção ao corpo que se movimenta freneticamente. Segundo Mário, "o corpo é, pois, para os primitivos, uma espécie de primeira consciência, uma inteligência física de maravilhosa acuidade"¹⁵. Como já apontei, o rock junta as duas coisas: o arcaísmo do ritmo é combinado à modernidade dos temas e à técnica posta pela eletrificação.

O predomínio do ritmo sobre a melodia, no rock, facilitou sobremaneira a incorporação e a evolução tecnológica, aumentando a capacidade sonora dos discos e dos espetáculos, procurando atingir um maior número de ouvintes e de espectadores, e chegando aos shows dos anos 80, que podem reunir verdadeiras multidões num mesmo embalo rítmico. O mesmo é quase impossível em se tratando de outros tipos de música, que ainda privilegiam a audição silenciosa ou contida, ao invés do frenesi, que é a essência do rock.

Ainda segundo Mário de Andrade, "o ritmo é socializador. Com suas dinamogênias muito fortes ele coletiviza facilmente os seres. A melodia, fisiologicamente falando menos ativa, deixa espaço maior para que se desenvolvam com independência os afetos individuais do ser (...). Devido a esta preponderância de melodia sobre

o ritmo, a música se sutiliza e vai deixar gradativamente de ser sensação para se tornar sentimental"¹⁶.

O rock, ao menos em seu período de apogeu, é quase que exclusivamente uma música de sensação. A propósito dessa espécie de volta rítmica ao primitivo, Alain Fielkenkraut indaga: "o rock é a forma moderna de música ou sua regressão a um simplismo absoluto de um ritmo universal?". De acordo com o ensaísta a marca do rock é a destruição da linguagem musical. As guitarras teriam abolido a memória; as audições cada vez mais frequentes tomaram o lugar das conversas, os ouvintes estão agora a um só tempo juntos e separados e, finalmente, segundo o Autor, o "eu" dissolveu-se no jovem.¹⁷

A idéia de regressão auditiva foi posta por Adorno: "toda vez que a paz musical se apresenta perturbada por excitações bacânicas, pode-se falar da decadência do gosto, (...) em nossos dias, mais do que em qualquer outra época histórica, todos tendem a obedecer cegamente à moda musical, como aliás acontece igualmente em outros setores". Para Adorno, a existência do indivíduo tornou-se problemática, este perdeu sua autonomia e não consegue mais viver empiricamente. Em termos musicais, e Adorno refere-se à música popular, "tudo o que se lhe oferece é tão semelhante ou idêntico que a predileção na realidade se prende apenas ao detalhe biográfico, ou mesmo à situação concreta em que a música é ouvida". Segundo Adorno, finalmente, "as categorias da arte autônoma, procurada e cultivada em virtude do seu próprio valor intrínseco, já não têm valor para a apreciação musical de hoje"¹⁸.

Poderíamos dizer que o rock parece ter conseguido forjar uma verdadeira aldeia global. Nesta atmosfera universalizante a fórmula parece anteceder a forma.

O ritmo é o inconfundível ritmo da moda, em qualquer lugar onde ele apareça. Milhares de canções e centenas de artistas aparecem e desaparecem sem que demos conta deles. Na maioria dos casos é difícil discernir um estilo próprio. Quase todos funcionam de modo parecido, quando a tônica não é o reaproveitamento que funde as múltiplas tendências musicais de um dado momento.

Na fase áurea, como se viu, a velocidade e o esquematismo determinavam o ritmo do rock. Paralelos à própria modernidade, eles refletiam um tempo. Tempo em que o automóvel, máquina veloz e perfeitamente esquematizada, era um signo máximo.

A propósito do tema do Fausto na era moderna, Marshall Berman diz que "a velocidade tem sua utilidade: quem quer que pretenda realizar grandes empreendimentos no mundo precisará mover-se para todos os lados com rapidez. Além disso, a velocidade gera uma aura nitidamente sexual: quanto mais rápido ele puder 'correr com eles', mais verdadeiramente homem, mais masculino, mais sexual, Fausto será"¹⁹. O automóvel é símbolo da virilidade. Ele indica penetração: rasga os véus do vento, sobre as estradas perfura os vales e as montanhas e sobre as avenidas os edifícios e as cidades. A união da velocidade com a aventura moderna já fazia parte do programa futurista de Marinetti. Havia no movimento, como se sabe, esta adoração do progresso e da técnica, e o automóvel foi como uma grande vitrine da segunda revolução industrial. Este paradigma será atualizado nos meios do rock, trocando-se a experiência estética pela vivência que depende do objeto. Se para a sociedade de consumo o automóvel é um bem de capital, confortável, durável, além de revelar um padrão de consumo, para os primeiros "rebeldes" da era do rock, ele tem sabor de aventura.

Aventura que, moderna, tem de ser vivida a qualquer preço, provando a competitividade que está na gênese de uma sociedade desigual.

No seu período de apogeu, o roqueiro engendra a figura do "play boy", o rapagão corajoso das cidades, o "malandro von vivant", devorador de velocidades e de virgindades. Em termos de rock brasileiro, o clássico do gênero foi o "hit" "Rua Augusta", cantado por Ronnie Cordeiro em 1964. Dizia a canção:

"Entrei na Rua Augusta a cento de vinte por hora/
Botei a turma toda do passeio prá fora/
Fiz curva em duas retas sem usar a buzina/
Parei a quatro dedos da vitrina..."

Anos mais tarde, em 1970, o destemido mocinho seria ironizado pelos Mutantes, na canção "Hey Boy". Hoje, a imagem do roqueiro típico do passado foi atenuada ora pela fachada noturna (ditada pelas modas "punk" e "dark") e um tanto intelectualizada das novas gerações, ora pela fachada "clean" de inquietos rapazes de classe média.

Mas voltando, a rebeldia não pode ser vivida por todos, mas por aqueles que atravessam o valor de troca (a mercadoria) para chegar ao valor de uso (a aventura). Eis porque o rock é rebeldia e conformismo a um só tempo. Eis porque a fase heróica dura tão pouco: é a vitória fácil do conformismo numa sociedade enfastiada. Esta vitória adota o ritmo, e é o sentimentalismo que vigora entre o furacão do início e o surgimento dos Beatles (1955-64, aproximadamente). "O caráter originário do rock - segundo Edgar Morin - é não somente o frenesi musical, mas o frenesi existencial; os primeiros conjuntos experimentam uma verdadeira fúria de viver, na qual a maioria se perde, na qual não se salvam e triunfam senão

aqueles que abandonam a ordem existencial para entrar no sistema comercial"²⁰.

O novo rebelde é antes de tudo um consumidor potencial momentaneamente insatisfeito. "David Riesman considera ser a essência dos meios de diversão de massa uma educação do consumidor que já começa na infância e que acompanha incessantemente os adultos: hoje, a profissão de cada criança é a de um consumidor formado"²¹. A rebeldia do rock foi relegada desde o início ao fracasso. Mas foi interessante porque, entre modas, captou e impôs o ritmo moderno para negar a sonolência do "establishment", forçando hábitos, sem, no entanto, poder transformá-los.

Para Adorno, o primitivismo rítmico está ligado ao culto da máquina; este já era percebido nas batidas do jazz anterior ao rock. Este culto, segundo Adorno, "envolve uma auto-renúncia que não pode senão criar raízes, na forma de um flutuante mal-estar, em algum lugar da personalidade de quem obedece. Pois a máquina só é um fim em si mesmo sob determinadas condições sociais: onde os homens são apêndices das máquinas em que eles trabalham. A adaptação à música de máquina implica necessariamente uma renúncia aos seus próprios sentimentos humanos..."²².

O que antes souu como desobediência em termos de rock, converteu-se em obediência. Para Adorno, o tipo humano rítmico é um tipo obediente. Quanto mais primitivo o ritmo mais mimético, mais imitativo da natureza bruta, mais subordinado a ela. Neste sentido, poderíamos dizer que o rock resgatou da máquina uma dupla face: o que ele tem de avançada e de regressiva. De um lado o esquematismo, a racionalidade, a produtividade trazida pela tecnologia. De outro a dominação imposta ao homem pela

nova natureza, agora tecnizada. Assim como o novo ritmo opõe-se à melodiosa tonalidade conformista dos anos 50, ele também subordina, como um vício, toda uma geração a um "primitivismo agressivo". O primitivo é eletrizado. O rock é avanço e recuo a um só tempo.

