

Música popular e crítica: sobre critérios de análise da canção popular nas mídias - o caso de “Ai se eu te pego”, de Michel Teló

Popular music and criticism: on criteria analysis of the popular song in the media – the case of the song “Ai se eu te pego”, by Michel Teló

Herom Vargas

Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS).

SUBMETIDO EM: 17/06/2014

ACEITO EM: 24/11/2014

PERSPECTIVAS

RESUMO

Este artigo discute parâmetros e critérios de valor aplicados na crítica da música popular, pensada como um produto cultural midiático. A partir de algumas reflexões sobre a crítica, os limites dos valores que legitimam as críticas sobre a canção nas mídias serão discutidos. Depois, o texto reflete sobre formas mais esclarecedoras de análise da música popular, considerando sua especificidade de linguagem e o contexto midiático em que se insere. A canção “Ai, se eu te pego”, composta por Sharon Acioly e Antônio Dyggs e gravada com sucesso por Michel Teló (2011), será analisada a título de exemplo.

PALAVRAS-CHAVE: Música popular; Crítica da mídia; Valor.

ABSTRACT

This article discusses parameters and value criteria applied to the critics of popular music, thought as a media cultural product. From reflections on the critics, the limits of the values that legitimate criticism of the song in the media will be treated. Then, the text reflects on the most clarified forms of analysis of popular music, considering its specific language and the media context in which it is inserted. The song “Ai, se eutepego” (“Oh, if I catch you”), composed by Sharon Acioly and Antônio Dyggs, and recorded successfully by Michel Teló (2011), will be examined as an example.

KEYWORDS: Popular music; Media criticism; Value.

Debates sobre funções, limites e importância da crítica com frequência reaparecem, sobretudo nas épocas em que parte da sociedade se defronta com suas próprias manifestações artísticas populares cujas características não se encaixam, segundo os valores de grupos sociais hegemônicos, nos seus critérios de avaliação. Como não há homogeneidade social, esses confrontos são mais corriqueiros do que se pode imaginar e, quando acontecem, revelam aspectos interessantes sobre as posturas em jogo, tanto de quem critica quanto de quem é criticado, tanto de quem gosta do objeto que recebe a crítica quanto daqueles que não o apreciam. Tais embates se revelam ricos para análise porque demonstram os valores simbólicos e as posições sociais em questão.

Ao discutirem a crítica de forma geral e, mais especificamente, a de televisão, Gislene Silva e Rosana Soares (2013, p.2) observam três aspectos básicos:

(1) da autoridade, direito e liberdade para criticar; (2) dos parâmetros de como se operar a valoração da qualidade do objeto que está sob apreciação; e (3) da finalidade última de qualquer crítica, que deseja, extrapolando o esforço de compreensão, promover alguma ação de transformação do mundo ao redor.

Essas questões têm respostas complexas, como as autoras mesmo identificam, e cada uma delas condiciona outros desdobramentos. Apesar de as três questões estarem conectadas, o que me chamou a atenção foi exatamente a que se refere aos parâmetros que guiam a valoração de determinado objeto dentro da produção cultural midiática. Destaco esse aspecto porque, em certa medida, revela os outros dois: os sujeitos da crítica e os condicionamentos das finalidades. Em segundo lugar, por mais que se discutam os parâmetros, a tendência é a de eles serem demarcados pelos especialistas que estudam e conhecem o objeto alvo da análise crítica. Isso, em princípio, parece claro e aceitável, já que só é possível criticar quando se conhece a natureza daquilo que é criticado. Porém, dá aos “entendidos” um poder de determinar que facetas do objeto devem ser destacadas e/ou renegadas, quais critérios e quais graus de valoração podem ser aplicados a eles e como se definem suas formas de fruição.

Daí a centralidade do conceito de valor na crítica. Segundo Marcondes Filho (2002), cabe à crítica discutir o que se define por “teoria do valor cultural” ou a definição de critérios mínimos para a apreciação dos produtos culturais midiáticos “sob o risco de, não o fazendo, ter de se submeter aos critérios do mercado [...] ou ter de abrir mão dos critérios e conformar-se em aceitar indistintamente qualquer produto” (2002, p.20).

Parece haver certo receio de o mercado ser o principal balizador do valor dos bens culturais. Obviamente, não é o único; mas não há como negar sua presença e o peso de suas instâncias correlatas como forças de consagração dos produtos culturais midiáticos e de criação de padrões de gosto e consumo. Queiramos ou não, a entidade amorfa do mercado define boa parte do que se vê, ouve ou lê, pois é por meio dele que temos acesso a livros, programas de TV, *sites*, canções, filmes etc. Isso não significa que seja o único a definir o que se deve ou não ser consumido ou como esses bens devem ser valorados. Até porque o mercado não é um corpo único, mas, ao contrário, revela-se muito mais flexível, dinâmico e descentrado do que se possa imaginar. De forma geral e em última instância, é a sociedade que constrói essa definição por meio de negociações simbólicas, aceitando ou recusando os interesses hegemônicos, aceitando ou rearticulando os produtos mais divulgados.

