



## **Hibridismo musical e a indústria cultural: Chimbinha, Dado Villa-Lobos e Nando Reis - Análise da matéria de Leonardo Lichote para o jornal O Globo em 20/03/2011<sup>1</sup>**

Kamilla Thaís Vulcão da Silva<sup>2</sup>

Universidade da Amazônia, Belém, PA

### **Resumo**

Neste artigo buscam-se compreender o novo cenário independente musical, suas movimentações e ações, levando em consideração o conceito de indústria cultural de Theodore Adorno e a sua livre interpretação aplicada na contemporaneidade. Como pano de fundo para esta análise utiliza-se aqui a matéria produzida por Leonardo Lichote e publicada no jornal O Globo em 20/03/2011, intitulada: “Guitarrista da Banda Calypso, Chimbinha vira parceiro de nomes como Nando Reis e Dado Villa-Lobos”, bem como suas personagens a suas posições dentro do cenário musical e geográfico.

### **Palavras-chave**

Hibridismo musical; Indústria cultural; Música independente; O Globo; Calypso.

### **01. Apresentação**

Desde a Dialética do Esclarecimento<sup>3</sup> e da análise da Indústria Cultural<sup>4</sup> de Theodore W. Adorno (o primeiro em parceria com Max Horkheimer) muito se falou sobre o processo de coisificação da cultura, das artes como objeto e mercadoria, produtos adaptados ao consumo das massas e que em grande medida determinam esse consumo (COHN, 1975: p. 287). Muito ainda se fala sobre a afirmação adorniana que vai de encontro às questões morais da produção artística, sobre a quebra do valor intelectual e o prejuízo da obra, pois bem, aqui, a análise busca tomar essa visão da T. Adorno como positivista às produções contemporâneas.

A “Arte Pela Arte” já não se justifica mais, se é que um dia foi de fato assim. Artista hoje é aquele que não só cria, inova, inspira, mas se apropria de meios para divulgar sua criação, e que nela vê uma fonte, seja financeira, de conhecimento,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, na Divisão Temática IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Intercom Sudeste 2011.

<sup>2</sup> Estudante do 8º semestre do curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo – da Universidade da Amazônia - UNAMA

<sup>3</sup> DUARTE, Rodrigo. *Adorno/Horkheimer e a Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro. Editora Jorge Hazar, 2004.

<sup>4</sup> COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Editora: T.A.Queiroz, Editor, 1975.



sentimental ou ideológica. No campo da música há muito vem se organizando e tomando força as produções independentes, formas de gravação, divulgação, turnês, etc. Tudo para tornar mais fácil o trabalho da arte que já perdeu seu mecenas e agora é dominada por piratas.

No último dia 20/03 uma matéria despreziosa saiu no Jornal O Globo, intitulada "Guitarrista da Banda Calypso, Chimbinha vira parceiro de nomes como Nando Reis e Dado Villa-Lobos", muito mais do que simples notícia, é também uma sinalização de que os tempos realmente mudaram. Uma parceria inusitada? Nem tanto assim, afinal, a Banda Calypso é um dos fenômenos de vendas e principalmente de público.

O que nos soa estranho é a união de elites: a do povo e a elite falida do rock nacional. Fosse em 90 uma juventude inteira iria, possivelmente, rejeitar a idéia de atrelar os riffs de seus heróis ao som 1/3 caribenho do caboclo paraoara. No entanto não estamos em 90, e dessa década o Calypso é rei, sua sonoridade é aceita e essa hibridação *cool*<sup>5</sup> tem a bênção de velhos roqueiros e novos bregueiros.

## 02. Calypso: O *mayor*<sup>6</sup> da independência musical

Para aplicar esse conceito à música, podemos afirmar que a independência musical seria não apenas a forma autônoma que um grupo ou banda utilizam para criar, mas também gravar, distribuir e divulgar seus trabalhos, e que não necessariamente agrega o caráter subversivo outrora adotado quando se utiliza o termo *underground*. (VULCÃO: 2010, p.20).

Donos de um dos impérios mais bem administrados da música brasileira, a banda Calypso soube muito bem se aproveitar de sua independência em favor do crescimento. No site da banda (<http://site.bandacalypso.com.br>) é possível encontrar toda a trajetória do grupo e conhecer os passos de como chegar aos ouvidos da massa sem precisar da elite empresarial.

