

A CENTRALIDADE DOS GÊNEROS MUSICAIS NOS ESTUDOS SOBRE CONSUMO DE MÚSICA

The centrality of musical genres in music consumption studies

Márcio Leonardo Monteiro Costa*

Resumo: Este artigo propõe uma reflexão sobre como a classificação por gêneros pode constituir uma chave metodológica para a compreensão do consumo musical. Com esse intuito, torna-se fundamental que a categorização não leve em conta apenas elementos internos, relacionados à sonoridade, mas que observe, *necessariamente*, uma dimensão externa, da *performance*. Argumenta-se – com base na compreensão de que o gênero estabelece uma estratégia de interação entre a instância da produção e os consumidores – que a articulação entre essas duas dimensões é central para o estudo da cadeia produtiva da música a partir de um viés comunicativo. A parte final do trabalho apresenta um caso concreto de pesquisa, com destaque às ferramentas de coleta de dados utilizadas.

Palavras-chave: Consumo. Gêneros musicais. Sonoridade. *Performance*.

Abstract: This article proposes a reflection on the way how the classification by genres can constitute an methodological key for the understanding of the musical consumption. With this intention, it is fundamental that the categorization does not consider only internal elements, related to the sonority, but *necessarily* observe an external dimension, of the performance. It is argued - based on the understanding that gender establishes a strategy of interaction between the instance of production and consumers - that the articulation between these two dimensions is central to the study of the productive chain of music from a communicative bias. The final part of the paper presents a concrete case study, highlighting the data collection tools used.

Keywords: Consumption. Musical genres. Sonority. *Performance*.

* Professor no Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Pós-Doutorando em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Revisor de texto e técnico: Letícia Conceição Martins Cardoso

Data de submissão: 30.8.2018

Data de aceite: 20.11.2018

Data do aceite: 20.11.2018

1 Introdução

N o tempo em que lojas físicas de discos eram mais comuns, a maior parte dos produtos era, grosso modo, disposta nas prateleiras com base em uma noção mais ou menos consolidada a respeito dos limites entre os gêneros musicais. Essa organização orientava o consumo, funcionando como um elo entre o que estava disponível para venda e as necessidades e expectativas dos consumidores de música, fossem eles compradores regulares, fossem ocasionais. O mesmo pode ser dito, de certo modo, dos serviços de *streaming*, uma espécie de versão pós-moderna das lojas de discos.¹ De modo mais amplo, essas rotulações levam em conta, como este artigo pretende demonstrar, as duas principais dimensões constitutivas dos gêneros musicais: a primeira (interna) corresponde aos aspectos formais da música e será abordada como a dimensão da sonoridade; a segunda (externa), a ser referida como a dimensão da *performance*, corresponde aos aspectos não formais. Ambas estão sujeitas às convenções fabricadas no âmbito do próprio mercado, protagonizado pelas gravadoras e pela mídia, mas são fundamentais para a compreensão do vínculo estabelecido entre os artistas e os consumidores. Dessa forma, compreende-se que o estudo da cadeia produtiva da música, a partir de um viés comunicativo, vai demandar uma atenção primordial à questão dos gêneros musicais.

Sonoridade e *performance*, neste artigo, são noções mais inclusivas às quais se recorre para abarcar os vários elementos que constituem o gênero musical. O objetivo é apresentar uma revisão teórica acerca do enfoque relacional da classificação, ancorada numa discussão anterior a respeito do gênero como estratégia de comunicabilidade. Segue-se principalmente o que propõem Martín-Barbero. (1995, 2004, 2009); Gomes (200, 2006, 2011); Fabbri (1982); Trotta (2008, 2011); e Janotti Junior (2006, 2008).

Tal revisão teórica se faz necessária pelo interesse em abordar a música como um processo comunicativo, o que implica pensá-la como resultado de uma troca, um produto cujo sentido não é jamais transmitido fechado, do emissor em direção ao receptor. Trata-se, dessa maneira, de um sentido compartilhado entre os artistas e aqueles que se interessam pela sua música e dela se apropriam.

Após a discussão teórica inicial, apresenta-se um caso concreto de pesquisa em que o consumo regular de música sertaneja deu origem a um cenário geograficamente localizado, onde cantores e duplas têm parte de sua identidade artística fabricada pela mídia. O caso em questão demonstra

¹ O debate sobre a noção de gênero musical, com ênfase no contexto da cultura da música digital, ganhou a recente contribuição de Janotti Junior e Sá (2018).

que o vínculo a determinado gênero musical não pode levar em conta apenas a escolha do repertório e, conseqüentemente, uma sonoridade específica, mas a adoção de um estilo de vida, no sentido que Giddens (2002) dá ao termo, que performatize e, dessa forma, evidencie o pertencimento.

2 Gêneros como estratégia

Em *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Martín-Barbero (2009) chama a atenção para o fato de que um gênero é uma estratégia de comunicabilidade. O gênero, no ponto de vista do autor, é a chave para a análise de textos massivos. Para tanto, é necessário que não seja reduzido a uma receita de fabricação ou etiqueta de classificação. Os gêneros não poderiam ser estudados, nesse sentido, sem que se levasse em conta a redefinição da própria concepção de comunicação. O autor faz referência a uma mudança de perspectiva em estudos da área no sentido de abandonar uma visão mecânica, transmissiva, para um modo de compreensão da comunicação como um processo em que tanto a produção quanto a recepção envolvem produção de sentido.

Em outra oportunidade, Martín-Barbero (1995) já havia observado que o gênero não é somente uma estratégia de produção. É tanto, ou mais, diz ele, “uma estratégia de leitura”. A compreensão, nesse sentido, estaria condicionada à identificação do gênero ao qual o produto está relacionado. Os gêneros não são apenas narrativas, mas são, também, lugar de cruzamento de transformações culturais com movimentos sociais e políticos. “O gênero é um estratagema de comunicação, completamente enraizado nas diferentes culturas, por isso, geralmente, não podemos entender o sentido dos gêneros senão em termos de sua relação com as transformações culturais na história e com os movimentos sociais.” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 65).

