

## **PRODUTORES MUSICAIS: INDÍCIOS PARA UMA ANÁLISE SOBRE LEGITIMIDADE E AUTORIDADE CULTURAL NA MÚSICA POPULAR MASSIVA CONTEMPORÂNEA A PARTIR DE “ASTROS”<sup>13</sup>**

**Heitor da Luz Silva é Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense – UFF. E-mail: htr428@gmail.com**

**RESUMO:** Partindo da observação de que os produtores musicais ocupam um lugar privilegiado e exercem um papel determinante na música popular massiva ainda hoje, este trabalho procura discutir de uma maneira inicial e exploratória algumas das balizas que asseguram capital cultural suficiente para o prosseguimento dessa função profissional em um momento em que está totalmente desarticulada do contexto organizacional em que foi gerada, como uma imposição da estrutura organizacional da indústria do disco para os artistas. Como objeto empírico para ilustrar a discussão, apresenta-se uma breve análise da atuação de produtores musicais como jurados no programa de TV “Astros”.

**PALAVRAS-CHAVE:** produtores musicais, valores, autoridade, capital cultural, mediadores culturais.

**ABSTRACT:** Observing that the musical producers occupy a special place and have a fundamental function on popular music until today, this work aims to discuss some of the basis that ensure sufficient cultural capital for the continuity of this professional function in a moment that it is totally disarticulated from the context that it was generated, as a imposition from the organizational structure of the big company records to the artists. As an empirical

---

<sup>13</sup> Trabalho enviado à apreciação da Revista Cambiassu.

object, it presents a short analysis about the acting of the musical producers as the jury on the TV show “Astros”.

**KEY-WORDS:** musical producers, values, authority, cultural capital, cultural mediators.

## **1. O PRODUTOR MUSICAL: A FUNÇÃO PROFISSIONAL**

A palavra “produção”, em seu uso corrente relacionado ao fazer artístico, diz respeito a uma série de profissões forjadas pelo processo de industrialização da cultura que envolve os meios de comunicação de massas surgidos no decorrer do século XX. No campo da música<sup>14</sup>, o produtor musical<sup>15</sup>, que nasceu como uma função burocrática – ligando o interesse dos empresários do setor e a “tecnoestrutura” das empresas capitalistas aos artistas -, tornou-se uma peça-chave dentro da trajetória e consolidação da indústria fonográfica. Mediando fundamentalmente os interesses e as demandas artísticas e mercadológicas, o profissional viu-se progressivamente fortalecido.

Situado em um lugar estratégico do processo produtivo, o personagem foi aos poucos se destacando a ponto de poder ser considerado o seu “grande maestro” já que seria de sua alçada estar atento ao processo “como um todo”. Um primeiro campo de atuação do produtor abrangeria os aspectos criativos referentes à conformação plástica das canções e dos discos (caberia a ele interferir na própria composição e no arranjo musical para os processos de gravação e mixagem das músicas e discos). Simultaneamente, o profissional deveria compreender as suas lógicas mercadológicas (relacionadas ao endereçamento do texto

---

<sup>14</sup> Em cada indústria da cultura, existiriam lógicas particulares devido a características específicas de cada produto trabalhado e de cada cultura organizacional a ele relacionada, o que também contribui para a existência de nomenclaturas distintas (o diretor de produção no cinema exemplifica este argumento).

