

# **O campeiro e o comercial: entre a música gaúcha e a teoria adorniana sobre música popular.**

Kaio Domingues Hoffmann.

Cita:

Kaio Domingues Hoffmann (2008). *O campeiro e o comercial: entre a música gaúcha e a teoria adorniana sobre música popular. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Misiones, Posadas.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-080/453>



***O campeiro e o comercial: entre a música gaúcha e a teoria adorniana sobre música popular***

Kaio Domingues Hoffmann

(Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: [kaiodh@hotmail.com](mailto:kaiodh@hotmail.com))

**Palavras-chave:** Música Gaúcha, Theodor Adorno, Antropologia da Música.

\*

Este artigo tem por objetivo trazer algumas das reflexões contidas em meu trabalho de conclusão de curso, defendido no ano de 2007, na Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Neste trabalho (Domingues Hoffmann, 2007)<sup>1</sup>, tratei das *concepções musicais* que se articulam nos discursos dos músicos que praticam a música gaúcha na região metropolitana da grande Florianópolis, capital do estado de Santa Catarina, Brasil<sup>2</sup>. Entendo por *concepção musical* “a forma de se pensar e de se fazer arte e música” (Jacques, 2007, p. 8). Entre os sujeitos com os quais trabalhei, tais concepções elaboram distinções e classificações que apontam para valores e visões de mundo. Buscando analisar de maneira interpretativa algumas categorias recorrentes nos discursos, procurei mostrar como elas servem de referência para a organização da prática e experiência dos sujeitos. O presente artigo se concentra num dos aspectos levantados pela pesquisa, a saber, a idéia de que alguns pressupostos do pensamento de Theodor W. Adorno sobre a música popular são semelhantes à teoria nativa da música gaúcha, no contexto por mim estudado.

Trato a “música gaúcha” como um super-gênero musical, no sentido de que ela compreende e articula diferentes gêneros musicais, tais como a vanera, o bugio<sup>3</sup>, a rancheira, o xote, a chamarra, dentre outros. É este conjunto de gêneros que, de maneira geral – tanto para a literatura acerca do assunto como para os sujeitos entre os quais trabalhei – é entendido como música gaúcha. Porém, durante meu trabalho de campo pude perceber uma ênfase maior, por parte dos músicos, na vanera. Ênfase que recai tanto no número de vaneras que são gravadas nos CDs, como nas músicas que são tocadas nos bailes. Penso a idéia de *gêneros musicais*, inspirado em Bakhtin (2000), para quem os gêneros discursivos (aqui, incluem-se os musicais) acontecem sempre dentro de um cenário de relações, ou seja, não são isolados, mas sempre responsivos, e se caracterizam basicamente por adquirirem relativa estabilidade temática, estilística e composicional<sup>4</sup>. Inspirado em Bakhtin, Menezes Bastos (1998) aponta para a natureza dialógica das relações musicais, entendendo estas como “as relações sócio-culturais canalizadas através da música” (p. 12), ou seja: os sistemas musicais estão sempre conversando entre si, e se auto-elaborando de maneira resignificadora.

\*

Acompanhei alguns músicos que tocavam nos grupos<sup>5</sup> Legião Campeira, Raça Fandangueira e Chão Batido. A maioria deles, se não vive diretamente da música (além do grupo, dando aulas, gravando com outros músicos, etc.) tem nela uma fonte de renda

---

<sup>1</sup> Disponível no site do Núcleo de Estudos Arte, Cultura e Sociedade na América Latina e Caribe (MUSA): [www.musa.ufsc.br](http://www.musa.ufsc.br).

<sup>2</sup> O estado de Santa Catarina faz fronteira, ao sul, com o Rio Grande do Sul (estado situado no extremo sul do Brasil) e a oeste faz fronteira com a Argentina.

<sup>3</sup> Bugio é um gênero musical oriundo do Rio Grande do Sul, muito próximo à vanera. O nome do gênero, segundo informações que obtive em campo – encontradas também por outros trabalhos, como o de Ferraro (2006) – se deve à semelhança entre o ronco da gaita e o som que o macaco bugio emite no período de acasalamento.

<sup>4</sup> Vários autores recorreram a Bakhtin para pensar o conceito de gênero musical, dentre eles e inauguralmente Piedade (1997), além de Menezes Bastos (1998) e Oliveira (2004).