Os estudos sobre a história social e cultural dos gêneros são, de acordo com Martín-Barbero (1995), uma das quatro chaves do que chama de “trama conceitual da investigação da recepção na América Latina”.² O autor acompanha a proposição de que o gênero é uma unidade de análise própria da cultura de massa. No mapa das mediações, o gênero seria, então, central para a compreensão de como as matrizes culturais estão articuladas com os formatos industriais.

² Segundo Martín-Barbero (1995), as outras três chaves conceituais são: os estudos da vida cotidiana; os estudos sobre o consumo; e os estudos sobre estética e semiótica da leitura.

Não é fato desconhecido que tal proposta analítica quase sempre aparece, nos estudos da área, relacionada à televisão. As considerações feitas a esse respeito, entretanto, podem ser estendidas a outros tipos de gênero, como é o caso do musical. Se é verdade que a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros, infere-se que o mesmo pode ser dito a respeito da música.

A definição do gênero não se dá, apenas, a partir de suas características formais e internas, mas precisa levar em conta aspectos externos que têm envolvimento com o texto. Discutindo as questões propostas, entretanto, Gomes (2011) observa que parece haver, em Martín-Barbero, uma hesitação entre tratar o gênero como uma categoria textual ou como uma categoria cultural. Ela afirma que o autor acaba por consolidar o gênero como categoria cultural, considerando que atravessa tanto as condições de produção quanto as condições de consumo. (MARTÍN-BARBERO, 2004). Com essa argumentação, articulam-se os quatro âmbitos que constituem a proposta de análise das relações entre comunicação, cultura e política. Na leitura que Gomes (2011) faz da perspectiva de Martín-Barbero, o gênero ocupa um lugar central no mapa das mediações, uma vez que é uma estratégia que articula tanto as lógicas de produção com as competências de consumo quanto as matrizes culturais e os formatos industriais. As consequências dessa centralidade são tanto teóricas quanto metodológicas:

Compreender o gênero como uma categoria cultural e colocá-lo no centro do mapa das mediações tem a vantagem de permitir compreender os gêneros em sua relação com as transformações culturais, numa perspectiva histórica, e a enfrentar o desafio metodológico implicado na ambição de adotar uma visão global e complexa do processo comunicativo. (GOMES, 2011, p. 127).

Está claro que Gomes (2002, p. 167)), da mesma forma, está mais preocupada em estabelecer uma relação entre a discussão sobre gênero com a especificidade dos gêneros televisivos. Por isso, ela observa que “um gênero é um modo de situar a audiência televisiva (ou os leitores), em relação a um programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público”. No que diz respeito à música, a classificação em gêneros desempenha papel equivalente: situa fãs e não fãs em relação a uma música ou a um disco, a um grupo de artistas, às temáticas abordadas nas letras, a uma sonoridade específica e a certos tipos de comportamento.

Gomes (2002) lembra que os estudos culturais surgiram como parte de uma iniciativa de recusa de uma concepção da audiência como passiva e indiferenciada e de uma noção de que os textos midiáticos são portadores

de um sentido transparente. Os gêneros permitiriam, então, que o processo comunicativo fosse entendido não a partir das mensagens, mas da interação. Tal perspectiva ajuda, por equivalência, a sustentar a argumentação de que a música pode ser assim compreendida, uma vez que, mais do que carregar determinada mensagem que segue num fluxo que vai do artista até seu público, é um processo de interação e partilha entre a instância que produz a música (não se trata de uma única pessoa) e os consumidores, que dela se apropriam.

As marcas de gênero fundamentais, afirma Gomes (2006), são aquelas que se articulam ao modo de endereçamento. Na perspectiva da autora, o modo de endereçamento é o modo como determinado programa televisivo se relaciona com sua audiência. Esse relacionamento se dá, ela propõe, a partir da construção de um estilo que o identifica e o diferencia dos demais. Está incluída nessa concepção uma preocupação com as condições de produção, com as condições de leitura e com o texto. “O modo de endereçamento é um conceito que se refere a algo que está no texto – ou no programa, diríamos nós – e que age, de alguma forma, sobre seus espectadores imaginados ou reais.” (GOMES, 2006, p. 108).

A próxima seção desenvolve e aprofunda a noção de gênero musical como uma classificação que também se constitui numa estratégia de endereçamento, ou dito de outra maneira, uma estratégia que articula produtores e consumidores em torno da música. Reitera-se, com base nesses argumentos, que o gênero musical, por fazer a mediação entre as condições de produção e as competências de leitura, deva ser tomado como elemento central na análise do consumo de música pelo viés comunicativo.

3 Gêneros musicais: articulações entre sonoridade e *performance*

A variedade de gêneros musicais é considerada por Blacking (2007) a primeira fonte mais acessível de informações a respeito da natureza da música. São muitas as tentativas de definição do que seriam esses gêneros, o que envolve uma discussão sobre quais são os aspectos que devem ser levados em conta para uma classificação da produção musical. Esta seção apresenta algumas dessas tentativas, mas propõe, como já apontado, que duas dimensões necessitam ser conjuntamente levadas em conta na análise: a *sonoridade* e a *performance*. Essas dimensões não serão discutidas em tópicos separados, alerta-se, porque a proposta é que elas sejam pensadas como partes que integram o mesmo processo: o da classificação por meio dos gêneros musicais.

De acordo com Lena e Peterson (2008), gênero é uma ferramenta conceitual usada para a classificação de produtos culturais nos mais variados campos, entre os quais se encontra a música. Descreveria, nesse sentido, uma forma de expressão que rege o trabalho dos artistas, de seus pares e do seu público. Os gêneros organizariam tanto a produção quanto o consumo do material cultural – perspectiva que dialoga com as concepções de gênero apresentadas na seção anterior.

