

**A representação da televisão na música brasileira:
uma proposta sinestésica de análise**

*La representación de la televisión en la música brasileña:
una propuesta sinestésica para el análisis*

Jhonatan MATA¹
Clara PORTELLA²
Melina SIMÃO³

Resumo

Quando Arlindo Machado (2000) aborda a sinestesia ou o papel jogado pelas imagens no discurso musical, seu olhar se projeta com maestria sobre o tabu que é retirar a música de um lugar auto suficiente e atribuir um papel de representação ao ser conjugada com as imagens do cinema e da TV. Analisamos que sentidos produzem as letras das canções-recorte, pautado na música brasileira, ao trazerem a televisão em suas produções. “A televisão”, canção do grupo Titãs “que me deixou burro demais” e “Deus, (apareça na televisão)”, do grupo Kid Abelha são marcas desta narrativa e delimitam o espaço controverso que a TV ocupa na vida cultural e política do país, num papel social que mescla alienação e legitimação de identidades. Com seleção de 110 canções e ancorados na análise de conteúdo, delimitamos, num viés multiplataformas, as diferentes concepções de televisão que são retratadas no cenário musical, pautados na lógica de organização dos elementos significantes atrelada às atitudes produtivas.

Palavras-chave: Televisão. Representação. Popular. Música brasileira.

Resumen

Cuando Arlindo Machado (2000) se acerca a la sinestesia o al papel que juegan las imágenes en el discurso musical, su mirada domina el tabú que consiste en eliminar la música de un lugar autosuficiente y asignar un papel de representación cuando se conjuga con imágenes de cine y televisión. Analizamos qué significados producen las letras de las canciones recortadas, basadas en la música brasileña, al incorporar la

¹ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro- Ecopós UFRJ. Coordenador do Projeto TPA “Música para olhos e ouvidos: a televisão revista pela música brasileira”.
E-mail: jhonatanmata@yahoo.com.br

² Graduanda do Curso Interdisciplinar de Artes e Design da UFJF, Integrante dos projetos de Treinamento Profissional “Observatório da Qualidade no Audiovisual (Facom-UFJF) e “Música para Olhos e Ouvidos: A Televisão Re-vista pela Música Brasileira” (UFJF). E-mail: claraufjf@outlook.com

³ Graduanda do Curso de Rádio, TV e Internet da UFJF. Integrante do projeto de Treinamento “Música para Olhos e Ouvidos: A Televisão Re-vista pela Música Brasileira” (UFJF).
E-mail: melinasimaopengo@hotmail.com

televisión a sus producciones. "A Television", una canción del grupo Titãs "que me hizo demasiado tonto" y "Deus (aparece en la televisión)" del grupo Kid Abelha son sellos distintivos de esta narrativa y delimitan el controvertido espacio que ocupa la televisión en la vida cultural y política del país, en un rol social que mezcla alienación y legitimación de identidades. Con una selección de 110 canciones y anclados en el análisis de contenido, delimitamos, en un sesgo multiplataforma, las diferentes concepciones de la televisión que se retratan en la escena musical, basadas en la lógica de la organización de elementos significativos vinculados a actitudes productivas.

Palabras clave: Televisión. Representación Popular. Música brasileña.

Introdução

A proposta de imersão deste trabalho que mescla- e por vezes funde- relações entre televisão e música atravessa períodos diversos. Da “chegada” dos aparelhos de TV no Brasil até à contemporaneidade. Do embrião musical germinado da confluência entre imigrantes, nativos e afro-brasileiros, passando pelo primeiro fonograma brasileiro, “Isso é bom” (Xisto Bahia – 1902), de Xisto Bahia, até os atuais versos do rapper-poeta Rincón Sapiência. Revelando as relações complexas entre a representação da TV na música, das quais trataremos em breve, num recorte diverso, uma passagem pontual se descortina como estandarte de nossa temática de estudo: a apresentação da banda Titãs no programa de TV “Cassino do Chacrinha”, no ano de 1985.

O programa de auditório, um dos mais populares da televisão brasileira, era apresentado por Abelardo Barbosa, apelidado de Chacrinha. A produção trazia atrações musicais e shows de calouros de 1982 a 1988, ano da morte de seu apresentador. Para além das muitas bandas e artistas “solo” que ficaram conhecidos por meio das aparições na atração- e que também figuram em nosso recorte- a apresentação específica da banda Titãs torna-se emblemática pra nossa análise a partir do momento em que o grupo paulista subia, no início da carreira, num dos programas mais populares da Rede Globo para, com letra e melodia, criticar acidamente a própria televisão. A letra, de “A televisão”, composta por Marcelo Frommer, Toni Belloto e Arnaldo Antunes deixava claro, em meio aos holofotes, jurados, abacaxis e chacetes que a “televisão me deixou burro, muito burro demais/E agora eu vivo dentro dessa jaula junto dos animais”.

Sem subterfúgios ou meias palavras, o fato é que, imersos na “jaula-TV” estavam a própria banda e Chacrinha, em um ritual de metalinguagem, num programa

popular que contribuiria significativamente para alçar esses artistas ao estrelato- hoje com mais de seis milhões de álbuns vendidos e um *Grammy* Latino. O episódio é sintomático da análise que trataremos adiante, onde a TV aparece retratada de maneiras múltiplas, mas nunca desimportante nesses mais de 60 anos de tele presença no país.