O gênero é tradicionalmente ligado à juventude, a um tempo intermediário entre o "sério" e o "não sério", entre a vida adulta e a vida infantil. Assim é o rock: "seu código de comportamento determina que não dêem a impressão de se levarem muito a sério"²³. Há no rock "legítimo" uma tradição que dificulta o encaixe de temas adultos. O seu tempo é um eterno presente que obriga alta reciclagem de ídolos, de tendências, de músicas. Segundo Carl Perkins, respeitável pioneiro, já existem duas gerações de rock: o pessoal mais antigo que teve contato com as raízes negras do gênero, e o pessoal mais novo que já partiu do disco.²⁴

Com essas gerações há duas tendências: a do tradicionalismo, de procedência americana, e a do progressismo importado da Inglaterra, especialmente depois dos Beatles, os que mais evoluíram com o gênero. Em princípio o rock funcionou como "uma opção, uma oportunidade para o garoto pobre que, de uma forma, seria caminhoneiro, frentista ou operário de fábrica. De repente pintava essa possibilidade de ganhar uma nota preta e comprar uma tremenda mansão..."²⁵.

O mesmo fenômeno pode ser visto na música brasileira. Como se viu, nos tempos do rádio, a carreira aparecia como um meio de mobilidade social. Por outro lado, convém notar que o "blues", que está nas origens do rock, nasceu no sul dos Estados Unidos, tendo migrado para o norte industrializado, na fase do disco e do rádio. O mesmo se deu com o samba, que nasceu no morro e

desceu à cidade também na primeira metade deste século. Tanto um gênero quanto o outro funcionaram como matrizes de outros gêneros musicais que, por sua vez, explodiram na época da indústria cultural. Tanto um como o outro têm no ritmo a essência da música e ambos são advindos das manifestações da cultura popular, feita por negros e em princípio restrita aos seus meios de origem.

O meio de origem atestava a "cultura rebelde": a marginalidade e a malandragem no samba, a marginalidade e a "protest song" no blues e no primeiro jazz. Todas essas forças musicais na contra-corrente da sociedade bem sucedida. Integradas aos sistemas da indústria cultural, e vigorando o gosto dominante, desarma-se a rebeldia. No caso do rock, "a corrente mediana triunfou, a integração superou a desintegração, a prudência passou à frente da rebeldia (...), o iê-iê é a aclimação, a aculturação da força originalmente selvagem do rock"²⁶.

De fato, findos os tempos iniciais, a marca do rock foi uma diversidade tal que neutralizou a antiga proposta de combater os adocicados trinados melódicos daqueles anos. Com o tempo, ao rock fundiram-se vários ritmos. A esta fusão deu-se o nome de "pop music". Em termos de música pop, os Beatles evoluíram como marco decisivo. E a sonoridade se acomodou novamente. Nos anos 70, o rock transformou-se numa música confortável, apesar das aparências em contrário: "uma análise do objeto pop music/rock demonstrou-nos que a quase totalidade da música gravada é percorrida e regida por critérios hiperburgueses datados e limitados. As três correntes principais: o slogan (protest song e variantes), o expressionismo musical (hard rock e psicodélico) e a vanguarda confortável (elementos tirados do free jazz e da música contemporânea...) não fornecem qualquer elemento crítico"²⁷.

O processo de acomodação diluiu a rebeldia original. A alta comercialização durante e no refluxo da contracultura transformou a música, mais do que nunca, em objeto de interesses da moda e da indústria discográfica. A propósito da internacionalização do consumo, vê-se que o caso do Brasil não é muito diferente dos meios originais da música pop. O esvaziamento das propostas dos anos 60 é equivalente ao crescimento do mercado de discos. Se "o mundo da música pop decaiu, a indústria discográfica continua no máximo apogeu"²⁸.

Como se sabe, o inegável motor desse apogeu foi o furacão Beatles na segunda metade da década de sessenta. Para muitos eles foram a glória da música pop. Para outros, mais atentos, "seu inegável êxito deveu-se parcialmente à ligação entre a difusão comercial e atitudes pseudopolíticas e parafilosóficas". Para Maria José Arias, "Abbey Road" e "Let it be" já traziam consigo sinais de uma mensagem em decadência, assim como o famoso álbum branco continha formas perfeitas e afetadas". Segundo a Autora há uma importante mudança com o advento dos Beatles: "a música, provinciana quanto Elvis Presley começou a cantar em Memphis, tornou-se cosmopolita com os Beatles..."²⁹.

Leia-se como cosmopolitismo o enorme poder de atração exercido pela banda quando do seu surgimento, época em que se restaurou a agressividade do ritmo adormecido no refluxo de Elvis e parceiros. Os Beatles mandam de fora (da Inglaterra) a continuidade da tradição do rock. Leia-se também, com isto, o crescimento das faixas de consumo no mercado internacional e, logo em seguida, o conseqüente desgaste da mensagem original do rock. A ampliação do público a níveis antes imprevisíveis requer a diversificação da linguagem. É o pop sucede o rock. O

que antes era uma força quase única, passou a ser apenas uma tendência num arsenal de tendências.

A característica básica da pop arte é a fusão. Surgindo nos anos 50, a arte pop concretizou, segundo Umberto Eco, uma espécie de conciliação entre a arte propriamente dita e os temas do consumo da nova sociedade. A arte pop encontra-se não somente nas telas dentro dos museus, mas também na TV, no cinema, nos quadrinhos, na publicidade etc. Contudo, foi com o rock, identificado como uma "cultura jovem" e moderna, que o termo "pop" mais se consagrou³⁰. Em termos musicais, o pop "amadureceu o rock", tornando este não mais um ritmo específico de adolescentes. Esta parece ter sido uma das maiores contribuições trazidas pelos Beatles.

Ao se destacarem enquanto grupo influente para virem a se constituir numa faixa privilegiada do mercado, os jovens contribuem para aquilo que se chamou de infantilização da cultura. Segundo Edgar Morin, "pode-se dizer que a cultura de massa, em seu setor infantil, leva precocemente a criança ao alcance do setor adulto, enquanto em seu setor adulto ela se desloca ao alcance da criança. Essa cultura - indaga Morin - cria uma criança com caracteres pré-adultos ou um adulto acriançado?"³¹.

De acordo com Alain Finkielkraut, os jovens, enquanto categoria a ser pensada, surgiram recentemente: "antes da escola ele não existia". Hoje, entretanto, "o estilo de vida adolescente mostra o caminho ao conjunto da sociedade". É neste sentido que mais investe a publicidade moderna. A cada três comerciais de TV, em geral dois são dirigidos aos jovens e às crianças. Eles formam o enorme filão consumista dos tempos presentes. A publicidade pode dispensar os velhos e adultos, ou dispensar a eles um tratamento secundário. Ao se tornar adulto o jo-

vem vai ser um perfeito homem de consumo. Alain Finkielkraut confirma a inversão nos modernos esquemas de comportamento: "não são mais os adolescentes que, para escapar do mundo, se refugiam em sua identidade coletiva, é o mundo que corre desesperadamente atrás do adolescente"³².

Para o ensaísta, a idolatria dos valores juvenis indica que o burguês está morto. A classe foi substituída pela bioclasse. É a queda do indivíduo. O rejuvenescimento geral equivale, segundo o Autor, ao triunfo da imbecilidade sobre o pensamento. Sua posição é adorniana. Segundo o filósofo de Frankfurt, os processos de regressão da audição na era moderna são equivalentes aos processos de diluição da individualidade. O pensamento foi substituído pelo esquematismo dos modelos alienantes. É a crise da era burguesa.

Há décadas, sobretudo a partir da II Guerra, que a maior parte do mundo assiste e imita o sucesso da vida americana. Sucesso que, para além da dominação política e econômica, conseguiu impor com força admirável suas formulações relacionadas com a cultura e o consumo juvenis. O comportamento, a moda e, com eles, as formas culturais modernas como o cinema, a televisão, o rock e a publicidade, não se cansam de propagar com tirania o mito da juventude e do rejuvenescimento como condição para se ter sucesso na época atual.

Há poucos anos a integração do indivíduo no sistema produtivo era sobretudo um problema de adultos. Hoje ele é integrado desde a mais tenra infância. Os laços com o passado e com o futuro tornaram-se frouxos. A quase total concentração dos interesses no âmbito da juventude parece ter apagado o senso das experiências. Também Octavio Paz nota que a diferença entre a velhice e a

juventude vem se anulando: "nossa época exaltou a juventude e seus valores com tal frenesi, que fez desse culto, não tanto uma religião, mas uma superstição; contudo nunca se envelheceu tanto e tão rápido como agora. Nossas coleções de arte, nossas antologias de poesias e nossas bibliotecas estão cheias de estilos, de movimentos, quadros, esculturas, romances e poemas prematuramente envelhecidos"³³.

