São Paulo, março/2011 n. 17

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

PLAY IT AGAIN, SAM!
(ou, como pela mídia a canção vence a morte)

PLAY IT AGAIN, SAM!
(or, as the song by the media conquers death)

Heloísa de Araújo Duarte Valente[1]

Resumo

Este texto dá continuidade a uma pesquisa que desenvolvo, sobre a memória e nomadismo da canção. Procurarei destacar os chamados 'standards' e os 'remakes' de obras já consagradas. Para além do arranjo (instrumental), os 'remakes podem ser encarados como (re)composição, ou meramente uma adaptação a um padrão da moda. No caso dos 'standards', pode-se considerar que suas versões fonofixadas funcionem como novas matrizes, convertendo-se em novos paradigmas para a criação musical. Ainda que não seja possível chegar a conclusões definitivas, permito-me problematizar o tema, posto que o fenômeno das regravações de antigos sucessos, embora permanente, parece vir aumentando, substancialmente, nos últimos anos. Por que as canções atravessam o tempo, mantendo-se na memória? Como e porque elas são eleitas? Para tanto, tomarei, como campo de análise, as canções *standard* e da Bossa Nova.

Palavras-chave: canção; mídia; escuta; memória; nomadismo; paisagem sonora, Bossa Nova.

Abstract

This text gives continuity to my research in progress, concerning memory and nomadism in song. I will try to present and comment some aspects of so-called 'standards' and 'remakes', from *media son*g repertoire. I should stress that besides the arrangement, 'remakes" may be considered either a kind of (re)composition process, or even a mere adaptation of a 'fashionable' pattern. In standards' situation, we could consider 'phono-fixed' versions function as new patterns, converting into new paradigms for musical creation. Although it is not possible to reach definitive conclusions, I would like to emphasize the importance of this subject, since the phenomenon of new recordings of old hits seems to be substantially increasing, last years. I would try to point out questions such as: Why do certain songs cross time remaining in memory? How are the criteria that select the ones that should

[1] Heloísa de Araújo Duarte Valente é doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), com estágio junto à Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais (Paris), e pós-doutoramento junto ao Depto. de Cinema, Rádio e Televisão (ECA-USP). Publicou "Os cantos da voz: entre o ruído e o silêncio" (São Paulo: Annablume, 1999), "As vozes da canção na mídia" (Via Lettera/FAPESP, 2003); organizou: "Música e mídia: novas abordagens sobre a canção" (Via Lettera/ FAPESP, 2007) e "Canção d'Além-Mar: o fado e a cidade de Santos" (Realejo; CNPq), dentro do projeto "Canção d'Além-Mar, que envolve também documentário e hipertext). Fundou o Centro de Estudos em Música e Mídia (MusiMid), com o qual desenvolve o projetos de pesquisa voltados a música e suas interfaces. É idealizadora dos Encontros de Música e Mídia. Página na web: www.musimid.mus.br. Contato: musimid@gmail.com

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

be elected or not? For this purpose, let me pick and choose the examples of some standard songs, including some Bossa Nova's ones.
Keywords: song; media; hearing; memory; nomadism; soundscape; Bossa Nova.

Play it (again), Sam!

You must remember this (…)
The fundamental things apply
As time goes by.

A frase sempre adulterada e tão citada do antológico filme Casablanca (Michael Curtiz, 1942) alude ao tema que decidi estudar, para desenvolver este texto: a repetição e a memória *na* canção, *da* canção, *pela* canção *das mídias* (Valente, 2003). De *Casablanca,* tomemos, de chofre, a cena crucial em que Ilsa Lund (Ingrid Bergman), pede ao pianista Sam (Dooley Wilson), do *Rick's Café*, toque "*aquelas velhas canções"*, para lembrar os velhos tempos; depois quer que cante *a canção: "As time goes by"*, frisa. Sam desconversa; argumenta que sua memória está "*enferrujada"*. Ilsa insiste: *"Vou cantarolar"*. Sam inicia, então, os primeiros compassos, já com a frase melódica ao piano. Ilsa quer mais: "*Cante-a, Sam!"* Este, então, toca e canta a primeira estrofe, até que Rick Blaine (Humphrey Bogart) aparece em cena, enfurecido por ouvir aquela peça; ato contínuo, dá-se conta da presença de Ilsa. Seu semblante se altera subitamente; a canção se transforma em trilha sonora, orquestrada e em tom menor[2].