Os autores destacam duas abordagens dominantes no que diz respeito ao estudo dos gêneros: na primeira, o foco está no texto do objeto cultural, retirado do contexto em que é feito ou consumido. A maioria dos musicólogos empregaria essa acepção para identificar o gênero como um conjunto de peças de música que compartilham uma linguagem musical distintiva; a segunda abordagem retira o foco do texto e aborda o gênero enquadrado em seu contexto social. Ligados a essa segunda abordagem, Lena e Peterson (2008) definem os gêneros musicais como sistemas de orientações, expectativas e convenções que unem uma indústria, artistas, críticos e fãs em torno daquilo que eles identificam como uma espécie distinta de música. É relevante dizer que orientações, expectativas e convenções são critérios de definição que apontam tanto a elementos textuais quanto a elementos que estão fora do texto. Expectativa, nesse particular, diz respeito ao que os fãs, críticos e também outros artistas esperam de determinado disco ou música. Além de agradar ao ouvido, o produto em questão deve propiciar sua vinculação a um gênero musical determinado.

Lena e Peterson (2008) lembram, porém, que o número de gêneros é vasto, e que as fronteiras entre eles dizem muito sobre como os gêneros surgem, desenvolvem-se e desaparecem. Ainda em relação à questão da fronteira, eles advertem que mesmo que um músico não queira, sua liberdade de expressão está, necessariamente, limitada pelas expectativas de outros artistas, do público, dos críticos e de todos aqueles cujo trabalho é necessário para a produção, distribuição e consumo de bens simbólicos. Concluem afirmando que todos os interessados na definição de gênero musical estão sujeitos, no que tange à demarcação de limites, a transformações nas paisagens social, política, econômica e cultural.

Uma das principais análises sobre o que seriam os gêneros musicais foi proposta por Fabbri (1982), a partir da enumeração de um conjunto de regras definidoras e socialmente aceitas. O primeiro conjunto tem caráter formal e técnico. Cada gênero tem suas formas típicas, mesmo que uma delas não seja o suficiente para defini-lo. As regras formais têm desempenhado, diz o autor, o maior papel em todas as definições de gênero musical. São regras que podem ser parte de um código escrito ou transmitidas pela tradição oral e envolvem tanto aspectos ligados ao nível

da composição quanto à habilidade dos músicos. Essas regras constituem, argumenta-se, a sonoridade do gênero musical.

Há também regras semióticas: gêneros, segundo essa perspectiva, são igualmente códigos que criam uma relação entre a expressão de um evento musical e seu conteúdo. Essas regras não se referem, necessariamente, ao texto musical, mas consideram o contexto envolvido. A distância entre o músico e o público, entre os espectadores e a dimensão total do evento, diz o autor, são elementos fundamentais para a definição de um gênero. Estão incluídas as posturas e os movimentos dos cantores, músicos e ouvintes, bem como o figurino adotado por eles.

Outras regras envolvidas na definição têm caráter comportamental. Pode ser avaliada, por exemplo, a reação dos artistas diante do público e vice-versa. As reações são variadas, e cada gênero é caracterizado por um conjunto particular de gestos, frases e símbolos (FABBRI, 1982). São esses rituais, aliás, os responsáveis por estabelecer um círculo exclusivo ao redor do gênero, denunciando os intrusos que não estão bem-informados a respeito dele. Essas regras têm, em vista disso, um caráter regulatório. Ao lado das regras semióticas, as regras comportamentais compõem a dimensão da *performance*.

Já outras regras são de caráter social e ideológico. A divisão do trabalho, dentro de um gênero, também seria uma regra, assim como o fato de que certos gêneros estariam ligados a certas faixas etárias ou classes sociais específicas. O próprio conhecimento das regras de um determinado gênero pelos seus participantes quase sempre é de natureza ideológica, afirma Fabbri (1982). É questionável, contudo, essa ideia restritiva que liga um gênero musical a uma faixa etária ou a uma classe social. A experiência cotidiana mais simples, em um *show* ou em uma boate, aponta para a fragilidade dessas associações.

O último conjunto de regras que o autor apresenta é de natureza econômico-jurídica. Trata do conhecimento das questões econômicas e jurídicas que garantem a sobrevivência do gênero tanto por parte dos artistas quanto da audiência. São regras que dizem respeito à regulação, por assim dizer, dos gêneros musicais.

Ao propor uma análise a respeito dos rótulos no âmbito da música popular, Frith (1996) observa que a rotulação está no centro do julgamento de valor. O autor parte da noção de gênero musical como organizador do processo de venda. A classificação seria, assim, fundamental aos setores das gravadoras responsáveis pelos artistas e pelo repertório. Então, a primeira coisa que se busca saber sobre uma música nova é o seu tipo, o que envolve tanto uma indagação sobre a música em si, isto é, sobre como ela soa, quanto sobre o mercado, ou seja, sobre quem a compraria. Gênero, assim, é uma forma de definir a música dentro do mercado, ou seja, é um modo de posicionamento no mercado da música.

Qualquer decisão tomada nessa etapa do processo influencia em tudo que ocorre nas etapas seguintes. Uma vez que tenha assinado o contrato com a gravadora, o artista deverá se portar em conformidade com o gênero musical ao qual está ligado.³ Decisões sobre as sessões de gravação, fotos promocionais, escolha do figurino, entrevistas e estilos de vídeo, por exemplo, levarão em conta determinadas regras de gênero. Assim, entender como um rótulo funciona equivale a entender como o mercado funciona. Frith (1996) observa, entretanto, que a rotulação envolve uma ação combinada entre forças musicais, mercadológicas e ideológicas. Há, para esse autor, três usos principais da rotulação por gênero: o primeiro está ligado ao mercado; o segundo, aos músicos; e o terceiro, ao consumo. Ao fazer uso dos rótulos para tornar mais eficientes suas estratégias, as gravadoras estariam partindo da suposição de que existe uma relação entre os rótulos e o gosto do consumidor. Essa suposição repousa, ele diz, em um conjunto de pressupostos sobre quem são os consumidores em termos, por exemplo, de idade, gênero, etnia, renda e hábitos de leitura.⁴ Trata-se da criação de um consumidor fantasia – a *fantasy consumer*. Os gêneros, assim, descreveriam não apenas quem os ouvintes são, mas também o que uma música determinada significa para eles. “Ao decidir rotular uma música ou um músico de um jeito particular, as gravadoras estão dizendo algo tanto sobre o que as pessoas gostam quanto sobre o porquê de elas gostarem disso; o rótulo musical atua como um argumento sociológico e ideológico denso.”⁵ (FRITH, 1996, p. 85-86, tradução livre).