A apologia da adolescência descarta a preocupação com a história. Tal como o sujeito, ela não é mais vista como um universo de experiências dinâmicas no tempo, mas como velharia descartável. O mercado acentuadamente juvenil tem gerado um narcisismo notável. Segundo Christopher Lasch, para além das aparências de rebeldia, os hippies e a onda de protestos juvenis dos anos 60, acabaram por se constituir num "teatro de guerrilha": "somos levados a concluir que abraçaram a política radical - ele se refere sobretudo aos movimentos americanos -, em primeiro lugar, não porque esta promettesse resultados práticos, mas porque servia como um novo meio de autodramatização"³⁴. Desse modo, as contestações da época do "flower power" foram mais uma explosão de narcisismo do que propriamente um protesto político conseqüente.

Favorecendo o narcisismo houve o "pastoralismo", de feitio pré-industrial e pré-revolucionário; idéia antiga que, segundo Richard Sennett, "concebia o homem natural como uma criatura expressiva, e o homem social como um ser cujos pensamentos e sentimentos são frágeis, fragmentados, ou ambivalentes, pelo fato de não lhes pertencerem verdadeiramente"³⁵. Para Sennett, as revoltas dos anos 60 não passaram de pseudorevoltas do comportamento moderno, mais um culto da personalidade que acabou se

convertendo numa auto-derrota: "rebeliões nos 'mosurs', nas boas maneiras, tomadas em sentido amplo, falham por serem insuficientemente radicais em termos de cultura. Ainda é criação de uma moda fiável de personalidade que é objeto de revolta cultural e, como tal, ainda está presa à cultura burguesa que tenta subverter". Na área do comportamento sexual, cuja revolução foi uma bandeira de luta nos tempos da contracultura, Sennett afirma que "ainda que tenhamos nos revoltado contra o rigor sexual severo da família vitoriana, continuamos a sobrecarregar as nossas relações de proximidade com os outros com esses desejos secretos de segurança e permanência"³⁶. Todos esses sintomas de conformismo se acentuaram finda a era da contracultura que, bem ou mal, teatralizava uma "revolução".

A partir dos anos 70, "o rock separou-se da força social que lhe dera vida e sentido, entregando-se voluntariamente aos valores antagônicos que combatera em 60 - a ênfase da execução técnica, a megalomania do épico e a supremacia do instrumento sobre a música"³⁷. Nessa época, o rock tentou suprir no público pequeno-burguês a supremacia da música clássica, dando numa música grandiloquente e atmosférica. Este fator de acomodação, de aburguesamento, deu às considerações de Miguel Esteves Cardoso uma imagem densa: a de que em termos de rock trocou-se a anfetamina pelo barbitúrico, reflexo da apatia e da passividade dos anos 70. É o período das pseudosinfonias, que gozam de prestígio até os meados da década³⁸.

As pseudosinfonias roqueiras são marcadas pela utilização de personagens mitológicas e alusões às melodias clássicas (elas tentam forjar uma operística pop), pelo elitismo e pela origem burguesa de seus criadores,

e pelo desejo de construir uma semelhança musical - através do "clima" - com a experiência das drogas. Finalmente, pelo afã de tornar respeitável um ritmo popular que agora busca parecer com a música secular européia, salvando-se dos "guetos" onde nascera. De acordo com Miguel Esteves Cardoso, o chamado "rock progressivo" é fruto da depressão apática após Woodstock (1969), tanto quanto a "new wave" (dos anos 80) o é da depressão apática do movimento "punk" (segunda metade dos anos 70)³⁹.

Ao lado do rock sinfônico vigorou o "heavy metal", de rápido envelhecimento. Ele significou em princípio (com Led Zeppelin principalmente) reação contra o pacifismo dos hippies, ele "bebia na atmosfera geral que sufocava o rock, uma idéia de falsa grandiosidade segundo a qual todo álbum tinha que ser um 'magnus opus'."⁴⁰ No final, Miguel Esteves Cardoso conclui pela pobreza do rock, gênero que produziu muito poucas canções de qualidade: "é uma arte já, uma expressão hoje e todas as suas qualidades, bem assim como todos os defeitos derivam dessa sua natureza essencial. É uma arte que oferece uma possibilidade de acesso praticamente ilimitada, exigindo muito poucas habilitações para além duma capacidade musical mínima. Mas, assim como é fácil entrar, é praticamente impossível continuar e quase inevitável morrer"⁴¹.

Em vista disso, talvez se possa dizer que, se a corrente anterior bem ou mal reproduzia de alguma forma o ritmo da modernidade, o som leve e sinfônico dos anos 70 acabou representando uma fuga da modernidade. A cultura hippie, e com ela os Beatles, abriram as portas do rock para a completa adaptação do gênero aos interesses comerciais, esvaziando-o de sua originalidade inicial e adaptando-o com muito sucesso ao gosto vigente.

É tendo muito mais este histórico por detrás, do que propriamente uma tradição brasileira no gênero, que o rock invade a cena da MPB nos anos 80. O rock no Brasil apóia-se numa frágil precedência local, a jovem-guarda (1965-68), e nos modismos internacionais que aqui vieram aportar em termos de música pop: punk, hard-rock, new wave, reggae, funk etc., formas esvaziadas, encobertas pelo aparato técnico.

No Brasil, em termos de rock, só houve mesmo uma honrosa exceção: Os Mutantes (1967-70). Eles tinham por trás não somente o espontaneísmo da jovem-guarda, mas também o apoio das investidas tropicalistas, reforçando a base musical, na esteira de uma época efervescente a nível internacional e nacional. Vistos na perspectiva de hoje, Os Mutantes são a comida caseira do rock brasileiro.

2

MAL-ESTAR: O SUCESSO DA CÓPIA

Uma análise ainda que rápida de algumas canções representativas da atual onda de rock no Brasil, pode revelar dados interessantes, na medida em que refletem o comportamento musical da presente década. Em primeiro lugar, a "componente universalista" (questões existenciais, sociedade de consumo, problemas enfrentados pela criação num esquema de mercado, crise de ideologias etc.) une-se à "cor local" (crise econômica, sátira política, descrença nos modelos e valores da sociedade brasileira etc.), com maior peso para aquela. O ritmo estrangeirado sufoca as temáticas gerais e nacionais, e a poesia, pode-se dizer, sucumbe à tec-

nologia. A tecnologia - o aparato de eletrificação nos discos e espetáculos - avançou, de modo que qualquer canção de há dez anos pode hoje soar como obsoleta. Em outras palavras, é menos "o que se diz" e mais o modo "como se diz" - tecnizado - que define o espírito musical do rock. Mas cabe aqui uma observação: o melhor aparato aqui não pode competir com os altos escalões do rock internacional. Transformado em mercadoria de altíssimo custo, música portanto da época do capitalismo avançado, a distinção entre 'música do centro' e 'música da periferia', apesar da aparência universalizante, nunca se configurou tanto quanto no rock.

No plano formal, a linguagem do rock tem sido direta, sem maiores metáforas, sem grandes imagens, despoetizada ao máximo, ora pela afã confessional dos compositores, ora pelo tom de reportagem - captação direta dos fatos do cotidiano -, ora por aquele sentimentalismo adocicado, tão caro à tradição da música popular. E tudo embalado pelo ritmo, sempre envolvente e sempre repetitivo, que define o rock. Estes aspectos empobrecem o gênero de maneira impressionante. Ele tem funcionado como lugar de transposição imediata dos sentimentos de uma geração de músicos unificada somente pelas demandas do mercado. À falta de um projeto que lhes garanta por maior tempo no cenário artístico, a marca do rock tem sido a alta transitoriedade dos músicos, convertidos em meros instrumentos de um incontestável modismo.

Um dos primeiros temas observados no rock de hoje é a metrópole, captada com amargura:

"E a cidade/que tem braços abertos num cartão postal/com os punhos cerrados da vida real/(...) mostra a face dura do mal"

("Alagados", Paralamas do Sucesso)

Os versos, como se vê, expressam o abismo existente entre a visão por cima (franca alusão aos postais do Rio), que fixa uma atrativa imagem no inconsciente das pessoas; e a dureza vista por baixo, com todo o sarnismo da cidade engendrada por uma sociedade desigual.