Neste ponto, coloco em pauta um produto bastante peculiar na cultura midiática: a canção popular. Refiro-me à peça musical cantada que toca nas emissoras de rádio, que frequenta trilhas de telenovelas, que compõe os acervos de escuta individual em tocadores digitais portáteis, que se traduz em clipes e vídeos divulgados na internet e noutras situações de consumo dentro da cultura midiática. Trata-se da “canção das mídias” (Valente, 2003), cuja criação se fundamenta não somente nas opções estéticas de um artista compositor, mas também nas condições técnicas de gravação, reprodução e distribuição e nas dinâmicas de consumo e fruição construídas pela sociedade nas suas relações com as mídias.

No caso brasileiro, sobre algumas canções de maior sucesso popular recaem várias críticas que apontam, no geral, para sua superficialidade poético-musical, seu fácil apelo à dança e à sensualidade, sua divulgação massiva, entre outros aspectos aparentemente negativos. Porém, mais do que o conteúdo das análises, o que está em jogo nessas críticas são, em última instância, os valores que sustentam seus critérios e parâmetros de análise e que podem indicar o lugar social de seus sujeitos.

Sabendo disso, quais seriam os critérios para uma avaliação minimamente segura da canção nas mídias? A que valores se poderia fazer referência para que esse produto midiático, em seu campo de sentidos, fosse mais plenamente compreendido? Como seria a régua de valoração usada em sua análise? Que mecanismos midiáticos operam na construção de determinados critérios de valoração? As respostas para tais preocupações não são fáceis e mostram-se mais como equações intrincadas e complexas. Mesmo assim, para desenvolver algumas ideias dentro da problemática geral que desenhei acima, coloco uma questão central para este artigo: como estabelecer uma crítica desse tipo de produto midiático com parâmetros de análise consequentes e esclarecedores das várias angulações que a canção e seu consumo proporcionam? Para aplicar a reflexão em um produto, destaco uma peça musical exemplar de grande sucesso comercial e de consumo global: a canção “Ai, se eu te pego”, composta por Sharon Acioly e Antônio Dyggs e tendo o cantor Michel Teló (2011) como intérprete de destaque.

VALOR DA CRÍTICA OU CRÍTICA DE VALOR NA MÚSICA POPULAR

Em um extenso trabalho sobre as respostas críticas da sociedade às mídias, José Luiz Braga (2006) discute uma série de manifestações difusas de análise dos produtos midiáticos, como carta de leitores, colunas de *ombudsman*, observatórios etc. Para situar seu objeto, o autor discute os conceitos que envolvem as práticas de crítica das mídias e suas dinâmicas partindo das duas formas mais conhecidas e que balizam a natureza da atividade: a acadêmica e a jornalística. Para tanto, explicita dois requisitos que fundamentam os processos considerados críticos: “a) é crítico porque tensiona processos e produtos midiáticos, gerando dinâmicas de mudança; b) é crítico porque exerce um trabalho analítico-interpretativo, gerando esclarecimento e percepção ampliada” (Braga, 2006, p.46).

Como se observa, a noção de crítica da cultura midiática envolve análise e compreensão de processos de construção dos produtos das mídias, de entendimento de seus significados, das dinâmicas de produção de sentido e das formas de consumo e recepção. O processo crítico necessita de profundidade de conhecimento e de aberturas interpretativas que possibilitem explicitar mais e melhor a cultura produzida no âmbito das mídias. É, assim, um exercício de abertura interpretativa que fornece aos leitores/

consumidores alguns parâmetros para a compreensão de determinados fenômenos midiáticos.

Na mesma página, Braga se refere aos processos críticos como ações analíticas sobre processos e produtos midiáticos que, de maneira tensiva, resultam em

crítica interpretativa, ou em controle de desvios e equívocos midiáticos, em aperfeiçoamentos qualitativos, na defesa de valores sociais, em aprendizagem e em socialização competentes, na fruição qualificada em termos reflexivos ou estéticos, em informação de retorno, redirecionadora de produtos, em percepções qualificadas (Braga, 2006, p.46).

No trecho acima, há os termos “qualitativo” (uma vez) e “qualificado” (duas vezes). Além disso, o autor indica que os processos críticos controlam desvios, defendem valores e geram aprendizado. É compreensível tratar a crítica a partir de seu perfil originalmente iluminista, que esclarece os meandros da produção cultural das mídias em favor de valores “qualificados” que “iluminam” a recepção e que depuram os produtos de possíveis “desvios” (com relação aos valores defendidos). No entanto, fica a dúvida quanto ao significado da “qualidade” expressa na crítica e, em oposição, sobre o que são os tais “desvios”. Apesar de nem sempre haver indicação clara, sabemos que a qualidade e os desvios sempre se dão em relação a determinados valores tidos como critérios de análise, e que tais valores são construídos na prática social, fruto de negociações entre os sujeitos em ação: produtores, agenciadores, consumidores, críticos etc.

Como podemos pensar os valores, as qualidades e os desvios quando a crítica recai sobre um produto midiático como a canção popular?