Além de serem usados para tornar as estratégias de mercado mais eficientes, os rótulos são usados, aponta Frith (1996), para organizar a execução das músicas. Os músicos, por exemplo, fariam uso de rótulos genéricos como uma abreviação para certos tipos de som, como batidas e *riffs*. De novo, associa-se o gênero musical à sonoridade. Ocorre quando um músico pede ao outro, numa sessão de gravação, uma “batida de *funk*” ou um “contrabaixo de *reggae*”. Nesses casos, a questão é discursiva e depende de um conhecimento e de uma experiência musical compartilhada. “Também para os músicos, os rótulos do gênero descrevem, simultaneamente, habilidades musicais e atitudes ideológicas.”⁶ (FRITH, 1996, p. 87, tradução livre).

³ A *performance* em conformidade com o gênero musical ao qual o artista se vincula não é, entretanto, exclusiva das relações em que há a intermediação de uma gravadora.

⁴ Como se fosse possível, com base nesses elementos, traçar-se um perfil ideal dos consumidores de modo a associá-los a um gênero musical específico.

⁵ “In deciding to label a music or a musician in a particular way, record companies are saying something about both what people like and why they like it; the musical label acts as a condensed sociological and ideological argument”. (FRITH, 1996, p. 85, 86).

⁶ “For musicians too, genre labels describe musical skills and ideological attitudes simultaneously.” (FRITH, 1996, p. 87).

O terceiro uso da classificação musical por meio do gênero organiza a escuta, isto é, o consumo. A rotulação é mais bem-compreendida como resultado de uma coalisão, um acordo livre entre músicos e fãs, escritores e *DJs*. Esses três tipos de uso, para Frith (1996), estão relacionados ao mesmo ponto: gêneros musicais populares são construídos dentro de um processo que é, ao mesmo tempo, cultural e comercial. Eles não são o resultado de análises acadêmicas isoladas ou de formalidades da musicologia. Para o autor, são as regras de gênero que determinam como as formas musicais são tomadas para transmitir sentido e valor.

O entendimento de Frith (1996) a respeito dos gêneros musicais é exposto aqui porque não restringe a classificação à instância da produção. Não deixa de reconhecer que os gêneros musicais são parte da organização dos produtos que estão à venda, mas avança ao propor que, além das gravadoras, os artistas, a mídia e os consumidores tomam parte na definição e apropriação dos gêneros. Além da compreensão de que o gênero musical constitui um processo simultaneamente cultural e comercial, que organiza também a escuta, essa perspectiva reitera que a classificação por meio dos gêneros é flexível e está sujeita a modificações tecnológicas e demográficas.

As regras propostas por Fabbri (1982), apresentadas, são retomadas por Shuker (1999), para quem os gêneros musicais têm sido pensados nas análises críticas sobre música popular como um elemento básico de organização. O autor alerta, contudo, que embora a noção de gênero musical funcione como categoria de *marketing* e ponto de referência para músicos, críticos e fãs, as divisões de gênero precisam ser consideradas fluidas. Nenhum estilo, escreveu o autor, é totalmente independente daqueles que o precederam. Os músicos se apropriam de elementos de estilos já existentes e os incorporam às novas formas: “muitos artistas estão em mais de uma classificação ou trocam de gênero durante suas carreiras. Há também uma considerável flexibilidade em relação ao gênero.” (SHUKER, 1999, p. 142).

Shuker (1999) aponta, ainda, que algumas características fundamentais podem ser observadas quanto à noção de gênero musical. A primeira: existem traços de estilo que estão presentes na obra musical, ou seja, suas características musicais. O autor observa, porém, que esse argumento nem sempre é coerente e nem sempre se sustenta. Segunda característica: existem outros atributos de estilo, não musicais, como os ligados à imagem e outros estilos visuais, o que inclui a iconografia da capa do disco, o figurino e o cabelo do artista. Alguns desses atributos podem ser encontrados também nos fãs, quando usam roupas e acessórios que os associam a um ou a outro gênero. Terceira característica mencionada pelo autor: há um público primário para estilos específicos, revelando a sociabilidade que se estabelece em razão dos gêneros. Quarta: os gêneros

musicais estão organizados por artistas, fãs e críticos, em uma hierarquia musical, baseada em noções como autenticidade, sinceridade e valor comercial. Essa dimensão ideológica aparece tanto na abordagem proposta por Fabbri (1982) quanto na de Frith (1996). Alguns gêneros são considerados legítimos, outros não. Por fim, a quinta característica: o *status* e os constituintes dos gêneros musicais são mutáveis, ou seja, não são fixados.

O reconhecimento dos gêneros musicais, na compreensão de Trotta (2008), é o ponto de partida para o processo em que a música popular se constitui parte do fenômeno comunicativo, uma vez que os gêneros seriam responsáveis por criar um ambiente afetivo, estético e social onde operam redes de comunicação e compartilhamento. Para esse autor, a construção de sentido da música opera *a partir* – o destaque é dele – dos gêneros musicais. A formação dos gostos e das identidades musicais necessita do reconhecimento dos gêneros que habitam um universo sonoro socialmente compartilhado.