Outro exemplo:

"O vento forte e seco e sujo em cantos de concreto/
parece música urbana/ e a matilha de crianças sujas no meio da rua/ música urbana/ e nos pontos de ônibus estão todos ali: música urbana"

("Música urbana 2", Legião Urbana)

No campo aberto da cidade, o poeta encontra sua fonte de inspiração: a metrópole e sua miséria, "o vento forte e seco e sujo" de Brasília (de onde vêm os músicos desta banda), que envolve a tudo e a todos, emitindo sinais para a criação e motivando a amargura. Os versos, no trecho escolhido, oscilando de tamanho, num vai e vem, acabam sugerindo o próprio vento aludido pela canção (um blues arrastado), assim como o vai e vem do poeta pela cidade, assim como o movimento da própria cidade. A cidade: sua grandeza e seus detritos, seu poder de atração e repulsa. Ela agasalha o poeta na multidão:

"E aqui estou,/então não estou sozinho não/
é mais de um milhão"

("Gritos na multidão", Ira!)

A flânerie é inevitável:

"Sozinho na noite/só tenho ilusão/os olhos nos
olhos da multidão/ eu passo apressado/ querendo
encontrar teu olhar"

("No olhar", Richie)

O poeta se instaura no lado escuro da metrópole, à moda dos filmes "noir", dos "beatniks" e dos mais recentes punks:

"Quero a sujeira das ruas/nas veias de asfalto
quero me injetar/ quero o perigo correndo co-
migo/((...))"quero a cidade vazia/ o clarão do
dia me ofusca a visão/ (...) meu corpo cansado
se espalha no chão"

("Sob a luz do sol", RPM)

A cidade seduz, é motivo para o canto, mas de-
vora:

"A cidade apresenta suas armas/e o espanto nos
olhos de quem vê/ o grande monstro a se criar"

("Selvagem", Paralamas do sucesso)

E por fim rejeita, expulsa:

"Eu me perdi/
na selva de pedra/
eu me perdi"

("Homem primata", Titãs)

Na época da Bossa Nova fez-se uma completa lou-
vação da vida urbana. As amenidades de um tempo de pros-
peridade, certo consenso e algumas certezas (depois frus-
tradas) deram o mote para um série de canções feitas pa-
ra saudar o Rio de Janeiro. A música de protesto, ao con-
trário, foi buscar no conflito o seu grande tema. Ela
trocou a ótica bem sucedida da zona sul do Rio para o
campo (em especial o do Nordeste) e o morro (a periferia
urbana) miseráveis. A felicidade cedeu lugar à amargura.
Por seu lado, a jovem guarda, retomando o descompromisso,
voltou-se para a mediana vida dos bairros, cheia de pro-
vincianismo. A pequena moral doméstica, o bem e o mal
objetivados segundo a mediania, foram o tema do sentimen-
talóide movimento liderado por Roberto Carlos. O rock,
produto típico das cidades, resgatou a amargura, agora em
outros moldes. A solidão existencial é temperada pelas
novas questões trazidas com a modernização: poluição e

desastres ecológicos, industrialização selvagem, explosão urbana, crescimento desordenado etc. A representação da cidade é canalizada para a vida dentro dela. E como de praxe, a classe média é um dos alvos prediletos da crítica do rock.

"Como é que eu vou crescer/sem ter com que
me revoltar/não vai dar/ prá amadurecer sem
ter com quem me rebelar"

("Rebeldes sem causa", Ultraje a
Rigor)

A canção mostra a inquietação que subsiste mesmo diante da fartura dos filhos bem alimentados e enriquecidos do "milagre econômico" dos anos 70. De acordo com pesquisa recentemente publicada, os jovens da chamada geração 90 inverteram o alvo das contestações. Antes eram os valores, hoje criticam justamente os desvalores. Para os observadores, busca-se um padrão médio de vida com lazer e trabalho na medida certa, nada de drogas, pouco álcool. Procura-se "as profissões mais práticas em detrimento das mais acadêmicas. Trocou-se o hippie pelo yuppie - young urban professional -, e nada de rebeldias: "a saída não vai ser pelo grito, mas por meio de acordos". No plano sentimental, o objetivo é "encontrar o amor verdadeiro, casar ter filhos, gato e cachorro".⁴²

Logo, o anseio de amadurecer, a procura de idéias com que se bater, o esvaziamento próprio das compensações do consumo desenfreado que promete a felicidade, mas não cumpre, tornou-se mero assunto de roqueiros. Contudo, esta contestação gera um protesto imobilista numa geração sem programa:

"Somos filhos da Revolução/somos burgueses sem
religião/nós somos o futuro da Nação:/ Geração
coca-cola"

("Geração coca-cola", Legião Urbana)

Às vezes consegue-se detectar as "causas" pelas quais se batem os poetas do rock:

"Bebida é água/comida é pasto (...)

A gente não quer só comida, /

a gente quer comida, diversão e arte/(...)

a gente quer saída para qualquer parte /

a gente não quer só comida /

a gente quer bebida, diversão, balé"

("Comida", Titãs)

A marcação agressiva do ritmo, variante local da moda funk, dá à canção um tom reivindicatório muito grande. Toda ela é dividida em dois planos (no ritmo mais lento, mais acelerado; e na letra, ora o básico - comida e bebida - ora os desejos para além do básico). Unidas as partes, temos que, a "boa vida" resgataria a totalidade perdida: "a gente quer inteiro e não pela metade". Feita no Brasil, a canção fere a força do referente, simplificando realidades. Dito de outra maneira, o refrão diz "bebida é água/comida é pasto". Afirmação descabida dependendo de quem qualifica o básico da sobrevivência. Para um Brasil enorme, deserdado dos benefícios primeiros da vida, naturalmente a afirmação não serve. Logo, o ponto de vista, emitido pela canção, pretendendo se coletivo, acaba por representar os anseios de um segmento diferenciado - o dos jovens bem escolarizados e nutridos da classe do privilégio, de onde aliás provêm os músicos desta e de outras bandas da década. Sendo assim, o tom generalizante se particulariza, já que a tensão lírica que anima a canção é reveladora da crise e dos descaminhos de uma geração bem posta no mundo, mas sem muitos valores, além dos da praxe, por que se bater: "a gente quer saída para qualquer parte". À falta de novos caminhos mais estimulantes, o velho ideal vigora: a utopia

burguesa é revisitada.

O descaminho aparece em outra canção:

"Por que/pra que/em que/devo acreditar?/
viver/ sem armas pra lutar/

("Armas pra lutar", Titãs)

A descrença, a imobilidade, a falta de perspectivas às vezes vêm carregadas de alusões aos tempos anteriores, época dos hippies e da contracultura:

"Meus heróis morreram de overdose/
meus inimigos estão no poder/
ideologia, eu quero uma prá viver!"

("Ideologia", Cazuza)

A ausência de um projeto político mais atraente reduz a crítica à simples observação de que o momento atual não presta, embora o futuro possa ser diferente. Aqui, não falta inclusive o famoso "dia que virá":

"Nosso dia vai chegar/
teremos uma vez/ (...)
eu quero trabalho honesto/
em vez de escravidão"

("Fábrica", Legião Urbana)

Como apontei, critica-se quase tudo de maneira explícita. A forma é a mais direta possível. Convém lembrar que essa postura seria quase impensável há pouco mais de dez anos, sob a ditadura. Neste sentido, pode-se dizer, o rock é a música da abertura, da transição para a democracia, embora enquanto gênero musical, não tenha nenhum poder de ação contra os sistemas que critica:

"A gente não sabemos escolher presidente/
a gente não sabemos tomar conta da gente/
a gente não sabemos nem escovar os dente/
tem gringo até pensando que nós é indigente/
inútil, a gente somos inútil"

("Inútil", Ultraje a rigor)

Os versos têm alguma habilidade. Em primeiro lugar, a utilização da "fala popular", que erra o idioma e atesta o nosso subdesenvolvimento. Em segundo, os termos presidente/indigente, sugerindo, separados por dois versos, o fosso existente na realidade brasileira, entre o máximo e o mínimo, o alto e o baixo. Vê-se também o paternalismo (tomar conta da gente) e com ele o atraso (nem escovar os dentes), num país insolvente (os gringos e nós). Os encadeamentos sonoros, por sua vez, vão ritmando uma situação que não muda.