Ao tratar da “visualização da música”, em capítulo homônimo da obra “A televisão levada a sério”, Arlindo Machado (2000, p. 154) pontua que “nada pode ser mais insuportável aos ouvidos puristas da musicologia do que o fato da música ser consumida por uma larga parcela da audiência como uma espécie de trilha sonora de um filme imaginário”. A frase nos soa interessante por representar praticamente a antítese daquilo que norteia nossa proposta de trabalho. Isto porque buscamos compreender que sentidos as letras das canções de nosso recorte ofertam aos “filmes imaginários” sobre a TV que se projeta ao escutarmos esses produtos em nossos celulares, notebooks, televisores, dentre outros dispositivos. E mais: quando passamos para a questão dos videoclipes, a trama se adensa, tendo-se em vista que o filme deixa de ser imaginário e torna-se um produto “palpável”, à parte da música (mas em diálogo com a mesma já que surge dela). E, assim, cria outras múltiplas possibilidades de narrativas e representações, por meio de cenários, personagens, morais de histórias, etc.

Abandonando temporariamente o questionamento que pretendemos levar aos nossos entrevistados em momento futuro do projeto- se a ocorrência visual atrapalha, auxilia ou em nada afeta a percepção da música- encontramos nas reflexões de Machado a definição do “olhar” (ou qualquer outro sentido) que queríamos ofertar ao nosso recorte: aquele lançado a partir de uma possível semiótica das relações audiovisuais. Assumimos que há uma lógica de organização dos elementos significantes, ligado às atitudes produtivas. É este encadeamento que define a arte e não os sentidos aos quais ela se destina (ouvidos ou olhos, no caso de nosso objeto), meios físicos (som ou luz) ou instrumentos (câmera ou piano). Desse modo, mais que um repertório de estímulos, a televisão que pretendemos mapear nesta análise, construída a partir de áudio e vídeo nas/das canções é uma elaboração mental particular, criada a partir das informações que se combinam no cérebro para sintetizar uma unidade perceptiva verdadeiramente audiovisual.

Grosso modo, trabalhamos com a ideia- hipotética, distópica e intrigante em proporções equilibradas- de termos em nosso cancionário a única fonte de informação sobre o que significa esse aparelho, que mais do que uma mídia, representa uma

comunidade particular, com geografia própria⁴. Que recorte teríamos dessa TV que, para além de centenas de trabalhos acadêmicos publicados, debates nas redes sociais e fora destas, análises realizadas em outras mídias, a nós se oferece citada em mais de 110 canções da música produzida no Brasil e difundida pelo mundo? Para nos preparar para o momento da análise, é importante que, antes, compreendamos sobre a importância da TV e da música neste país- e suas possíveis relações.

Sobre televisão e música no Brasil: diálogos e monólogos no “universo popular”

A relevância dos estudos em televisão no Brasil está intrinsecamente relacionada a sua importância na vida política, cultural e mesmo afetiva dos brasileiros- o que muito dialoga com a importância da música produzida no país. De acordo com distintos campos de saberes, a TV recebe significações peculiares. Fisicamente, o televisor enfrentou logísticas sortidas, que muito refletem a própria história da TV enquanto ator social: foi da mobília de elite de poucas salas, nas quais reunia vizinhos, para a estante de diversas salas do Brasil, onde se transformou no centro das atenções do cômodo. O público lhe oferta uma espécie de altar, ao lado dos bibelôs e flores. Em nível mundial, o Papa Pio XII, no ano de 1958, lhe concede inclusive uma padroeira, Santa Clara de Assis⁵. Da sala, a televisão migrou para o *rack* dos quartos, refletindo não apenas uma ampliação na venda de aparelhos como a diversificação de programas, gêneros e públicos, separando sua programação- e a família- em nichos discursivos e cômodos específicos. Destes, passa, nos últimos anos deste século a ser visualizada também na tela do *smartphone*, fazendo com que a TV de massa, que aglutinava a família ao redor do aparelho seja substituída por um consumo mais individualizado. E, ao mesmo tempo, permitindo ao usuário a oportunidade de interagir com pessoas de todos os cantos do

⁴ Para Muniz Sodré, na obra “As estratégias sensíveis”, as identidades do sujeito passam a se ancorar mais no mercado global do que na ideia de um estado-nação e o relacionamento do homem contemporâneo com a realidade passa, inevitavelmente, pelas tecnologias da informação. A televisão, nesse cenário, emerge como prótese, na qual o espaço da emissão delimita uma nova região dotada de características sociais, geográficas e culturais próprias. Tem-se, assim, a “comunidade-tevé”, a “geografia-tevé” (SODRÉ, 2006, p. 98)

⁵ Nascida em Assis, em 1193, Santa Clara é considerada a padroeira da televisão e de todos os seus profissionais pela Igreja católica. O título se dá em função de suas visões. Impossibilitada de sair de casa por estar doente, Clara visualizou projetados na parede de casa (semelhante a uma tela) um presépio de Natal e “assistiu” ao Santo Ofício que se desenvolvia na Igreja de Santa Maria dos Anjos. Disponível em: <http://www.acidigital.com/noticias/igreja-celebra-santa-clara-de-assis-a-padroeira-da-televisao-66468/>

mundo, desde que tenham acesso à rede- o que se torna uma barreira que não ignoramos.

