

O Gosto pela Bossa-Nova *Considerações sobre a Estética Musical Brasileira no Exterior*

The Taste for Bossa Nova *Considerations on the Brazilian Musical Esthetic Abroad*

Daniilo Lopes Brito

Doutorando em Letras Neolatinas pela
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(UFRJ).

Fabiano Dalla Bona

Doutor em Letras Neolatinas pela
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(UFRJ).

SUBMETIDO EM: 17/09/2014

ACEITO EM: 24/11/2014

DOSSIÊ

RESUMO

A música brasileira tem sido largamente consumida ao redor do mundo desde o início do século passado. O consumo dessa estética musical se intensificou a partir do sucesso da bossa-nova, estilo musical que representa bem uma imagem do Brasil no exterior. Não são poucos os estudos a respeito da estética musical brasileira. Poucos, porém, partem do público que vê na bossa-nova uma arte de bom gosto para tecer uma análise sobre os fatores que reforçam essa impressão, bem como sua manutenção até hoje. Nesse sentido, o presente artigo leva em consideração discussões sobre o gosto, tanto canônicas quanto mais recentes, além de ensaios sobre sensibilidades burguesas em relação à produção e à apreensão cultural. Tomando a bossa-nova e sua influência como temas centrais, faz-se uma reflexão sobre o que o gosto por esse estilo musical de fato revela sobre a contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE: Bossa-Nova, gosto musical, contemporaneidade, estética musical brasileira

ABSTRACT

The Brazilian music has been widely consumed around the world since the first half of the last century. The consumption of this musical esthetic has intensified itself with the success of bossa-nova, a musical style that represents well an image of Brazil worldwide. Studies on Brazilian musical esthetic are not few, but only some of them deal with the public that sees on bossa nova an art of good taste in order to analyze the different factors that empower such impression, as well as its maintenance until nowadays. Thus, this paper considers both canonic and more recent discussions about taste, and also essays on bourgeois sensibilities related to cultural production and to cultural apprehension. A reflection on what the taste for bossa nova effectively reveals about contemporaneity is made by taking this musical style and its influence as central themes.

KEYWORDS: Bossa nova, music taste, contemporaneity, Brazilian musical esthetic

A produção musical brasileira tem hoje grande abrangência tanto dentro quanto fora de seu país de origem. Seu contexto de circulação (Fairclough, 2014) vai além de seu próprio contexto de produção (*idem*), informação que parece óbvia aos olhos do mercado. No entanto, em um tempo no qual informações transitam em velocidade espantosa, a produção cultural também ocorre em maior profusão e é consumida em larga escala. Em outras palavras, o desafio que lhe é colocado desde o século retrasado, mas acima de tudo na contemporaneidade, é justamente o de se definir não só a partir da criação, da inspiração ou da história, mas também a partir de uma lógica comercial, de seu público.

Sendo assim, a música brasileira se tornou ao longo das últimas décadas um produto consumido e admirado em todo o mundo. Não são poucos os músicos brasileiros que hoje encontram reconhecimento fora do Brasil em países como a França (Seu Jorge, Lia de Itamaracá), a Inglaterra (Joyce Moreno, Marcos Valle), os Estados Unidos (Flora Purim, Aírto Moreira, Raul de Souza, Sérgio Mendes) e o Japão (João Donato, Lisa Ono). O que acontece, porém, na quase totalidade desses casos é que a obra (o álbum) é lançada – e consumida – no exterior muito antes de sua chegada ao mercado fonográfico brasileiro. A noção de “exótico” e mesmo as ideologias colonialistas corroboram o sucesso da estética musical brasileira em todo mundo, especialmente na Europa. De todo modo, é importante pensar quem exatamente consome tal produto cultural.

É possível identificar, em relação ao mercado, um movimento inicial da exportação da música brasileira nos anos 1920, com as apresentações de sucesso de Pixinguinha na França. Mais tarde, entre os anos 1930 e 1940, Carmen Miranda se consolida nos Estados Unidos como a grande difusora de uma imagem de Brasil no exterior a partir de seu figurino, de suas atuações cinematográficas e, sobretudo, de sua música. Embora sua participação tenha sido muito marcante na formação, ou remodulação, e veiculação de estereótipos sobre o Brasil, ela não marcou uma geração (e uma classe) de modo tão forte e óbvio quanto a bossa-nova. Antes, porém, de indicar a situação da bossa-nova fora do Brasil, fazem-se necessárias algumas linhas sobre o momento em que seu *boom* efetivamente ocorre.

O contexto musical norte americano ao longo dos anos 1950 foi palco de estilos musicais como o *jazz*, o *blues* e o *rock’n’roll*, ainda considerados naquele momento por uma elite cultural e de vasto capital financeiro como músicas de entretenimento, pouco condizentes com o gosto musical da aristocracia, ou ainda como parte do gosto musical dos jovens (Eco, 2011). Se, por um lado, essas estéticas musicais ganhavam cada vez mais espaço na produção musical daquela época, fez-se necessária, por outro lado, a produção de uma nova linguagem musical de entretenimento que de alguma forma se opusesse à “música dos jovens” ou efetivamente de “mau gosto”: o chamado *Easy Listening* foi a resposta a essa demanda, que, como o próprio nome sugere, foi pensado como um produto de fácil consumo. Esse estilo musical surgiu basicamente do encontro entre a música erudita e o *swing*, já popular nos Estados Unidos desde os anos 1930 e que, por sua vez, mostrou-se depois como o prelúdio do próprio *jazz*. Esse encontro foi importante para dar uma roupagem mais festiva a uma estética musical de clara inspiração na música clássica, algo notório sobretudo pelos suntuosos arranjos orquestrados das obras desse gênero. A noção de que o *easy listening* é uma resposta mercadológica que visava um público específico no contexto norte-americano nos anos 50 do século XX não é gratuita. A determinação da Arte pelo mercado era já a principal preocupação de Adorno e Horkheimer ([1947] 2006). O quarto capítulo da “Dialética do Esclarecimento” (*Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug*)