Aliada à crise do modelo político, a notação da crise econômica avassaladora dos anos 80:

"Meu salário desvalorizou/
dívidas, juros, dividendos/
credores, credores, credores"

("Dívidas", Titãs)

Em pauta, a inflação e os impostos que engolem a renda do brasileiro assalariado. Aqui, "o dia que virá" sumiu do horizonte:

"O que mais pode acontecer/
num país miserável,/
e ainda pode se encontrar/
quem acredite no futuro.../"

("Desordem", Titãs)

Na ausência de uma perspectiva que possibilite inverter a situação, o rock acaba por repisar o velho tema da ascensão, talvez lotérica, na ideologia popular: a utopia do indivíduo plenamente realizado pelo consumo:

"Mas eu hei de ter muitas mulheres, o meu iate o meu carrão/ eu vou querer tudo igualzinho como eles mostram na televisão/eu compro um carro, uma casa, uma família, /eu quero estabilidade/ viver sozinho nesta pocilga eu

sei que é o maior perigo/mas meu bolso sempre vazio, /me mostra que não tenho amigo"

("Noite e dia", Camisa de Vênus)

A idéia, filtrada pela mídia, capitalista por excelência, implica a sensação de que o dinheiro pode tudo. Compra não somente os bens mas também os afetos: mulheres e amigos. O dinheiro conjugado com a felicidade. O desejo de acomodação, a realização prontamente individual, em confronto com as utopias rebeldes de um passado não muito distante.

O rock brasileiro não deixa escapar também instituições como a família e a religião:

"Família, família/papai, mamãe, titia/
almoça junto todo dia/ nunca perde esta
mania/ mas quando a filha quer fugir de casa/
precisa descolar um ganha-pão/ filha de família
se não casa/ papai, mamãe, não dão nenhum
tostão"

("Família", Titãs)

Ao hábito se interpõe a fratura: alguém quer sair do esquema. A fratura aplica-se a punição pelo corte do dinheiro; este desaparece quando a "harmonia" é ameaçada. A hipocrisia dos afetos no padrão clássico de família, a monotonia dos valores medianos, se complementam com a crítica irreverente à igreja:

"eu não gosto de padre/eu não gosto de madre/
eu não gosto de frei/ eu não gosto de bispo/
eu não gosto de Cristo/ eu não digo amém"

("Igreja", Titãs)

Demolidos os velhos mitos, o rock tem se mostrado incapaz de criar outros mais fulgurantes. Sobre o desencanto, e com ele o mal-estar, traduzido pela rela-

ção do sujeito com o mundo:

"Quem me dera, ao menos uma vez/ que o mais
simples fosse visto como o mais importante/
mas nos deram espelhos/ e vimos um mundo
doente"

("Índios, Legião Urbana)

Nos versos, a sugestão de que a complexidade do mundo e o progresso não trouxeram a realização do indivíduo. As ilusões perdidas, a realidade nua e crua que revela uma época difícil e desencantada. A perda do projeto é um tema recorrente. Ela combina com o desespero e a crise:

"eu não posso viver comigo,
eu não posso fugir de mim"

("Mentiras", Titãs)

Ela realça o cansaço marcado pela rotina e pelas poucas novidades oferecidas pela época:

"tô cansado de trabalhar/ tô cansado de me fer-
rar/ tô cansado de me cansar/ tô cansado de
descansar"

("Tô cansado", Titãs)

A crise, que é geral, rebate nos processos de criação do artista. A redundância, a dificuldade de parir modelos originais num meio massificado:

"Sei que às vezes uso palavras repetidas/
mas quais as palavras que nunca são ditas?"

("Quase sem querer", L. Urbana)

A música acaba refletindo sua própria crise interior: crise que vai dar na barreira quase intransponível do mercado, que a engendra enquanto produto de consumo:

"Você me comprou, pôs meu talento à venda/
você me ensinou que o importante é a renda/
(...) a música não importa"

("Minha renda", Plepe Rude)

Mas que saídas pode encontrar a mensagem do rock para a época atual, fora do âmbito do indivíduo? Aparentemente nenhuma:

"Na batalha onde me alistei/
procuro orgasmo permanente"

("Seu jogo", Plebe Rude)

Para além desse campo, a felicidade, como já apontei, só pode ser garantida pelo padrão de compra:

"Eu quero é poder me divertir/
e andar de Mercedes-Benz"

("171", Brylho)

A mesma mercadoria é também lembrada com nostalgia de tempos mais felizes, onde ela prometia algo mais:

"O presidente João Goulart/ um dia falou na
TV/ que a gente ia ter muita grana/ pra fa-
zer o que bem entender/ eu vi um futuro me-
lhor/ no comando do simca-chambord"

("Simca-Chambord", Camisa de Vênus)

O Simca-Chambord, carro símbolo da indústria brasileira pré-64, é evocado pela canção juntamente com a promessa de um Brasil melhor, promessa abortada pelo golpe militar. A promessa de felicidade num país moderno foi se contrapondo a realidade; e a esperança tornou-se um dado do passado. Aprendizado difícil e doloroso. Hoje, a realidade salta à vista:

"Eu aprendi/ a vida é um jogo/ cada um por si/
e deus contra todos/ (...) é bom aprender,/ a vida é cruel"

("Homem primata", Titãs)

E chegamos ao fim da nossa breve análise⁴³. Na selvageria da era moderna, a saída foi canalizada para o

indivíduo, relegado a si mesmo, sem projetos, defendendo-se e atuando como pode. A força das críticas propostas pela linguagem do rock esbarra nessa brutal limitação. O rock não ultrapassa a tensão entre os resquícios da revolta e a aceitação imposta pelos mecanismos da indústria cultural, que dilui a potência da sua mensagem, barrando-a na pura constatação e na rebeldia pessoal e silenciosa. No final das contas, o "cada um por si", interior ao nível da própria criação, é também o retrato da condição dos músicos de rock, como bem mostrou o debate da revista Bizz, já citado neste capítulo.

A contraparte do individualismo é o internacionalismo, evidente no campo das próprias músicas:

"Não sou brasileiro/não sou estrangeiro/
não sou de nenhum lugar/ (...) nenhuma pátria
me pariu/ eu não tô nem aí/ eu não tô nem
aqui"

(*"Lugar nenhum, Titãs"*)

Chegamos ao ponto em que podemos afirmar que Os Titãs talvez sejam a banda mais bem sucedida da década. A que se mantém a mais tempo no mercado, e a que melhor capta os modernos sinais do rock internacional. Certas incursões no concretismo dão ao conjunto uma aura de vanguarda, em notável grau de comercialização.

O rock sempre se confundiu com o moderno; e as forças da modernidade trazem sempre o problema das transformações e contradições postas pelo desenvolvimento. Se nos EUA e na Europa o rock muda de fases tendo por base uma evolução própria, cujas raízes se encontram no modo como o gênero pôde dar respostas a uma geração inconformada, no Brasil o rock entra fraco, e como modismo. A explosão do rock no Brasil, atualmente, busca adaptar à cor local uma tradição já desqualificada no exterior, re-

sultando numa experiência sem força.

Em 1968 a marca do período era o engajamento: ora nas promessas da arte frente à revolução, ora nas promessas da arte diante dela mesma. Duas forças modernas, duas vertentes de rebeldia local, dois anseios de vanguarda: política e estética. Pouco ou quase nada deste passado é aproveitado pelo rock contemporâneo. Os últimos 20 anos reverteram o engajamento para o queixume, onde desembocam tanto a nostalgia, francamente forjada e apropriada pela mídia, quanto o vazio, cuja marca é a perda das utopias, dando na angústia e no dilaceramento sem rebeldia.

Em termos musicais pode-se dizer que houve regressão. A evolução tecnológica corresponde a perda de impacto da mensagem. No exterior, quando a mensagem falha, a força da técnica supre a canção. Neste sentido, Michael Jackson é uma figura-limite na história do rock. A tecnologia funde o som à imagem do artista, gerando um mosaico que se converteu na mais bem sucedida etiqueta pop de que se tem notícia. Vão longe os tempos de impacto das inquietas baladas de Bob Dylan, pertencem ao passado as ingênuas pregações pacifistas de John Lennon, expressas em algumas canções bonitas, poses e discursos. Em Michael Jackson, o indivíduo foi silenciado porque a imagem deve dizer tudo. Este não é ainda o caso brasileiro. Onde a técnica é mais humilde, os músicos delatam, questionam a etiqueta, procuram um caminho, querem algo mais, embora não consigam divisar uma direção eficaz.

A representação do vazio é outra prova da nossa dependência e dos impasses insolúveis nas relações entre cultura de matriz e cultura de filial. A apologia nacionalista de vinte anos atrás acabou por requisitar a ação, abortada pelo regime. A euforia cosmopolita deu

nos a vitória da internacionalização, aproveitada pelo consumo. O mercado internacionalizou a nossa dependência dando a impressão de que participamos da cena central. Mas a fratura continua firme. A tecnologia, ainda incipiente, não consegue encobri-la; daí a necessidade do algo mais.