Torna-se difícil e ao mesmo tempo fascinante tentar prever que lugar (-es) ocupará a televisão e, por consequência, seu público na próxima década. Análises sobre as mediações da televisão na atualidade constituem-se como contribuições relevantes para compreensão da TV como fenômeno de cultura e prática social. Como este projeto, cujo principal objetivo é delimitar, num viés multiplataforma, as diferentes concepções de televisão retratadas nas músicas brasileiras. Com a realização de entrevistas e confecção produtos audiovisuais feitas em conjunto com alunos selecionados para o projeto. As atividades deste projeto terão, como suporte, contribuições do NJA, consolidado na Unidade em 2010⁶.

Com relação aos lugares simbólicos que ocupa, a televisão está longe de ser canonizada, seja pela audiência ou pela academia. E recebe tanto da reflexão crítica quanto da cultura e da música popular⁷ tratamentos diversos. Em alguns momentos, pode ser vislumbrada como a “Vaca profana” de Caetano Veloso (Caetano Veloso – 1986), que coloca seus cornos pra fora e acima da manada de outros meios, se recria, se diferencia e consegue manter seu espaço, mesmo que num ambiente líquido- que exige, portanto, “meios líquidos” que se possam misturar, realocar, deslocar, como visualizamos a relação contemporânea entre a televisão e a internet. Nesta relação, marcada pela convergência dos meios de comunicação (JENKINS, 2009 p.27) a TV tenta se adaptar a um ambiente em que o conteúdo ofertado precisa se expandir para diferentes dispositivos.

Noutras circunstâncias, temos a “TV Geni”, da canção de Chico Buarque (Chico Buarque, 1979), cujo corpo é dos errantes, da publicidade que reafirma seu poder econômico, dos grandes conglomerados de mídia que a controlam e monopolizam discursos e construções de sentido em tela. Porém, a mania de se “jogar pedra” na TV-

⁶ O Núcleo de Jornalismo e Audiovisual reúne professores, estudantes e pesquisadores da Comunicação e atua como um espaço de investigação, estudo, experimentação e análise de materiais audiovisuais e outras narrativas jornalísticas.

⁷ De acordo com resultados preliminares, a presença da televisão nas letras de canções da música brasileira tem seu auge nos anos 1980 com o chamado “*Brock-* o rock brasileiro nos anos 80”, a partir da definição de Arthur Dapieve em livro homônimo (Editora 34. São Paulo: 2015, 4ª Edição). “A televisão”, canção do grupo Titãs “que me deixou burro demais” e “Deus, (apareça na televisão)”, do grupo Kid Abelha são marcas desta época e delimitam o espaço controverso que a TV ocupava- e ainda ocupa- na vida cultural e política do país, num papel social que mescla alienação, espetacularização e legitimação de identidades.

Geni continua, quando hipodérmicos e frankfurtianos, que não se diferem na visão de Hohlfeld (2010, p.13) “a abominam e acusam de manipulação e alienação” ainda que seja uma das múltiplas possibilidades discursivas sobre o atual “estar no mundo” da TV e das pesquisas sobre este meio. Do ponto de vista da comunicação o espaço que a TV ocupava ontem não é tão diferente do que ocupa hoje, pelo menos em relação ao seu papel político, apesar do desenvolvimento e dos usos das tecnologias digitais. As atuais transformações da televisão ainda ocorrem sob forte influência de contextos nacionais e locais distintos, cujas características intervêm nas experiências estéticas e políticas dos programas veiculados disponibilizados agora em multiplataformas e acessados de diferentes maneiras (BECKER, 2015). Conforme ressalta França (2009, p.38), a TV continua a nos projetar para fora de casa, reduzir o estranhamento e organizar o diferente, “mas quando ela é recebida no âmbito doméstico, também compõe e estrutura o conhecido”. A mídia eletrônica ainda ocupa um lugar importante no imaginário social, incorporando em suas estratégias enunciativas as aspirações da população, celebrando suas sensibilidades e rejeitando a cultura elitista (BECKER, 2015).

De um lado temos, tanto na TV quanto fora dela, a nítida tensão entre sabedoria subalterna da população (e aqui incluímos a música brasileira) versus o monopólio oficial de ideias por parte das camadas dirigentes. Noutra esfera, percebe-se, cada vez com mais nitidez, contraste e brilho, a singularidade do comum- ou dos “comuns”- não apenas como manifestação da cultura popular enquanto festa profana diante do sagrado. Percebemos a assimilação ou mistura com a cultura massiva, sem intervalos compassados, territórios demarcados. Para Beatriz Becker, no curso Seminário Mídia e Jornalismo, realizado em setembro de 2014 e ministrado em parceria com o professor Mark Deuze, não se pode mais trabalhar com a separação entre a comunidade/ o universo popular e a mídia massiva: o que há são conveniências, formas emergentes de comunicação pública complementares e interdependentes.