<sup>5</sup> Uso o termo “grupo” e “banda” como sinônimos. Interessante notar que no início do trabalho de campo um dos nativos me corrigiu, dizendo que para conjuntos que tocam música gaúcha se usa a expressão “grupo” e não “banda”, esta última, para ele, se referindo a outros tipos de formações musicais, que se utilizam de instrumentos de sopro: banda marcial, banda alemã, etc. Na prática, porém, notei que os termos eram utilizados cotidianamente por eles como sinônimos.

importante. O universo sócio-econômico em que eles se encontram é múltiplo e variado, sendo complicado estabelecer (pré)definições do tipo “os sujeitos pesquisados pertencem a tal ‘classe’”. Entre meus principais “informantes”, a faixa etária variava de 22 (vinte e dois) a 34 (trinta e quatro) anos, e a escolaridade entre o ensino médio incompleto e o ensino superior incompleto. Os grupos são formados basicamente por bateria, percussão, baixo, guitarra, acordeom de tecla, acordeom de botão (gaita-ponto) e vocal. Algumas alterações acontecem: podem ter dois vocalistas, ou dois acordeons de tecla, etc. Respectivamente, surgiram nos anos de 2002, 2000, e 2004, sendo que todos iniciaram seus trabalhos tendo alguma relação com um Centro de Tradição Gaúcha (CTG): ou tocavam na churrascaria do centro de tradição, ou em formaturas de cursos de danças gaúchas, ou tinham como proposta tocar música tradicionalista. A maioria dos músicos foi “criado em CTG”, estabelecendo uma relação com a cultura gaúcha desde a infância (tendo nascido no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, ou Paraná), e fazem parte dos grupos há mais ou menos dois anos.

As bandas fazem uma média de 12 bailes por mês, geralmente dentro do estado de Santa Catarina, e todas elas têm ônibus próprio para transporte<sup>6</sup>. Geralmente possuem alguns sócios, que podem ser músicos que tocam na banda ou um empresário, que são considerados “donos” da banda. São eles normalmente que fixam o cachê, negociam shows com as casas de eventos, agendam gravações em programas de televisão, estabelecem contato com contratantes de outras cidades. Seus cachês individuais, por baile, não são fixos, dependendo do valor que foi acordado para o dia, enquanto os dos outros músicos da banda geralmente são fixados previamente.

Todo o material fonográfico dos grupos foi gravado de forma independente, ou seja, sem o auxílio de alguma gravadora que arcasse com os custos da gravação, tendo os músicos e o grupo que arcar com as despesas. O Legião Campeira é o único grupo do gênero na região da grande Florianópolis que possui contrato com uma gravadora: seu material também foi gravado de forma independente, mas depois foi apresentado para uma gravadora, que o remasterizou e distribuiu, fechando contrato com a banda para próximos trabalhos.

\*

Ao falarem sobre música gaúcha, os músicos geralmente estabeleciam uma classificação, que distinguia uma *música campeira* e uma *música comercial*. A *música comercial* seria uma música mais voltada para o público, que tem como objetivo “agradar a todos”, ou à maioria. É caracterizada por uma mistura da música gaúcha (tradicionalista) com outros gêneros musicais, principalmente o sertanejo, o axé e o pagode. Na verdade, uma vanera que usa de elementos destes gêneros, como a percussão, as “levadas” de bateria, as maneiras de cantar. Nas palavras dos nativos, uma música “simples, com um refrão pegajoso, que o povo entenda”. Um refrão “pegajoso” é um refrão com “poucas palavras, algo fácil de decorar, com uma melodia simples”.

Quando, em uma entrevista, indaguei o que fazia com que a música *x*, que o grupo tinha gravado fosse boa, um dos músicos me respondeu: “O refrão dela: curto, simples e chicletão: a galera grava. Nada que seja muito trabalhado (que altere muito

---

<sup>6</sup> Estes ônibus são marcados nas laterais com o nome do grupo, funcionando como “outdoors ambulantes”, que ajudam também na divulgação do trabalho da banda. Entendo que no contexto em questão funcionam como *capital cultural* num *estado objetivado* (Bourdieu, 2001), ou seja, o conjunto de recursos (materiais e simbólicos) que está ligado ao interconhecimento e reconhecimento entre os pares-concorrentes (e os clientes, no caso, o público) representado num estado objetivo, material.

tom, envolva muita harmonia), porque daí o povo não decora. Quanto mais simples, melhor”.

À *música comercial* também é atribuída grande importância à letra, que deve conter palavras de “fácil aceitação”, que são usadas no cotidiano, gírias, etc., nada que contenha muitos regionalismos, palavras especificamente marcadas como pertencentes a um sotaque gaúcho (que usa muitas palavras espanholas, já que o RS se encontra numa situação de fronteira tanto com o Uruguai como com a Argentina), nem que fale de muitas coisas do campo, como a lida com os animais, a relação com a natureza, com o cavalo, etc.

“É uma música que agita, anima, bem voltada ao público jovem. Uma música para dançar”, nas palavras de um dos músicos. Geralmente é entendida como a “música de hoje em dia”, em contraste com a “de antigamente” (*música campeira*). Nas palavras de outro músico: “Hoje é mais *pancadão*, com uma batida alegre, mais pra cima. É mais swingado (com contratempos, sincopas), não é reto”.