<sup>15</sup> Cabe distinguir produtor musical e executivo. Enquanto o primeiro está diretamente ligado ao fazer artístico, influenciando mais decisivamente a plasticidade do produto musical no momento de sua gravação, o segundo cumpre apenas funções administrativas.

musical produzido e à potencialidade e amplitude de mercados consumidores para diferentes produtos, cuja viabilidade frente aos investimentos das empresas do disco deveriam ser avaliadas).<sup>16</sup>

Márcia Tosta Dias enumera algumas outras características do ofício, partindo de um contexto em que os produtores eram funcionários com carteira assinada pelas grandes gravadoras:

“Pensa na montagem do disco, na seqüência e escolhe as faixas de trabalho. Cuida também para que seja cumprido o orçamento destinado ao projeto. Os setores de marketing e vendas precisam, muitas vezes, da orientação do produtor para que possam otimizar seu trabalho, considerando a natureza do produto e o seu público preferencial. O lado ‘caça-talentos’ requer conhecimentos sobre o mercado e grande sintonia com as ofertas de shows, discos independentes, ou seja, toda a movimentação musical que ainda não tenha sido capitalizada pelas grandes companhias” (2000: 91-92).

A partir dos anos noventa, em um momento em que as grandes empresas do disco começam a reorganizar a sua estrutura organizacional interna visando a baixar seus custos com a folha de pagamento e manter os seus lucros em meio a uma nova realidade de mercado do setor, os produtores musicais acabam se tornando profissionais terceirizados, prestando serviços para estas empresas ao serem contratados para trabalhos específicos. Alguns deles acabariam por desenvolver selos musicais (pequenas empresas fonográficas) próprios, tornando-se patrões e empreendedores, ainda que, por terem concentrado em suas mãos o processo de distribuição dos discos, as grandes gravadoras multinacionais continuassem sendo obrigatoriamente as principais parceiras destes produtores-empresários.

---

<sup>16</sup> Tornou-se comum a transformação de vários artistas, instrumentistas e compositores em produtores musicais, o que aponta para os fortes laços entre os processos de composição e execução musical e a produção na música popular massiva. Outro fato relevante é o de que tenha se tornado comum artistas reconhecidos produzirem outros artistas esporadicamente, o que contribui para entender como o exercício da função confere reconhecimento e *status* artístico na música popular massiva.

Na contemporaneidade, portanto, o produtor musical, logisticamente autônomo em relação à empresa fonográfica, se fortaleceu como o próprio elemento condutor do processo de produção da mercadoria musical, em parte graças à permanência de características simbólicas que sustentam a música popular massiva, mesmo em uma fase de rearranjo das forças econômicas que controlam o setor. Tais características permitiram que o profissional, neste novo contexto econômico, continuasse a dar sustentação à sua atividade de mediador cultural, importantíssima para os processos de produção e consumo musical, sintonizado com as lógicas criativas e mercadológicas que envolvem os diversos atores sociais e suas demandas particulares.

A função, portanto, não se esvaziou. Pelo contrário, continua central. Traduzindo e lidando com as tensões específicas relacionadas às ambigüidades do fazer musical na contemporaneidade acentuadas no decorrer da consolidação da indústria fonográfica (especialmente no que diz respeito às lógicas econômicas e artísticas envolvidas no processo produtivo), o produtor musical continua tendo um papel de relativo destaque no cenário musical.

## **2. VALORES E CAPITAL CULTURAL**

A complexidade da Indústria Cultural<sup>17</sup> pode ser percebida pela diversidade de produtos, assim como pela intensa produção de valores que balizam o seu consumo e,

---

<sup>17</sup> Por isso, tendo como referência as discussões de Negus (1999), torna-se mais adequado trabalhar com a idéia de indústrias culturais em detrimento da referência a uma Indústria Cultural monolítica, tal como apresentada em sua concepção inicial (ADORNO & HORKHEIMER, 1985). Com isso, pretende-se ressaltar a pluralidade deste complexo sistema, que contém diferentes indústrias com características distintas, graças às diferenças da lógica das próprias obras e de seus processos produtivos (no cinema, na música, no livro, nas histórias em quadrinhos, etc). Ressaltando a possibilidade de autonomias criativas relativas em meio às constricções mercadológicas e industriais da produção cultural, acredita-se ser importante fazer ainda uma objeção às conclusões frankfurtianas a respeito de uma sobreposição total da “lógica da mercadoria” em relação à “lógica da obra”.

consequentemente, a própria produção (FRITH, 1997). Deve-se lembrar, todavia, da existência de lugares de fala mais legitimados do que outros para a emissão de juízos de valores. Boa parte das discussões de Pierre Bourdieu (1986, 1987) pode ser aproveitada para iluminar esta questão.