revela a impressão de que a reprodutibilidade técnica – então já teorizada por Walter Benjamin ([1936] 2013) – e a produção em série adquiriam papel determinante na produção artística. O *easy listening* é um exemplo que, para além dos juízos de valor e fatalismos, confirma a impressão dos referidos filósofos. De fato, esse estilo musical não carrega em si nada que o ponha no bastião da alta cultura, por assim dizer. O que o legitima como melhor, naquele momento, é o (bom) gosto da aristocracia norte-americana, supostamente atento à fruição da Arte, frente ao (mau) gosto do grande público consumidor, supostamente ávido por diversão. Não é por acaso que o auge desse estilo musical se dá nos anos 1970, quando o *easy listening* já não é mais o som ambiente dos espaços da aristocracia, mas muito frequente nas trilhas sonoras de filmes hollywoodianos populares, como os da série *James Bond* ou alguns *westerns*. O estilo em questão deixa de ser “música de bom gosto” por duas razões: a primeira, e mais irônica, é o fato de ele ter perdido espaço justamente para o *jazz* e para a bossa-nova; a segunda é o aspecto inegavelmente *kitsch* e pouco original desse gênero, que sucumbiu aos arranjos mais sofisticados – e por vezes mais simples – de artistas como Miles Davis, John Coltrane, Chet Baker, Bill Evans, João Gilberto, Antônio Carlos Jobim entre outros.

É em novembro de 1962, precisamente, que a bossa-nova ganha espaço entre os críticos norte-americanos, na ocasião da apresentação de músicos brasileiros no Carnegie Hall, talvez o principal templo cultural, em termos de produção fonográfica, dos Estados Unidos na época. Esse estilo atende àquela antiga demanda da aristocracia americana de um modo bem mais eficiente que o próprio *easy listening*, visto que seus arranjos são bem menos carregados em inferências estéticas e que seu “balanço” (ou *groove*, ou *swing*) continua servindo para embalar os espaços da aristocracia. No Brasil, a bossa-nova surge como uma expressão artística de uma elite cultural e financeira do Rio de Janeiro ainda nos anos 1950 e, até hoje, não é veiculada junto à noção de “cultura de massa”, mas sim à de alta cultura, um padrão de gosto a seguir. Nos Estados Unidos, porém, a bossa-nova inicia o processo de derrocada do *easy listening* ao roubar-lhe justamente seus espaços de consumo: esse último nunca foi “alta cultura”, mas sempre foi “de bom gosto”. Segundo Umberto Eco, “habitualmente, a canção de consumo é usada como fundo musical ‘enquanto se faz outra coisa’; a canção ‘diferente’ requer respeito e interesse” (Eco, 2011, p. 302). A bossa-nova foi largamente consumida como música ambiente, mas nunca perdeu o respeito nem o interesse de um público aristocrático, ainda é “de bom gosto”¹; o *easy listening*, por sua vez, é hoje datado, pouco consumido, sua natureza *kitsch* nunca foi tão evidente quanto agora.

Como é possível então que a bossa-nova conserve sua posição para a aristocracia cultural e o *easy listening* não, visto que ambos são consumidos como som ambiente? Levando em conta os escritos de Umberto Eco (2011), tal fato bastaria para classificar a bossa-nova como música de consumo para os norte-americanos e, sendo assim, seu caráter *Midcult*² (MacDonald apud Eco, 2011) seria inquestionável. Porém, a resposta à questão poderia talvez ser dada por Susan Sontag (1964) em seu ensaio sobre o *Camp*. A chamada “sensibilidade *camp*” diz respeito a um gosto, a um comportamen-

¹ Assim como a passagem do *easy listening* do consumo aristocrático para o consumo popular é evidente nos filmes hollywoodianos, a permanência da bossa-nova entre as expressões musicais de “bom gosto” também o é. Alguns exemplos são *Closer* (2004), de Mike Nichols, no qual, em longa cena decisiva, a interpretação em língua portuguesa de Bebel Gilberto de “Samba da Benção” é som ambiente de um vernissage, além de *Whatever Works* (2005), de Woody Allen, na qual a interpretação Stan Getz e Charlie Byrd de “Desafinado” toca em pequeno evento de escritores e artistas novoaiquirinos.

² O termo *Midcult* designa basicamente o que o referido vê como problema: entre os três níveis de cultura apontados por MacDonald (*high, middle, lowbrow*), o *Midcult* constitui um problema. Diferentemente da alta cultura e da cultura popular, o nível intermediário da produção cultural se caracterizaria pelo excesso de artifício, como uma “fraude estética”. O *Midcult*, não conserva em si um traço de originalidade, mas lança mão de artifícios da alta cultura para se mostrar mais elevado do que efetivamente é.

to, que se caracterizam por diferentes formas de expressão, mas que têm em comum um forte esteticismo. Segundo a autora, “Camp is a certain mode of aestheticism. It is one way of seeing the world as an aesthetic phenomenon. That way, the way of Camp, is not in terms of beauty, but in terms of the degree of artifice, of stylization” (Sontag, 1964, p. 2)³.