De forma geral, os critérios usados em crítica de música popular giram em torno de valores musicais e poéticos que buscam legitimar determinadas manifestações e desmerecer outras não afinadas com esses conceitos. A ação de separar um de outro é comum em qualquer forma de valoração estética: conforme os parâmetros de análise estabelecidos, seleciona-se ou se descarta determinados produtos culturais. No entanto, no caso da música, essa legitimação ocorre, normalmente, a partir de valores provenientes da tradição da chamada música “clássica”, a música erudita de concerto, cujas origens se situam no romantismo europeu. Tais valores não são fruto da expressão musical em si, mas estão no sistema sociocultural de produção e consumo dessas práticas artísticas. Em outras palavras, segundo Felipe Trotta (2011), tais valores não estão inscritos na música apenas internamente. A recepção desse produto cultural está vinculada a setores sociais que legitimam a música e a si próprios por meio da audição das peças de concerto construindo o conceito do “bom gosto” para as artes e para suas demandas simbólicas. A legitimidade estabelecida por esses setores foi trazida para a maioria da sociedade como valores permanentes e universais. A rigor, não são errados ou certos em si. São expressões de hegemonias que se solidificaram em processos históricos, culturais e estéticos há tempos no mundo ocidental.

Trotta discute quatro características estéticas no campo musical que demarcam esse grupo de valores. Dessas, três são de interesse para a discussão aqui proposta¹. A primeira delas (Trotta, 2011, p.119) tem a ver com o aprendizado denso e prolongado,

¹ O quarto aspecto que o autor discute, e que extrapola nossa argumentação aqui, tem a ver com o tempo, ou seja, uma determinada relação de acumulação temporal construída por inovações de forma que cada criação remeta-se a tradições anteriores estabelecidas enquanto cânones (Trotta, 2011, p. 121-122).

que demanda uma escuta concentrada e silenciosa, em que o corpo ou quase não se manifesta ou se manifesta controladamente. Esse processo de contenção e racionalização da linguagem musical e da audição vincula-se ao próprio processo civilizatório ocidental que começou a se desenvolver no Renascimento e se consolidou no século XIX no mundo ocidental. Nele, o corpo tende a ser domesticado e controlado para que se expresse, por exemplo, apenas em função da *performance* correta para bem tocar um instrumento ou da postura socialmente aceita para se ouvir um concerto.

A segunda característica vincula-se ao formato da música compatível com essa estrutura de mobilização do corpo, ou seja, aquela peça de razoável complexidade melódico-harmônica, com sonoridade orquestral e com mínima (ou nenhuma) presença de instrumentos de percussão (Trotta, 2011, p.120). A noção de qualidade sonora tende a vincular-se à estrutura acústica percebida na música de concerto, na qual as *performances*, os corpos e as sonoridades se ordenam em função dos valores legitimadores ligados a esse tipo de manifestação musical.

Por fim, o terceiro aspecto que destaco aqui é a marca da autoria, o caráter individual de criação que supera os modelos conhecidos e promove uma evolução no campo musical, num sentido linear. Proveniente da tradição romântica e também característico da modernidade, o autor considerado criador se eleva em importância e se transforma em critério de valoração. É o “gênio”, sacralizado por sua técnica e criatividade, encarado como o principal motor das inovações estilísticas da música, por buscar superar seus mestres, no que se refere às estruturas musicais. Daí tal procedimento tornar-se um critério importante:

Desse gênio – e dos aspirantes a gênio – espera-se uma manipulação inovadora dos elementos da linguagem musical, com ênfase na relação entre sonoridade (timbre) e a estrutura melódica e harmônica. A repetição de elementos dentro de uma mesma obra ou em outras obras é tolerada até o ponto em que não mascare a aura de individualidade e de criatividade do autor (Trotta, 2011, p.120).

O autor relaciona tais características apenas no âmbito musical. Porém, é possível fazer um paralelo com o campo da palavra, elemento que compõe a letra da canção. As expressões literárias legitimadoras também se vinculam à tradição racionalizante europeia: ensino e aprendizado formal, ausência do corpo na manifestação poética, certas formas e determinados léxicos e o conceito de autor criador. Assim, na construção dessa legitimação, prefere-se a palavra “mais bem usada” (segundo os preceitos gramaticais e sintáticos aceitos pela norma culta da língua), as construções inovadoras e os artifícios de superação na história da literatura. Da mesma forma que na música, as manifestações de origem popular só foram aceitas pelos critérios de valoração elitistas quando autores do campo formal utilizaram tais elementos como ação inovadora. São os casos, por exemplo, do uso do ruído, da inclusão de instrumentos de percussão e de repertórios populares na música, ou da linguagem coloquial, da oralidade, dos neologismos e das estruturas sintáticas gramaticalmente “erradas” na poesia moderna.

A crítica musical quase sempre escolhe os parâmetros de análise e estabelece seus critérios de avaliação dentro ou próximo do campo de legitimação da música de concerto. Mesmo que o crítico saiba que o que está sob análise é outro tipo de bem cultural – a canção popular –, há uma tendência em levar em consideração esses valores legitimadores comprometidos com os campos culturais mais eruditos. Apenas para ilustrar, é comum definir a “maior qualidade” da bossa nova frente a outras formas de samba, pois ela é avaliada normalmente por critérios de valor estabelecidos no cam-

po da música erudita, em especial pelos parâmetros melódico-harmônicos e poéticos.