Dentro do universo conceitual do sociólogo francês, o conceito de capital simbólico<sup>18</sup> merece ser especialmente destacado para os objetivos deste trabalho. Procurando complexificar a teoria econômica, na qual é central a idéia de capital no seu sentido material estrito (o econômico), o autor identifica a existência, além desta, de duas outras espécies de capital: o cultural e o social. Todos eles seriam marcados por especificidades simbólicas, já que dependeriam da produção e aceitação social dos sentidos a eles relacionados para poderem funcionar socialmente. É necessário, por exemplo, que se acredite no valor de uma nota ou moeda para que o capital econômico em sentido estrito tenha validade. O conceito de capital para Bourdieu estaria estritamente ligado ao seu caráter acumulativo e à possibilidade de conversão entre as suas três espécies distintas.

Dentre estas três espécies,<sup>19</sup> a noção mais significativa para este trabalho (a de capital cultural), ainda segundo o autor, apresentar-se-ia sob três formas: 1) no seu “estado corporificado”, ou, em outras palavras, graças às disposições corporais e mentais incorporadas pelos próprios atores sociais (em seus *habitus*); 2) objetificada nos bens culturais (nos próprios suportes materiais, como os discos, no caso da música); 3) e, como uma forma especial de objetificação, nas instituições, com suas forças nos processos de legitimação

---

<sup>18</sup> Apesar de estar presente na maioria de suas obras, a definição da noção de capital foi basicamente extraída do artigo “Forms of Capital” (In: “Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education”, 1986: p.241-258, J.E. Richardson ed).

<sup>19</sup> O volume de capital social acumulado por um agente estaria diretamente relacionado ao tamanho de sua rede social de conexões e ao volume de capital (econômico, cultural) que os componentes desta rede possuem.

(através, por exemplo, da emissão de títulos e certificados que atestam a qualificação de determinado ator para exercer certos papéis sociais).

O capital cultural, de uma maneira geral, estaria relacionado à idéia de credibilidade que envolve modos socialmente legitimados como “corretos” de apropriação de determinados objetos (ligado a um “saber ler”, “saber fruir”, no caso do campo da arte, por exemplo) e ao possível acúmulo ou não de prestígio social decorrente dessa apropriação, sendo bastante determinante, para isso, o poder de consagração das instituições.

Os conceitos produzidos por Bourdieu já vêm sendo apropriados para estudar a música popular massiva<sup>20</sup> e os modos particulares de produção de valores e de relações de poder que conferem lugares de fala legitimados a determinados atores sociais neste universo (JANOTTI JR, 2007; SILVA, 2008; THORNTHON, 1997). Estes estudos abordam a existência de formações discursivas bastante específicas ao universo da música popular massiva (relacionadas ao processo organizacional da produção, dos modos de circulação e das formas de consumo), nos quais ganha importância a noção de mediadores culturais na produção de sentidos, compreendidos aqui, à luz de Martin-Barbero (2001), a partir de sua articulação com as relações de poder.

---

<sup>20</sup> A noção de popular-massivo vem das discussões de Jesus-Martin Barbero (2001), que a utiliza com o intuito de valorizar as práticas culturais populares no espaço urbano, incluindo o consumo e os usos dos produtos das indústrias culturais, e contrapor-se, assim, a um certo folclorismo que valorizaria apenas o universo do popular-rural, dotando-o de uma autenticidade idealizada. Nesse sentido, o autor preocupa-se em romper com a simples separação estabelecida e tão solidificada entre cultura popular e cultura de massas, entendendo que o popular estaria constituído no massivo. Já a apropriação do termo por Janotti Júnior (2006, 2007) coloca em foco o surgimento de uma dada sensibilidade constituída na relação com os produtos da comunicação de massas, ou seja, diz respeito a determinados modos de produzir e criar (assim como de ler, ver e ouvir) específicos da cultura midiática desenvolvida no decorrer da trajetória das indústrias culturais.