Não só dentro do contexto fonográfico brasileiro dos anos 1950, mas do contexto ocidental dessa mesma época, a bossa-nova propõe algo muito diferente do que se fazia: não mais as vozes potentes de cantores e cantoras, mas um tom mais baixo, um jeito mais simples de cantar; não mais orquestras e arranjos grandiosos, mas quase sempre apenas a voz e o violão; não mais temas tão exageradamente românticos, mas observações imagéticas de um novo contexto: aquele de Ipanema. À primeira vista, considerando que Sontag muitas vezes relaciona a noção de *camp* a um certo exagero, seria possível pensar que o *easy listening* e a produção anterior à bossa-nova tenham uma roupagem *camp* mais óbvia que a bossa-nova em si. Acontece, porém, que a noção de *camp*, embora seja um instrumento tentador para essa análise, não se encaixa bem quando o assunto é bossa-nova. A máxima *camp* apontada por Susan Sontag – *it's good 'because' it's awful* (Sontag, 1964, p. 13)⁴ – exclui essa sensibilidade, pensada desse modo, da discussão ora proposta. Ainda assim, o que Sontag tem de fato a oferecer nesse sentido é a noção de um forte esteticismo como algo característico não só de uma expressão artística, mas de um gosto, de um público propriamente dito. Esse forte esteticismo, não o *camp*, está presente tanto na bossa-nova quanto no *easy listening*. Este último tenta ser uma forma de arte elevada, usa elementos musicais considerados “de bom gosto”, como a orquestra, para um fim primordialmente mediático, é um item de cultura de massa desde sua origem e, não à toa, foi assim marcado pelo cinema nas mais variadas trilhas sonoras de Hollywood. O grande artifício da bossa-nova é, na verdade, o que contemporaneamente se chama *brasilidade*. O violão entra no *Midcult* (na alta cultura?) como um elemento importante, e a temática da bossa-nova revela um padrão urbano muito diferente dos contextos urbanos de cidades norte-americanas como Los Angeles, Chicago ou mesmo Nova Iorque: o espaço deixa de ser o dos salões, dos centros urbanos de concreto, e passa a ser a praia, o sol, e o *blasé* ganha grande destaque.

Esse último elemento talvez seja a grande inovação que a bossa-nova traz à produção musical, não que outros estilos, como o próprio *easy listening* não tenham um caráter *blasé*, mas é na bossa-nova que ele se encontra de forma mais óbvia, mais clara e mais estilizada. Não por acaso, um dos maiores sucessos do gênero norte-americano, talvez efetivamente o maior deles, é *The Look of Love*, de Burt Bacharach, lançada em 1967. Geralmente classificada como bossa-nova, essa canção é uma peça do *easy listening* com fortes elementos do gênero brasileiro, interpretada originalmente por Dusty Springfield, cuja voz lembra facilmente a de Astrud Gilberto, famosa cantora brasileira de bossa-nova, especialmente após sua interpretação de *The Girl From Ipanema* – já uma versão feita para o mercado norte-americano de “Garota de Ipanema”, de Tom Jobim e Vinícius de Moraes. Mesmo sendo uma canção de um compositor marcado pelo *easy listening*, a inclusão dessa canção no gênero bossa-nova, além dos artifícios rítmicos e vocálicos que agravam essa aproximação, indicam um movimento, ou uma tentativa, de reformulação do gênero musical americano que, na verdade, não funcionou: o *easy listening* foi efetivamente “rebaixado”, no que tange o gosto

³ “Camp é um certo tipo de esteticismo, uma maneira de ver o mundo como um fenômeno estético. Essa maneira, a do *Camp*, não diz respeito à beleza, mas sim ao grau de artifício, de estilização.” (Tradução dos autores)

⁴ “É bom ‘porque’ é terrível.” (Tradução dos autores)

aristocrático, em prol da bossa-nova.

Até que ponto exatamente o caráter *blasé* de uma obra é determinante para o gosto aristocrático é uma análise a ser feita propriamente⁵. É notório, porém, à luz inclusive de escritos da sociologia e dos estudos culturais, que o desprendimento do público contemporâneo em relação a causas sociais, coletivas, é uma realidade⁶. O caráter de entretenimento da produção fonográfica precisa ser repensado hoje, visto que o gosto aristocrático admite uma “arte da diversão”, ou ainda que o som ambiente possa ser plenamente realizado a partir de produções outrora, e ainda, canônicas, constantes entre as formas mais renomadas de arte. Basta pensar, por exemplo, que, ainda que não sejam nem originais, nem cópias grosseiras de uma obra reconhecida e considerada “de bom gosto”, é fácil ter um Van Gogh ou um Monet nas salas das casas de uma burguesia média, algo possibilitado pelo artifício da reprodução gráfica. Sem dúvida, o bom gosto é determinado ainda por uma aristocracia; porém, o acesso às obras admiradas por essa mesma aristocracia estão ao alcance, graças à reprodutibilidade técnica, dos mais variados públicos. A facilitação do acesso não causou nenhum desprestígio dessas obras, ao menos em relação às artes plásticas.