Trotta (2008) aponta que o ponto de vista de Fabbri (1982) se torna interessante e útil por propor que sejam isolados eventos musicais de determinada experiência musical, com a identificação de convenções sócio-sonoras, o que transformaria a construção de uma classificação de gêneros musicais em um processo ativo. Para ele, ainda que não haja uma hierarquia entre as características dos gêneros, pode ser observada certa primazia dos parâmetros sonoros, isto é, das regras formais e técnicas sobre as demais no que diz respeito à classificação. É quase sempre por meio do som que se determinaria o que o autor chama de “aparato simbólico inicial de estabelecimento de regras e identificações musicais.” (TROTТА, 2008, p. 2).

Por meio da análise metódica das estruturas sonoras, Trotta (2008) argumenta que se pode chegar a uma compreensão mais precisa dos processos de identificação, classificação e uso que envolvem práticas musicais. Seriam dois, para ele, os elementos musicais envolvidos na classificação inicial dos gêneros musicais: o ritmo e a sonoridade. A execução de determinado padrão rítmico, afirma o autor, nos coloca em contato com um conjunto de símbolos que caracterizam determinado gênero musical. O outro elemento é a sonoridade, ou seja, o resultado acústico dos timbres durante uma *performance*, uma combinação de instrumentos musicais e vozes que, em vista de sua recorrência, transforma-se em elemento que propicia a identificação. “Através do reconhecimento de *sonoridades características*, as músicas são agrupadas em gêneros musicais que, sincreticamente associados a outros elementos, estabelecem condições e imaginários que moldam o fluxo comunicacional da música popular”. (TROTТА, 2008, p. 3).

Para Trotta (2008) certa sonoridade, utilizada de maneira recorrente em um gênero musical determinado, tem a chance de se transformar numa característica desse gênero. A sonoridade, nesse sentido, constitui-se em uma regra – ou em uma marca – de gênero, porém o autor faz a seguinte ressalva:

A sonoridade não se define apenas pela tipologia instrumental. A forma com que uma determinada música “soa” depende ainda do jeito de tocar (e cantar) e de misturar os timbres, que caracteriza o perfil sonoro da música e do gênero musical ao qual ela potencialmente se encaixa. (TROTТА, 2008, p. 9).

Esse fragmento indica que o autor não tem uma visão restritiva no que diz respeito à sonoridade. Ele propõe, como se viu, que não há um jeito único de se produzir uma sonoridade que possa ser vinculada a determinado gênero. É levada em conta a construção de relações entre o jeito de tocar, a melodia, a letra, a harmonia e os estilos vocais de cada intérprete. Esses elementos seriam responsáveis por articular o som, o gênero e os sentidos que lhe são atribuídos e compartilhados socialmente.

Em outra oportunidade, Trotta (2011) observou que consumir música significa tomar parte num sistema simbólico e se associar às representações subjacentes a um tipo determinado de música. O modelo ideal de um gênero, ele lembra, remete a uma coleção de elementos característicos que produzem uma associação imediata com seu ambiente simbólico. Criam-se, em decorrência disso, fronteiras entre os diversos gêneros musicais existentes, e uma vez que essas fronteiras são estabelecidas, dois eventos complementares se processam: “Define-se um grau de proximidade que uma música dada tem em relação a um modelo ideal consagrado de determinado gênero e, ao mesmo tempo, identificam-se elementos que negam este modelo ou que representam diálogos e intercâmbios com modelos de outros gêneros”. (TROTТА, 2011, p. 56-57).

As gravadoras e o rádio, sugere Trotta (2011), são instâncias que constituem espaços privilegiados para a fixação de uma classificação. Os gêneros funcionam, dessa forma, como categorias mercadológicas que organizam, orientam e promovem todas as atividades concretas e simbólicas que caracterizam o consumo de música. O mercado de música gravada e a mídia, então, são espaços em que as classificações, por meio dos gêneros musicais, são criadas (ou melhor, fabricadas), difundidas e, por consequência, socialmente sedimentadas.

A ideia de que o gênero musical faz parte de uma estratégia mais ampla de endereçamento, o que implica uma articulação entre as condições de produção e consumo de música, foi inicialmente elaborada por Janotti

Junior (2006), e tangencia a discussão acerca dos modos de endereçamento (GOMES, 2006), apresentada na primeira seção deste artigo. O gênero musical, de acordo com essa perspectiva, seria fundamental para a produção de sentido no que se refere às canções populares massivas, cuja noção estaria ligada aos encontros entre a cultura popular e os artefatos midiáticos. Para ele, a ideia de gênero aponta para determinadas convenções estéticas que lhe são próprias. Isso se daria porque “independentemente de conhecer o intérprete, o do consumidor de música reconhece as melodias, temáticas e expressões” (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 37) de cada gênero.

Segundo tal argumentação, os gêneros são modos de mediação entre as estratégias produtivas e o sistema de recepção. São levados em conta os modelos – ou seja, as convenções – e os usos que os receptores fazem deles. O gênero é uma estratégia de comunicabilidade porque pressupõe um compartilhamento de sentido entre o artista e seus ouvintes. Há, para Janotti Junior (2006), uma dimensão acerca dos gêneros que está ligada à sonoridade, mas também há, como mencionado, aspectos sociológicos e ideológicos do campo da produção e consumo da música popular massiva. A rotulação, nessa direção, contribui para que sejam definidas as estratégias de endereçamento de determinadas canções. Esse endereçamento é guiado tanto pelo mercado quanto pelo texto, sugere Janotti Junior, que pontua:

O gênero musical é definido, assim, por elementos textuais, sociológicos e ideológicos; é uma espiral que vai dos aspectos ligados ao campo da produção às estratégias de leitura inscritas nos produtos midiáticos. Na rotulação está presente um certo modo de partilhar a experiência e o conhecimento musical, ou seja, dependendo do gênero, elementos sonoros como distorção, altura e intensidade da voz, papel das letras, autoria e interpretação, harmonia, modo, melodia e ritmo ganham contornos e importâncias diferenciadas. (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 39- 40).