Percebi através das entrevistas, que esta *música comercial* tem como outro contrastante, a *música campeira*. Por isso, geralmente quando estavam definindo uma ou outra, os nativos constantemente se reportavam às diferenças entre elas, enfatizando que enquanto em uma, o vocal, por exemplo, se utiliza mais de agudos (*música comercial*), na outra, o que predomina são os graves (*música campeira*). Assim também em relação a outros elementos, como nas letras, nas divisões rítmicas, e assim por diante. Portanto, sempre que falavam em uma, eles acabavam se reportando à outra, numa relação de oposição dialógica que é constitutiva (Domingues Hoffmann, 2007).

A *música campeira* é caracterizada pelos músicos como uma música que fala das coisas do campo: suas letras possuem palavras marcadamente regionais: falam de cavalo, de histórias de galpão<sup>7</sup>, da lida no campo, etc. Outra característica é a de que a gaita (acordeom) “é bem na cara”, ou seja, é sobressalente em relação aos outros instrumentos: “o que aparece mais é a gaita”:

Antigamente eles davam uma importância maior [para a gaita], e não quero dizer que hoje em dia eles dão uma importância menor. É que hoje em dia eles botaram igualmente a voz, digamos assim: a letra, a voz e a melodia, a gaita. Hoje está tudo bem parelho.

Percebe-se também neste trecho que a *música campeira* é entendida como uma música do passado, “de antigamente”, em contraposição à “música de hoje em dia”, que é essa música mais *comercial*, com outras influências, com uma abertura para outros gêneros e mercados (não tão regionalizados). Não que os sujeitos a entendam como uma música que não existe atualmente, que não se toca mais, mas sim que eles a compreendem enquanto uma música que foi criada num passado distante, na “origem” da música gaúcha: onde os músicos tinham uma vivência maior no campo, longe da cidade, onde não existiam instrumentos elétricos, por isso a predominância da gaita, que era acompanhada por um violão e por um instrumento percussivo (geralmente *bombo leguero*<sup>8</sup>).

---

<sup>7</sup> Galpão é uma construção rústica, geralmente com uma parte assoalhada de madeira e outra parte de terra batida, sem portas, às vezes sem uma das paredes, e serve para que as pessoas se reúnam, tomem chimarrão, contem *causos*, *ponteiem* uma viola, toquem um acordeom e comam churrasco. Tem grande força no imaginário rio grandense, e teria servido de abrigo para os peões de estância e viajantes (Oliven, 1992).

<sup>8</sup> “O bombo leguero é um instrumento de percussão, típico dos povos andinos. Bastante difundido na Argentina em ritmos como o chamamé e a milonga, o leguero faz parte da cultura dos pampas acompanhando o gaúcho nas andanças pelo Uruguai, Argentina e Rio Grande do Sul” (retirado do site da rádio Entrecantos: [www.entrecantos.com](http://www.entrecantos.com), acessado em novembro de 2007).

À *música campeira* também é geralmente atribuído um adjetivo: ela é *reta*: “Música campeira é uma música mais reta. Tocar mais reto, seco, mais firme é bem característico da música gaúcha”. Curioso que o adjetivo *reto* era também utilizado para descrever uma música mais *comercial*: “tem que ser simples, reto, para o povo gostar”. Dentro das percepções nativas, me parece que no caso da *música campeira*, o *reto* se refere a uma divisão musical específica (que não utiliza muitas síncopas, não é muito *swingado*), enquanto na *música comercial* aponta mais para uma idéia de previsibilidade: algo onde se “enxerga” o final, que não conta com muitos desvios (curvas) – ou “que [não] altere muito tom, envolva muita harmonia”. Mas, sugiro que o *reto*, aqui, apesar da forte oposição entre *música campeira* e *comercial*, parece apontar para o mesmo qualificativo, o da simplicidade.

\*

Percebi que quando elaboravam as distinções entre a *música comercial* e *campeira*, os sujeitos traziam várias categorias específicas sobre a música que tocam (*simples, reta, pancadão, alegre*), além de construírem uma relação entre um passado e um presente, assim como uma idéia de rural e de simplicidade. Vale lembrar também que nenhum dos grupos se propõe a tocar só um tipo de música (*comercial* ou *campeira*); sugiro que eles *transitam* entre estas (Domingues Hoffmann, 2007).

Um dos pontos que inicialmente me chamou atenção quando definiam a *música comercial* era a suposta simplicidade dela. Insistia em perguntar o que era essa simplicidade, e ora me parecia que ela estava na facilidade de execução, ora na quantidade de notas e acordes, e às vezes ainda, na letra. Minha interpretação compreende que o *simples* de uma música *comercial* parece se manifestar na idéia de que ela possui uma fórmula, onde o refrão tem grande centralidade: curto, com poucas palavras, em uma harmonia constituída basicamente de tríades (acordes formados por três notas), e com uma melodia “boa”. Mas o que é uma melodia boa para estes músicos? A resposta deles a essa pergunta apresentou grande recorrência durante as entrevistas: uma melodia boa é uma melodia que “gruda na cabeça”, que se decora facilmente. Para que o povo entenda (e decore), o refrão tem que se utilizar de poucas palavras, e que estejam presentes no cotidiano deste. A partir disso, entendo que quando eles afirmam que “hoje em dia não dá de ficar falando só de cavalo”, estão apontando para o objetivo desta *música comercial*, de se tornar conhecida (e reconhecida) pelo uso de palavras e expressões presentes no dia-a-dia de seu público, “urbano”, que, a priori, não teria uma vivência rural. “Não falar só de cavalo” (e das coisas do campo em geral) se coloca então, como um elemento diacrítico (no plano da letra) que auxilia na distinção entre a música *comercial* e a *campeira* (onde o tema, por excelência, mas não exclusivo, são as coisas do campo, ou seja, de um outro cotidiano).