OS “VALORES” DA CANÇÃO POPULAR

Segundo Trotta, alguns outros parâmetros precisam ser levados em conta no estabelecimento de critérios de análise da canção popular. O autor cita três: o entendimento do gênero como estrutura de significado da música popular, a tecnologia usada na gravação e na reprodução sonora e a mobilização do corpo por meio da dança, apesar de dar maior importância aos dois últimos.

O gênero musical é referência para a discussão de valores na crítica da música popular. Pensados como estruturas de mediação simbólica entre produtores culturais e consumidores (Janotti Jr., 2006) ou como conjunto de elementos musicais aceitos social e culturalmente em determinadas comunidades (Fabbri, 1982), os gêneros demarcam claras estruturas semióticas em seu corpo híbrido de códigos e como referências simbólicas para seus consumidores. Por isso, há elementos de caracterização sonora que tipificam claramente determinados gêneros e são assim entendidos pelo público, inclusive intuitivamente. Conforme a musicóloga Martha Ulhoa:

[...] para a música sertaneja, “voz” significa o estilo vocal dos cantores e vários parâmetros descritivos (guturalidade, nasalidade, tessitura, impedância etc.); no rock “som” se refere a questões de timbre e textura. Para a MPB (sigla para música popular brasileira) ainda sem um conceito chave, “criatividade”, “melodia rica” em oposição a “estilo brega” e som “repetitivo” diz respeito a um sistema de convenções ligadas ao arranjo e à interpretação (apud Trotta, 2011, p.123).

Assim como os elementos constitutivos dos gêneros constroem identificações e identidades na cultura, o contrário também ocorre: qualquer manipulação na execução de alguns estilemas dos gêneros, seja com exagero, inversão ou mescla com outros códigos musicais, pode redundar em alteração de sentido e consequente quebra de identificação.

A rigor, as ações de reconhecimento e aproximação, de um lado, e as de afastamento, de outro, são apenas dois extremos de uma relação complexa, móvel e com múltiplos resultados. Canções e gêneros na música popular nas mídias são nômades, ou seja, sofrem mais trânsitos estilísticos e de consumo do que suas definições conceituais conseguem circunscrever. Essas transformações podem ser, inclusive, motivo de criação e inovação dentro do gênero, com prejuízos ou sucessos no consumo das novidades. Dessa forma, é preciso observar os estilemas dos gêneros, suas transformações e adaptações para estabelecer critérios de análise mais coerentes com o produto em questão, ao invés de determinar parâmetros de legitimação distantes.

A segunda singularidade tem a ver com a tecnologia. A rigor, a música popular não tem como ser tratada sem sua densa e longínqua relação com as tecnologias de gravação e reprodução (Valente, 2003). Há mais de cem anos, a canção é mercadoria produzida por meios técnicos para um mercado massivo e urbano. Na canção, vários de seus parâmetros (tempo de duração, opções de arranjo, timbres, formas de canto, letras e seus formatos etc.) são, em boa medida, demarcados por essa configuração mercantil, industrial e urbana. Inclusive, as relações que constrói com seu público e com determinadas formas de percepção estão, em alguma instância, vinculadas aos equipamentos sonoros. Negar tal natureza é não perceber a singularidade do objeto em questão.

No entanto, mais do que as tecnologias, prefiro utilizar o termo mídia, por ser mais abrangente e por demarcar o entorno cultural e semiótico que envolve e dá sentido ao uso das tecnologias e aos seus produtos, e também os mecanismos de significação que elas ativam na sociedade. Como explicita Lúcia Santaella(2003) ao se referir à cultura das mídias: é a produção simbólica que, sugerida pela ação das mídias (tanto equipamentos específicos quanto entendidos de forma geral), se configura na cultura.

Assim, esses equipamentos conformam diferentemente a canção e sua percepção e fazem-na circular de formas variadas colocando em xeque a experiência anterior da sala de concerto que determinava, em parte, as noções de qualidade e valor.

O que nos interessa de forma mais específica aqui é de que forma esses novos padrões de escuta alteraram as estratégias de construção de valor na música. Se os critérios legítimos de qualidade musical foram desenvolvidos a partir da experiência musical da sala de concerto, esses critérios passam a ser pressionados pela popularização dos fonógrafos e, posteriormente, dos aparelhos de rádio. Novos modelos de escuta e de circulação musical que provocam tensões e mudanças nos critérios estabelecidos (Trotta, 2011, p.124).

Os instrumentos elétricos e eletrônicos, pensados também como mídias, fizeram com que a experiência sonora se transformasse. Com eles, novos valores surgiram e alteraram os pontos de análise crítica da canção. O *rock*, a guitarra, os teclados eletrônicos e as formas culturais criadas por seus usos foram, em parte, responsáveis pela construção da ideia de cultura jovem. Nela, o corpo ganhou destaque, sobretudo na sua relação com a música. Essa transformação foi tão profunda que impôs uma dificuldade para os estudos, por exemplo, sobre a estética musical do *rock*. Ao privilegiar a relação com o corpo e as respostas viscerais ao novo som, o *rock* alterou critérios de avaliação musical empregados na análise tradicional da música ocidental baseados na estrutura da composição e na forma. Segundo Bruce Baugh (1994, p.15):

A música do rock compreende um conjunto de práticas e uma história muito diferente daquelas da tradição europeia da sala de concerto na qual a estética musical tradicional está baseada. Assim sendo, qualquer tentativa de avaliar ou compreender a música do rock usando a estética da música tradicional está condenada a resultar num mal-entendido.