Neste contexto, a designação popular torna-se pouco esclarecedora e passa a simbolizar formas variadas de apropriação do sensível, um dos motivos que nos levam a rejeitar o termo MPB quando abordamos neste projeto a música brasileira “não erudita”. Há, desse modo, uma diversidade que constitui nosso próprio recorte, a qual, numa menção antecipada, se dá a ver com diferentes tonalidades sobre o discurso do popular também na música brasileira. O que faz de Vinicius de Moraes um poeta e de Patativa do Assaré um poeta popular? Que diferenças estruturais classificariam ou excluiriam

canções como populares ou não, no repertório da Música Popular Brasileira (MPB)? O conceito de “popular”, caro a nosso trabalho, tanto em função da TV quanto da música, é analisado a partir de Thompson (2008, p.89), que o define como sendo um conjunto de complexas práticas. Quando menciona a “classe popular”, Thompson ressalta que não aborda aqui somente o local em que o sujeito ocupa nas relações de produção, mas o acesso que teve a determinados valores. Não há, assim, uma infraestrutura econômica determinando linearmente a cultura.

A experiência passa, portanto, a ser a categoria central. Thompson propõe estudar “os populares” não apenas nas relações econômicas, mas no que cantam, onde moram- e por que não dizer aqui- pelo que assistem, ouvem e (re) produzem quando assumem os pedágios da (re)circulação midiática e de suas “estratégias sensíveis”? Numa “era” em que a adesão da audiência à política- e aos políticos- é feita de maneira afetiva, onde o “estar na tevê” é sinônimo de existir, em que a vida é transformada em sensação e as emoções coletivas são esteticamente condensadas no bios midiático, sugerimos que as canções e os videoclipes, com suas letras e narrativas imagéticas, podem ser vistos como mais um componente deste bios midiático. Passam-se todos, produtores e consumidores de músicas, a serem afetados por volumes, cores, imagens e sons de narrativas que integram uma participação diferenciada do popular. Quando explica a noção de bios midiático, em entrevista concedida a Mariluce Moura para a Revista Pesquisa Fapesp em 2002 (p.89), Sodré pontua que

O espelho reflete e ao mesmo tempo encerra a imagem em sua superfície rasa. Não tem profundidade de vida, e esse estar encerrado numa superfície rasa é a condição do homem que vive no bios midiático. É como Alice no país dos espelhos. Ou seja, se eu estou no espelho e estou com uma iluminação azul, sou o cidadão azul do espelho. É esse azul, vermelho ou roxo que a mídia ilumina que é, propriamente, o bios midiático. O bios é uma qualificação, uma iluminação particular. Um lado de pura aparência que permite contágio e refração infinitos: uma imagem remete a outra, que remete a outra, infinitamente, e até eu recebê-las já estou tão acostumado a elas que eu próprio já sou imagem (SODRÉ *apud* MOURA, 2002, p.89).

Uma vez imersos no bios midiático, o sensível passa a nos compelir a algo que está entre o real e o imaginário, sem que possamos recorrer a estruturas e leis para definir sua unidade. E se ancora, segundo Sodré (2006, p.211) primordialmente na cultura dita “popular”, onde há exaltação dos sentidos e não de suspiros metafísicos.

Entende-se aqui a cultura popular como entidade de existência nevrálgica, tributária do século XVIII, num movimento de “romantização do povo”. Mas na obra de Bakhtin, que tem como recorte histórico a Idade Média e o Renascimento, compreendemos também que o popular transgride as normas e complexifica a cultura popular e sua intervenção na vida social. Quando aborda a cultura popular como “outra cultura”, não oficial e inseparável da cultura cômica popular e medieval de Rasbelais, Bakhtin (1987, p.5) a toma como um segundo mundo, uma descontinuidade dentro de um tempo histórico. Porém, ao negar a hierarquia e a religiosidade feudais e destituir verdades e certezas da esfera oficial da sociedade, a cultura popular não estaria, neste contexto, se tornando um universo à parte.

Pelo contrário, este segundo mundo do popular só tem sentido a partir de sua relação de complementariedade com o mundo gótico medieval. Para Maria Laura Cavalcanti (2010, p.8), “não é sempre que acrescentamos à cultura o adjetivo popular” e essa caracterização demanda uma percepção da heterogeneidade cultural inerente à constituição dos grupos humanos. Atualmente, tomamos como popular um conjunto de estilos de vida, costumes, festas, artesanatos produzidos e circulantes no espaço das classes economicamente subalternas ou nas regiões culturalmente periféricas.

Ao analisarem as tensões entre música e territorialidade na atualidade, os organizadores da obra “Cidades Musicais” Cíntia Sanmartin Fernandes e Micael Herschmann ressaltam o papel político da música, originando aquilo que denominam de “ativismo musical” (2018, p.7). Os autores utilizam como exemplo a repercussão positiva trazida pela notícia, em 2016, de que Salvador fora a primeira cidade lusófona agraciada pela Unesco com o título de “Cidade da Música”. Figurando a partir de então ao lado de metrópoles como Bolonha, Glasgow e Sevilha, a cidade baiana, para além dos reforços nas estratégias de marketing territorial e possível potencialização da vocação turística que o selo da Unesco possa representar, reafirma a importância da música brasileira na construção de imaginários relevantes nas e das cidades. O que fortifica a pertinência de nossa proposta, tendo-se em vista o potencial da TV e da música de retratar “cotidianos” brasileiros, em suas glórias e mazelas. Numa experiência “telemusical sinestésica” com vetor político significativo, conforme observaremos na análise desses produtos, a seguir.