Portanto, em alguns momentos, a simplicidade, no discurso nativo, não se encontra no plano da execução (geralmente os músicos me mostravam várias músicas que eles entendiam como comerciais, mas que tinham um toque de gaita difícil de ser executado, ou uma virada de bateria, e assim por diante), mas no de um padrão mais ou menos seguido: poucas notas na melodia do refrão, que não envolva muitas mudanças de tons no plano harmônico e com palavras acessíveis ao público. Em outros momentos, porém, parecia que o *simples* se opunha ao difícil de executar. Refleti a respeito desta idéia de simplicidade ligada à execução, quando um de meus informantes me contava sobre como tinha gravado alguns toques de gaita numa música que tinha ido para o CD: ele enfatizou que a música tinha três toques, os dois primeiros mais comerciais, que “qualquer gaiteiro que bater o ouvido ali, tira o toque”, e um último, que com destreza e

uma técnica apurada ele compôs em estúdio: levou quase quarenta minutos para gravar uma passagem de vinte segundos, que “não é qualquer um que vai conseguir tirar em cinco minutos”, e completava: “ou seja, na mesma música [que é ‘comercial em último nível’], fiz um toque simples, comercial, e um toque pra lá de complexo”. Ou seja, me parece que neste momento a simplicidade está colocada em oposição à dificuldade técnica.

Porém, o simples (e seu contrário, o sofisticado) no discurso êmico não está relacionado somente com a *música comercial*, mas também com a *campeira*. Às vezes o sofisticado está em uma, às vezes em outra, depende para onde o olhar (e o ouvir) do nativo está apontando: quando falam da letra, a *campeira* é a mais sofisticada; quando falam em swing, em elementos percussivos, é a *comercial*; e ainda, quando falam em dificuldade técnica na execução, podem ser ambas. Apesar de estarem em constante oposição existe uma proximidade, via “simplicidade”, entre a *música comercial* e *campeira*.

De qualquer modo, enfatizo aqui o caráter de uma fórmula que o conceito de *simples* supõe. Sugiro que esta idéia, assim como alguns de seus pressupostos, possui relações com as idéias de Adorno. Vale explicitar aqui algumas delas.

\*

Ao tematizar sociologicamente a música popular – de maneira pioneira, aliás (Menezes Bastos, 1996) –, Adorno (1986b) a opõe à “música séria” (música erudita da grande tradição alemã), a diferenciando com o uso dos termos “padronização” e “não-padronização”. Uma das principais características da música popular, segundo o autor, seria, portanto, a *standardização*: se referindo às músicas de jazz e filmes da década de 1930 e 1940, Adorno os acusa de – atingidos agora pela lógica econômica do capitalismo (transformados em mercadoria) – obedecer a fórmulas familiares ao ouvinte e ao espectador.

A audição da música popular é manipulada não só por aqueles que a promovem, mas, de certo modo, também pela natureza inerente dessa própria música, num sistema de mecanismos de resposta totalmente antagônico ao ideal de individualidade numa sociedade livre, liberal. (Adorno, 1986b: 120).

À *standardização* – produção de mercadorias culturais idênticas – corresponde a *pseudo-indivuaçãoção*, que através do detalhe, confere uma ilusão de distinção à mercadoria, que, na verdade, é pura fórmula e imitação. Dessa forma, o que é apresentado como novo parece sempre familiar.

Ou seja, a lógica da produção industrial e da racionalidade – uma *tendência imanente* dos processos de dominação – invade as manifestações culturais, que submetidas a esta lógica, perdem sua especificidade e subjetividade: “o exercício do lúdico e do descanso é prejudicado e em seu lugar são propostos hábitos de consumo de produtos, que, na verdade, são reproduções do processo de trabalho” (Dias, 2000: 26). São reproduções do processo de trabalho justamente porque contam com a técnica e a racionalidade pura, características da lógica da economia e da administração, que a tudo invade e contamina.

De maneira breve e simplificada, são estas as idéias que dão forma ao conceito de *indústria cultural* na visão (e audição) de Adorno – uma racionalidade que leva a uma sociedade organizada pela lógica da administração, eliminando assim as especificidades das várias esferas da vida social. Vale lembrar que este conceito foi

cunhado como negação à idéia de *cultura de massa* (MacDonald, 1973), pois para Adorno (1986a), a música popular (assim como as outras manifestações culturais transformadas em mercadorias) não é cultura, é indústria, e sendo indústria, “nada soma à liberdade e (...) faz estagnar o homem (especificamente o indivíduo) na mistificação do controle e da manipulação” (Menezes Bastos, 1996: 157).