Indo de gravações caseiras (os primeiros *home studios*<sup>7</sup>) a distribuir voluntariamente seus CDs nos mercados populares e camelôs, Calypso conseguiu no

---

<sup>5</sup> Do inglês, traduz-se como legal, na moda. Fonte: Dicionário Michaelis. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/ingles/index.php?lingua=ingles-portugues&palavra=cool>> Acesso em: 30 mar 2011

<sup>6</sup> Do inglês, traduz-se como prefeito, no meio virtual é também interpretado como aquele que tem domínio sobre determinado conteúdo. Fonte: Dicionário Michaelis. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/ingles/index.php?lingua=ingles-portugues&palavra=mayor>> Acesso em: 30 mar 2011.

<sup>7</sup> Expressão inglesa muito utilizada no meio musical. Traduz-se como estúdio caseiro.



processo boca-a-boca conquistar seu público local. Um diferencial também foi e é a forma como a vocalista se apresenta, criando as próprias coreografias e vestindo figurino inspirado no folclore amazônico, muitas vezes tido como de gosto duvidoso.

Nos dez anos de banda, o Calypso criou sua identidade musical, o próprio ‘grito de guerra’ da banda é uma marca registrada que remete à mesma (o já conhecido “Isso é Calypsoooooo”, de Joelma), mas principalmente remontou o esquema de divulgação e circulação das bandas, mostrando-o como alternativa viável para bandas insurgentes ao modelo clássico de congregar-se a uma gravadora, no qual um empresário gerencia as ações da mesma. Principalmente porque esse modelo é restrito e, segundo alguns artistas, limita o próprio processo criativo.

É claro que não se pode afirmar que todas as bandas que seguirem esses passos obterão o mesmo sucesso, fatores como o regionalismo, a posição geográfica em relação ao que de fato vende e agrada ao público são determinantes, porém é inegável que o modelo “Calypso” de gerenciamento foi o pontapé inicial para o cenário independente despontar de vez no Brasil.

Em 2009, em razão do Dia da Independência, o site da UOL, Vírgula (<http://virgula.uol.com.br>) publicou uma matéria listando os 10 maiores artistas independentes do Brasil, em décimo colocado figurava a banda Calypso, ao lado de artistas *cults*<sup>8</sup> como Jupter Maçã, o ex-Los Hermanos Marcelo Camelo e internacionalmente conhecida Cansei de Ser Sexy. O que é notável na matéria é que a banda é colocada na lista visivelmente a contragosto, por não ser uma banda cult. Porém, o que não é citado, é que a banda Calypso já foi indicada tantas vezes ao Grammy Latino quanto o próprio ex-Los Hermanos, três, e mais vezes do que a grande maioria dos outros componentes da lista.

O exemplo anterior ilustra perfeitamente a fala de Adorno na qual ele afirma que essa migração natural da produção cultural é um processo involuntário e alheio às vontades.

As mercadorias culturais da indústria se orientam, como disseram Brecht e Suhrkamp há já trinta anos, segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figura adequada. (COHN. 1975: p. 287)

---

<sup>8</sup> Termo inglês que significa culto, adoração, dedicado às artes ou de determinada vertente cultural que continua a consumir produtos de seus ídolos mesmo quando eles não estão mais em evidência. Fonte: Dicionário Aurélio Online < <http://www.dicionarioaurelio.com/Culto>>. Acesso em: 30 mar 2011



### 03. O primeiro flerte: Estúdio Coca-Cola Zero<sup>9</sup> e a salada musical

Em meados de 2008 num dos momentos auge da carreira da Calypso, a banda foi convidada a participar do programa de lançamento de um produto novo da gigante Coca-Cola. Uma jogada de marketing bem orquestrada, o Estúdio Coca-Cola Zero promoveu encontros entre bandas e artistas de gêneros musicais distintos, produzindo programas televisivos, blogs e shows (tanto para TV quanto itinerantes). De Charlie Brown Jr. à Vanessa da Mata, e de Calypso à Paralamas do Sucesso, o fato é que por detrás do marketing não tão velado estava uma iniciativa ousada que abria portas para um verdadeiro bacanal. Com o perdão da palavra, a salada musical apesar de não ser uma idéia tão nova ou mesmo recente quebrou de vez a parede que separava o rock do pop.

Narizes torcidos diante desse passo largo, afinal ninguém estava preparado para ver essa fusão e aceitá-la como uma movimentação natural dentro da produção artística musical, ou o que o próprio Theodore Adorno explica como o prejuízo da obra em que ambas perdem, pois:

A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle social não era total. (COHN, 1975: p. 288)

Explico: Embora seja de conhecimento geral que bandas como Charlie Brown Jr e Paralamas do Sucesso constituem a elite noventista do rock nacional, e dessa forma se caracterize na afirmação de adorno como a chamada “Arte superior”, dessa forma também cabe à banda Calypso, por sua origem e público mais popularesco bem como dito. de letras mais ‘pobres’, o papel de arte inferior.