A repetição que não está no *script* - "*play it* ***again,*** *Sam*"- não é fortuita: diz respeito a aspectos muito particulares dos processos sócio-culturais, quando abordados pela semiótica da cultura: quando não redundância, a repetição pode exercer a função de luta contra a morte (simbólica). Sob um parâmetro técnico, as repetições se assentam sobre um fundamento da teoria da informação: o equilíbrio entre a relação originalidade / previsibilidade, reiteração, recorrência. Repetição implica, pois, em *periodicidade*.

[2] Ao que tudo indica, não existe, no momento, alguma teoria equivalente à dos afetos, do Barroco, que atribua simbolizações a certos elementos composicionais. Entretanto, parece praxe a utilização do modo menor para conferir situações de melancolia, tristeza, desamparo; mais, ainda, se veiculados por instrumentos de corda (violoncelos, sobretudo), oboé e trompa.

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

O papel primordial da repetição é comunicativo e, na música, opera através da reiteração de motivos, ritmos, seqüências melódicas e harmônicas, *periodicamente*. Ao que parece, esses procedimentos formais estão presentes nas músicas de todas as culturas. Não é de se estranhar que essa função seja preenchida por construções tais como o baixo *ostinato*, o *leitmotiv* e, sobretudo, a canção estrófica (forma seccionada A- B- A e variações), formas que servem ao bom funcionamento das cultura das mídias. As repetições intercalam um grau de expectativa (a rima das palavras, a resolução da cadência) com elementos de novidade. Ao perceber elementos memorizados entre as *novidades,* o ouvinte se reconhece no desenrolar da informação poética.

A repetição é, pois, elemento construtivo na linguagem musical[3]. Mas a própria obra musical pode se tornar objeto de repetições, que se dão no âmbito da linguagem, mas que podem ter motivação externa: refiro-me aos mecanismos de memória e como eles se processam no cerne da cultura midiática. Isto faz com que obras ressurjam, a todo o momento, em versões metalinguísticas. Especialmente no final do século XX, as versões paródicas, sob o nome de *remakes, remixes* e outros chegam a congestionar a paisagem sonora. Para alguns estudiosos, sintoma de esgotamento das possibilidades expressivas de uma linguagem em crise, que costuma ter como veículo principal um sistema (igualmente) em crise – o das grandes gravadoras, as *majors*, segundo o jargão técnico. Exemplos surgem à exaustão e podem ser classificados em sub-categorias. Para citar alguns, vale lembrar *O guarda-costas* , em que Kevin Costner, ator e produtor do mega-sucesso optou por um *hit* de outros tempos, *I always will love you*, pela cantora Whitney Houston - a *mocinha* da narrativa – ao invés de encomendar uma canção original. A nova interpretação, aliada à figura da cantora-atriz tem aqui uma razão de ser que ultrapassa um idealismo estético do produtor-protagonista: o de aliar o lançamento do longa-metragem ao lançamento do "*novo*" *hit.* Uma estratégia mercadológica bem arquitetada, portanto que rendeu boas vendas[4].

[3] Para fins deste estudo, descarto obras em que opere a aleatoriedade, ainda que presente na cultura das mídias.

[4] O lançamento da canção-tema, em disco, simultaneamente ao longa é, de fato, comum. O que este caso tem de particular é o fato de o lançamento ser um *remake.*

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

As canções-tema de filmes, de musicais e os *top parade* constituem um dos mecanismos que contribuem para a memorização, ainda que o objetivo inicial não ultrapasse a intenção de garantir a revenda em massa, em âmbito internacional. Ao se traduzir a letra para outro idioma, por exemplo, acaba-se promovendo a revitalização da obra. Essa prática data desde os inícios do cinema sonoro e se estendeu, mais tarde, à televisão, em programas temáticos, ou na projeção de filmes. (Mais tarde, surgiriam as cópias em VHS, DVD, *blue Ray*, além do carregamento pela internet).