Uma análise das narrativas sobre a televisão pela música brasileira: metodologia, recorte e representações possíveis

A análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011) será utilizada a fim de perceber a aparição de certos aspectos reiterados nas mensagens das canções. Em suas classificações, a autora coloca em relevo determinados elementos - palavras, conceitos, símbolos-chave do texto, para aferir sua frequência e sua significação. Nesse sentido precisaremos, conforme Bardin (2011), realizar o processo de categorização. Bardin (2011) define sua descrição analítica ofertando aplicações da análise de conteúdo como um método de categorias que permite a classificação dos componentes do significado da mensagem em espécie de gavetas. Segundo a autora, uma análise de conteúdo não deixa de ser uma análise de significados, ao contrário, ocupa-se de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo extraído das comunicações e sua respectiva interpretação. Seguindo os passos propostos pela pesquisadora, os critérios de organização de nossa análise seguiram as seguintes etapas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados. Num momento inicial de pré-análise, buscamos em pesquisa pelos termos “TV”, “televisão” e “tevé” na web, sobretudo nos portais dedicados à publicação de letras de canções, como <https://www.letras.mus.br/> , <https://www.vagalume.com.br/> . Dessa forma, ao invés de demarcar um recorte temporal, nossas escolhas acabaram por permitir mapear, de modo mais fluído e completo, músicas cujas datas de criação vão desde os anos 1960, em que a TV “chegava” ao Brasil até à contemporaneidade, em que as múltiplas telas reviram o próprio conceito de “televisão”. O objetivo aqui foi incluir toda e qualquer menção aos termos de interesse em nosso cancionário, incluindo todos os gêneros que o fizessem, como o pop, o sertanejo, o pagode, o rap, o funk, o rock, o samba e o gospel.

Desse modo, seguimos regras fundamentais da análise de conteúdo, como a exaustividade, que sugere esgotar todo o assunto sem omissão de nenhuma parte; a representatividade, onde nos preocupamos com amostras que representem o universo; homogeneidade, que trata de dados que remetem ao mesmo tema (TV), coletados por meio de técnicas iguais e exclusividade, onde se postula que um elemento não deve ser classificado em mais de uma categoria. Uma varredura em todas as letras de nossas canções-recorte permitiu elencá-las em subgrupos a partir das projeções de televisão

que foram se clarificando, dando origem a seis blocos, definidos por suas vertentes discursivas, a saber:

- 1- A TV que emburrece;/
- 2- A TV solidão;
- 3- A TV onírica;
- 4- A TV pedagógica;
- 5- A TV aparelho;
- 6- A TV que mostra o mundo.

A primeira categoria, “A TV que emburrece” traz a ideia de uma mídia manipuladora que aliena seu público, e, por vezes, provoca um desapontamento. A já citada canção “a Televisão”, do grupo Titãs está incluída nesse grupo, que contou com 35 das 110 menções apuradas. O samba “Zé do Carço”, de Leci Brandão (1978) integra essa categoria. O personagem-título, representando “uma favela inteira” põe a boca no mundo e faz um discurso profundo “na hora que a televisão brasileira distrai toda gente com a sua novela”. “Perfeição”, da banda Legião Urbana segue a mesma tendência. A faixa (Dado Villa-Lobos, Marcelo Augusto Honda e Renato Russo – 1993), que traz o vocalista Renato Russo “celebrando a estupidez humana, do povo, nossa polícia e televisão”. “Alagados” (Felipe de Nóbrega B. Ribeiro, João Alberto Barone Silva, Herbert Vianna – 1986), da banda Paralamas do Sucesso, faz menção às moradias populares brasileiras, como palafitas e favelas, nas quais vive um povo cuja arte é viver da fé, embora não saiba no que crer, já que “a esperança não vem do mar nem das antenas de TV”.

Cumpramos ressaltar aqui o espaço do rap contemporâneo brasileiro nesta primeira categoria. Caracterizado como uma composição de contestação - especialmente em relação às desigualdades socioeconômicas, o gênero apresenta 7 canções que foram classificadas na categoria 1. Os representantes maiores nesse recorte/gênero foram Criolo, Emicida e Rincón Sapiência. Em “Crisântemo” (Felipe Vassao, Jacira Roque de Oliveira, Leandro Roque de Oliveira – 2013), Emicida canta e interpela seu público: “Qual a sua droga? TV? Erva? Solidão? Cerva? Na produção “Febre da mudança”, o rapper pontua que “Deus é uma TV de plasma”, num “planeta purgatório”.