Parece-me que na base deste conceito de Adorno está uma idéia de cultura que se aproxima muito com a idéia de *kultur* alemã, e de uma alta cultura. Ao descrever alguns aspectos da obra de Norbert Elias, Pinos (2005) afirma que o

(...) conceito alemão de *Kultur* refere-se basicamente a fatos intelectuais, artísticos e religiosos, marcando uma tendência, como diz Elias, a traçar uma nítida linha divisória entre esses fatos e os fatos políticos, econômicos e sociais. Enquanto o conceito francês e inglês de *civilização* refere-se a fatos materiais e a comportamentos humanos, no conceito de *Kultur* a referência a “comportamento”, ou ao valor que a pessoa tem pela sua própria existência é, segundo Elias, muito secundário. O que o conceito descreve são determinadas produções humanas (particularmente as de ordem espiritual) mais do que o valor intrínseco da pessoa. (Pino, 2005: 04)

Ou seja, uma visão de cultura mais estrita que não a entende como “organização da experiência e da ação humanas por meios simbólicos” (Sahlins, 1997a: 41), e que, portanto, desconsidera a lógica administrativa como cultura, a separando dela, e a acusando de pervertê-la.

De acordo com esta visão, quando as pessoas não estivessem em seu tempo de trabalho, seu tempo de lazer estaria prenhe de mercadorias culturais que reproduzem o processo de trabalho. Dias (2000) assinala que este encontro “se dá de maneira mecânica, estandardizada, repetitiva, única, impessoal e autoritária” (p. 28), enfatizando que a existência deste encontro nos momentos não destinados ao trabalho, cria uma “zona nebulosa” na percepção dos indivíduos, que passam a confundir ficção e realidade.

Neste ponto torna-se quase que explícito um pressuposto epistemológico da teoria adorniana: o de que existe uma realidade e ela pode ser descoberta. Assim, o conceito de *ideologia* (Marx, 1986) – como falsa consciência, uma camuflagem da realidade infligida às classes dominadas pelas classes dominantes – é central. Vale dizer que não compartilho deste pressuposto, na medida em que entendo que o conhecimento da realidade é sempre fragmentado (Weber, 2004), e mais, que as coisas sempre são vivenciadas pelos indivíduos de acordo com suas percepções, que são construídas socialmente. Portanto, nunca o olhar um objeto é o mesmo que o conhecê-lo (e suponho que nem através de um processo dialético é possível tirar uma maquiagem do objeto, a fim de descobrir sua essência): sempre que olhamos (escutamos, vivenciamos, etc.) algo, preexiste em nós um conceito sobre este algo, uma categoria, que nos dá algumas possibilidades de percepção sobre este algo, que só conseguimos apreender dentro das possibilidades a que nossa lógica está “amarrada”/construída. Em suma, o conhecimento se dá sobre as representações da realidade, nunca sobre a realidade propriamente dita (dura/concreta), pois nada é mais real que o representado, justamente porque o próprio real só existe através da representação. Isso não implica que as percepções dos sujeitos sejam sempre as mesmas, visto que estão em constante negociação e renegociação através do contato com outras lógicas de pensamento e outros contextos: na prática, as categorias são constantemente reavaliadas e as relações entre elas podem ser redefinidas, gerando assim mudanças tanto nas percepções dos agentes, como nas estruturas sociais (Sahlins, 2003).

\*

Volto agora às concepções nativas do meu trabalho. Estou afirmando que algumas das idéias que servem para a conceituação de *música comercial* no universo em questão operam por uma lógica semelhante a alguns dos conceitos e pressupostos da teoria adorniana sobre a música popular<sup>9</sup>. Claro que os músicos com os quais trabalhei não enxergam a música que tocam da maneira apocalíptica e degradante que Adorno a entendeu. Porém, compartilham algumas das premissas ali existentes. A principal delas, suponho que seja a idéia de que o *comercial* obedece a certas fórmulas e padrões, geralmente adjetivados como *simples*. Por mais que Adorno (1986b) enxergasse complexidade na música popular, ele a entendia como uma “parodística distorção do simples” (p. 120), uma substituição superficial conferida por “um conhecimento dos modelos padronizados”. Ou seja, o complicado aparece como detalhe, que não compromete a mecanicidade e o padrão da música. Ora, na concepção nativa, quando o músico me narrou a complexidade do toque de gaita que ele compôs para uma música *comercial*, o complicado entrou literalmente na substituição do simples (*comercial*), sendo que a música pode ser executada por outros grupos sem aquele toque, que continuará sendo reconhecida pelos pares-concorrentes como a mesma música, ou seja, o complexo é substituível, é um detalhe dentro do padrão. Sugiro que as qualificações (“simples” e “complexo”), neste caso, estão ligadas à maneira de tocar a música: como se existisse uma substância musical que pode ser executada de modo simples ou complexo (sendo que a música, esta “substância”, continua a mesma), o que aponta para a natureza aspectual que estas categorias sugerem.