Assim, de início o que parecia desprezioso se tornou grande, e contrariando a afirmativa adorniana os fãs abraçaram a causa. No canal do projeto, no site do Youtube, o vídeo para a versão *calypsana* da música “Lanterna dos Afogados” figura entre os dez vídeos mais assistidos bem como “Lourinha Bombril” também está entre os dez melhores avaliados.

O prejuízo aqui seria o risco de as bandas se descaracterizarem perante o gosto musical de seu público, assim como a perda estética e de identidade que as músicas de seus ídolos sofreriam, no entanto há mais que um quê de positivo nisso tudo: A mostra

---

<sup>9</sup> Projeto de divulgação do produto “Coca-Cola Zero”. Fonte: Site da Coca-Cola Brasil. Disponível em: <[http://otimismoquetransforma.cocacola.com.br/release\\_detalhe.asp?release=150&Categoria=41](http://otimismoquetransforma.cocacola.com.br/release_detalhe.asp?release=150&Categoria=41)> Acesso em: 30 mar 2011.



de versatilidade artística transporta a arte inferior para um novo patamar e abre outros caminhos para a tal arte superior.

#### **04. A elite do rock se rende ao brega**

Segundo Leonardo Lichote para o jornal O Globo, “Chimbinha não é um artista em ascensão, e sim um dos maiores vendedores de discos da história da música brasileira”, e isso é fato mais que conhecido para qualquer pessoa que esteja minimamente atendida com o mercado fonográfico nacional. E a sua circulação por entre os grandes músicos (e não questiono aqui o talento do guitarrista) se tornou mais evidente quando sua indicação ao guitarrista da Banda dos Sonhos da MTV (também em 2008) rendeu-lhe lugar para uma apresentação ao lado de Marcelo D2 e dos já conhecidos Paralamas João Barone e Bi Ribeiro. Nesse momento se observar a criação de uma tendência, onde o Calypso passa de popularesca à *hype*<sup>10</sup>, o que a coloca em evidência e proporciona uma nova visão da música.

Positiva ou não, essa hibridação musical pode ser observada de três formas:

1. A primeira, como sendo uma movimentação salutar, de abertura dos horizontes criativos que não mais visa o isolamento e ultrapassa o rótulo estilístico e genérico da música. Perfeitamente adequada ao modelo de independência musical atual, onde a metonímia ‘autor pela obra’ não se faz presente, essa hibridação é na verdade a quebra final de paradigmas antigos, o fantasma das correntes que atrelam a produção artística a um único gênero, ou a liberdade para, como dizem os *punks*, trair o movimento.
2. A segunda é na verdade um complemento da primeira, porém com ideais mercadológicos, segundo Adorno:

O que é novo na indústria cultural é o primado imediato e confesso do efeito, que por sua vez que por sua vez é precisamente calculado em seus produtos mais típicos. A autonomia das obras de artes que, é verdade, quase nunca existiu de forma pura e que sempre foi marcada por conexões de efeito, vê-se no limite abolida pela indústria cultural. Com ou sem a vontade consciente de seus promotores. (COHN, 1975: p.288)

---

<sup>10</sup> Do inglês significa propaganda. No cenário musical é um artista que está em evidência. Fonte: Dicionário Michaelis. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/ingles/index.php?lingua=ingles-portugues&palavra=hype>> Acesso em: 30 mar 2011.



Desse modo pode-se justificar essa movimentação como uma ação consciente em busca de um novo público (da arte superior e da arte inferior) em razão do limitado efeito que as obras de ambos têm sobre seus respectivos públicos. O *hype* do Calypso aparece para Dado Villa-Lobos, Nando Reis e Paralamas do Sucesso como um bote salva-vidas no meio do mar de novidades. Os dinossauros da elite buscam renovar seus estoques, acompanhando as tendências criativas. Por outro lado o Calypso aproveita para moldar sua sonoridade em algo mais requintado, a fim de tornar sua música agradável a paladares e ouvidos mais exigentes: a classe A.

3. Por último, observa-se uma ‘necessidade imposta’ de criar uma justificativa para que ambos os consumidores de arte superior e da arte inferior pudessem consumir algo que não fosse destinado à sua classe social, e para tal foi necessário fazer crer que determinado produto precisava ser consumido, indiferente de sua qualidade estética. No qual a primazia está em apenas tornar o produto sedutor.

Na medida em que nesse processo a indústria cultural ingavelmente especula sobre o estado de consciência inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige, as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório da maquinaria. O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto. (CONH, 1975: p. 288)

Ou seja, há também a hipótese de que o que importa nesse processo produtivo é apenas o consumo de determinado produto, no caso, a música e o conceito de novidade enquanto criação artística, mas que não carrega em si uma justificativa ideológica. É apenas uma jogada mercadológica para induzir ao consumo.