Um aspecto fundamental, na análise proposta por esse autor, é a discussão sobre *performance*, elemento que não tem a ver apenas com a configuração dos gêneros musicais, como também com as características individuais dos diversos intérpretes. A *performance*, para Janotti Junior (2006) é um ato de comunicação – de relação entre os intérpretes e os ouvintes. Pressupõe, dessa forma, uma audiência e determinado ambiente musical. A *performance* “define um processo de produção de sentido e, conseqüentemente, de comunicação, que pressupõe regras formais e ritualizações partilhadas por produtores, músicos e audiência, direcionando certas experiências diante dos diversos gêneros musicais”. (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 42).

O autor assinala, ainda, que os atos performáticos se conectam diretamente ao universo dos gêneros, já que os artistas precisam seguir as especificidades dos gêneros quando colocados em contato com a audiência. Infere-se, a esse respeito, que o referido contato pode ser presencial, direto, como aquele que ocorre nos *shows*, ou indireto, quando é mediado por um canal de televisão ou uma emissora de rádio. Nos dois casos, há maneiras específicas de o artista se portar, modos e gestos que evidenciem seu pertencimento a um dado gênero musical. A audiência, afirma Janotti Junior (2006), não conso-me somente as sonoridades; consome conjuntamente a *performance* virtual inscrita nos gêneros. Os aspectos associados a ela “são fundamentais para a com-preensão do que é considerada uma interpretação ‘autêntica’, ‘cooptada’, ‘impessoal’ ou ‘verdadeira’; valorações fundamen-tais para as estratégias de produtores, músicos e críticos no processo de endereçamento do produto musical ao seu público”. (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 42-43).

A questão da sonoridade é abordada pelo autor em outro momento. Janotti Junior (2008) observa que a construção da sonoridade corresponde à textura de uma faixa, o que inclui vozes, instrumentos musicais e timbragem. Pelo enfoque dado pelo autor, “não se deve deixar de perceber a relação entre voz e instrumentos, a relação entre instrumentos percussivos, elétricos e eletrônicos, observando os diálogos entabulados pelos diferentes instrumentos e as diferentes camadas sonoras”. (JANOTTI JUNIOR, 2008, p. 218).

O autor pontua, ainda, que existem diversos cenários presentes de forma virtual nos gêneros musicais que são materializados nas canções, ou seja, cenários que se conectam ao ato de tocar, cantar e interpretar uma canção. A produção de sentido da música popular massiva está condicionada, dessa forma, a um posicionamento sociocultural de produtores, músicos e ouvintes. Não são cenários necessariamente contidos nos mapas tradicionais, mas espaços ligados a certas sonoridades.

Janotti Junior (2006) conclui, então, que o sentido da música popular massiva se liga também aos diversos modos de apropriação do produto por parte de músicos, ouvintes e produtores. A produção de sentido, nesse caso, está atrelada ao que o autor chama de “história social dos usos e interpretações que podem ser relacionados às performances em suas manifestações corporais, às vozes, aos timbres, às alturas, às reverberações, aos ritmos e aos cenários musicais”. (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 46).

Neste ponto, é preciso reiterar que as duas dimensões tratadas nesta seção, isto é, a sonoridade e a *performance*, são categorias mais abrangentes às quais se recorre para dar conta de aspectos variados que constituem a noção de gênero musical. Conforme indicado, a sonoridade está relacionada às questões formais da produção musical, como harmonia,

melodia e ritmo. A *performance*, por outro lado, abarca tudo aquilo que é exterior, contextual, mas que implica, direta ou indiretamente, o processo de classificação, como o comportamento dos artistas diante das câmeras, a postura dos fãs nos *shows*, as temáticas tratadas nas letras (quando for o caso) e o figurino – para destacar apenas alguns elementos. Pensar o gênero musical a partir de um viés comunicativo é, argumenta-se, levar em consideração a articulação entre essas duas dimensões, e a seção, a seguir, apresenta um caso concreto de pesquisa sobre a questão, tendo o consumo como ponto de partida.

4 A centralidade do gênero em uma investigação sobre o cenário sertanejo de São Luís

Na capital do estado do Maranhão, São Luís, conhecida como “Jamaica brasileira”, o *reggae* é um dos gêneros musicais que mais bem representa a identidade cultural do lugar. Segundo a perspectiva de Silva (2016, p. 13), “foi adotado como expressão cultural por amplo segmento da juventude negra que habita principalmente as regiões formadas por ocupações e palafitas, na periferia urbana de São Luís”. A relação dos ludovicenses com o *reggae*, entretanto, não ficou restrita à periferia e chegou aos bairros mais ricos da cidade. Como reconhecimento da força desse movimento cultural, um museu em homenagem ao gênero foi instalado, em 2018, no Centro Histórico.

Desde meados da primeira década do ano 2000, entretanto, a música sertaneja⁷ passou a ocupar cada vez mais espaço nos bares e casas de *show* frequentados por uma parcela também significativa de jovens. A “Capital brasileira do *reggae*” incorporou, prontamente, o estilo musical cujos maiores ícones contemporâneos são as duplas Jorge & Mateus, Simone & Simaria e Zé Neto & Cristiano, além de Luan Santana, Gustavo Lima e Marília Mendonça.⁸ Parte dessa propagação pode ser explicada pela atenção crescente dada pela grande mídia brasileira ao gênero desde os anos 80, quando os principais representantes eram as duplas Zezé di

⁷ Gênero musical surgido em São Paulo, no final da década de 20, a partir do registro – em disco – da música caipira. A sonoridade da música sertaneja está originalmente ligada à viola e ao canto em duas vozes. Ao longo dos anos, foi incorporando outros instrumentos, como a sanfona, a guitarra, a bateria e o teclado, e influências paraguaias, mexicanas e estadunidenses. Análises mais completas sobre transformações no âmbito da música sertaneja estão disponíveis em Ferrete (1985), Nepomuceno (2005), Vilela (2013) e Alonso (2015).

⁸ Em 27 de agosto de 2018, na *playlist* Top Brasil, do serviço de *streaming* Deezer, 45 das 100 músicas relacionadas podiam ser rotuladas como gênero sertanejo. A contagem, feita pelo próprio autor, levou em consideração o nome dos intérpretes. As demais músicas da lista estavam vinculadas ao *funk*, ao *rap*, ao *forró eletrônico*, ao *pagode* e à *pop music*.