Não obstante o caráter efêmero da canção de sucesso, há títulos que perduram *ad infinitum*, devido a uma certa quantidade de elementos intrínsecos (conteúdo da letra, complexidade da composição, efeito *retórico* do arranjo etc.), tal é o caso de *Feuilles mortes* (Jacques Prévert / Joseph Kosma), logo convertida em *Autumn leaves* por Johnny Mercer ou, ainda, *Comme d'habitude* (Claude François /Jacques Revaux), renomeada *My way*, por Paul Anka[5]. Quando a *performance*[6] provém de um *monstro sagrado,* da estatura de um Frank Sinatra, um *plus* entra em ação: Sinatra é *notável*, não somente pelas suas qualidades como cantor e sua *mise-em-scène,* mas também pela celebridade que a mídia edificou em torno da sua personalidade. Quando interpreta *Corcovado* (*Quiet nights, quiet stars*) ou *Garota de Ipanema* (*The girl from Ipanema*), de Tom Jobim, o resultado é marcante. Estamos, pois, no domínio dos *standards.* E aqui avançamos em mais uma sub-categoria de músicas de alto índice de memorização.

Costuma denominar-se *standards* os clássicos da canção popular, geralmente estadunidense, oriunda de musicais e espetáculos da Broadway ou dos longa-metragens, sobretudo das décadas de 1940-1950. São as composições de Hammerstein, Gershwin, Cole Porter, dentre outros, quase sempre demasiado sofisticadas intrinsecamente para serem denominadas canções populares (escutem-se *De-loved, Night and day, The man love*, por exemplo). Estas composições difundiram-se em escala planetária, em versões as mais surpreendentes, dentre esmeradas e até as cacofonias: de Ray Coniff e sua orquestra, à

[5] Note-se que, em muitos casos, a letra inicial não guarda nenhuma semelhança com a preparada em outro idioma. Em todo caso, são muito freqüentes os casos em que se busca uma aproximação entre ambas.
[6] *Performance* , aqui é um conceito, criado por Paul Zumthor, que se refere não apenas à interpretação, mas também às condições de transmissão e recepção da mensagem (Zumthor, 1997).

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

Orquestra Tabajara, passando por André Prévin, Kiri Te Kanawa, ou até *gadgets* de telefones celulares. Mas os *standards*, antes de tudo, emanavam dos *crooners* - Bin Crosby, Frank Sinatra, Nat King Cole -pelo menos, inicialmente- e é nesse repertório que estes cantores encontram a essência de seu longo sucesso. Os *standards* costumam receber arranjo de *big-band* (metais, piano, bateria, contrabaixo), não raro incluindo orquestra sinfônica, com ênfase nas cordas. Esse modelo, muito difundido na década de 1950, seria adotado em outros países. Yves Montand e Charles Aznavour são exemplos bastante conhecidos, na categoria. Não por acaso, o sucesso desses cantores, de palco se estende às salas das residências: na era da alta-fidelidade; desde o surgimento dos aparelhos *hi-fi,* estes artistas chegam às salas de estar, trazendo, com a tatilidade do som (Mac Luhan, 1988) construindo a ambiência *aconchegante*.

Muitos anos mais tarde, já no início do século XXI, esta *"fórmula de sucesso"* soaria através de uma voz inusitada: a de Rod Stewart. Aqui chegamos a mais uma sub-categoria: das rememorações construídas a partir da modificação (mais ou menos) discreta de elementos particulares da obra. Este caso é particularmente interessante: Stewart, de tradição *roqueira*, está longe de seguir o perfil do cantor de tal repertório, sobretudo pela sua voz extremamente rouca e sua tessitura razoavelmente aguda, contrastando com as usuais vozes empostadas, *limpas,* em tessituras de barítono. Stewart lança, em 2002, o álbum *"The great American Songbook"* (BMG), ao qual se seguiriam mais três, anualmente. Mais tarde, desovar-se-ia o "pacote" completo, incluindo um DVD[7] e até partituras, para piano e voz, com cifras para guitarra.