O caso da música é um pouco diferente. Segundo Pierre Bourdieu, *la musique représente la forme la plus radicale, la plus absolue de la dénégation du monde et spécialement du monde social que l'ethos bourgeois porte à attendre de toutes les formes d'art* (Bourdieu, 1979, p. 18)⁷. Sendo assim, os movimentos mais sensíveis das reformulações de gosto serão notados, primeiramente, na produção musical. É isso justamente que faz da bossa-nova um objeto de estudo interessante nesse sentido: trata-se de um estilo nascido em meio à uma aristocracia geograficamente fora do eixo América do Norte – Europa, que ganha espaço no mercado fonográfico da aristocracia norte-americana como uma expressão “de bom-gosto”, ainda que música ambiente, e que conseguiu conservar até hoje sua posição entre as formas de arte apreciadas pelos detentores de maior capital cultural e financeiro, o que podemos comprovar ainda, conforme veremos a seguir, na vasta produção musical que toma esse gênero brasileiro como inspiração.

É imperativo, então, pensar como se configura o público da bossa-nova. Esse gênero nasceu na aristocracia carioca e foi comercializado inicialmente entre as aristocracias ocidentais, inicialmente (e majoritariamente) norte-americanas e, em um segundo momento, europeias. Carrega em si um artifício imagético de cenários dos bairros mais nobres do Rio de Janeiro, além do artifício estético *blasé*, muito marcado por arranjos calmos, leves e apenas aparentemente simples⁸. Após sua divulgação no mercado americano, a bossa-nova foi largamente difundida no mercado fonográfico

⁵ A questão do *blasé* na bossa-nova é bem representada por seu caráter imagético. Muitas obras desenharam um cenário em suas letras, algo muito claro em trechos como “Dia de luz, festa do sol, e o barquinho à beira-mar, no vazão azul do mar” (Menescal & Bôscoli, “O barquinho”, 1961), ou em “Eu, você, nós dois, aqui nesse terraço à beira-mar, o sol já vai caindo e o seu olhar parece acompanhar a cor do mar” (Jobim, “Fotografia”, 1974). A leveza dada aos cenários desse gênero musical foi largamente apreciada pelas aristocracias brasileira e norte-americana. Isso reforça o vínculo da bossa-nova a esse já referido forte esteticismo, visto que o caráter imagético é um inegável elemento de artifício. Para além de questões melódicas, muitos artistas contemporâneos buscam essa marca em suas composições, ainda que nem sempre a letra traga elementos *blasé*: a bossa-nova é tão evidente e fortemente *blasé* que seus acordes já remetem quase automaticamente a esse modo de comportamento, de modo que um instrumental que remeta à bossa-nova é tão *blasé* quanto as obras cantadas.

⁶ É o caso das análises de Fredric Jameson (2004) sobre o Pós-Modernismo, de Gilles Lipovetsky (2004) sobre a Hipermodernidade e de Homi Bhabha (2013) sobre o Pós-Colonialismo, entre outros. Todos esses termos designam noções diferentes da contemporaneidade, ainda que o desprendimento às grandes causas sociais seja algo comum nos escritos dos três teóricos citados.

⁷ “a música representa a forma mais radical, mais absoluta, da denegação do mundo e, em especial, do mundo social que, segundo o *ethos* burguês, deve ser obtida de todas as formas de arte” (Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira, 2006)

⁸ Diz-se aqui “aparentemente simples” porque, embora os acordes de violão de João Gilberto, que determinaram basicamente a função das cordas na bossa-nova, tenham apenas três tons, suas combinações formam algumas das mais variadas elaborações rítmicas da música brasileira no século XX.

internacional, inicialmente com os brasileiros e, posteriormente, em parcerias entre brasileiros e norte-americanos, sendo as mais famosas a de João Gilberto e Stan Getz e a de Tom Jobim e Frank Sinatra. A necessidade da parceria binacional revela, na verdade, demandas do mercado internacional frente à bossa-nova: primeiramente, a questão do idioma se tornou importante, visto que o consumidor internacional não falava português, de modo que as parcerias possibilitaram o surgimento de versões/traduições das letras do português para o inglês; além disso, o sucesso da bossa-nova, já vista como uma moda da aristocracia, se mostrou um viés lucrativo para artistas norte-americanos. Nesse sentido, o público consumidor de bossa-nova pode incluí-la entre as formas de arte que configuravam seu “bom gosto” pela aproximação dessa arte à realidade cultural dos Estados Unidos: ritmo brasileiro cantado em língua inglesa com efetiva participação de artistas famosos locais e já renomados pela sua produção anterior. Enquanto a juventude norte-americana estava já atenta ao *rock’n’roll* (Eco, 2011), a aristocracia cultural via na bossa-nova a fusão entre arte e entretenimento. Concertos de bossa-nova braso-americana eram muito provavelmente frequentados pelos mesmos que, em eventos sociais, deixavam suas festas ao embalo ambiente desse mesmo gênero musical. No Brasil, o público da bossa-nova não se configurava de um modo muito diferente: tratava-se também de uma aristocracia branca que a consumia de modo similar aos norte-americanos, talvez menos em caráter de entretenimento que como arte efetivamente.

Com o passar das décadas, o público da bossa-nova não parece ter mudado muito. Não é raro, como já foi possível constatar em diferentes ocasiões presenciais, ouvir esse estilo em som ambiente de bares, restaurantes e bistrôs seletos de cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Berlim, Amsterdam, Milão e Nova Iorque. No entanto, embora a melodia blasé, e um inconfundível quê de bossa-nova, ainda se façam presentes nas produções mais recentes em termos de música ambiente, são outros os rótulos veiculados. De certo modo, o *easy listening* ainda se faz presente, mas atualmente, quase sempre com o auxílio de roupagens eletrônicas, recebendo o nome de *lounge music*. O *blasé*, por outro lado, sempre presente, mas outrora nunca assumido, é cultuado e reconhecido como sinal de “bom gosto” sob o signo do “cool”.