A TV como sinônimo de solidão, aparelho ou meio ao qual recorreremos para fugir de uma espécie de vazio existencial é retratada na categoria 2, “TV solidão”. Essa

representação se faz presente em 25 canções do corpus de análise. Estão incluídas nesse grupo produções como “Já sei namorar” (Tribalistas- Marisa Monte, Arnaldo Antunes e Carlinhos Brown – 2002), em letra que rejeita assistir TV já que o “eu lírico” diz que “não tenho paciência pra televisão/eu não sou audiência para a solidão”. “Meu vício agora” (Paula Toller, George Israel – 2002), da banda Kid Abelha segue valoração semelhante. Na letra, um personagem desiludido, que não quer mais “falar de amor, de dor, de coração ou de ilusão” nutre como vício atual e “desedificante” ficar acordada contra o fundo azul da televisão. Em “Leve desespero” (Antônio Felipe Vilar Lemos, Antônio Marcos Lopes Souza, Dinho Ouro Preto, Flávio Miguel Vilar Lemos – 1986), do grupo Capital Inicial, o personagem declara que chegou a um nível alto de solidão, ao cantar “já estou vendo TV como companhia”. Lulu Santos cristaliza o papel da TV em momentos solitários do cotidiano ao cantar, em “Satisfação” (Lulu Santos – 1983), que ele pega o telefone, liga a televisão, abre a geladeira mas não tem satisfação. Em “A noite” (Giuseppe Anastasi, Tiê, André Whoong, Rita Wainer de Oliveira, Adriano Ferreira Cintra – 2014), a cantora Tiê apresenta uma personagem angustiada, que não dorme quando chega a noite, com o coração acelerado, que liga a TV em busca de algum alento.

Ao agruparmos os tipos de representação da TV nas canções levamos em conta fatores que aproximavam as mesmas por características cujos títulos soam como autoexplicativos para cada categoria. Entretanto, foi interessante perceber, no grupo 2 em especial, como os personagens solitários e suas buscas de algum tipo de conforto diante da televisão parecem idênticos. Grosso modo, é como se pudéssemos elaborar um grande videoclipe em que o mesmo personagem solitário e angustiado transitasse por todos os produtos e gêneros desta categoria sem que isso implicasse em alterações bruscas em seu modo de encarar a TV ou na moral da história contada/cantada. A categoria também conta com canções em que a solidão é, na verdade, compartilhada com alguém, como em músicas românticas em que a personagem não se encontra triste por estar sozinha assistindo à televisão, mas a usa como forma de passar tempo ao lado de quem gosta. Como por exemplo, o verso de Raul Seixas, em “Tu és o mdc da minha vida”, no qual o eu-lírico afirma sentir falta de uma época em que curtia a TV com a pessoa amada.

Um contraponto às duas categorias anteriores, a categoria 3- “TV onírica” apresenta, mais que um aparelho, um mundo de sonhos a parte, onde tudo é melhor e

mais perfeito que na vida real. “Meus amores da televisão” (Roberto Carlos, Erasmo Carlos – 1982), de Roberto Carlos, sugere uma fuga da realidade e a possibilidade de o personagem retratado se tornar um galã, que conquista as mocinhas. “Uma delas diz: te quero sim/ É na TV e eu penso que é pra mim”. “Eu quero ver televisão” (Ivan Reis, Nenéo – 1990), do grupo infantil Trem da Alegria segue a mesma linha de idealização, aclimatada ao ambiente infantil: “Mamãe deixa eu sonhar/Ligar televisão com meu herói quero voar”. Em “Alegria/Alegria”, de Caetano Veloso (1967), o eu-lírico declara ter pensado em “cantar na televisão”. A canção, que foi um marco no movimento tropicalista e cuja apresentação mais emblemática data de 1967, no Festival da TV Record, sugere liberdade, em oposição ao momento de ditadura que o país vivia no período. Caetano aqui sublinha a presença dos meios de comunicação de massa neste contexto. A letra ilustra justamente o que o cantor faz com a música: canta-a na televisão. A faixa “Deus (apareça na televisão)” do grupo Kid Abelha é autoexplicativa, indicando o lugar sacralizado daquele que “aparece na TV” e a postura contemplativa de quem o observa pelo aparelho. “Faroeste Caboclo” (Renato Russo – 1987), do grupo Legião Urbana, cuja letra de Renato Russo, repercutida por seu grande tamanho ganhou as telas do cinema em 2013, dirigido por Renê Sampaio traz a TV como máquina produtora de sonhos. Que faz com que João de Santo Cristo, personagem principal da trama cantada, recorra ao universo onírico e idealizado da tela para escapar da dureza de uma vida, já que “queria sair para ver o mar e as coisas que ele via na televisão”.