### **3. MEDIAÇÕES E MEDIADORES CULTURAIS: GÊNEROS MUSICAIS E PRODUTORES**

A autoridade da opinião de um produtor musical em função do lugar de fala que ocupa e pelo capital cultural acumulado pela sua trajetória não permite que ele simplesmente imponha o seu gosto ou suas vontades, pois é obrigado a lidar com outros elementos que mediam a formação de valores culturais. Somente através do diálogo com dinâmicas de produção de sentido específicas, relacionadas a determinados modos de ouvir e de valorar que dão base aos diversos nichos de mercado, é que ele pode atuar. Um dos mais importantes mediadores para essas dinâmicas são os gêneros.

A respeito do conceito de gênero musical, faz-se importante destacar que diversos autores (FABBRI, 1981; FRITH, 1997; JANOTTI JR, 2006) vêm trabalhando no sentido de aprimorar a sua definição para fins analítico-metodológicos com o intuito de lidar melhor com o fenômeno comunicativo das peças musicais da música popular massiva. Janotti Jr (2003), em especial, aplica ao estudo da canção popular massiva uma noção de gênero musical que delimita a abordagem do conceito por três aspectos reguladores, os quais basicamente condensam as idéias desenvolvidas por Frith e Fabbri: as “regras” econômicas, semióticas e técnicas/formais. As primeiras relacionam-se com os endereçamentos mercadológicos e as suas apropriações culturais. As regras semióticas dizem respeito às estratégias de produção de sentido do texto musical (modos de enunciação, temáticas e letras), bem como à estabilização de valores relativos à “autenticidade”. Já as regras técnicas e formais referem-se às convenções de execução, ou seja, habilidades requeridas aos músicos, instrumentos

necessários ou tolerados, relações de alturas sonoras entre cada instrumento e a(s) voz(es) e entre as palavras e a música.<sup>21</sup>

Longe de encerrar as ambigüidades envolvidas nos processos de produção, circulação e consumo, os gêneros traduzem as suas singularidades, referentes aos aspectos mercadológicos, técnicos, plásticos e valorativos que caracterizam a música popular massiva.

#### **4. PERFORMANCE, TEXTO E PRÁTICAS DISCURSIVAS**

Os gêneros musicais não se apresentam “em estado bruto”. É comum, ao lidarmos com as canções, colocar em jogo, além da especificidade de uma rotulação genérica, determinadas marcas deixadas pelo artista, que se somam e matizam a questão do gênero musical nos âmbitos do consumo e da produção musical. Assim, quando nos reportamos a um samba de Chico Buarque ou a um samba de Zeca Pagodinho, referimo-nos a características outras que não se limitam ao gênero musical em si e que chamam a atenção para a