Camargo & Luciano, Chitãozinho & Xororó e Leandro & Leonardo. Foi o aparecimento de duplas locais, contudo, que contribuiu decisivamente para o desenvolvimento do cenário sertanejo de São Luís.

Em 2015, a pesquisa de campo que deu origem à discussão proposta neste artigo buscava compreender como a mídia estava relacionada à construção da identidade dos artistas sertanejos de São Luís. O caráter etnográfico da investigação permitiu que o consumo de música sertaneja fosse percebido, inclusive a partir da perspectiva de quem participava da instância da produção, em dois momentos complementares, dentro do cenário local: o primeiro momento é o dos próprios artistas em relação ao cenário sertanejo nacional; o segundo é o consumo ao vivo realizado pelo público que frequentava bares e casas de *show*. Um momento intermediário que a referida pesquisa deixou de mencionar, mas que foi incorporado neste trabalho, é o dos fãs de música sertaneja, por exemplo, ao ouvirem *playlists* no *Spotify*, assistirem a *videoclipes* no *YouTube* e seguirem seus artistas preferidos no *Instagram*.

Em se tratando especificamente de artistas, as entrevistas evidenciaram que o repertório dos *shows* era escolhido preferencialmente, a partir do que a mídia apontava como sucesso no gênero. Questões relacionadas à *performance*, como a postura assumida no palco e a maneira de se vestir e falar, eram diretamente inspiradas no modo como os principais ícones da música sertaneja se comportavam ao vivo ou quando apareciam nos programas de televisão e nos *videoclipes*.

Uma típica balada sertaneja em São Luís, realizada numa casa de *show*, geralmente reunia artistas de outros gêneros musicais, como o forró eletrônico e a *swingueira*.⁹ Nos intervalos entre as atrações que se apresentavam com banda, os *DJs* locais, frequentemente, tocavam música eletrônica e *funk*. Os próprios cantores e duplas sertanejas costumavam incorporar músicas de outros gêneros ao repertório. A postura do público presente, durante as apresentações ao vivo e nos intervalos, era marcada por dois fatores principais: dança em pares e consumo significativo de bebida alcoólica.

O ponto de partida para a realização dessa pesquisa foi o consumo de música sertaneja pelos cantores e duplas locais e pelo público: era preciso identificar as influências artísticas e perceber como se dava a organização do repertório. Pelas entrevistas realizadas, concluiu-se que o público tinha forte influência sobre o processo de seleção das músicas executadas nos *shows*, o que, por sua vez, indicava a forte presença do gênero sertanejo

⁹ Nesse gênero, designado ainda como “pagode baiano” e “quebradeira”, a percussão é o instrumento musical de destaque. As letras quase sempre fazem referência ao ato sexual. Em São Luís, os nomes mais expressivos ligados ao gênero são Levada do Teco e Bruno Shinoda.

na mídia. Para um dos cantores que foi entrevistado em 2015, “se o público pedia uma música com muita insistência, era porque as pessoas estavam ouvindo essa música com frequência e gostavam dela.”

O momento do *show*, então, combina sonoridade e *performance*. Era fundamental que a música soasse como sertaneja, e que os sujeitos desempenhassem seus papéis com todos os aspectos rituais que lhes eram correspondentes. Em São Luís, constituem a identidade artística: em primeiro lugar, *designar-se* como cantor sertanejo; *ter* algum manejo sobre o violão de modo a fazer soá-lo como viola; *vestir-se* apropriadamente, utilizando algum elemento que estabeleça vínculo com o ambiente rural; *dominar* o básico de um vocabulário específico que inclui termos e expressões como “sofrência”, “galha”, “risca-faca” e “Simbora, gaiteiro!”; e *conhecer* uma parte considerável do repertório sertanejo universitário, sertanejo romântico, algumas modas de viola mais antigas e ainda sucessos de outros gêneros como *funk* e *forró*.

As bandas geralmente eram formadas por violonista (que em alguns casos era o próprio cantor), baixista, guitarrista, sanfoneiro, tecladista, baterista e percussionista e, eventualmente, podiam incluir um trio de metais. A observação regular das apresentações ao vivo, no referido contexto, durante o período de cerca de 12 meses, evidenciou que essa formação dava conta, como já sugerido, de um repertório amplo que ia do sertanejo propriamente dito ao funknejo.¹⁰ Em suma, cantar sertanejo em São Luís é conseguir estabelecer um diálogo entre gêneros musicais diversos sabendo que o público espera por esse tipo de apropriação.

No nível técnico, aquele que compreende os procedimentos de coleta de dados (LOPES, 2010), essa pesquisa adotou uma combinação de estratégias. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com artistas sertanejos e produtores de festas do cenário local, observação sistemática de apresentações ao vivo em bares e casas de *show* e pesquisa documental (que incluiu jornais, revistas, *sites*, redes sociais da internet, capa de discos e CDs, *playlists* de serviços de *streaming*, videocliques disponibilizados no *YouTube* e entrevistas televisivas e radiofônicas). O objetivo era compreender o cenário sertanejo de São Luís como um circuito cultural, seguindo a proposição de Du Gay et al. (1997), formado na articulação entre os momentos da produção e do consumo, bem como da identidade, da representação e da regulação. Um aspecto da análise cultural desse cenário, ou seja, o papel da mídia na formação da identidade dos artistas locais, foi privilegiado considerando a interação entre os cantores e as duplas locais com o universo mais amplo do gênero sertanejo. Desse modo,

¹⁰ Diz-se da aproximação entre os gêneros *funk* e música sertaneja, em que sucessos do primeiro são executados a partir da sonoridade típica do segundo.

foi possível chegar à conclusão de que a mídia implicava, substancialmente, a identidade dos artistas entrevistados, contribuindo com a fabricação de um modo de vida que performasse adequadamente o vínculo com o gênero, influenciando direta e/ou indiretamente a escolha do repertório.