A língua local e o sonho ocidental devolvem-nos sempre ao impasse. Em outras palavras, a realidade é atrasada e a informação sofisticada, gerando o mal-estar:

"Brasileiros e latino-americanos fazemos constantemente a experiência do caráter postiço, inautêntico, imitado da vida cultural que levamos. Essa experiência tem sido um dado formador de nossa reflexão crítica desde os tempos da independência. Ela pode ser e foi interpretada de muitas maneiras, por românticos, naturalistas, nacionalistas etc., o que faz supor que corresponda a um problema durável e de fundo. Antes de arriscar uma explicação a mais, digamos que o mencionado mal-estar é um fato"

O parágrafo, aqui inteiramente reproduzido, abre o ensaio "Nacional por subtração", em recente publicação de Roberto Schwarz. O livro parece todo ele formulações em torno de uma pergunta inquietante: Que horas são? Talvez possamos, ao cabo deste trabalho, com um hot-dog à boca, responder ao ensaísta dizendo que é meia-noite.

NOTAS

(Citações completas, na Bibliografia deste trabalho)

1. "O velho Francisco vem aí", in Folha de S. Paulo, 20.03.88, p. A-53.
2. No tempo de Noel Rosa, p. 29.
3. Araci Cortes, p. 45.
4. A moderna tradição brasileira, p. 71. Ver também SÉRGIO MICELI, Intelectuais e classe dirigente no Brasil, pp. 119-121.
5. Ver GERSON MOURA, Tio Sam chega ao Brasil, pp. 13-26.
6. "A rebeldia, os intelectuais e a juventude", in Revista Civilização Brasileira, nº 15, set. 1967, pp. 135-145.
7. Ver "Rock brasileiro: que barulho é esse?", in Revista Bizz, nº 31, fev. 1988, pp. 48-54.
8. Ver Revista Civilização Brasileira, nº 7, maio 1966, pp. 364-385.
9. "Os Beatles havia estourado em todo o mundo, e no Brasil rádio e televisão não ficaram indiferentes ao a-

contecimento, impulsionaram-no o quanto puderam: franjas, roupas, sapatos à beatle acompanhavam em casa e na rua o ritmo da moda nos meios de comunicação: o rock and roll". JAMES ANHANGUERA, Corações futuristas, p. 73.

10. "Pós-Modernidade e sociedade de consumo", in Revista Novos Estudos CEEHAP, nº 12, junho 1985, pp. 16-26.
11. Ver MARIA JOSÉ RAGUÉ ARIAS, Os movimentos pop, pp. 40-44.
12. CHARLES WHITE, A vida e a época de Little Richard, pp. 81-82.
13. Idem, p. 57.
14. ROBERTO MUGGIATI, Rock, de Elvis à beatlemania, p.18.
15. Peguesa história da música, pp. 16-17.
16. Idem, p. 34.
17. A derrota do pensamento, p. 152.
18. "O fetichismo na música e a regressão da audição", in Os Pensadores, p. 166.
19. Tudo que é sólido desmancha no ar, p. 50.

20. "Não se conhece a canção", in ABRAHAM MOLES et alii, Linguagem da cultura de massa, p. 152.
21. JURGEN HABERMAS, Mudança estrutural da esfera pública, p. 225.
22. "Sobre música popular", in Theodor W. Adorno (Org. Gabriel Cohn), pp. 139-140.
23. BILL FLANAGAN, Dentro do rock, p. 11
24. Idem, p. 26. No Brasil, obviamente, tivemos unicamente a geração do disco.
25. Idem, p. 61.
26. EDGAR MORIN, "Não se conhece a canção", pp. 153-154.
27. PHILLIPE DAUFOUY, JEAN-PIERRE SARTON, Pop music-rock, p. 14.
28. MARIA JOSÉ R. ARIAS, op. cit., p. 113.
29. Idem, pp. 125 e 127.
30. Idem, entrevista com UMBERTO ECO, pp. 8-33.
31. Cultura de massas no século XX. Neurose, p. 39.
32. A derrota do pensamento, pp. 150, 152 e 153.
33. Os filhos do Barro, p. 22.

34. A cultura do narcisismo, p. 115.
35. O declínio do homem público, p. 99.
36. Idem, pp. 230 e 318.
37. MIGUEL ESTEVES CARDOSO, posfácio a PHILIPPE DAUFOUY, JEAN-PIERRE SARTON, op. cit., p. 208.
38. Nesta linha do gênero, também chamada de "rock progressivo" ou "sinfônico", pode-se enfileirar bandas do maior prestígio - comercial e de crítica - da década passada, tais como Pink Floyd, Emerson, Lake & Palmer, Genesis, Yes, etc. A moda, como não poderia deixar de ser, foi muito frouxa no Brasil, cujos meios do rock careciam de aparato técnico para praticá-la.
39. Op. cit., p. 215.
40. Idem, p. 217.
41. Idem, pp. 235-236.
42. Ver "Geração 90", in Suplemento Viva, Folha de São Paulo, 25.11.88. Pesquisa com jovens das classes A e B - de onde vêm os novos músicos do rock, e onde se forma a maior parte do seu público.
43. Neste breve percurso, certamente omiti uma grande número de bandas, além de não ter discutido propriamente os vários estilos das que mencionei. Entretanto, julgo ter apontado as linhas gerais, e mais expressi-

vas, em termos temáticos, do rock brasileiro desta década. Uma boa análise do gênero, feita em outros moldes, pode ser lida na Revista Somtrês, nºs 117 e 118, set. e outubro de 1988, no encarte especial "Rock Brasil", elaborado por GLAUCO MATTOSO.

B I B L I O G R A F I A

PRIMEIRA PARTE: G E R A L

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas"; "Elementos do anti-semitismo: limites do esclarecimento" in Dialética do esclarecimento. 2. ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1986.
- ALMEIDA PRADO, Décio. "O teatro romântico: a explosão de 1830", in GUINSBURG, J. O romantismo. 2. ed. São Paulo, Perspectiva, 1978.
- ARENDT, Hannah. "A crise da cultura e sua importância social e política", in Entre o passado e o futuro. 2. ed. São Paulo, Perspectiva, 1979.
- ARÍAS, Maria José Ragué. Os movimentos pop. Rio de Janeiro, Salvat, 1979.
- AZEVEDO, Célia Maria Marinho de. Onda negra, medo branco. O negro no imaginário das elites - Século XIX. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.
- BAUDELAIRE, Charles. A modernidade de Baudelaire. (Org. Teixeira Coelho). Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988.
- BENJAMIN, Walter. "A modernidade", in A modernidade e os modernos. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1975.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica", in Obras escolhidas. Magia, e técnica, arte e política. São Paulo, Brasiliense, 1985.

_____. "Paris, capital do século XIX", in Walter Benjamin. (Org. Flávio Kothe). São Paulo, Ática, 1985.

BERMAN, Marshall. Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade. São Paulo, Companhia das Letras, 1986.

BIVAR, Antonio et alii. Alma beat. Ensaio sobre a geração beat. Porto Alegre, L&PM, 1984.

BOSI, Ecléa. Cultura de massa e cultura popular. Leituras operárias. 5. ed. Petrópolis, Vozes, 1981.

BOURDIEU, Pierre. "Gostos de classe e estilos de vida", in Pierre Bourdieu. (Org. Renato Ortiz). São Paulo, Ática, 1983.

BUARQUE DE HOLANDA, Heloísa. Impressões de viagem. CPE, Vanguarda e desbunde: 1960/1970. 2. ed. São Paulo, Brasiliense, 1981.

BUARQUE DE HOLANDA, Heloísa; GONÇALVES, Marcos A. Cultura e participação nos anos 60. 5. ed. São Paulo, Brasiliense, 1986.

BUARQUE DE HOLANDA, Heloísa; PEREIRA, Carlos Alberto M. Patrulhas ideológicas. Arte e engajamento em debate. São Paulo, Brasiliense, 1980.

BUARQUE DE HOLLANDA, Sérgio. Raízes do Brasil. 21. ed. Rio de Janeiro, José Olympio, 1989.

BURGER, Peter. "O declínio da era moderna", in Revista Novos Estudos CEBRAP, nº 20, 1988, pp. 81-95.

CANDIDO, Antonio. "Dialética da malandragem", in Revista do IEB, nº 8, 1970, pp. 67-89.