Neste ponto, permito-me relatar uma experiência pessoal: Tomei conhecimento de um desses álbuns casualmente, quando, numa movimentada loja de discos, na capital paulista, fazia um levantamento de títulos disponíveis de boleros. Subitamente, a paisagem sonora da sala substituiu o inevitável pagode e os *hits* do momento por *Stardust, Night and day, Embraceable you...* com grande orquestra e uma voz estranha ao código. Aquele timbre peculiar, aquela voz ambígua, quase andrógina, soprosa, fora da impostação-padrão me

[7] Segundo informações em várias lojas de discos, os *standards* venderam mais que todos os discos *pop* do cantor. Tentei obter a confirmação a respeito desse dado, sem sucesso.

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

tomou de assalto a minha atenção e deixou muitas indagações: O sucesso de Stewart poderia ser atribuído ao quinhão novidadesco, ou seja, à voz diferente, rompendo com o modelo tradicional? O permanente frescor das canções seria suficiente, por si só, para garantir a sua constante revisitação? Seria Stewart um veículo por meio do qual os seus ouvintes habituais estariam conhecendo o repertório originalmente adotado por outra gama de intérpretes? Não importam quais venham a ser as respostas para estas questões, uma coisa parece certa: existem traços particulares na *performance* de Rod Stewart que o fazem notável, memorável, sedutor[8]. E estes traços podem, justamente, estar até mesmo na sua rouquidão, na pouca sustentabilidade das durações, algo cuja explicação estaria mais próxima da psico-fonética do que aos estudos sobre canto...

Ainda dentro da mesma sub-categoria, vale apreciar a investida de Patrick Bruel com o álbum *Entre deux*, lançado em 2002. O repertório abrange sucessos desde o final da década de 1920 até meados da década de 1950, os *standards* da canção francesa. A chamada *"era do rádio"* lá está, em peso, através dos seus ícones, inicialmente calcados pelas vozes de Ray Ventura, Jean Gabin, Maurice Chevalier, Lucienne Boyer, Berthe Silva e, especialmente, Charles Trenet – este, além de intérprete, compositor. Em alguns casos, procura-se reproduzir a instrumentação original (*Ménilmontant*), não raro incluindo timbres característicos (realejo, em *La romance de Paris*); já, em outros, reescrevem-se os arranjos, aproximando, assim, da linguagem do padrão das *majors* (*Tout le jour, toute la nuit*). Ainda, a aplicação de filtros, de modo a introduzir um *som lo-fi*, tal como era ouvido na época do lançamento das canções, em disco.

Para compatibilizar com o projeto *audiográfico,* incluiu-se um encarte pleno de fotografias de tempos passados. Resta saber até que ponto se trata de imagens realmente antigas, ou de fotografias recentes, com produção e tratamento específico para construção fictícia, através de fotomontagem (o próprio Bruel aparece em várias fotos *de época*). O mesmo princípio é aplicado aos discos compactos, pintados de preto e com selo, imitando os discos em microssulcos. Em suma, as novas visitações – da voz incomum de Stewart; da

[8] Aliás, a mesma rouquidão caracteriza outro cantor inclinado a esse tipo de repertório, como Tony Bennet. Ocorre que este intérprete parece ter sempre se caracterizado como cantor de *night clubs*.

issn 1679-9100

sonoridade à antiga de Bruel, funcionam como mecanismos de memorização *dentro* da canção, rearticulando seu estatuto semântico como elemento de memória.

Canção que morre no ar?