A idéia comum aqui é a de que existe uma fórmula para que a música seja “aceitável/audível para o povo” como costumam falar os músicos. A fórmula de que falam os nativos é semelhante à fórmula que Adorno contestava: ambos partilham de um “senso comum” sobre as relações entre as várias formas de “cultura” no mundo moderno (Menezes Bastos, 1995, 1996 e 2005).

Vale lembrar que muitas vezes os sujeitos com os quais trabalhei enfatizavam que não existia uma fórmula para que a música “estourasse” (fizesse sucesso, fosse audível/aceitável para o público), citando como exemplo a música “Sozinho”, de Peninha, que se tornou conhecida na interpretação de Caetano Veloso. Eles salientavam que esta música não tinha uma harmonia simples e que o refrão dela não se repetia, deixando claro que ela não estava dentro daquela fórmula de um refrão simples e “pegajoso” de que eles tanto falavam, e tinha feito sucesso. Porém, vale ressaltar que o exemplo dado a título de exceção para a exemplificação de uma não-padronização nas músicas *comerciais* pertence a um gênero com os quais os grupos não trabalham. Pode-se até perguntar o que é considerado uma harmonia simples ou complexa na teoria nativa da música: o que para um sujeito que toca bossa nova pode ser considerado simples, para outros músicos pode ser complicado, e vice-versa. Sugiro que o complicado, harmonicamente falando, para os nativos que acompanhei, é entendido como o uso constante de tétrades (acordes com quatro notas) com notas adicionadas, o empréstimo de acordes de outros centros tonais, assim como mudanças de tom no decorrer da música. Apenas sugiro, pois não usei como metodologia a análise das músicas, o que não me dá base sólida para tal afirmação, e que por isso vem apenas a

---

<sup>9</sup> Sobre a idéia de que existe um senso comum em relação à música no ocidente que se aproxima da lógica das idéias de Adorno, ver Menezes Bastos (1995, 1996 e 2005b). Sobre a mesma temática, mais especificamente em relação ao rock underground, conforme Jacques (2007).

guisa de sugestão, devendo ser tratado em trabalhos futuros<sup>10</sup>. Além disso, em suas composições ou nas músicas *comerciais* que escolhiam para integrar o CD, os músicos estavam geralmente pensando nos termos desta fórmula, desta valorização do refrão, o que, de certo modo, me concedeu espaço para interpretar que, na concepção nativa, a idéia de *comercial* está ligada à de uma padronização<sup>11</sup>.

Tal idéia tem como pressuposto uma idealização da atitude do povo/público/consumidor frente à música. Certa vez, numa entrevista me foi afirmado que se usavam palavras simples no refrão, como gírias, porque “a grande maioria é inculta”, por isso o grupo optava por fazer algo “mais simples, pra ficar bem ao nível do pessoal que vai escutar. (Musicalmente, nem sempre, porque às vezes tem coisa que é simples pra ouvir, mas é complicado pra executar, e vice-versa)”. Parece-me, portanto, que outra premissa em comum ao universo adorniano e ao universo de que aqui estou tratando é a de certa passividade do público, que consome os produtos que lhe são oferecidos (ou impostos, depende de onde se está falando) conforme as significações intencionalmente marcadas na obra pelo autor. Ou seja, os produtos (neste caso, a música) possuem significados, e tais significados são assimilados pelo público conforme a intenção que o autor deixa “impressa” no produto. Seria, portanto, um processo unívoco. Desejo assinalar que tal passividade pode ser questionada.

\*

Preocupado em estudar as *operações dos usuários* frente aos produtos impostos por uma ordem econômica dominante, Michel de Certeau (1994) busca enfatizar as diferentes formas de apropriação a que estes são submetidos:

A presença e a circulação de uma representação (...) não indicam de modo algum o que ela é para seus usuários. É ainda necessário analisar a sua manipulação pelos praticantes que não a fabricam. Só então é que se pode apreciar a diferença ou a semelhança entre a produção da imagem e a produção secundária que se esconde nos processos de sua utilização. (Certeau, 1994: 40).

Esses “processos de utilização” são vários e diferentes: são as *maneiras de fazer* que “constituem as mil práticas pelas quais usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção sócio cultural” (p. 41). Lembro que este espaço pode ser tanto físico como simbólico. Para ilustrar esta idéia de diferentes usos e apropriações, o autor lança mão de uma metáfora lingüística: a construção de frases se utiliza sempre de uma sintaxe e um vocabulário recebido, exteriores; porém, o saber falar, produzir frases, não se limita ao conhecimento de um sistema lingüístico, mas opera dentro dele:

Supõe que à maneira dos povos indígenas os usuários “façam uma bricolagem” com e na economia cultural dominante, usando inúmeras e infinitesimais metamorfoses da lei, segundo seus interesses próprios e suas próprias regras. (Certeau, 1994: 40).