O clichê é uma referência estética posta em prática nos produtos mercantilizados da cultura. Precisamos entender o clichê como parte de uma linhagem que tenta dialogar com o senso comum, com o “gosto médio” com as formas simples de dizer (Soares, 2013, p. 13).

Muitas são as produções que visam essa fatia do mercado fonográfico internacional. Obviamente, dentro do chamado *lounge* há variações que já são, de certa forma, imitações de ideias já promovidas: não se pode falar de um cânone desse estilo, mas a crítica abre espaços diferenciados e faz elogios calorosos a alguns artistas, DJs e projetos, como é o caso do Thievery Corporation, Jazzanova, Buscemi entre outros⁹, ao passo que artistas menos renomados acabam se guiando pela produção desses “escolhidos” para lançarem suas obras. A produção *lounge* é em si também um vetor

⁹ Não é o caso aqui discorrer longamente sobre os desdobramentos da estética musical brasileira nos mais variados países do mundo. É curioso notar, porém, que há referências claras à bossa-nova, por exemplo, desde os anos 70 fora do âmbito norte-americano, inglês ou francês, maiores consumidores desse gênero musical no exterior nos anos 60. Há desde a referida década até hoje referências à bossa nova em países como Japão (Cornelius, Smokey & Miho), Índia (Kartick & Gotam), Paquistão (Sachal Pakistani Jazz), Polônia (Mietek Szczesniak), Alemanha (Zraumwohnung, Jazzanova), Bélgica (Buscemi), Dinamarca (Quadron), Noruega (Kings of Convenience) e Suécia (Koop), além de ainda muitos artistas dos EUA (Devendra Banhart, Thievery Corporation, entre outros), Inglaterra (como David Byrne) e França (Nouvelle Vague, Rinôçérôse etc.). A influência da bossa-nova cresce desde os anos 60, e tem tido boa recepção no cenário pop contemporâneo, conforme indica o grande número de composições e gravações associadas ao gênero a partir dos anos 2000.

daquele já citado forte esteticismo, visto que lança mão de artifícios intencionais, decorativos, de um elemento de serenidade. Se a bossa-nova já tem esse forte esteticismo como caráter, o mesmo ocorre com a produção musical que a toma por inspiração.

A tentativa de “cópia” empreendida pelo *easy listening* é *kitsch*, visto que sua intenção é efetivamente a de se legitimar como arte, como algo da ordem do “bom gosto”. O *lounge*, porém, lança mão de artifícios antigos e novos, de novas linguagens musicais, como a música eletrônica fundida a instrumentos típicos da bossa-nova e do *jazz*, além da voz, para se estabelecer, processo cujo resultado remonta ao artifício, ao esteticismo, menos pelo exagero de alguns de seus arranjos, e mais pelo ar *cool*, ou ainda pela sugestão do “pastoral urbano”, expressão elaborada por William Empson (1935) para designar um traço da literatura inglesa, em especial relacionada às expressões artísticas de esquerda e que conserva em si um forte elemento pastoril em pleno contexto urbano. O “pastoral urbano”, em outras palavras, traz para a cidade a noção de *locus amoenus*, tão cara aos poetas árcades. Se, porém, o traço identificado por Empson fazia referência a um espaço urbano no qual o proletariado tinha maior representatividade, o *locus amoenus* contemporâneo designa o refúgio de uma elite financeira e cultural alheia às grandes questões sociais.

A fim de compreender melhor esse processo, é preciso analisar mais de perto alguns exemplos específicos. Sendo assim, lança-se mão da produção fonográfica de um selo milanês chamado *Schema Records*, parte de uma gravadora italiana, *Ishtar*. Esse selo se ocupa exclusivamente com a produção musical de artistas majoritariamente italianos (além de dois brasileiros) que mesclam as estéticas da bossa-nova, do samba, do *jazz*, da música eletrônica e do *blues*. Entre eles constam artistas italianos como Nicola Conte, Gerardo Frisina, Mario Biondi, Paolo Fedreghini, Marco Bianchi e Stefano Tirone, além dos brasileiros Rosália de Souza e Toco, que gravam exclusivamente pela *Schema*. A gravadora surgiu nos anos 1990 com a proposta de lançar artistas no âmbito da música eletrônica. Com seu crescimento, e principalmente com a entrada de Nicola Conte e de Gerardo Frisina, a estética brasileira surge como uma tendência expressiva na gravadora *Ishtar*, que se dividiu em selos para abarcar todas as vertentes musicais dos músicos que a buscavam. O selo de maior visibilidade internacional, e obviamente o que tem os artistas mais aclamados, é justamente a *Schema Records*.¹⁰

Não é difícil encontrar elementos que remetam à estética musical brasileira, principalmente à bossa-nova, na produção desse selo. Há, por exemplo, títulos de álbuns e de faixas musicais que configuram um paratexto passível de rica análise, uma vez que os mesmos produzem uma cenografia (Charaudeau & Maingueneau, 2012) que leva o ouvinte/leitor a criar um *Erwartungshorizont* (Jauss, 1970) – horizonte de expectativa – quando da apreensão da obra. O paratexto – aqui o título de uma faixa musical de Nicola Conte – *Bossa per due* sugere um tom festivo ou mesmo dançante que não se confirma¹¹; ainda assim, a estética musical brasileira já é anunciada no título e o ouvinte/leitor ouve a canção remetendo-se a uma cenografia estereotipada: praia, sol, calor etc. Outra obra do mesmo artista, “The In Samba”, faz com que o

¹⁰ É importante lembrar que as trocas culturais entre Brasil e Itália são bem anteriores ao advento da gravadora em questão, datando mesmo da chegada dos primeiros viajantes italianos aos portos da ainda colônia portuguesa, em especial ao Porto da Cidade de São Sebastião, atual Rio de Janeiro. Em relação à influência da música brasileira da Itália, há alguns exemplos de meados do século XX, mesma época da alta comercialização da bossa-nova. É o caso de Quando Quando Quando, de Tony Renis (1962), ou ainda de Samba della Rosa, de Ornella Vanoni em parceria com Vinícius de Moraes e Toquinho (1976).