A “TV pedagógica”, que “ensina” um novo modo de se portar ou uma dramaturgia⁸ da TV integra a categoria 4, com 4% de nosso recorte. Desse modo, o público, mais do que assistir televisão, “aprende” com ela uma nova forma de se colocar em cena na vida fora dela. Maneiras de olhar para a câmera, de interpelar o telespectador, de conquistar a audiência são repassados nas canções como uma espécie de manual de posturas assertivas para a vida, sobretudo no âmbito dos relacionamentos. Neste grupo estão músicas como “Cinema mudo” (Herbert Vianna – 1983), dos Paralamas do Sucesso, onde o eu lírico precisa aprender a dizer o que sente pela amada. E as séries de TV podem auxiliar nessa empreitada. “A fórmula do amor”, do Kid Abelha (Paula Toller, Leoni, Léo Jaime – 1985) é definida como um conjunto de gestos,

⁸ Ao analisar as estratégias narrativas adotadas pelos noticiários de TV, a pesquisadora Iluska Coutinho (2003) mapeia aquilo que considera ser a dramaturgia do telejornalismo brasileiro. Em sua investigação, a autora evidencia cenários, enredos, conflitos narrativos como forma preferencial de representação da realidade nos telejornais, baseado no conceito aristotélico de drama.

iluminação, colocações em cena - derivados da TV - que podem levar o eu-lírico a conquistar o/a pretendente. Diante das dificuldades dessa colocação em cena, a letra termina sugerindo que “as coisas são mais fáceis na televisão”.

Na categoria 5, “TV aparelho”, optamos por elencar todas as produções em que, a despeito de qualquer outro discurso ou representação, as características da TV enquanto dispositivo ou meio foram destacadas, com 14% de aparições em nosso recorte. Essa representação surge atrelada às classes com menor poder aquisitivo no Brasil, apresentando um aparelho que serve como moeda para quitação de dívidas, razão de um endividamento em função de sua aquisição ou presença destacada no lar. São exemplos as canções “Quem usa antena é televisão”, de Bezerra da Silva (Pinga, Celsinho Barra Funda), de Bezerra da Silva, Luz dos Olhos (Nando Reis – 2003), e “Tô devendo” (José Carlos de Souza, Clemar Pereira, Almir Rodrigues Filho – 2002), de Zeca Pagodinho, onde o personagem da canção está “devendo Dona Maria da quitanda (...) Seu Manel do Botequim (...) o aluguel do português, o homem do gás, a Light (companhia carioca de abastecimento de energia elétrica) e o carnê da TV que pifou na garantia”. Em “Coração Brasileiro” (Arlindo Cruz, José Franco Lattari, Alcyr Marques da Cruz – 1992), a cantora Alcione canta um brasileiro que já pertenceu à classe média e hoje, descapitalizado, vende, dentre outros itens, a TV e o apê na tentativa de quitar os impostos devidos ao Estado.

A última categoria, “A TV que mostra o mundo” traz a ideia de confirmação de fatos em função de terem “passado na TV”. De certa forma, é como se a televisão atuasse aqui como meio que auxilia a organizar e tornar público aquilo que seria “importante”, relevante, destacado de uma situação comum do cotidiano brasileiro. “Santa Chuva”, “(Marcelo Camelo – 2008), da Banda Los Hermanos serve de exemplo, já que a notícia de que “vai chover de novo deu na TV”.

Além de informações comuns citadas, essa categoria, assim como a primeira, é formada principalmente por letras que contém algum tipo de crítica social. Essas músicas muitas vezes citam preconceito com minorias, violência, abuso de autoridade e a condição de vida em favelas. O grupo de reggae Ponto de Equilíbrio canta “Eu vejo na televisão/A tropa invadindo o complexo do alemão/eu leio nos jornais, novas notícias de guerras mortais/Eu vejo muita corrupção”, expondo que a TV também pode ser um meio de normalizar agressões e “notícias trágicas”. Outra característica dessa categoria é o oposto de “mostrar o mundo”, que, apesar de soar confuso, demonstra uma forma da

TV omitir certas situações enquanto retrata somente a realidade de pessoas privilegiadas. Esse exemplo pode ser encontrado na música “Indiferença” (Lolly Amancio / Wallace Cruz, 2017) da Banda Gente, que diz que ao mesmo tempo que a TV mostra uma cidade linda, com um cristo de braços abertos - referindo-se ao Rio de Janeiro - o eu-lírico desce a favela e se depara com “os caras” (a PM) “vindo pra cima”, e se questiona se sairá dali com vida. Apesar de assemelhar-se com a “TV Onírica”, resolvemos categorizar o trecho citado na sexta categoria pelo fato de estar assumindo as falhas da televisão, acusando uma contradição entre o que é passado e o que acontece no outro lado da cidade em questão.

Considerações finais

Nossa incursão pelas letras das canções elencadas nos permitiu definir com nitidez a representação da televisão brasileira nestes espaços, bem como projetar possíveis desdobramentos para a análise que teve neste trabalho seu “trajeto piloto”. Cumpre, de imediato, ressaltar que as seis categorias apresentadas embora remetam a um “bios midiático” comum, a uma “geografia-TV” semelhante, apresentam canções com sub-representações diversas. Como na “geografia clássica”, acreditamos que a “geografia TV” sugerida por Sodré pode comportar um “bioma imagético” diverso. Sentidos que, de acordo com nossa hipótese, podem uni-las ou segregá-las em momentos posteriores, quando analisaremos suas projeções nos videocliques, nas entrevistas com seus idealizadores ou numa análise voltada especificamente para a questão dos gêneros musicais, dando origem a subcategorias.