## **05. Considerações Finais**

Há muito se percebe que um novo cenário musical se molda. A música independente no Brasil é mais que um capricho em nome da estética *cool* que ronda essa cena, é uma alternativa que visa integrar e permitir a artistas menos favorecidos tornarem suas produções conhecidas sem necessariamente fazer uma grande turnê para isso. A própria internet é a ferramenta base desse nicho, e cada vez mais artista migram para esse meio.

A forma de consumo mudou, as exigências mudaram e em consequência disso o mercado também mudou. A intenção aqui não era defender qualquer vertente musical, ideológica ou social, mas expor a forma vem sendo desenvolvido esse novo mercado



fonográfico. E como um novo rumo à produção musical, o meio independente é o que se apresenta de mais novo e complexo, com seus pontos positivos e negativos mas inegavelmente dentro daquilo que foi descrito por Adorno.

Aliás, como previu Theodore Adorno, o consumidor na contemporaneidade é apenas um objeto dentro da indústria cultural, e a ela o consumidor se adapta, seja passivamente aceitando tudo que se apresenta, seja ativamente, moldando aquilo que lhe agrada, como no caso dos *mashups*.

O fato é que o cenário independente surgiu, trazendo consigo novas formas de fazer a arte e também de consumi-la, segundo Maria de Fátima Seehagen:

A produção artística faz parte de uma necessidade básica do ser humano. Enquanto esta necessidade é universal e atemporal, as formas pelas quais ela se manifesta, estão constantemente mudando, renovando-se no processo de criar a cada nova obra uma expressão pessoal. (...) Sendo assim, ao fazer ARTE o artista não pensa, o artista sente. Pensar seria a barreira entre a observação e a ilusão. (SEEHAGEN, 2008)

Dessa forma o processo industrializado da criação da cultura, já que em alguma instância ela é, de fato, ‘fabricada’ favorece e é benéfico ao cenário musical, pois proporciona a quebra de barreiras ideológicas, sociais e geográficas, na busca de proporcionar aos seus consumidores, por fim, um produto a ser consumido livre de qualquer amarra que o conceito ético e estético possa vir a delimitar.

## 06. Referências

**Banda Calypso.** Disponível em: <<http://site.bandacalypso.com.br/#/banda>> Acesso em: 29 mar 2011.

**Brega Pop.** Disponível em: <<http://www.bregapop.com/felipelanguer/item/327-grande-entrevista-com-chimbinha>> Acesso em: 02 abril 2011.

**Canal de Estúdio Coca-cola zero.** Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/estudiococacolazero>> Acesso em: 29 mar 2011.

CANCLINI, N. **Culturas Híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. 4ª ed. São Paulo: Edusp, 2003.

**Coca-Cola Brasil.** Disponível em: <[http://otimismoquetransforma.cocacola.com.br/release\\_detalhe.asp?release=150&Categoria=41](http://otimismoquetransforma.cocacola.com.br/release_detalhe.asp?release=150&Categoria=41)> <<http://www.youtube.com/user/estudiococacolazero#p/u>> Acesso em: 30 mar 2011.

COHN, Gabriel. **Comunicação e Indústria Cultural.** São Paulo: Editora: T.A.Queiroz, Editor, 1975.



LICHOTE, Leonardo. **Guitarrista da Banda Calypso, Chimbinha vira parceiro de nomes como Nando Reis e Dado Villa-Lobos.** Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2011/03/19/guitarrista-da-banda-calypso-chimbinha-vira-parceiro-de-nomes-como-nando-reis-dado-villa-lobos-924047558.asp>> Acesso em: 29 mar 2011.

SEEHAGEN, Maria de Fátima. **O que é arte?** Disponível em: <[http://www.casadacultura.org/arte/Artigos\\_o\\_que\\_e\\_arte\\_definicoes/gr01/oqueeh\\_arte\\_fatima\\_seeh.html](http://www.casadacultura.org/arte/Artigos_o_que_e_arte_definicoes/gr01/oqueeh_arte_fatima_seeh.html)> Acesso em: 30 mar 2011.

VULCÃO, Kamilla. **Rrrockorama:** Jornalismo cultural e rock independente no Pará. Trabalho de Conclusão de Curso. UNAMA 2010.

\_\_\_\_\_. **Dia da Independência:** Os 10 maiores artistas independentes do Brasil. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/ver/album/musica/2009/09/07/10638-dia-da-independencia-os-10-maiores-artistas-independentes-do-brasil>> Acesso em: 30 mar 2011.