¹¹ Na verdade, o paratexto *Bossa per due*, em italiano, seria traduzido para o português como “bossa para dois”, o que confere um tom de romantismo à faixa. Há aqui, porém, um jogo de palavras: se lido em francês (*Bossa perdue*), a tradução seria “bossa perdida”, e revelaria a tentativa do artista de reencontrar a bossa-nova original, de fugir de suas inúmeras releituras e remontar àquela fase inicial do gênero musical em questão.

leitor/ouvinte crie um *Erwartungshorizont* que o remete à inserção do samba na contemporaneidade, uma vez que a preposição inglesa in ganha valor de adjetivo, conotando sentidos de estar na moda, “antenado” com o que é contemporâneo. Todavia, a música soa bem mais próxima do *easy listening* e não corresponde ao que se espera a partir do título.

Além dos paratextos e da estética melódica das produções do selo italiano, algumas letras deixam muito claro alto grau de esteticismo assinalado por William Empson (*apud* Sontag, 1964, p. 3) como “pastoral urbano”. É o caso de *L'estate è qua* (2009), de Alessandro di Nuzzo, lançada no álbum *Someway still I do*, de Alessandro Magnanini, e interpretada por Rosália de Souza, uma das poucas brasileiras a participarem do elenco da *Schema*:

Sulla baia il cielo è immenso
 Tutto grigio sopra di me
 Questa vita non ha senso
 Se non vivo accanto a te
 Anche il grido del gabbiano
 È un lamento senza un'età
 Ma se il sole bussa piano
 Tutto quanto cambierà
 L'estate è qua
 E tornerà
 Quella strana follia
 La tua bocca e la mia
 L'estate è qua
 Lo sento, è già
 Impossibile che
 faccia a meno di te
 Non c'è niente di più triste
 Dell'inverno nella mia città
 Il “Cristu Redentor” mi guarda
 Sembra piangere con me
 So che dovrei odiarti tanto
 Ma non so proprio come si fa
 Forse è un sogno, forse è incanto
 Ma io sento che accadrà
 L'estate è qua
 E tornerà
 Quella strana follia
 La tua bocca e la mia
 L'estate è qua
 E sento già
 La mia noia che va
 Diventa felicità
 (di Nuzzo, 2009)

Na letra de di Nuzzo é possível notar a presença de uma série de elementos já familiares à bossa-nova. O que mais chama a atenção, porém, é a ausência de elementos que vão além do romance e do clima. Em outros termos, trata-se aqui da voz de alguém que deseja um outro, mas cujo encontro está de algum modo condicionado e simbolizado pelo verão. O céu nublado representa justamente a ausência desse outro, o que tira da vida seu próprio sentido. Mesmo o galhar das gaivotas parece um lamento perante essa ausência. A cena, portanto, é uma praia em um dia nublado. Mais à frente, percebemos que se trata de uma praia carioca (Il “Cristu Redentor” mi guarda, talvez

redigido com -u- por aproximação fonética – não esqueçamos que a intérprete é carioca) e que o tempo fechado é relacionado ao inverno. Além das nuvens cinzentas, faz frio, e o outro não está por perto. Esse quadro se opõe diretamente a um verão idílico, no qual a falta e o frio dão lugar à presença do outro e do sol, que em algum momento começa a tocar paulatinamente os objetos. É nesse momento que a esperança do reencontro se mostra, o momento em que o tédio se torna felicidade. O emissor sente que o verão se aproxima e deixa claro que não consegue imaginá-lo sem seu objeto de desejo, ainda que o inverno desperte sentimentos de ódio: esse emissor, porém, não sabe, ou não consegue ainda, odiar. É só quando do encontro das bocas que o céu se abre, o sol brilha, o gralhar da gaivota deixa de ser lamento e o Cristo Redentor não chora, solidário ao emissor. O Rio de Janeiro é então o lugar do verão, somente interessante se ensolarado, pois seu inverno e dias nublados remontam ao tédio, ao cinza, ao lamento e ao choro. É um lugar útil a um determinado fim, que seria o calor do sol aliado a uma relação amorosa, em uma relação de inquestionável interdependência. A cidade é restrita à praia, observada de longe por esse emissor que divide seu olhar entre o mar e a montanha (Cristo Redentor) ao som das gaivotas, e que sofre, ainda que tenha esperança. É como se toda a cidade fosse reduzida à Praia do Leblon, de onde, como qualquer carioca sabe, se vê bem o Cristo Redentor. Interessante pensar que, embora no litoral, não há uma referência clara de que esse emissor esteja na areia, nem no mar: a praia é contemplada, assim como o Cristo, como as nuvens e suas gaivotas (*Sulla baia il cielo è immenso*). Mesmo as temáticas da bossa-nova, que certamente inspiram di Nuzzo e outros artistas ligados à Schema, têm um tom mais concreto, e mais real, do que a mera contemplação da paisagem carioca. E mais: o Rio de Janeiro deixa de ser uma cidade concreta, palpável, desigual e caótica, como quase toda cidade grande ao redor do globo: torna-se um *locus amoenus* quase que exclusivamente praiano.