---

<sup>21</sup> Esse tipo de abordagem torna-se importante por detalhar e, assim, dar importância aos aspectos materiais (plásticos e midiáticos) inscritos nos gêneros musicais, o que permite dar consistência ao conceito como um operador analítico para o campo da comunicação em relação aos seus produtos. Tal abordagem permite perceber com mais acuidade o gênero dentro dos processos comunicacionais ao expor determinados limites para a produção de sentido em torno das rotulações feitas pelos agentes envolvidos nos processos de produção, circulação e consumo da música popular massiva. Seguindo essa linha, é possível falar de um gênero musical apenas quando se visualiza que determinadas transgressões ao que é praticado em toda uma configuração genérica em termos econômicos, semióticos e técnicos/formais, dentro de um contexto anteriormente estabelecido, tornam-se sistemáticas, sedimentando-se e sendo, portanto, incorporadas à cartografia musical em um novo contexto. Mesmo levando-se em conta essa idéia, aposta-se alto aqui na tensão viva entre os gêneros e suas fronteiras, atentando-se para a existência de aspectos que se tornaram estruturais e dos sujeitos, que, ao colocá-los em cena, constroem e desconstroem simultaneamente a noção de gênero musical. Esse posicionamento também permite que se fuja de uma dupla tentação de radicalidade ao lidar com esse objeto; seja na direção de um estruturalismo engessador que perceba os gêneros musicais como um sistema de classificação totalmente pronto para utilização e análise, seja na de um olhar que coloque nas mãos dos sujeitos todo o poder de nomeação sobre eles. Ainda que a discussão não se dê no mesmo plano, é importante registrar que ela é balizada pelas argumentações de Stuart Hall no artigo “Estudos Culturais: dois paradigmas” (In: *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*, 2006) em sua releitura das heranças das análises estruturalistas e culturalistas para os estudos culturais. Os gêneros podem ser entendidos, portanto, como convenções constantemente negociadas pelos atores sociais em contextos particulares, ressaltando-se, assim, a relativa flexibilidade de suas fronteiras.

importância dos artistas. Ao mesmo tempo em que expõem especificidades de gênero musical, ao “performatizarem” as canções, eles deixam seus rastros, suas marcas, complexificando essa noção. A performance, portanto, seria um lugar especial para a visualização e possível análise dos gêneros musicais em uma peça específica executada por um corpo dotado de determinadas características plásticas e biográficas.

De acordo com Janotti Jr (2006:7), “a performance musical é um ato de comunicação que pressupõe uma relação entre intérprete e ouvinte”. Na música popular massiva, portanto, um campo privilegiado para a produção de valores é a performance, já que nela está inscrita a materialidade dos sentidos produzidos pelo complexo mapa de mediadores culturais deste universo, dentre os quais se destacam os gêneros musicais.

“A performance aponta para uma espiral que vai das codificações de gênero às especificidades da canção. Mesmo que de maneira virtual, a performance está ligada a um processo comunicacional que pressupõe uma audiência e um determinado ambiente musical. Assim, a performance define um processo de produção de sentido e, conseqüentemente de comunicação, que pressupõe regras formais e ritualizações partilhadas pela audiência, direcionando certas experiências frente aos diversos gêneros musicais” (Idem).

Etimologicamente, a palavra *performance* deriva do francês antigo *parfournir*, que significa *completar*, de acordo com Turner (apud HIKIJI, 2005:7). O autor se refere à performance como “o momento de finalização de uma experiência, sem o qual esta não se completa”. Mais do que completar, a performance musical atualiza os sentidos de um texto considerado “original”. Por isso, acredita-se na importância de se realçar o caráter processual

da performance, através do qual se atualizam e transformam-se os textos.<sup>22</sup> Materializados nas performances, os textos “originais” se tornam novos textos e podem ganhar novos sentidos e valorações que, ao mesmo tempo em que reafirmam os parâmetros de apreciação estabelecidos pelas gravações conhecidas de uma canção, abrem espaço para as disputas de sentido que vão estabelecer limites de valores, os quais podem flutuar entre a originalidade “criativa” da interpretação e sua deturpação.

É principalmente através das performances, dos candidatos a uma carreira musical em um programa como “Astros” ou de artistas já estabelecidos, portanto, que os produtores vão atuar, emitindo juízos de valor através de suas legitimadas práticas discursivas<sup>23</sup>, seja no palco ou no momento das gravações musicais. Assim, os produtores participam ativamente do processo produtivo e criativo, auxiliando aos artistas a “escreverem” este texto da “melhor maneira possível”, “corrigindo” suas performances.

