



História, Ciências, Saúde - Manguinhos

ISSN: 0104-5970

hscience@coc.fiocruz.br

Fundação Oswaldo Cruz

Brasil

Mauad, Ana Maria

No ritmo da invenção do Brasil moderno

História, Ciências, Saúde - Manguinhos, vol. 14, núm. 3, julio-septiembre, 2007, pp. 1057-1061

Fundação Oswaldo Cruz

Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=386138015020>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

No ritmo da invenção do Brasil moderno

On the pace of invention in modern Brazil

Ana Maria Mauad

Departamento de História e Laboratório de História Oral
da Universidade Federal Fluminense (UFF)



McCan, Bryan.
Hello, hello Brazil: popular music in the making of modern Brazil. Durham: Duke University Press, 2004. 296p. il.

“O Brasil não conhece o Brasil, o Brasil SOS ao Brasil”, versos do samba “Querelas do Brasil” (1978), de Maurício Tapajós e Aldir Blanc, eternizado entre nós pela belíssima interpretação da saudosa Elis Regina, concluem o livro de Bryan McCan e me inspiram na elaboração desta resenha. O nome da composição é uma alusão clara à música de Ary Barroso, “Aquarela do Brasil”, emblema do estilo samba-exaltação e uma das referências no imaginário musical brasileiro de várias gerações. Duas músicas em diálogo na transversal do tempo apontam para as variadas relações entre música e política, evidenciando a capacidade de a música ser uma das expressões de certa cultura política. Em linhas gerais é disso que *Hello, hello Brazil* trata, ou seja, da capacidade da música popular, como campo cultural, em agenciar tensões que perpassaram a invenção de um Brasil moderno.

“Quem foi que inventou o Brasil?” é a pergunta-chave de McCan, tomada de empréstimo à marchinha “História do Brasil”, de Lamartine Babo, sucesso no carnaval de 1933. A pergunta e sua subsequente resposta vão construindo, ao longo da introdução do livro, a base de uma análise polifônica tramada na trajetória de cantores e compositores, nos casos do cotidiano da produção musical, nas letras das músicas, nas tensões sociais, na dinâmica política, bem como nas transformações econômicas e culturais.

Carmem Miranda, Emilinha Borba, Marlene e seus fãs, a Rádio Nacional, a Rádio Tupi e até a Rádio Relógio, grandes selos musicais como RCA Victor e Odeon, Ary Barroso, Pixinguinha, Lamartine Babo, Dorival Caymmi, Luiz Gonzaga, Geraldo Pereira e tantos outros nomes e referências da formação da produção musical brasileira desfilam pelas páginas do livro com vida suficiente para avivar a memória dos mais saudosos e apresentá-los às novas gerações. Sem perder o ritmo da análise acadêmica, *Hello, hello Brazil* consegue que o leitor reviva histórias, familiarize-se com personagens do mundo da música, participe dos debates e compreenda a complexidade da formação do campo da música popular brasileira. O estilo da narrativa é envolvente. Seguindo a historiografia cultural, McCan busca explicar a construção dos tipos sociais apoiado nas trajetórias dos indivíduos. Dessa forma o malandro, a ‘velha guarda’, o sambista e as cantoras do rádio, entre outros personagens, ganham vida sem prejudicar a espessura histórica de sua trajetória. Apoiado em fontes históricas em diferentes arquivos brasileiros, o autor transita com familiaridade pelas expressões tipicamente nacionais, com apropriada tradução de termos variados como ‘dupla caipira’ (*hillbilly duo*).

Na esteira de uma tradição brasilianista, Bryan McCan integra uma nova geração de estudiosos que participam do debate historiográfico brasileiro com diálogo contínuo e estreito. Ao contrário das primeiras iniciativas, fortemente marcadas pela análise política, os novos estudos sobre o Brasil produzidos nos Estados Unidos valorizam a estreita relação com a história cultural, com destaque para a perspectiva dos agentes populares. Essa análise é adensada pela discussão das categorias de gênero, etnia e geração, sem deixar de refletir e debater a importância do conceito de classe para a historiografia brasileira.

A bibliografia tratada no livro valoriza a produção intelectual brasileira, dos textos mais clássicos à recente produção dos programas de pós-graduação, sem deixar de considerar o debate na historiografia desenvolvida nos Estados Unidos sobre o Brasil. O resultado são questões históricas que reavivam o debate sobre identidade nacional e internacionalização da cultura nas décadas de 1930 a 1950, em diálogo com seu impacto no tempo presente.