A relação com o corpo, limitada pela música de concerto e muitas vezes descartada nas análises críticas, segundo Trotta, é o terceiro parâmetro para a valoração da música popular. A música popular massiva construiu uma série de relações com o corpo, seja nas *performances* dos músicos de *rock*, seja nas danças coreografadas dos espetáculos de artistas como Madonna e Ivete Sangalo, seja nas formas de fruição da canção por meio da dança do público, como no samba, no tango ou nas festas de carnaval. Esses ingredientes corporais se transformam em qualidades para determinadas peças musicais que existem e constroem seus significados em função da mobilização do corpo em dança. Daí ser fundamental pensar tais relações como parâmetros importantes na avaliação da música popular(Trotta, 2011, p.126).

Como indica Baugh (1994), o rock foi um dos gêneros que evidenciou a relação corpo/música. No entanto, as origens desses contatos estão nas músicas negras dos Estados Unidos, processo paralelo ao que ocorreu em boa parte das Américas para onde povos africanos foram levados como escravos e se sincretizaram em múltiplas mesclas culturais. Carlos Calado (1990) demonstra a importância do corpo no surgimento e no desenvolvimento do *jazz* e seus vários subgêneros. No caso brasileiro, não é difícil

citar a importância do corpo na cultura musical, desde os lundus e a umbigada até o samba e o carnaval contemporâneos, particularmente seus ingredientes eróticos e sensuais. Os marcos da malícia corporal da música popular brasileira, desde Gregório de Matos, foram muito bem definidos por Mônica Leme (2003)² para estudar a importância que teve o grupo baiano É o Tchan, sucesso massivo nos anos 1990, na mobilização do corpo e da sensualidade.

O elemento cultural africano em vários gêneros musicais americanos não é, no entanto, a única fonte da dança e do erotismo. As músicas populares, de uma forma geral, trazem esses ingredientes há tempos, como bem apontou Mikhail Bakhtin (1993) em seu clássico estudo sobre a cultura popular na Idade Média, em especial o “corpo grotesco”.

Um quarto parâmetro de análise da canção popular, sobretudo atualmente, é o espetáculo. Fundamental na apresentação visual da música popular, a presença cênica do músico ou cantor que a interpreta, as coreografias, as luzes e adereços do palco tornaram-se elementos de significado que adensam a fruição do público e a própria geração de sentidos da canção. É no espetáculo que o corpo se manifesta, mas não como usual e ordinário. O corpo no espetáculo é construção cultural por estar vinculado ao desejo e ao sonho em meio às luzes. Ao usá-lo, o artista se comunica com o público que, por sua vez, se aproxima da imagem do ídolo no palco. Seus movimentos geram sentidos na canção e proporcionam o contato simbólico com a plateia que decodifica, pela imitação, seu gestual no show. Daí ser importante o conceito de gênero, indicado antes, como um sistema de códigos que ultrapassa a música em si para abarcar as várias outras linguagens que se hibridizam na cena do espetáculo: letra, canto, dança e gesto.

CONSIDERAÇÕES SOBRE “AI, SE EU TE PEGO”, DE MICHEL TELÓ

Até aqui, teci considerações, de um lado, sobre os limites da crítica que usa os critérios tradicionalmente legitimadores na música e, de outro, sobre a necessidade de pensar os parâmetros específicos que caracterizam o campo da música popular nas mídias para a realização de uma crítica mais iluminadora e consequente. Para aplicar à análise de uma canção exemplar, ainda que sem maior aprofundamento visando manter os limites deste *paper*, proponho uma discussão sobre a canção “Ai, se eu te pego”, composta por Sharon Acioly e Antônio Dyggs e sucesso em 2011 na interpretação do cantor paranaense Michel Teló, que teve um percurso muito revelador nas mídias e no gosto popular em vários países. Para nortear, coloco uma questão: quais parâmetros de qualidade devem ser observados para entender esse objeto e sob quais valores, já que os critérios tidos como legítimos pouco auxiliam na compreensão da canção dentro da cultura midiática? Em princípio, o fato de ter sido cantada, tocada e dançada muitas vezes ao redor do mundo não parece ser um dado desprezível para desqualificá-la de forma definitiva.

As observações se darão tanto interna – visando os elementos que estão na música, na letra e na *performance* – quanto externamente – a presença da canção nas mídias e as relações com os ouvintes. Em vários momentos, ambas as instâncias se confluem, o que evidencia a complexidade do ponto de vista aqui desenhado.

² Ver o cap. 2, que faz um inventário histórico do que a autora chama de “vertente maliciosa” na música popular brasileira.