---

<sup>10</sup> Dizer que os sujeitos entendem alguns elementos como complicados, não quer dizer que eles não os dominem, nem que não saibam executar, posto que são músicos geralmente virtuosos, com grande competência técnica, e que também já “passaram [estudaram] por outros gêneros”, como a bossa nova, o samba, o jazz, o rock, etc.

<sup>11</sup> Não trato tal padronização como uma característica que desmereça a música de que aqui estou tratando, apenas destaco que os músicos constantemente apontam para esta idéia de uma fórmula (mesmo porque até na “música séria” de Adorno existem recorrências e padrões – outros).

É neste contexto que Certeau cria dois conceitos que se complementam: *estratégia* e *tática*. O primeiro diz respeito ao “cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder pode ser isolado” (p. 99). A visão estratégica deste sujeito (que pode ser uma empresa, cidade, instituição científica ou militar) postula um “lugar suscetível de ser circunscrito como *algo próprio* e ser a base de onde se podem gerir as relações com uma *exterioridade* de alvos ou ameaças”. Em suma, a visão estratégica é uma visão totalizante, característica de processos de centralização (administrativa, política, e econômica). Já à *tática* corresponderia um cálculo que não conta com um próprio, mas que trabalha nos interstícios entre uma dobra e outra do espaço construído pela mirada estratégica: “A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha” (p. 100). Sempre existem ações táticas em resposta a uma totalização estratégica. Esta última tem a ver, por exemplo, com o mundo paralelo construído pelo Estado: um mundo com leis e procedimentos rigorosos, pré-estabelecidos. A tática estaria mais ligada ao mundo cotidiano: o que se faz com estas leis e procedimentos, como se lança mão e como se desvia deles. Esta vivência do cotidiano, permeada de ações táticas, é o que Certeau chama de *artes de fazer*. Tais artes incluem as diferentes atividades diárias dos sujeitos, tais como ler, cozinhar, morar, e assim por diante.

Em suma, o esforço de Certeau consiste em resgatar o protagonismo dos sujeitos nas práticas cotidianas. Em relação ao ato de consumir, ele assinala que as idéias do “consumo-receptáculo”, que compreendem o consumo enquanto algo passivo, sem atividade significativa (capaz de produzir novos significados), supõe “que ‘assimilar’ significa necessariamente ‘tornar-se semelhante’ àquilo que se absorve, e não ‘torná-lo semelhante’ ao que se é, fazê-lo próprio, apropriar-se ou reapropriar-se dele” (p. 261).

Outros autores chegaram à conclusão semelhante através de outras pesquisas. Assim, estudando o caso dos fast foods, Rial (1995) analisa o processo de ressignificação dos hambúrgueres dos Mac Donalds, que em Pequim, por exemplo, possuem conotações diferentes do que na Califórnia. Sahlins (1997a e 1997b) enfatiza como o fluxo cultural transnacional é orquestrado segundo as lógicas nativas, e mais do que isso, às vezes até mesmo as intensifica, adquirindo proporções inesperadas. O aspecto em comum nestes textos (deixando suas diferenças de lado, neste momento) é o de compreender que os agentes sociais (assim como outros sistemas culturais) não agem passivamente, quando se trata de construir significados para as representações e objetos/produtos de outros contextos. Estes produtos, por sua vez, não possuem características inerentes em sua concretude, mas são apropriados pelos sujeitos, dentro de diferentes lógicas locais, que trabalham ativamente no processo de significação e ressignificação. Assim, quando um sujeito vai a um baile, ou compra um CD de música gaúcha, ele não necessariamente compreende uma música específica como o músico que a compôs ou que a executa. Onde o músico identifica o vulgar, o simples, o consumidor pode perceber, por exemplo, a sensualidade, ou evocar um desejo específico, uma lembrança. É claro que existem limitações para a interpretação destes “textos” culturais (Eco, 1991), porém, considero que as possibilidades que se abrem são muitas e variáveis.

\*

Procurei esboçar alguns aspectos que me pareceram semelhantes na teoria musical nativa e na teoria adorniana sobre música. Não que o pensamento “de” Adorno seja o pensamento “dos” nativos, mas sim que existem pressupostos em comum nestas