Pode-se dizer que a Bossa Nova parece ter-se convertido no *standard* brasileiro, com tendência à internacionalização. Além do já mencionado Sinatra, outros nomes do panteão musical visitaram o gênero, de Ella Fitzgerald a Elly Ameling. Ocorre que, para além do gênero musical, a Bossa Nova aparece sempre vinculada a um conjunto de valores estéticos e ideológicos: Por que terá ficado atrelada a uma imagem de erudição e bom gosto? É a trilha sonora preferida na publicidade do segmento *vip* dos bancos, das bebidas finas, joias e dos automóveis super-luxo; ultimamente, canoniza o alto padrão até para lançamentos imobiliários, impondo-se como uma *griffe*. Vale ressaltar que esse fenômeno não se dará exclusivamente no Brasil. É bem verdade que a Bossa tem como fio condutor a figura de Tom Jobim, músico formado, de competência inquestionável. No arcabouço de sua escritura, encontram-se elementos de Debussy, incomuns no samba convencional que, transpassados para o jazz (de onde, aliás, bebeu da fonte) cria outra estética: as harmonias dissonantes, aliados a modos de ataque bastante perceptíveis (longos *glissandi* nas cordas, a característica *vassourinha* na bateria, o trama das madeiras, os contracantos das trompas) e à famosa *batida* do violão resultam em algo muito peculiar. O arranjo instrumental pretende *"manter o clima" – som-* entenda-se (Delalande, 2007), mesmo quando se introduzem *novidades*, como o *techno* de Bebel Gilberto.

Mas há também desvios: muito do que se propala como Bossa Nova é, na verdade, uma composição morna, desbastada: antes de tudo, uma nova categoria de vendas, de música ambiente, não havendo mais relação com aquilo que criaram João Gilberto, Carlinhos Lyra, ou Tom Jobim... Como traço comum, apenas uma tentativa de reproduzir o *som*, a reconstrução espacial, reverberações, filtros… Não por acaso, a Bossa Nova abriu caminho para novos filões como *lounge* e outras variantes afeiçoadas a composições Muzak (música ambiente, para se ouvir e não se escutar). Em assim procedendo, remonta-se a uma

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

memória da Bossa Nova que pouco tem de sua matriz original; e é esta versão *rala* que se alastrará pela paisagem sonora dos últimos anos, como símbolo de brasilidade[9]. E aqui encontramos mais uma subcategoria de memorização da canção, nascida de derivações cuja fonte já parece distante, sua origem.

Eu não existo sem você

No ano de 2008, comemoraram-se os cinqüenta anos da Bossa Nova. Mais que um ritual de calendário, uma efeméride, uma forma de rememoração dos grandes vultos de um passado recente e seus feitos, trata-se, antes de tudo, de um processo de sustentação de um ícone capaz de agregar valor simbólico ao que quer que seja. Criam-se acontecimentos na mídia que podem abarcar qualquer fenômeno e se estender a qualquer coisa. Assim, a data é pretexto não apenas para vendagem de discos (por exemplo, a Coletânea da Folha de S. Paulo), o *relançamento* artistas (João Donato, Johnny Alf), os diversos *tributos*. A Bossa Nova se alastra aos filmes (*Os desafinados,* Walter Lima Jr., 2008), peças de teatro (*Tom e Vinicius,* musical dirigido por Daniel Herz), exposições (Bossa Nova na OCA, São Paulo), livros, cursos e conferências; e, acima de tudo, os *shows* – aliás, muitos! E, dentre eles, os de João Gilberto e Roberto Carlos e Caetano Veloso interpretando Tom Jobim, em duetos, ambos no mês de agosto.

Na mídia impressa, esteve presente *ad nauseam*, em todas as seções: anúncios, crítica artística, cartas de protesto, réplicas, tréplicas coluna de fofocas, de leitores. Os assuntos em pauta, na maioria dos casos, vão se concentrar em referências extra-musicais: problemas na venda de ingressos, filas para comprá-los, quitutes degustados por João Gilberto, figurino das celebridades presentes, bajulações às celebridades etc. A título de esclarecimento, vale mencionar alguns títulos das matérias publicadas por um conhecido jornal paulistano, a Folha de S. Paulo[10]. Sobre o show de João Gilberto, foram manchetes:

[9] Caberia aqui, ainda, uma discussão sobre a passagem do repertório bossa-novista dos fonogramas analógicos para os digitais, onde o *som* passa por mudanças qualitativas consideráveis.