A música popular define-se como arena de disputas em torno dos sentidos da identidade nacional, acirrando tensões que perpassaram a elaboração de uma cultura nacional popular no período estudado. O embate entre o tradicional e o moderno é representado, por um lado, pela defesa de uma música tipicamente brasileira com raízes populares, tanto rurais – evidenciada pelo regionalismo nordestino –, como urbanas – caracterizada pelo samba de raiz e choro; por outro lado, por certa condescendência em relação à influência estrangeira, notadamente aquela vinda dos Estados Unidos, quer por compreender que a música brasileira estaria imune às contaminações de fora, ou pela aceitação da transnacionalização dos valores musicais. Essa última postura seria a incorporação do modernismo à própria criação musical, de modo que a ‘antropofagia musical’ criaria valores novos para a música brasileira.

Paralelamente, em *Hello, hello Brazil* assiste-se à demonstração de como criou-se um mercado de bens culturais, ao longo das três décadas de reinvenção do Brasil. Esse mercado foi orientado por estratégias de publicidade, mas possuía autonomia suficiente para criar uma audiência cujos gostos de classe e estilos de vida agenciavam as escolhas desses mesmos publicitários. É desse mesmo período a criação de institutos de estatística como o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), em 1942, e a publicação de revistas especializadas nesse ramo, tais como *Publicidade* e *Boletim das Classes Dirigentes*. A música popular seria uma nova *commodity* da indústria cultural emergente, no Brasil que se modernizava.

Entretanto o processo é sempre de mão dupla, perpassado pelas tensões do mercado de consumo de massa. Por um lado, temos sua adaptação à dinâmica de consumo industrial e massivo, caracterizada pelas rádios com programas gravados, que se generalizam nos anos 50; por outro, a permanência de uma audiência arraigada às sessões ao vivo dos programas de auditório. Programação ao vivo e programação gravada são evidências de uma transição inevitável, com o fortalecimento da televisão no final desse mesmo período.

Vale ressaltar que a análise de McCan valoriza a dialética entre a imposição de valores e estratégias associadas a um novo padrão de

produção e consumo musicais, e a apropriação/recriação de novos valores musicais à luz dos desafios impostos pela modernização. Uma dialética que se configura na relação entre os produtores culturais, compreendidos na dinâmica de suas trajetórias desiguais, e o público, tratado como sujeito histórico ativo na escolha e defesa de comportamentos e experiências sociais. Os fã-clubes, compreendidos à luz da cultura política marcadamente associativa dos anos 40, são concebidos pelo autor como espaços sociais criativos, em que as regras tradicionais de sociabilidade eram negociadas e até mesmo reinventadas, com destaque para a presença *gay* masculina, fundamental para se discutir a questão de gênero na legitimação política de tais espaços. Não só as donas-de-casa faziam a audiência da programação, mas também jovens de origens variadas.

Esse conjunto de questões define a harmonia da obra *Hello, hello Brazil*, organizada em sete capítulos, além da introdução e da conclusão. Na introdução o autor aborda, em linhas gerais, a cultura nacional-popular forjada nas décadas de 1930 a 1950, bem como os agentes históricos responsáveis por esse processo. Sua perspectiva valoriza a análise das relações culturais tanto na sua dimensão política, apontando para o estreito contato entre estado e mídia, como na econômica, destacando que vários aspectos do consumo de produtos estavam associados à publicidade radiofônica através da música popular. Assim a cultura nacional-popular se define no marco dos contraditórios processos de defesa da identidade nacional, internacionalização dos modos de vida e consolidação da indústria cultural no Brasil.

O capítulo 1 analisa o crescimento da difusão radiofônica e as tentativas do Estado Novo em captar os dividendos políticos do rádio, orientando gostos e hábitos populares. Aponta as disputas no governo envolvendo a criação da rádio MES, associada à posição do ministro da Educação e Saúde Gustavo Capanema, favorável à música como princípio educacional, bem como o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão encarregado da censura dos conteúdos políticos da programação e responsável pela criação do programa “Hora do Brasil”, noticiário oficial dos feitos governamentais. Conclui o capítulo com a criação da Rádio Nacional, uma iniciativa de sucesso pautada no apoio da publicidade das empresas. O sucesso da Rádio Nacional entronizou o nacional-popular mediante sua programação ao vivo, com artistas de sucesso.