Além disso, esse também é um bom exemplo de *kitsch*: não há abertura para uma interpretação livre da linguagem verbal aliada à linguagem musical. O Rio de Janeiro é representado de modo “fixo”, um retrato pré-digerido. Aqui, os artifícios sinestésicos inibem as possibilidades de interpretação do leitor/ouvinte que, por sua vez, só pode absorver a imagem – o estereótipo – dada, sem maiores questionamentos sobre a atmosfera e a realidade da cidade.

Esse exemplo deixa absolutamente claro o caráter que assume hoje a produção musical ligada à bossa-nova. Trata-se, portanto, de uma produção de *forte esteticismo* porque remete a um “pastoril urbano”. A finalidade desse lugar, porém, continua sendo a mesma do século XVIII: o relaxamento, o distanciamento das questões mundanas e das preocupações cotidianas. Em termos contemporâneos, essa finalidade pode ainda ser traduzida em termos de relaxamento, mas também de afastamento e marcação de classes, bem como de ignorância em relação a questões sociais problemáticas. É nesse sentido que o público da bossa-nova (e do lounge music) se configura hoje, bem como classifica o que é de “bom gosto”: quanto mais distante do que é desconfortável, do que desagrada, do que não é belo, melhor. Essa lógica está presente em termos de estética em muitas formas de produção artística e/ou midiática, pode ser notada de músicas, como a citada acima, aos comerciais de sabão em pó. O efeito decorativo que essa recente produção tem assumido reforça seu caráter esteticista: essa música não quer necessariamente ser arte: quer ser parte marcante de um espaço pensado em sua totalidade como um refúgio de um mundo urbano cada vez mais popularizado, mais integrado. Percebe-se na música ambiente hoje um movimento que não necessariamente remete àquela noção de Adorno e Horkheimer (2006) – que não corrobora,

portanto, a noção de “declínio da arte” –, mas que não quer se integrar à produção massificada: não há objetivos claros de atingir a alta cultura, mas sim de distinção em relação à cultura de massa. É justamente por essa razão que não se pode dizer que as apropriações da bossa-nova sejam *kitsch*, uma vez que elas não querem necessariamente se vender como alta cultura, mas sim como uma forma socialmente distinta de arte.

Voltamos então à noção de “distinção” de Bourdieu (1979), já que, ao que parece, o primeiro critério para o considerado “bom gosto” dessas obras parte do capital financeiro de seus consumidores. A produção da *Schema Records*, em geral, assim como o *lounge*, é tocada em locais frequentados por consumidores abastados, conforme já citado anteriormente. Há, portanto, um encontro entre produtos “de bom gosto” nesses espaços: decoração, indumentária, gastronomia, música, estética *camp* em suas mais diversas variações, do exagero ao *cool*, convergidas ao fim de agradar ao consumidor, de isolá-lo em um espaço alheio ao mundo coletivo, ao mundo integrado, restrito, portanto, às questões e aos membros de sua mesma classe, aos detentores de um mesmo e elevado capital financeiro. Em outros termos, poderíamos voltar à noção de *Midcult* (MacDonald *apud* Eco, 2011) de modo um pouco relativizado: a produção em questão não pode ser enquadrada no rol da cultura de massa, nem no da alta cultura, sendo ela então mediana, sem, todavia, ser *kitsch*. Se pensarmos no *camp* como uma espécie de redenção (com frequência tematicamente alienada, mas de forte atração e interesse estéticos) do geralmente tão mal visto *kitsch* (tendo em vista os teóricos contemporâneos a Umberto Eco, que reforçaram uma noção muito negativa do termo), é possível, então, entender o *lounge* e a bossa-nova como produções de forte tendência esteticista, visto que esses gêneros musicais ainda conservam alguma originalidade devido ao resultado da fusão de estilos com os quais lidam, algo que obras *kitsch* não promovem.

Retomando o exemplo anterior, não se pode afirmar que a produção da *Schema Records* seja nem *kitsch*, e nem *camp*, embora ela carregue elementos dessas duas categorias. Ela não parte nem de uma pretensão de se nivelar à alta cultura, nem se define por uma qualidade *tão ruim que chega a ser boa*. Mesmo que alguns elementos sejam obviamente pré-digeridos e que haja um inegavelmente forte esteticismo, seu objetivo não é outro senão o de entreter, o de configurar, junto a outros instrumentos, o espaço de uma classe, em especial aquela dos detentores de um alto capital financeiro, que revisa seu próprio gosto a partir do relaxamento e do distanciamento de questões “mundanas”, sociais. Essa sensibilidade está intimamente ligada ao caráter blasé dessa produção artística, algo já notado por Georg Simmel em seu ensaio *Die Großstädte und das Geistesleben* (1903). O *blasé*, para Simmel, é um índice da indiferença às questões sociais. Segundo o teórico:

Das Wesen der Blasiertheit ist die Abstumpfung gegen die Unterschiede der Dinge, nicht in dem Sinne, daß sie nicht wahrgenommen würden, wie von dem Stumpfsinnigen, sondern so, daß die Bedeutung und der Wert der Unterschiede der Dinge und damit der Dinge selbst als nichtig empfunden wird. (Simmel, [1903] 2014, p. 5)¹²

Sendo assim, não é de modo algum surpreendente que haja um quê de despreendimento da realidade social no que tange o caráter *blasé* (*Blasiertheit*) tanto da

¹² “A essência do caráter blasé é o embotamento frente à distinção das coisas; não no sentido de que elas não sejam percebidas, como no caso dos parvos, mas sim de tal modo que o significado e o valor da distinção das coisas e com isso das próprias coisas são sentidos como nulos.” (Tradução de Leopoldo Waizbort, 2005)

bossa-nova, quanto do *lounge music*, ou do *easy listening*, ou ainda da produção musical da *Schema Records*. Retomando, então, a já comentada impressão de estudiosos contemporâneos sobre o desprendimento da contemporaneidade em relação às causas sociais, vê-se que o caráter *blasé* de determinadas expressões artísticas nada mais é do que um sintoma dessa impressão.