## **5. OS ARTISTAS DA MÚSICA POPULAR MASSIVA E OS PRODUTORES**

“Caçar talentos” disponíveis à “lapidação” se tornou uma função característica do produtor. Para a análise das potencialidades de um cantor ou banda no mercado musical, estão

---

<sup>22</sup> Entende-se texto como “um dispositivo concebido para produzir o seu leitor-modelo”, enfatizando-se que “esse leitor não é o que faz a ‘única’ leitura certa”, já que “um texto pode prever um leitor-modelo com o direito de fazer infinitas conjecturas” (ECO, 1993: 75). A partir dessa perspectiva, caracteriza-se o texto como um ato comunicativo que, relacionado à música, é compreendido articulado à noção de gênero musical anteriormente abordada e que leva em conta aspectos da própria materialidade tecnológica e plástica dos suportes midiáticos nos quais estes textos são fixados.

<sup>23</sup> Quando se fala em práticas discursivas, se está compreendendo o discurso como modo de ação e representação, prática social que atualiza os sentidos de uma materialidade textual em determinados contextos. Nas palavras de Fairclough (2003: 91): “o discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado”. Deve-se, portanto, enfatizar este duplo caráter do discurso, explicitado por Fairclough, mas trabalhado também por Hall (2006), relativizando perspectivas construcionistas e estruturalistas sobre o discurso: ao mesmo tempo em que é socialmente determinado, ele determina e constrói o social.

em jogo valores culturais que determinam quem poderia ou não obter algum tipo de destaque na música popular massiva. Mas quais seriam as características determinantes para que alguém se torne um artista expressivo (em termos de volume de vendas e/ou de relevância artística) neste universo?

Para responder essa questão, deve-se lembrar que a apreciação que baliza o consumo na música popular massiva leva em conta características intrínsecas e extrínsecas à audição de uma determinada canção, as quais influenciam decisivamente na produção e no papel do produtor ao trabalhar com determinado artista, já que “na construção de um autor de texto para a música popular massiva se fundem algumas combinações da voz, do corpo, da imagem e de detalhes biográficos” (BRACKET, 1995: 2).

De uma maneira geral, os processos de construção e consolidação de uma carreira no universo da música popular massiva envolvem: 1) Por um lado, a própria materialidade musical (relacionada aos modos de registrar fisicamente as gravações nos suportes midiáticos, de atuar no palco e de se comportar nos meios de divulgação do entretenimento); 2) Paralelamente, tais processos estão conectados a determinados valores compartilhados em torno dessa materialidade que conferem forma a sistemas axiológicos fundamentais para mover a economia da música.

É o conjunto das características anteriormente enumeradas por Brackett que permite aos personagens musicais serem admirados. A combinação entre o reconhecimento de sua qualidade musical e postura diante de determinadas situações, mediada por modos específicos de valoração, é determinante para que o artista venha a se tornar (ou não) idolatrado dentro de certos segmentos.

Como já mencionado, o produtor musical atua como um mediador entre diversas expectativas e demandas, ocupando um privilegiado lugar a partir do qual se pode compreender (e produzir) valores artísticos e econômicos que interessam, de maneira diversificada, aos atores sociais que buscam disponibilizar a “sua” música no mercado da “melhor” maneira possível. Nesse caso, a experiência do olhar do produtor pode contar muito para aconselhar os novos artistas sobre os melhores caminhos a serem seguidos para que alcancem os seus objetivos profissionais, especialmente os que buscam se estabelecer como astros do *mainstream* musical, já que a preocupação com a formação de ídolos musicais que garantam grandes vendas de sua produção musical é uma característica que se acentua neste setor da cadeia produtiva da música ainda atualmente.