[10] Exemplos extraídos do jornal Folha de S. Paulo no início do segundo semestre de 2008. Relaciono, entre parênteses, a data e caderno correspondente.

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

-50 anos após o surgimento da bossa nova/ 5 anos depois do último show em SP/ 97 min de atraso. Enfim,
(15 de agosto, Ilustrada 2).
-Convite de João sela paz com Tito Madi
(24 de agosto, C11);
-João por Cláudia
(E2, coluna Mônica Bergamo, 24 de agosto),
-No Rio, João Gilberto aplaude e pede bis
(26 de agosto, E3);

Por essa mesma época, realizava-se o tão anunciado espetáculo com os veteranos Roberto Carlos e Caetano Veloso. Juntos, no palco, "cantariam Tom Jobim". Mais que um evento musical, reduto para desfile de celebridades e acontecimentos de natureza não-artística. Sobre o assunto, a mesma Folha de S. Paulo assim se manifestou:

-Dueto RC e Caetano terá "Chega de saudade"
(21 de agosto, E5)
-Homenagem a Tom tem até sambinha improvisado
(23 de agosto, C5)
-Tom leva Caetano e Roberto a limite da voz
(24 de agosto, C8)
-Eu to nervoso pra c...!, diz Roberto - E Caetano chora nos bastidores do show histórico em que os dois homenageiam Tom Jobim
(25 de agosto, E2 , Mônica Bergamo)
-Roberto e Caetano fazem show chato – primeiro espetáculo que reuniu os dois cantores em São Paulo foi modorrento e marcado pela turba de celebridades
(27 de agosto, E3)
-Vips de Rio usam tamancão; em SP, Daslu
(27 de agosto, E2, Mônica Bergamo)
-Caetano diz que crítica de show é provinciana
(29 de agosto, E 7)

Curioso é observar que, ao fim e ao cabo, pouco se fala de música, tampouco de sua receptividade, sua linguagem, sua história... O cinquentenário da Bossa Nova servirá então, como mais uma atitude em prol da rememoração, sim! – mas de algo que já não é mais como dantes. Desdenha-se a capacidade de análise do leitor, inserindo-o numa categoria de fruidor de banalidades, de *voyeur* de celebridades, ávido pelos mexericos.

O semioticista da cultura Norval Baitello ressalta, em artigo bastante conhecido, uma importante nota sobre a sociedade regida pela compulsão pelo universo da visibilidade:

> Vivemos hoje em um mundo não apenas de franco domínio da imagem, como de escalada aberta das imagens com uma visível perda progressiva da escrita

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

> em favor de ícones. (...) Comparada com a produção de imagens artísticas, a quantidade de imagens produzidas pelos media contemporâneos (cinema, jornais e revistas, televisão, acrescido de potentes novos meios de conservação e distribuição como vídeo, CD, DVD, Internet, www, youtube, blogs e fotoblogs) talvez somente possa ser designada como oceânica: não é possível nem ao menos quantificá-la, nem mesmo por estimativa. Nada mais evidente, portanto, que vivemos em um ambiente iconomaníaco. (...) A associação de imagem com permanência, registro fixo de algo que se transforma ou desaparece e possui, portanto, uma natureza paradoxal, pode fundamentar a função da imagem em seu valor de culto, em seu valor mágico e em seu valor de exposição (Baitello: 2007, pp. 11-12)

O mundo da visibilidade é compatível com o da volatilidade da cultura global. A cultura do ouvir se presta ao tempo expandido, das narrativas, do contato entre emissor e receptor na duração da transmissão da mensagem, em tempo real (ou, ainda, fonofixado). A cultura do imediatismo, inevitavelmente, colabora para um atrofiamento do campo do audível e, em conseqüência disso, do esfacelamento do teor informativo do que teria de passar pelos ouvidos. Ao invés de integrar as funções dos órgãos dos sentidos, acaba-se por exacerbar uma delas, o que terá, necessariamente, conseqüências drásticas na esfera dos juízos perceptivos. Em 1997, Baitello já anunciava, em uma conferência, o problema sobre a cultura do ouvir:

> (E) a visibilidade tem também o seu tempo que é um tempo naturalmente muito mais curto e muito mais veloz do que o tempo da audição, do fluxo do ouvir.
> Portanto, tudo que é visível, morre mais rápido.
> Por isso, vivemos também numa época da perecibilidade. A época do one-way, do descartável. A onipresença e a onipotência da imagem nos compelem a um universo descartável. (...)
> E como todos somos obrigados a ter imagens, imagens com alto grau de visibilidade, vivemos na era da saturação da visibilidade e da imagem (Baitello, 1997: p. 8)

Inútil paisagem

Tendo exposto isso, vale voltar ao repertório dos *remixes, remakes*, tomando como segmento o repertório da Bossa Nova. De imediato, há de se levar em consideração que o universo audível tende a não ser mais percebido apenas pelos ouvidos: a captação das informações acústicas é acompanhada das vibrações luminosas, cinéticas. Baitello avalia que estamos

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

> (...) nos tornando surdos nesta civilização da visualidade, se nós não estamos nos coagindo ou se estamos sendo coagidos a esquecer que ouvimos em função de que somos obrigados a ver, a enxergar o tempo todo. Civilização da visualidade não significa somente "ver imagens" opticamente, mas também ver imagens onde elas não estão, projetar imagens onde elas não estão visualmente presentes, atribuir valores imagéticos e sobretudo conferir ao imaginário o status de realidade primordial e preponderante. (...) Cuida-se da imagem sem cuidar-se da coisa em si. (Baitello: 1997, p.7).

Se estamos todos fadados a viver no mundo em que impera apenas o que os olhos podem perceber; a *performance* musical exigirá, cada vez mais, a presença física da fonte produtora do som[11]. Adestrados nessa habilidade, os ouvintes terão dificuldades para *escutar*, não ultrapassando o plano inicial do *ouvir*. Dessa maneira, os intérpretes (músicos, atores, cantores, regentes) terão de investir, maciçamente, na construção da sua aparência física, codificar a sua gestualidade, engendrar uma cenografia, para que sejam percebidos como figuras singulares, memoráveis[12]. Terão de imprimir uma marca própria, que é *visível*, no figurino, no penteado, nos movimentos espevitados... A exposição aos olhos do ouvinte torna-se imprescindível, para a comunicação da mensagem poético-musical. João Gilberto mantém-se no seu *banquinho e violão*, projeto de *performance* "*minimalista"* que o caracteriza. Mas esta marca vem dos tempos em que a imagem poderia ser mentalizada, com os olhos fechados; quando a *hi-fi* iniciava um novo modelo de escuta atenta: os sussurros pediam ser ouvidos com atenção... É de se conjeturar se João Gilberto seria possível hoje, tal como é, se não tivesse existido antes do domínio das mídias visuais, por excelência.... De todo modo, João Gilberto ou quem quer que seja será antes mais bem

[11] Não há como se negar que, desde o aparecimento do cinema, a demanda pelo reconhecimento do corpo que emana a voz, o instrumento, tem sido nutrida intensamente pelas mídias (da impressa à cinematográfica). A inclusão da música no cinema, através de seus intérpretes famosos tem sido crescente. O videoclipe apresentou uma outra variante. Hoje, o *youtube* proporciona de tudo, de todos os tempos....

[12] Interessante é a continuação das ilações de Baitello, que me permito citar: *"Critica-se muito a falta de visibilidade, como se fosse possível suprir a deficiência receptiva do nosso entorno com uma hipertrofia da nossa capacidade de nos tornarmos visíveis. Somos assim obrigados a nos tornar imagens antes mesmo de nos tornarmos pessoas. Somos obrigados a ser apenas visuais. Tudo o mais, todo o restante é dispensável. É acessório. Não importa se tem repercussão, se tem efeito de repercussão (no sentido de percussão que se repete) aquilo que fazemos. Importa se isto está visível"* (1997, p.7-8). Terá Baitello aproximado suas reflexões ao universo das estrelas da mídia, especialmente da música *pop* e similares?

issn 1679-9100

apreciado no *music hall* ou, pelo menos, no *home theatre* que através dos meros alto-falantes do conjunto *hi-fi!*

Até quem sabe...