É basicamente certo que o público consumidor de lounge/bossa-nova não se restringe apenas a esse produto no que tange seu gosto musical. Dado que esse grupo inclui detentores de capital financeiro acima da média, e mesmo de expressivo capital cultural, seu gosto tende a ser, nos termos de Richard Peterson, “onívoro”. Segundo o autor, o “gosto onívoro” “se caractérisse notamment par la capacité d’apprécier une vaste gamme de formes culturelles”¹³ (Peterson, 2004, p. 147), noção que relativiza os escritos de Bourdieu sobre o gosto: os detentores de maior capital financeiro têm uma tendência a apreciar expressões culturais de diferentes tipos, origens e níveis. Isso reforçaria a impressão de que os referidos estilos musicais têm uma forte tendência a serem consumidos como som ambiente, podendo outros estilos musicais ocupar um lugar de maior prestígio. Isso, porém, não é regra, pois é muito possível que haja também um grupo de pessoas que ouça *lounge/bossa-nova* alheio a atividades paralelas, já que a apreensão dos mesmos está associada ao relaxamento e, de certa forma, ao escapismo.

A partir da observação e apreensão do som ambiente em espaços coletivos quase restritos à aristocracia financeira e cultural em diferentes centros urbanos, foi possível notar a presença do estilo musical em questão como som ambiente. O modo como o mesmo é apreendido na esfera privada é desconhecido sem um arcabouço metodológico quantitativo (Sciolla, 2012). Sabe-se, porém, que a bossa-nova ainda ocupa um lugar de prestígio, não obstante a sua apreensão se dê frequentemente paralela a outras atividades, o que ocorre tanto no Brasil quanto no exterior. É provável, de todo modo, que seu status seja conservado, devido ao fato de que, em geral, a estética musical brasileira continua em voga em quase todo o mundo, algo fortemente motivado pela bossa-nova, mas também pelo samba, pela Tropicália e pelo baião¹⁴.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **“Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug”**. In: ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. *Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt a. M.: Fischer, 2006.

BENJAMIN, Walter. **Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit**. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2013.

BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura**. 2ª ed. Trad. Myriam Ávila, Eliana L. de Lima Reis e Gláucia R. Gonçalves. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013.

¹³ (...) o “gosto onívoro” “se caracteriza de forma notória pela capacidade de apreciar uma vasta gama de formas culturais”. (Tradução dos autores)

¹⁴ Como exemplos não mais dos desdobramentos da bossa-nova, mas dos demais estilos citados, tem-se diversas obras, como, em relação ao samba, “Tempo Perdido” (Pink Martini), “Ever Falling in Love” (Nouvelle Vague) e “Spooky Samba” (Buscemi); em relação à Tropicália, “Numbers” (Smoke City) e “Carmensita” (Devendra Banhart); e quanto ao baião, duas releituras de “Asa Branca” (David Byrne & Forró in the dark e Coreyah!).

BOURDIEU, Pierre. **La Distinction: Critique Social du Jugement**. Paris : Les Éditions de Minuit, 1979.

_____. **A Distinção: Crítica Social do Julgamento**. Trad. Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. 2ª edição. Porto Alegre: Editora Zouk, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. 3ª ed. Trad. Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2012.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 7ª ed. Trad. Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2011.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discourse and Social Change**. Cambridge: Polity, 2014.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo – A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. 2ª ed. Trad. Maria Elisa Cevasco. São Paulo: Ática, 2004.

JAUSS, Hans R. **Literaturgeschichte als Provokation**. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1970.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os Tempos Hipermodernos**. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

PETERSON, Richard A. **Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives (2004)**. Disponível em: <http://www.erudit.org/revue/socsoc/2004/v36/n1/009586ar.html>. Acesso em 25 de agosto de 2014.

SCIOLLA, Loredana. **Sociologia dei processi culturali**. Bologna: Mulino, 2012.

SIMMEL, Georg. **Die Großstädte und das Geistesleben**. [1903] Disponível em: <http://gutenberg.spiegel.de/buch/die-grosstadt-und-das-geistesleben-7738/2>. Acesso em 15 de setembro de 2014.

_____. **As Grandes Cidades e a Vida do Espírito**. Trad. Leopoldo Waizbold. (2005) Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93132005000200010&script=sci_arttext. Acesso em 17 de setembro de 2014.

SONTAG, Susan. **Notes On “Camp”** [1964]. Disponível em : <http://www.book.tube-fun4.com/downloads/Sontag.pdf>. Acesso em 25 de agosto de 2014.

Referências Fonográficas

CONTE, Nicola. **“Bossa Per Due” e “The In Samba”**. In: CONTE, Nicola. Jet Sounds. Milão: Schema Records, 2000. 1CD. Faixas 2 e 9.

DI NUZZO, Alessandro. **“L’estate è qua”**. In: MAGNANINI, Alessandro. Someway Still I Do. Milão: Schema Records, 2009. 1CD. Faixa 9.