_____. Literatura e sociedade. 6. ed. São Paulo, Cia. Ed. Nacional, 1980.

_____. "Literatura de dois gumes"; "Literatura e subdesenvolvimento"; "A revolução de 1930 e a cultura", in A educação pela noite & outros ensaios. São Paulo, Ática, 1987.

_____. "O romantismo, este nosso contemporâneo", in Jornal do Brasil. Suplemento Livros, nº 77, 19.03.88, p. 7.

CARDOSO, Fernando Henrique. "O desenvolvimento na berlinda", in As idéias e seu lugar. Ensaaios sobre as teorias do desenvolvimento. Petrópolis, Vozes; São Paulo, CEBRAP, 1980.

CARDOSO DE MELLO, João Manuel. O capitalismo tardio. 5. ed. São Paulo, Brasiliense, 1986.

CARVALHO FRANCO, Maria Sílvia de. Homens livres na ordem escravocrata. 3. ed. São Paulo, Kairós, 1983.

CHAUI, Marilena. Conformismo e resistência. Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo, Brasiliense, 1986.

- COSTA LIMA, Luís (Org.). Teoria da cultura de massa. 3. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.
- DANTAS, Vinícius; SIMON, Yumna Maria. "Poesia ruim, sociedade pior", in Revista Novos Estudos CEBRAP, nº 12, 1985, pp. 48-61.
- DURAND, José Carlos. Arte, privilégio e distinção. São Paulo, Perspectiva-EDUSP, 1989.
- ECO, Humberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo, Perspectiva, 1987.
- FINKIELKRAUT, Alain. A derrota do pensamento. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1988.
- FOLHA DE SÃO PAULO. "Geração 90", in Suplemento Viva, 25.11.88, pp. G-1 a G-12.
- FRYE, Northrop. Anatomia da crítica. São Paulo, Cultrix, s. d.
- GOLDMANN, Lucien. A criação cultural na sociedade moderna. Por uma sociologia da totalidade. São Paulo, DIFEL, 1972.
- GORENDER, Jacó. Combate nas trevas. A esquerda brasileira: das ilusões perdidas à luta armada. 2. ed. São Paulo, Ática, 1987.
- GULLAR, Ferreira. "Problemas estéticos na sociedade de massa", in Vanguarda e subdesenvolvimento. Ensaios sobre arte. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1969.

- HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.
- HAUSER, Arnold. História social da literatura e da arte. 3. ed. Tomo II, São Paulo, Mestre Jou, 1982.
- HELLER, Agnes. O cotidiano e a história. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1972.
- JAMIESON, Frederic. "Pós-modernidade e sociedade de consumo", in Revista Novos Estudos CEBRAP, nº 12, 1985, pp. 16-26.
- KONDER, Leandro. "A rebelião, os intelectuais e a juventude", in Revista Civilização Brasileira, nº 15, 1967, pp. 135-145.
- LASCH, Christopher. A cultura do narcisismo. A vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro, Imago, 1983.
- LEIA, nº 75. "Geração 68". São Paulo, Juruê, 1985, pp. 3-6.
- MACHADO, Arlindo. "O efeito zapping", in Folha de São Paulo, nº 625, 07.01.89, pp. G-2 a G-9.
- MACIEL, Luís Carlos. Nova consciência. Jornalismo contracultural: 1970-72. Rio de Janeiro, Eldorado, 1973.
- _____. Anos 60. Porto Alegre, L&PM, 1987.

- MARCUSE, Herbert. Eros e civilização. Uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. 8. ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1981.
- MATOS, Olgária. Paris 1968. As barricadas do desejo. 2. ed. São Paulo, Brasiliense, 1981.
- MICELI, Sérgio. Intelectuais e classe dirigente no Brasil. (1920-1945). São Paulo, DIFEL, 1979.
- _____. A noite da madrinha. 2. ed. São Paulo, Perspectiva, 1982.
- MOLES, Abraham. O kitsch. A arte da felicidade. 3. ed. São Paulo, Perspectiva, 1986.
- NOREIRA LEITE, Dante. O caráter nacional brasileiro. 4. ed. São Paulo, Pioneira, 1983.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo. Vol. I: Neurose. 6. ed. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1984.
- _____. Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo. Vol. II: Necrose. 2. ed. Rio de Janeiro, Forense-Universitária, 1986.
- MOURA, Gerson. Tio Sam chega ao Brasil. A penetração cultural americana. 5. ed. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo, Brasiliense, 1985.

- ORTIZ, Renato. A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- PAZ, Octavio. O arco e a lira. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1982.
- _____. Os filhos do barro. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- PEREIRA, Carlos Alberto M. O que é contracultura. São Paulo, Brasiliense, 1983.
- RIBEIRO, Renato Janine. "A glória", in VÁRIOS, Os sentidos da paixão. São Paulo, Companhia das Letras, 1987.
- SABES, Decio. Classe média e sistema político no Brasil. São Paulo, T. A. Queiroz, 1984.
- SALLES GOMES, Paulo Emílio. Cinema: trajetória no subdesenvolvimento. 2. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980.
- SARAIVA, Antonio José. Maio e a crise da civilização burguesa. Lisboa, Europa-América, 1970.
- SCHWARZ, Roberto. "As idéias fora do lugar", in Ao vencedor as batatas. São Paulo, Duas Cidades, 1977.
- _____. "Cultura e política, 1964-69", in O pai de família e outros estudos. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.

ROBERTO SCHWARZ. Que horas são? São Paulo, Companhia das Letras, 1987.

SENNETT, Richard. O declínio do homem público. As tiranias da intimidade. São Paulo, Companhia das Letras, 1988.

SEVCENKO, Nicolau. Literatura como missão. Tensões sociais e criação cultural na república velha. 2. ed. São Paulo, Brasiliense, 1985.

SKIDMORE, Thomas. Preto no branco. Raça e nacionalidade no pensamento brasileiro. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976.

SONTAG, Susan. Ensaio sobre a fotografia. 2. ed. Rio de Janeiro, Arbor, 1981.

_____. "A estética do silêncio", in A vontade radical. Estilos. São Paulo, Companhia das Letras, 1987.

SPINA, Segismundo. Na madrugada das formas poéticas. São Paulo, Ática, 1982.

SUSSEKIND, Flora. Literatura e vida literária. Polêmicas, diários & retratos. Rio de Janeiro, Zahar, 1985.

THOMSON, George. Marxismo e poesia. Lisboa, Teorema, 1977.

VENTURA, Zuenir (Org.). Ciclo de debates do teatro Casa Grande. Rio de Janeiro, Inúbia, 1976.

_____. 1968: o ano que não terminou. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1988.

VIOTTI DA COSTA, Emília. Da monarquia à república. Momentos decisivos. 3. ed. São Paulo, Brasiliense, 1985.

WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo. 3. ed. São Paulo, Pioneira, 1983.

SEGUNDA PARTE: E S P E C Í F I C A

ADORNO, Theodor W. "Introdução" à Filosofia da nova música. São Paulo, Perspectiva, 1974.

_____. "O fetichismo na música e a regressão da audição"; "Idéias para a sociologia da música", in ADORNO, BENJAMIN, HABERMAS, HORKHEIMER. Os pensadores. São Paulo, Abril Cultural, 1980.

_____. "Sobre música popular"; "Por que é difícil a nova música", in Theodor Adorno. (Org. Gabriel Cohn). São Paulo, Ática, 1986.

_____. "Arnold Schoenberg"; "Moda sin tiempo", in Prismas. La crítica de la cultura y la sociedad. Barcelona, Ariel, 1962.

ALENCAR, Edigar de. O carnaval carioca através da música. 5. ed. Rio de Janeiro, Francisco Alves; Brasília, INL, 1985 (2 v.)

ALENCAR, Edigar de. Clareza e sombra na música do povo. Rio de Janeiro, Francisco Alves; Brasília, INL, 1984.

_____. O fabuloso e harmonioso Pixinguinha. Rio de Janeiro, Cátedra; Brasília, INL, 1979.

ALMIRANTE. No tempo de Noel Rosa. 2. ed. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1977.

ANDRADE, Mário. Música, doce música. São Paulo, Martins, 1963.

_____. Pequena história da música. 8. ed. São Paulo, Martins; Belo Horizonte, Itatiaia, 1980.

ANHANGUERA, James. Corações futuristas. Notas sobre música popular brasileira. Lisboa, A regra do jogo, 1978.

ANTONIO, Irati; PEREIRA, Regina. Garoto. Sinal dos tempos. Rio de Janeiro, FUNARTE, 1982.

ANTONIO, João. Noel Rosa. São Paulo, Abril Educação, 1982.