Muito ainda se pode discorrer sobre a todas as gamas possíveis de *remixes, remakes* – as possibilidades paródicas, enfim. A tarefa, para este momento, constituiu em levantar algumas questões, através de exemplos, com o objetivo de problematizar as relações contrastantes que restabelecem entre um tipo de música composta *para* as mídias (e sua natural vocação para uma vida efêmera), face a uma persistência da memória, de longa duração, resistente à morte, mesmo na instantaneidade das linguagens midiáticas.

Mais que um gênero brasileiro *for export;* mais que uma variante do samba tradicional, a Bossa Nova constitui um *cartão postal sonoro* do país. Mas, no ambiente das músicas de vocação internacional, a Bossa Nova parece reunir traços particulares que propiciam uma acomodação de outros gêneros – tal como ocorre no jazz. Ouvir Rosa Passos a cantar *Que reste-t-il de nos amours*, em dueto com Henri Salvador é prova incontestável: o *fox-trot* de Charles Trenet permite essa versão nômade. E ao se nutrir a memória, permite a sobrevida da canção.

Ocorre que, aqui, em contraponto à versão original do *saltitante* Trenet, o tempo mais lento da versão bossanovista sugere dolência, relaxamento, contemplação. Neste ponto, vale indagar: não estaria aí uma das características (estereotipadas) da *brasilidade*? O *balanço*, propiciado pela síncopa, o tempo lento, combinado ao arranjo instrumental esmerado, somaria os elementos capazes de transportar os (alegres?!) *Trópicos* ao *Primeiro Mundo*... A Bossa Nova *eleva*, então, os gêneros populares a uma versão *culta*.

Num tempo em que as durações dos sons estão presas à efemeridade das imagens que se dispersam diante dos olhos, pareceria mesmo ingênuo presumir que a canção feita para as mídias escaparia ilesa ao processo. Ainda assim, ela não se furtará às estratégias de sobrevivência, a despeito de sua natureza destinada à vida breve. A esta altura, resta esperar que ouvidos pensantes detenham ainda o veio seletivo para perceber e refletir

CISC
Centro Interdisciplinar
de Semiótica da Cultura e da Mídia

Ghrebh-

Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia
issn 1679-9100

acerca do que terão ouvido repetidamente, em uma ou outra variação. A cada nova versão, a canção trapaceia a morte. *You must remember this!*

On that you can rely
No matter what the future brings
As time goes by.

Referências:

BAITELLO, Norval (1997): *A cultura do ouvir.* (texto posteriormente publicado em Rádio Nova. Constelações da Radiofonia Contemporânea 3). In:*:* Org. Lílian Zaremba, Ivana Bentes. Rio de Janeiro: UFRJ, ECO, Publique, 1999.
http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/ouvir.pdf
_____(2007): *Para que servem as imagens mediáticas? Os ambientes culturais da comunicação, as motivações da iconomania, a cultura da visualidade e suas funções.* In : www.cisc.org.br/
CHION, Michel (1994) : *Musiques, médias et technologies.* Paris : Flammarion.
DELALANDE, François (2007): *De uma tecnologia a outra. Cinco aspectos de uma mutação da música e suas conseqüências estéticas, sociais e pedagógicas.* In: *Música e mídia: novas abordagens sobre a canção.* São Paulo: Via Lettera/ Fapesp.
São Paulo: Cultrix.
MAC LUHAN, Marshall (1988): *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
VALENTE, Heloísa (2003): *As vozes da canção na mídia. São Paulo*: Via Lettera/ Fapesp.
_____ (2007). *Canção d'Além-mar: o fado e a cidade de Santos.* Santos: Realejo/ CNPq.

ZUMTHOR, Paul (1997): *Introdução à poesia oral*. São Paulo: Educ; Hucitec.

Texto recebido em 10 de fevereiro de 2011
Text received on February 10, 2011
Texto publicado em 31 de março de 2011
Text published on March 31, 2011