5 Considerações finais

Conforme indicado inicialmente, este artigo teve o objetivo de apresentar uma reflexão sobre o enfoque relacional do gênero musical como estratégia metodológica para o estudo do consumo. Por meio desse enfoque, o gênero musical é pensado como uma classificação que cria um ambiente de pertencimento, identificação, compartilhamento de sentidos e, conseqüentemente, de disputas por autenticidade. Gêneros estão ligados, como demonstrado, aos modos ou às estratégias de endereçamento. Estão relacionados às marcas que favorecem a vinculação, por parte dos artistas e do público, a modos específicos de expressão por meio da música. Ao sugerir que os gêneros musicais sejam pensados a partir da sonoridade e da *performance*, observou-se que eles constroem modelos, arquétipos, a serem repetidos por aqueles que a eles se vinculam. Entretanto, no que se refere a esses modelos, verificou-se, também, que as fronteiras são flexíveis, borradas, e que os sentidos são diversos, adaptáveis à experiência cotidiana tanto dos artistas quanto dos consumidores.

Em relação ao cenário sertanejo de São Luís, o que se percebeu foi que os artistas assumem uma posição intermediária de aproximação e distanciamento de um modelo ideal de música sertaneja tanto no que diz respeito à sonoridade quanto à *performance*, tendo como resultado: a) o afastamento geográfico em relação às cidades onde esse gênero musical surgiu e se desenvolveu; b) a influência exercida pela mídia sobre a seleção do repertório, o que limita consideravelmente o estilo sertanejo adotado nessa cidade ao sertanejo romântico e ao sertanejo universitário e; c) do contato com outros gêneros musicais populares na cidade, como o forró eletrônico, a swingueira e o *funk*.

Esse vínculo que a classificação por gênero (mesmo que sujeita a constantes reelaborações) promove independentemente de o artista fazer parte do circuito *mainstream* ou de um circuito mais alternativo, com um alcance menor de consumidores. Reitera-se, nesse sentido, que os gêneros musicais são uma chave para a compreensão da música como parte de um processo comunicativo, como parte de uma estratégia de endereçamento que liga as instâncias da produção e do consumo. Os apreciadores de música sertaneja que vivem em São Luís, por exemplo, são direcionados – pelas estratégias de divulgação adotadas pelos donos de bares e casas de *show*

– aos espaços onde artistas vinculados a esse gênero costumam se apresentar. A sonoridade (desde a combinação entre voz e violão) e elementos ligados à *performance* (desde uma simples foto utilizada num panfleto) são pistas a serem seguidas por qualquer pesquisador que esteja interessado em abordar, por um viés comunicativo, a relação entre artistas e apreciadores de um gênero musical específico e de seus matizes.

Referências

ALONSO, G. *Cowboys do asfalto: música sertaneja e modernização brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

BLACKING, J. Música, cultura e experiência. *Cadernos de campo*, São Paulo, v. 16, n. 16, p. 201-218, 2007. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v16i16p201-218>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

DU GAY, P. et al. *Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman*. Londres: Sage; The Open University, 1997.

FABBRI, F. A theory of musical genres: two applications. In: HORN, D.; TAGG, P. (Ed.). *Popular music perspectives: papers from the First International Conference on Popular Music Research*. Gothenburg; Exeter: IASPM, 1982. p. 52-81.

FERRETE, J. L. *Capitão Furtado: viola caipira ou sertaneja?* Rio de Janeiro: Funarte, 1985.

FRITH, S. *Performing rites: on the value of popular music*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2002.

GOMES, I. M. M. A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os cultural studies e os estudos da linguagem. *Revista Fronteiras*, São Leopoldo, v. 4, n. 2, p. 165-185, dez. 2002. Disponível em: <<http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/Revista-Fronteiras.A-No%C3%A7%C3%A3o-de-G%C3%AAnero-Televisivo.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2015.

_____. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In: DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. de (Org.). *Televisão: entre o mercado e a academia*. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 107-123.

_____. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, jan./abr. 2011. p. 111-130. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8801/6165>>. Acesso em: 28 out. 2015.

JANOTTI JUNIOR, J. Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 31-47, jul. 2006. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/69/70>>. Acesso em: 1º nov. 2015.

_____. Gêneros musicais e comunicação: proposição de um modelo de análise midiática da música popular massiva. In: DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. de. (Org.). *Em torno das mídias: práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 205-222.

_____; SÁ, S. P. de. Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital. In: *Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 27. 2018, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte, 2018. p. 1-21. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_P68BF9GO895W6B37YQXZ_27_6266_09_02_2018_07_30_30.pdf/>. Acesso em: 27 ago. 2018.

LENA, J.; PETERSON, R. Classification as culture: types and trajectories of music genres. *American Sociological Review*, v. 73, p. 697-718, out. 2008. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/25472554>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

LOPES, M. I. V. de. *Pesquisa em comunicação*. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. A América Latina e os anos recentes: os estudos de recepção na comunicação. In: SOUSA, M. W. de. *Sujeito: o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

_____. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2004.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 6. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2009.

NEPOMUCENO, R. *Música caipira: da roça ao rodeio*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2005.

SHUKER, R. *Vocabulário de música pop*. São Paulo: Hedra, 1999.

SILVA, C. B. R. da. *Da terra das primaveras à ilha do amor: reggae, lazer e identidade cultural*. São Luís: Pitomba!, 2016.

TROTTA, F. Gêneros musicais e sonoridade: construindo uma ferramenta de análise. *Revista Ícone*, Recife, v. 10, n. 2, p. 1-12, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistaicone.hipermoderno.com.br/index.php/icone/article/view/23/29>>. Acesso em: 28 out. 2015.

_____. *O samba e suas fronteiras: “pagode romântico” e “samba de raiz” nos anos 1990*. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2011.

VILELA, I. *Cantando a própria história*. São Paulo: Edusp, 2013.