BAHIANA, Ana Maria (et alii). Anos 70. Música popular. Rio Janeiro, Europa, 1979-80.

_____. Nada será como antes. MPB nos anos 70. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1980.

BORGES, Beatriz. Samba-canção. Fratura & paixão. Rio de Janeiro, Codecri, 1982.

CAIAPA, Janice. Movimento punk na cidade. A invasão dos bandos punk. Rio de Janeiro, Zahar, 1985.

CALDAS, Waldenyr. Iniciação à música popular brasileira. São Paulo, Ática, 1985.

CAMPOS, Augusto (et alii). Balanço da bossa. Antologia crítica da moderna música popular brasileira. São Paulo, Perspectiva, 1968.

CARVALHO, Luís Fernando Medeiros de. Ismael Silva. Samba e resistência. Rio de Janeiro, José Olympio, 1980.

COSTA, Alcir Henrique da (et alii). Um país no ar. História da TV brasileira em 3 canais. São Paulo, Brasiliense; Rio de Janeiro, FUNARTE, 1986.

DAGHLIAN, Carlos (Org.). Poesia e música. São Paulo, Perspectiva, 1985.

DA MATTA, Roberto. "O carnaval como rito de passagem", in Ensaio de antropologia estrutural. 2. ed. Petrópolis, Vozes, 1977.

DAUFOUY, Philippe; SARTON, Jean-Pierre. Pop-music rock. 2. ed. Lisboa, A regra do jogo, 1981.

"Debate: caminhos da MPE", in Arte em Revista. Anos 60. nº 1, 2. ed. 1981.

EPEGÊ, Jota. Meninos, eu vi. Rio de Janeiro, FUNARTE, 1985.

FAVARETTO, Celso. Tropicália. Alegoria, alegria. São Paulo, Kairós, 1979.

- FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. História da comunicação: rádio e televisão no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1982.
- FLANAGAN, Bill. Dentro do rock. São Paulo, Marco Zero, s. d.
- FRANCHETTI, Paulo; PÉCOHA, Alcir. Caetano Veloso. São Paulo, Abril Cultural, 1981.
- GALVÃO, Walnice Nogueira. "MMPB: uma análise ideológica", in Saco de Gatos. Ensaaios críticos. 2. ed. São Paulo, Duas Cidades, 1976.
- GIANI, Luís Antonio Afonso. A música de protesto. Do subdesenvolvimento à canção do bicho... Campinas, IFCH-Unicamp, 1986 (tese de mestrado).
- GÓES, Fernando. Gilberto Gil. São Paulo, Abril Educação, 1982.
- GOLDFEDER, Míriam. Por trás das ondas da Rádio Nacional. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980.
- GUIMARÃES, Antonio Carlos Machado. A 'nova música' popular de São Paulo. Campinas, IFCH-Unicamp, 1985 (tese de mestrado).
- IPOLA, Emilio de. "O tango em suas margens", in Revista Novos Estudos CEBRAP, nº 16, 1988, pp. 2-6.
- JAMBEIRO, Othon. Canção popular e indústria cultural. São Paulo, FFLCH-Usp, 1971. (Tese de mestrado)

KIEFER, Bruno. "O romantismo na música", in GUINSEBURG, J. O romantismo. 2. ed. São Paulo, Perspectiva, 1978.

KRAUSCHE, Valter. Música popular brasileira. São Paulo, Brasiliense, 1983.

LOUZADA FILHO, O. C. "A festa da bossa: impacto, sintaxe e declínio", in Arte em Revista. Anos 60, nº 2, 1979.

MACHADO, Arlindo (et alii). Rádios livres. A reforma agrária no ar. 2. ed. São Paulo, Brasiliense, 1987.

MATOS, Cláudia. Acertei no milhar. Samba e malandragem no tempo de Getúlio. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

MATTOSO, Glauco. "Rock Brasil", in Revista Somtrês, nºs 117 e 118, set. e out. de 1988.

MEDAGLIA, Júlio. "25 anos de Bossa Nova"; "Rock: AIDS da música atual", in Música impopular. São Paulo, Global, 1988.

MEDEIROS, Paulo de Tarso Cabral. A aventura da jovem-guarda. São Paulo, Brasiliense, 1984.

_____. A 'nova sensibilidade' em algumas canções de consumo. Campinas, IEL-Unicamp, 1986 (tese de mestrado).

MENDES, Gilberto. "A música", in AFFONSO ÁVILA (org.). O modernismo. São Paulo, Perspectiva, 1975.

MENESES, Adélia Bezerra de. Desenho mágico. Poesia e política em Chico Buarque. São Paulo, Hucitec, 1982.

MOLES, Abraham. (et alii). Linguagem da cultura de massas. Televisão e canção. Petrópolis, Vozes, 1973.

MOREIRA, Sonia Virgínia; SAROLDI, Luís Carlos. Rádio Nacional. O Brasil em sintonia. 2. ed. Rio de Janeiro, FUNARTE; São Paulo, Martins Fontes, 1988.

MUGGIATI, Roberto. Jazz. Uma história em quatro tempos. Porto Alegre, L&PM, 1985.

_____. Rock. São Paulo, Brasiliense, 1985, (2 vol.)

NASSER, David. Parceiro da glória. 45 anos de música popular. Rio de Janeiro, José Olympio; Brasília, INL, 1983.

NEVES, Paulo. Mixagem. O ouvido musical do Brasil. São Paulo, Max Limonad, 1985.

NETO, Torquato. Os últimos dias de paupéria. 2. ed. São Paulo, Max Limonad, 1982.

OLIVEIRA, Aloysio de. De banda pra lua. Rio de Janeiro, Record, 1982.

PEREIRA, João Baptista Borges. Cor, profissão e mobilidade. O negro e o rádio de São Paulo. São Paulo, Pioneira-EDUSP, 1967.

PERRONE, Charles. Letras & letras da MPB. Rio de Janeiro, Elo, 1988.

PIGNATARI, Décio. Signagem da televisão. 3. ed. São Paulo, Brasiliense, 1984.

Revista Bizz, nº 31. Debate: "Rock brasileiro: que barulho é este?". São Paulo, fev. 1988.

RODRIGUES, Ana Maria. Samba negro, espoliação branca. São Paulo, Hucitec, 1984.

RUIZ, Roberto. Araci Cortes. Linda flor. Rio de Janeiro, FUNARTE, 1984.

SANTAELA, Lúcia. Convergências. Poesia concreta e tropicalismo. São Paulo, Nobel, 1986.

SANT'ANNA, Afonso Romano de. Música popular e moderna poesia brasileira. Petrópolis, Vozes, 1978.

SANTIAGO, Silviano. "Os abutres"; "Caetano Veloso enquanto superastro"; "Bom conselho", in Uma literatura nos trópicos. Ensaios sobre dependência cultural. São Paulo, SCCT-Perspectiva, 1978.

SEVERIANO, Jairo. Getúlio Vargas e a música popular. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1983.

SODRÊ, Muniz. Samba, o dono do corpo. Rio de Janeiro, Coedecri, 1979.

SOUZA, Tárík de. O som nosso de cada dia. Porto Alegre, L&PM, 1983.

SQUEFF, Enio; WISNIK, José Miguel. O nacional e o popular na cultura brasileira. Música. 2. ed. S. Paulo, Brasiliense; Rio de Janeiro, FUNARTE, 1983.

- TATIT, Luiz. A canção. Eficácia e canto. São Paulo, Atual, 1986.
- TINHORÃO, José Ramos. Música popular: do gramofone ao rádio e TV. São Paulo, Ática, 1981.
- _____. Pequena história da música popular. Da modinha ao tropicalismo. 5. ed. São Paulo, Art Editora, 1986.
- VARENS, João Baptista (Org.). Notas musicais cariocas. Petrópolis, Vozes, 1986.
- VASCONCELOS, Ary. Panorama da música popular brasileira. São Paulo, Martins, 1964 (2 vol.)
- VASCONCELLOS, Gilberto. Música popular: de olho na fresta. Rio de Janeiro, Graal, 1977.
- VAZ, Gil Nuno. História da música independente. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- WHITE, Charles. Vida e época de Little Richard. Porto Alegre, L&PM, 1987.
- WISNIK, José Miguel. O coro dos contrários. A música em torno da Semana de 22. 2. ed. S. Paulo, Duas Cidades, 1983.
- _____. "Oculto e óbvio"; "Onde não há pecado nem perdão", in Almanaque, n.º 6. São Paulo, Brasiliense, 1978.