Quando nos dispusemos a falar sobre música e TV, consideramos também todo o complexo emaranhado- político, social, econômico e afetivo- que envolve nosso recorte, que engloba canções escritas desde a década de 60 até os dias atuais, além de representar produtos criados por e pensado para diferentes etnias, regiões, religiões classes sociais e faixas etárias.

Entretanto, a visualização da música - e, conseqüentemente da TV nela - nesse recorte nos permite pontuar um dos achados mais importantes dessa proposta: o vigor do papel político da televisão desde as primeiras emissões até os dias atuais. Tal qual o próprio meio televisivo, a “música sobre televisão” se reinventa. Transitando entre a “TV Geni”, criticada e apontada como pivô de problemas que são na verdade

macroestruturais e a “TV Vaca Profana”, que salva seu povo do tédio, da solidão e permitindo ao brasileiro sonhar. Assim, podemos ressaltar que, enquanto as letras mais antigas - de quando a televisão ainda procurava seu lugar como objeto essencial nas casas brasileiras - mostram uma TV mais otimista, onde tudo é bonito e revolucionário, temos o contraponto das músicas atuais, principalmente no rock e no rap, em que são feitas inúmeras críticas sociais à alienação e omissão da TV como potência midiática nacional. Além da discrepância em tempo, também existe uma ponte entre os modos de vida retratados em cada gênero: a “MPB” e o samba, na maioria das vezes, mostram uma TV acessível, onde constantemente o eu lírico pode usar como forma de escape e lazer. As bandas alternativas criticam o sistema midiático e a forma como o conteúdo é ofertado ou negociado com a audiência; e o rap menciona pessoas injustiçadas pelo sistema socioeconômico e suas relações com a televisão enquanto aparelho.

O polissêmico universo popular também merece destaque em nossos achados, por sua onipresença no recorte. Explícito na categoria mais expressiva de nosso recorte, mas não menos presente nas aparições discretas de outras categorias, o “popular” nas músicas analisadas acaba por dialogar com as projeções que são feitas em relação à própria televisão e suas narrativas do/com o povo, como seu poder de “incorporar as aspirações da população” (BECKER, 2015) e “estruturar o conhecido e organizar o diferente” (FRANÇA, 2009). É interessante, ainda, pontuar que esse universo popular se pauta geralmente em uma ideia de periferia, seja esta discursiva ou mesmo geográfica, contribuindo (ou ao menos tentando colaborar) para o ativismo musical anunciado por SanMartin e Herschmann (2018).

E como nos propusemos a uma análise sinestésica das relações tecidas entre TV e música, consideramos válido destacar que o cruzamento de sensações extrapola as projeções visuais de televisão possibilitadas pelos 110 áudios estudados. É inegável o “grito” - acústico ou elétrico- que as canções trazem, anunciando e denunciando as “janelas para o mundo” que a TV abre ou as “cortinas narrativas” que silenciam discursos nas telas. Mas a televisão que a música projeta em suas narrativas e na lógica de seus elementos significantes, mais do que “filmes imaginários” acaba por evocar outras sensações: é a mão que afaga o cidadão solitário, livro que ensina, com sua “dramaturgia” (COUTINHO, 2013) a como se portar, sobretudo nos relacionamentos. A TV se materializa como moeda de troca nos casos de endividamento financeiro. E tem a

audácia de teletransportar o brasileiro para ambientes oníricos, onde crises existenciais e as mazelas urbanas não alcançam.

Referências

- BAKHTIN, M. M. **A cultura popular na idade média e no renascimento**. São Paulo/Brasília: Ed. Hucitec/Ed. Universidade de Brasília, 1987.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011
- BECKER, B.; MATEUS, L.; PRADO, J. L. A.; MACHADO, M. Mapeamento das pesquisas em telejornalismo no Brasil: um estudo da produção acadêmico-científica de 2010 a 2014. In: **Revista Famecos**, Rio Grande do Sul, v. 22, n. 4. 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20534>>. Acesso em: 4.set 2019.
- CAVALCANTI, M. L. V. de C. Em torno do carnaval e da cultura popular. **Textos Escolhidos de Cultura e Arte Populares**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 7-25, nov. 2010.
- COUTINHO, I. (Org.). **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em tevê**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2003.
- DAPIEVE, Arthur. **Brock: o rock brasileiro nos anos 80**. São Paulo: Editora 34, 2015.
- FRANÇA, V. V. A televisão porosa: traços e tendências. In: FILHO, J. F. **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52.
- HOHLFELDT, A. Revisão oportuna. In: In: VIZEU, A.; PORCELLO, F.; COUTINHO, I. (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 13-16.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac, 2010
- SANMARTIN FERNANDES, Cíntia e HERSCHMANN, Micael. (Orgs). **Cidades musicais: comunicação, territorialidade e política**. Porto Alegre: Sulina, 2018.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- SODRÉ, Muniz. **A forma de vida da mídia**. Entrevista com Mariluce Moura para a Revista Pesquisa Fapesp (edição 78, 2002, p. 86). Disponível em http://revistapesquisa.fapesp.br/wpcontent/uploads/2002/08/86_entrevista.pdf?297482
- THOMPSON, E. P. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. Tradução Rosaura Eicheberg. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.