Em primeiro lugar, seu percurso é bem curioso³. Na origem, o refrão era usado em 2008 pela *funqueira* Sharon, que cantava em Porto Seguro (Bahia). Dyggs, dono de uma casa de *shows* em Feira de Santana, escreveu o resto da letra e a transformou em um forró gravado pelo grupo Os Meninos do Seu Zeh e, depois, pelo grupo Cangaia do Jegue, de Jequié (Bahia) e pela banda Garota Safada, de Fortaleza (Ceará) com razoável sucesso em suas apresentações. Teló gravou sua versão, forró com acentos vocais da música gaúcha e instrumentos da música sertaneja⁴, no disco *Michel na balada*, lançado em julho de 2011 pela gravadora Som Livre. A trajetória mostra as traduções entre gêneros que se processaram. Em cada uma das gravações, percebem-se os elementos que tipificam os respectivos gêneros e que se oferecem como sinais de identificação para os ouvintes: o ritmo e a cadência do canto no *funk*, o ritmo e o instrumental (tambor, triângulo e sanfona) no forró e o jeito de cantar do sertanejo. Ao mesmo tempo, os hibridismos mostram que cada um desses aspectos não são percebidos como exclusivos deste ou daquele gênero pelo público. Por exemplo, na versão da banda Garota Safada, o som dos metais aproxima o arranjo das músicas caribenhas; e na versão de Michel Teló, há trechos em que o instrumental dá destaque à rítmica do *reggae*.

Outro dado poderoso para a popularidade da canção está na sequência de acordes que a caracteriza. Nela, seus quatro acordes – B / F# / G#m / E (Si maior, Fá sustenido maior, Sol sustenido menor e Mi maior) – refazem a cadência harmônica de músicas de sucesso, como *No woman no cry*, de Bob Marley, *el'myours*, do norte-americano Jason Mraz, sucesso recente em emissoras de rádio. Em outro tom, mas com os mesmos intervalos, há também *Withorwithoutyou*, do grupo irlandês U2. O reconhecimento intuitivo de uma cadência harmônica aparentemente simples é peça importante para a canção ser identificada pelo gosto do ouvinte, mesmo que ela sustente melodias diferentes. É parte de um processo complexo de percepção e identificação e caracteriza a comunicabilidade da canção. No caso em questão, isso significa que a estrutura harmônica cíclica aproxima mais ainda o público, como nas canções citadas. Como se vê, se a harmonia continua sendo um parâmetro de análise, os critérios de valoração são outros na música popular, pois nela, a comunicabilidade é elemento fundamental de sua constituição e as formas do experimentalismo são distintas.

Outro aspecto fundamental em “Ai, se eu te pego” tem a ver com a relação que ela tem com o corpo e com a dança. Em todas as versões citadas anteriormente, a força das coreografias confere sentidos à música e à letra e atinge os interesses das plateias nos shows (é a música boa para dançar, como se diz). Principalmente, no caso brasileiro, ela recupera parte da sensualidade e da malícia muito comum em danças populares, como as citadas umbigada e lundu, às quais se pode acrescentar, entre muitas outras, maxixe, lambada, samba de gafeira e o próprio forró. Neste último caso, é parte de sua tradição a dança com contato entre os parceiros, que envolve, naturalmente, gestos e mobilização do corpo com nítidos sentidos de sensualidade (Fernandes, 2006). A simbiose entre música e dança, sobretudo na específica coreografia erotizada do forró, é poderoso estímulo para os desenvolvimentos emocional e afetivo que complementam a comunicabilidade corporal da música dentro do ambiente da festa. Daí os critérios de avaliação de canções como essa serem distintos do de outras expressões musicais.

No caso específico da *performance* de Michel Teló, sua dança ao cantar a música nos espetáculos, apesar de razoavelmente contida em relação a outras mais ousadas (a

³ Conforme Guilherme Bryan, no blogueRemixando<<http://br.tv.yahoo.com/blogs/remix/ai-se-eu-te-pego-da-origem-ao-160034073.html>> No blogue, é possível assistir aos vídeos das diversas gravações.

⁴ Segundo o produtor musical Luiz Carlos Maluly, o “mundo inteiro está dançando ao som do batidão, essa mistura de vanerão gaúcho e forró nordestino que o Teló inventou” (apud Maia Jr.; Giron, 2011).

dança da garrafa, por exemplo, do grupo É o Tchan), demonstra o caráter malicioso e reforça o clima de festa e namoro. Seus movimentos, além deteatralizarem a cena e os personagens da canção (por exemplo, quando se abana para diminuir o calor resultado do encontro com a mulher), traduzem o que ele canta. A letra curta (duas estrofes) e objetiva descreve o interesse de um homem pela mulher bonita que passa na sua frente numa festa (balada) e sua tentativa de fazer contato com ela. Essa tentativa aparece no refrão que reconstrói a própria fala desse homem à mulher: “Nossa, nossa! / Assim você me mata! / Ai, se eu te pego, ai, ai, se eu te pego / Delícia, delícia! / Assim você me mata! / Ai, se eu te pego, ai, ai, se eu te pego”. O poder de síntese e objetividade da letra é dado por sua proximidade com a fala cotidiana. Ela refaz o imediatismo da comunicação oral no vínculo entre letra e melodia, aspecto importante na composição, aquilo que Luiz Tatit (1996) chama de “gestualidade oral do cancionista”⁵. A coloquialidade é perceptível em expressões como “nossa!”, a interjeição “ai!” ou frases como “assim você me mata”, que demonstram bem a força da comunicabilidade da canção. Se se juntam a isso os aspectos sensuais da letra (o tratamento “delícia”, dado à mulher bonita no flerte, e a frase “se eu te pego”, condicional que anuncia a possibilidade do contato), percebe-se um complexo de dança-música-letra consistente que caracteriza um parâmetro de qualidade da canção pouco observado nas análises críticas usuais.