maneiras de pensar a música. O que não causa estranhamento nem novidade, posto que os pressupostos da teoria adorniana se encontrem presentes também no tratamento de outros vários autores<sup>12</sup> (claro que com enfoques e abordagens mais ou menos diferenciadas), tais como Carlos Vega, Mário de Andrade, Charles Seeger, entre tantos outros, e como sugeriu Menezes Bastos (1995, 1996 e 2005b), parece ser um pensamento em relação à música (e à arte em geral) transformado em senso comum no ocidente: um pensamento, moderno por excelência, que coloca sob suspeita tudo aquilo que é moderno. Sugiro, portanto, que a atualidade das idéias adornianas resida numa espécie de grande etnografia sobre o modo pelo qual o ocidente vem pensando a música desde pelo menos o início do século XX. Adorno, por ter sido o primeiro a tematizar a música sociologicamente (Menezes Bastos, 1996), deu forma a idéias que permeiam o cotidiano da prática de diversos gêneros musicais, como o rock (Jacques, 2007), o sertanejo (Nepomuceno, 1999), o samba (Sandroni, 2001), e assim por diante. Considero que é desta forma que o autor mostra sua atualidade: mais como um exemplo etnográfico que constrói de modo perspicaz algumas idéias do pensamento “nativo” ocidental, do que como um modelo de análise que deva ser utilizado pelos estudos sobre música popular, particularmente a Antropologia da Música.

---

<sup>12</sup> Para uma breve resenha das críticas feitas a Adorno nos estudos sobre música popular, ver Mello (1997).

## Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, G. (org) **T. W. Adorno: Sociologia**, São Paulo: Ática, 1986a.

\_\_\_\_\_. Sobre música popular. COHN, G. (org) **T. W. Adorno: Sociologia**, São Paulo: Ática, 1986b.

BAKHTIN, Mikail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, Mikail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BOURDIEU, Pierre. O capital social: notas provisórias. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.) **Escritos de Educação**, 3ª ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

DOMINGUES HOFFMANN, Kaio. **O campeiro e o comercial na música gaúcha: uma etnografia sobre concepções musicais na região metropolitana de Florianópolis**. Trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de Ciências Sociais (graduação), Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

ECO, Umberto. Interpretação e História. In: **Interpretação e superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 1991, pp. 27-51.

FERRARO, Eduardo Hector. **A Música Nativista do Sul do Brasil**. Trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de Música (graduação) CEART, Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

JACQUES, Tatyana de Alencar. **Comunidade rock e bandas independentes de Florianópolis: uma etnografia sobre socialidade e concepções musicais**. (Dissertação) mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2007.

MACDONALD, D. Uma teoria da cultura de massa. In: ROSENBERG B. e MANNING, D. (orgs.). **Cultura de massa**. São Paulo: Cultrix, 1973.

MARX, Karl. **A ideologia alemã**. São Paulo: Ed. Hucitec, 1986.

MELLO, Maria Ignez. **Música Popular Brasileira e Estudos Culturais**. Trabalho de Conclusão de Curso em estudos culturais (Especialização). LEC-Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

MENEZES BASTOS, Rafael José de. Musicalidade e ambientalismo: ensaio sobre o encontro Raoni-Sting. In: **Antropologia em Primeira Mão**. N. 14. PPGAS – UFSC, 1995.

\_\_\_\_\_. A “Origem do Samba” como invenção do Brasil (Por que as canções têm música?). In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Ano 11, n. 31, jun./1996.

\_\_\_\_\_. Músicas Latino-Americanas, hoje: musicalidades e novas fronteiras. In: **Antropologia em Primeira Mão**. N. 29. PPGAS – UFSC, 1998.

\_\_\_\_\_. Brazil. In: **Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World** (Volume III, Caribbean and Latin America), John Shepherd, David Horn, Dave Laing, orgs. London/New York: Continuum, 2005, pp. 212-248.

NEPOMUCENO, Rosa. **Música caipira: da roça ao rodeio**. São Paulo: Ed. 34, 1999, pp. 27-53.

OLIVEIRA, Allan P. **O tronco da roseira: por uma Antropologia da viola caipira**. (Dissertação) mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2004.

OLIVEN, Ruben George. **A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação**. Petrópolis: Vozes, 1992.

PIEIDADE, Acácio Tadeu de C. **Música Yepa-masa: por uma antropologia da música no Alto Rio-Negro**. (Dissertação) mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1997.

PINOS, Angel. **Cultura e processo civilizador**: um confronto de idéias de N. Elias e Lev S. Vygotsky. In anais do IX Simpósio Internacional Processo Civilizatório. Ponta Grossa, Paraná: 2005. Disponível em [http://www.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/cd\\_Simposio/artigos/mesa\\_redonda/art3.pdf](http://www.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/cd_Simposio/artigos/mesa_redonda/art3.pdf). Acessado em 28/11/2007.

RIAL, Carmen. O charme dos fast-foods e a globalização cultural. In: **Antropologia em Primeira Mão**. N. 7. PPGAS – UFSC, 1995.

SAHLINS, Marshall. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que o a cultura não é um objeto em via de extinção (parte I). In: **MANA** 3(1): 41-73, 1997a.

\_\_\_\_\_. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que o a cultura não é um objeto em via de extinção (parte II). In: **MANA** 3(2): 103-150, 1997b.

\_\_\_\_\_. **Ilhas de história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço Decente**: transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933). Rio de Janeiro: Zahar, 2001, pp. 131-155.

WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Martin Claret, 2004.