Em “*Samba and national identity*”, capítulo 2, McCan caracteriza em três tempos a operação pela qual o estilo musical ‘samba’ tornou-se símbolo de brasilidade. No primeiro momento, entre 1930 e 1937, compositores, críticos, intelectuais e fãs passaram a associar samba e identidade nacional por meio de múltiplas interpretações. No segundo momento, de 1937 a 1945, as interpretações acerca do samba se tornam mais estritas. O autor destaca a valorização desse estilo como expressão da cultura popular criada nos espaços dos morros da cidade, e a disputa entre o samba exaltação e o samba de raiz. Por fim, no terceiro momento, entre 1945 e 1955, assiste-se ao renascimento do samba engajado, crítico em relação ao Brasil e à sua democracia racial.

O capítulo 3 mapeia o surgimento de duas correntes do regionalismo nordestino – a do interior árido e a do exuberante litoral –, durante o

período de 1940 a 1960. O autor centra-se na trajetória de Luiz Gonzaga e Dorival Caymmi, dois ícones da música nordestina, cada qual representante de uma tendência.

No capítulo 4, intitulado *“American seduction”*, McCan estuda a influência estrangeira no Brasil, notadamente a norte-americana nas décadas de 1930 a 1950. Destaca a complexidade dessa relação, pautada na tensão entre o que é próprio ao país, o que se torna típico aos olhos do estrangeiro e, ainda, o processo de apropriação e recriação cultural. Da antropofagia modernista à reinvenção do nacional pela Tropicália aponta para o embate de duas operações antagônicas: por um lado, transnacionalização da cultura, segundo a qual se processa a incorporação (transformada) do outro na cultura nacional, ao mesmo tempo em que esta passa a integrar o circuito internacional de trocas culturais; por outro, o protecionismo entendido através das buscas pelas raízes culturais do que é original no Brasil.

O capítulo 5 aprofunda a investigação sobre a vertente protecionista, estudando a forte reação de setores musicais, durante o princípio dos anos 50, à influência estrangeira. Cunhou-se, então, a noção de ‘Velha Guarda’, associada aos defensores do choro e da musicalidade tipicamente nacional.

O capítulo 6 avalia o papel dos fã-clubes, criados no ambiente dos programas de auditório, em torno das famosas cantoras do rádio, como Emilinha Borba e Marlene. McCan estuda os fã-clubes como espaços de sociabilidade, em diálogo estreito com a cultura política forjada na militância dos partidos políticos da redemocratização dos anos 40. Em sua análise, valoriza as estratégias e táticas desenvolvidas pelas camadas populares na sua relação com a cultura da mídia, em ascensão no Brasil da década de 1940.

O capítulo 7, denominado *“Advertising and audience fragmentation”*, debruça-se sobre a relação entre as empresas publicitárias e a elaboração do sistema de comunicação do rádio. Destaca-se a forte influência dos patrocinadores na definição da programação e a gradual transformação desse sistema, tanto com a valorização da audiência qualificada pelos gostos e hábitos de consumo, como pelo advento da televisão. Merece destaque o estudo da problemática da recepção, tratada pelo autor por meio de análise de dados quantitativos como estatísticas e pesquisas temáticas, realizadas tanto pelo Ibope como pelas próprias agências de publicidade.

Na conclusão, Bryan McCan recria, com base em jornais e revistas dos anos 50, o memorável jogo entre Brasil e Espanha, na Copa do Mundo de 1950. A cena ganha vida e visualiza-se um Maracanã lotado, com torcedores acenando lenços e cantando em uníssono: “Eu fui às touradas em Madri... E quase não volto mais aqui... pra ver Peri beijar Ceci”, famosa marchinha do compositor João de Barro, do carnaval de 1938, seguida de muitos ‘olés’. A cena memorável é analisada pelo autor como um claro indício do papel da música popular em inventar um Brasil moderno e um imaginário de brasilidade, no qual se elevavam o samba, o carnaval e o futebol aos símbolos maiores da identidade nacional popular.

Ao terminar a leitura do livro, fica patente que ele foi escrito por alguém com muita familiaridade com o Brasil, em relação aos seus

arquivos históricos e ao uso de expressões em português, mas principalmente no trato das várias histórias que tramam a nossa história. Personagens postos em cena numa abordagem original da história do Brasil republicano que merece ser lida e, acima de tudo, traduzida para que um público mais amplo tenha acesso a essa generosa interpretação da criação do Brasil moderno.