Esse complexo se atualiza constantemente no espetáculo/evento onde se unem música e corpo, artista e público, dança e festa. Nos *shows*, o público reproduz os movimentos coreográficos do cantor. Como fãs, levantam os braços para acompanhar seu ídolo e cantam junto. O espaço-tempo do espetáculo é o ambiente de reconhecimento, interação simbólica e comunicação entre ouvintes e artista. Ali se atualizam todos os elementos do gênero musical (ritmo, instrumental, forma de canto, letra etc.), seus hibridismos decodificados pelo ouvinte e as ações simbólicas vinculadas ao consumo musical. É no espetáculo que o público diz se gosta ou não do artista e sua obra.

Por isso, tanto o gênero musical quanto a canção popular individualmente dependem, para suas definições, do entorno cultural e midiático que divulga e traduz seus códigos aos ouvintes.

“Ai, se eu te pego”, na gravação de Michel Teló, foi um fenômeno de consumo entre 2011 e 2012 em várias plataformas midiáticas. O sucesso da canção, segundo matéria da revista *Época*, de 29 de dezembro de 2011, pode ser medido por alguns números:

Enquanto ele se apresentava no *[Programa do] Faustão*, seu sucesso, a canção dançante “Ai, se eu te pego (assim você me mata)”, atingia a marca de 80 milhões de acessos no YouTube (até o último dia 28, esse número chegou a 93 milhões). É a música brasileira mais vista na história do YouTube, lidera a audiência na Espanha e chegou ao Natal como o sétimo vídeo musical mais visto do planeta – e subindo. A sua frente só havia Adele, Rihanna e Justin Bieber. “Ai, se eu te pego” [...] lidera as vendas no iTunes, o site de venda de música da Apple, no Brasil, na Espanha, em Portugal, na Itália, Suécia, no Chile e na Argentina. Seu novo trabalho, *Michel na balada*, já vendeu 68 mil cópias em 15 dias, nos formatos CD e DVD. Seu cachê dobrou nos últimos três meses e está em torno de R\$ 150 mil. [...] No Twitter, mais de 432 mil seguidores de diversas nacionalidades disputam a atenção de Teló (Maia Jr.; Giron, 2011).

⁵ “A grandeza do gesto oral do cancionista está em criar uma obra perene com os mesmos recursos utilizados para a produção efêmera da fala cotidiana. [...] E tudo soa natural, pois a maleabilidade do texto depende do tratamento entoativo. [...] A melodia entoativa é o tesouro óbvio e secreto do cancionista. [...] Compor uma canção é procurar uma dicção convincente. É eliminar a fronteira entre o falar e o cantar” (Tatit, 1996, p.11).

A versão de Michel Teló é um sucesso contemporâneo das redes sociais. Sua divulgação foi realizada tanto pelas chamadas mídias massivas (rádio e televisão) como por meio das plataformas digitais de relacionamento: Twitter, Facebook etc. Os apoios recebidos (“curtidas”), os compartilhamentos, as formas de respostas instantâneas e os vínculos de gosto entre fãs são também formas alternativas de construção de sentido da música popular nas mídias atuais. Se for levado em conta o alcance planetário da internet, entende-se em parte por que essa peça foi consumida por culturas muito diferentes entre si. As referências brasileiras que existem em “Ai, se eu te pego”, misturadas à cena mais *pop* do espetáculo, foram “mundializadas” (Ortiz, 1994). Curiosamente, numa rápida consulta, basta ver os vídeos no site YouTube (www.youtube.com) que trazem soldados israelenses dançando, a versão do grupo italiano Los Locos, as versões com os personagens do filme *Alvin e os esquilos*, outra tocada por André Rieu, a dança coletiva numa espécie de *flashmob* na cidade francesa de Mulhouse, traduções em vários idiomas e muitas paródias. Como se vê, o YouTube foi outro canal digital importante, especialmente com os vídeos amadores em que a canção aparecia em novas situações, com diferentes personagens e várias interpretações. Curiosamente, este site estabelece relações tanto com os produtores massivos quanto com criadores amadores que reconfiguram as informações usando as práticas de publicação. Por meio dessas criações de fãs, a música ao mesmo tempo se divulga e se recria em montagens inusitadas. Esse novo espaço permite apontar “para uma lógica de valor cultural centrada em inovações e humor”, (Burgess; Green, 2009, p.78).

No YouTube mesmo, é possível percebermos a ligação da canção com outro universo simbólico globalizado hoje em dia: o futebol. Um dos momentos importantes de divulgação espontânea foi quando Cristiano Ronaldo, jogador português de fama mundial do time espanhol Real Madrid, realizou a dança de “Ai, se eu te pego” na beira do campo após um gol contra o Málaga, em 22/10/2011⁶. Momento máximo de uma partida de futebol, o gol e sua comemoração são vistos por muitos e, no caso de um gol de Cristiano Ronaldo, a cena é repercutida em muitos países. O mesmo se pode dizer quando Neymar Jr., importante e famoso jogador brasileiro, grava um vídeo no vestiário e o posta no Twitter, em setembro de 2011⁷. A repercussão mundial dessas imagens deu à música uma dimensão inusitada e a resposta do público foi bastante positiva, a ponto de fazer com que se produzissem tantos vídeos e gravações com a obra de Teló. Neste ponto, a canção de sucesso se reconstrói enquanto produto midiático e se desdobra nas mídias pelos interesses hegemônicos e, paralelamente, pelos gostos de ouvintes e pelas formas particulares e pessoais que a canção adquire nas redes digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões propostas não são conclusivas, porém, é possível pensar em alguns pontos. Em primeiro lugar, o que foi apontado sobre a canção “Ai, se eu te pego” não pode ser visto como um modelo, nem de análise e muito menos para criação de outros sucessos. Como análise, não se pode perder de vista que cada canção tem suas particularidades e se destaca por vários e distintos motivos. Também não pode ser como receita para criação, pois a repetição de um modelo não significa a certeza de um resultado de sucesso já que o gosto e as formas variam e os ouvintes podem não reper-

⁶ Quem apresentou a canção a Cristiano foi seu colega de time, o lateral brasileiro Marcelo. No vídeo, ambos dançam a música na comemoração do gol: <<http://www.youtube.com/watch?v=XWcXLN0RR4I>>.

⁷ <<http://www.youtube.com/watch?v=lLpEN1DU9DI>>.

cutir a canção nas mídias da mesma maneira.

Um segundo aspecto está na pergunta: “Ai, se eu te pego” é música boa ou ruim? Antes de responder, acrescento outras duas: que aspectos fazem-na ser considerada boa ou ruim? Quem são os críticos que a tratam como boa ou ruim?

O relativismo pode parecer grande, mas tais juízos de valor, que sempre são feitos, só têm sentido quando fundados em critérios e parâmetros de avaliação. Sem eles, qualquer conclusão pode entender parcialmente o objeto ou não compreendê-lo por completo. Em segundo lugar, tais critérios e parâmetros precisam ser retirados do objeto criticado e do próprio campo simbólico em que se insere, devem ser pensados em função da sua linguagem e do seu entorno midiático cultural. O caso da música popular parece bastante revelador, pois podemos pensar tanto interna (estrutura híbrida de linguagem, produção) quanto externamente (consumo, interações pelas mídias, novos sentidos etc.).

Por fim, conforme Braga (2006, p.50), a riqueza da crítica também se refere a quem a faz e ao lugar de quem a faz. Sendo expressão de indivíduos socialmente posicionados e resultado de tensões sociais, a crítica, normalmente, revela as marcas do lugar social do sujeito que a constrói e do seu ponto de vista a respeito de tal produto midiático.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. 2. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília: UnB, 1993.

BAUGH, Bruce. **Prolegômenos a uma estética do rock**. In: Novos Estudos – CEBRAP, n. 38, março/1994, p.15-23.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

CALADO, Carlos. **O jazz como espetáculo**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

FERNANDES, Adriana. **O paradoxo de Ana: música e dança – uma proposta de compreensão desta relação**. In: Fênix – Revista de História e Estudos Culturais. Ano 3, v. 3, n. 4, out-dez, 2006. Disponível em: <http://www.revistafenix.pro.br/PDF9/2.Dossie.Adriana_Fernandes.pdf> Acesso em: dez. 2013.

FABBRI, Franco. **A theory of musical genres: two applications**. In: HORN, D.; TAGG, P. (eds.) *Popular music perspectives*. IASPM, Göteborg & Exeter, 1982, p. 52-81.

JANOTTI JR., Jeder. **Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia**. In: Comunicação, mídia e consumo. V. 3, n. 7, 2006, p. 31-47.

LEME, Mônica. **Que Tchan é esse? Indústria e produção musical no Brasil dos anos 90**. São Paulo: Annablume, 2003.

MAIA JR., Humberto; GIRON, Luiz A. **Michel Teló – Ai, se eu te pego...** In: Revista Época, 29 nov. 2011. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/vida/noticia/2011/12/michel-telo-ai-se-eu-te-pego.html>> Acesso em: dez. 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Mediacriticism ou o dilema do espetáculo de massas.** In: PRADO, José Luiz Aidar (org). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas.* São Paulo: Hacker, 2002, p. 14-26.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano.* São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Gislene; SOARES, Rosana L. **Para pensar a crítica de mídias.** In: Anais do XXII Encontro Anual da Compós, 2013, Salvador (BA). Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2042.pdf>. Acesso em: dez. 2013.

TROTTA, Felipe. **Critérios de qualidade na música popular: o caso do samba.** In: JANOTTI JR., J.S.; LIMA, T.R.; PIRES, V.A.N. (orgs). *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de Internet.* Porto Alegre: Simplíssimo, 2011, p. 116-137.

VALENTE, Heloísa A. D. **As vozes da canção na mídia.** São Paulo: Via Lettera/ Fapesp, 2003.