## **6. O MAINSTREAM MUSICAL ENCENADO NA TV: OS PRODUTORES-JURADOS EM “ASTROS”**

No decorrer da primeira década deste século, os reality shows invadiram a televisão de todo o mundo. Alguns destes programas se dedicaram ao universo musical. Promovendo uma espetacularização de parte do processo produtivo, programas como “Fama”, “Ídolos” e “Astros” colocaram em primeiro plano, na televisão brasileira, as discussões sobre os valores que norteiam o consumo e a produção na música popular massiva.

Estes programas constituem-se como uma espécie diferenciada de reality show em que os participantes têm de demonstrar um talento artístico para vencer a disputa. Pelo seu talento e desenvolvimento no decorrer do programa, eles são analisados e indicados à eliminação por especialistas e pelo voto do público telespectador. A premiação neste tipo específico de formato também se apresentou de maneira bastante diferenciada inicialmente: o vencedor

ganha um contrato com uma grande companhia fonográfica para gravar e distribuir um disco.<sup>24</sup> Isso além da “natural” exposição midiática.

Nos programas, especialmente em “Astros” (terceira versão do reality show exibido pelo SBT), a figura do produtor musical obtém um acentuado destaque. Desde a sua segunda temporada, ainda sob o título de “Ídolos”,<sup>25</sup> os quatro jurados do programa se firmaram como os seus principais personagens, frequentando as primeiras páginas de revistas especializadas e também os mais diversos programas da grade do SBT. Para além de observar a repercussão destes quatro personagens em particular, é interessante perceber as especificidades que ajudam a compreender o lugar autorizado de fala ocupado por eles, bem como o modo em que suas práticas discursivas se articulam à materialidade sonora e visual presentes no texto musical produzido pela performance dos candidatos. Todos os jurados têm como pontos fortes em seus currículos a atuação como no campo da produção, ressalvadas as especificidades de suas trajetórias e ligações com universos musicais na economia da música.

O carioca Thomas Roth, além de produtor, é publicitário e compositor. Na década de oitenta, fez dupla com Luis Guedes, obtendo relativo sucesso com a música “Ela sabe demais”. Uma de suas composições mais conhecidas, entretanto, é “Quero”, que foi gravada por Elis Regina no LP “Falso Brillante”, de 1976. Atualmente é dono de uma produtora de

---

<sup>24</sup> Vale dizer que em sua última edição, o programa “Astros” teve mudanças significativas em relação à premiação as quais apontam para o momento de transformações pelas quais a economia da cadeia produtiva da música vem passando, particularmente as gravadoras, por conta de mudanças no comércio musical em virtude das mudanças no consumo, provavelmente provocadas pela desmaterialização do fonograma. Ao invés de gravar um disco a ser distribuído com a chancela de uma empresa multinacional, o prêmio passou a ser um valor em dinheiro.

<sup>25</sup> Devido a razões contratuais, o SBT teve que renomear o programa, já que a Rede Record de Televisão comprou os direitos de exibição da versão brasileira do original “American Idols” em 2008, exibindo em 2009 já a sua segunda versão.

publicidade, a “Lua Nova”. Na função de produtor musical, atuou bastante com artistas ligados à chamada música romântica e também ao sertanejo.

Arnaldo Sarcomani, paulista, é também instrumentista e compositor. Ele e sua filha Thaís Nascimento estão entre os vinte maiores arrecadadores de direitos autorais no Brasil. Produziu discos de Fábio Júnior e Luis Miguel (gravado na Espanha), além dos álbuns de artistas como Tim Maia, Rita Lee, Ronnie Von, entre outros (no início de sua carreira nos anos sessenta e setenta). Esteve muito ligado ao grande fenômeno comercial do “pagode paulista” dos anos 1990, sendo uma figura de grande destaque nesse universo musical.

O gaúcho Carlos Eduardo Miranda teve destaque como produtor musical na década de noventa, com os selos Banguela Records e Excelente, lançando bandas como Raimundos. Como produtor, lançou ainda, entre outros grupos, Skank, O Rappa, Virgulóides, Blues Etílicos e Cansei de Ser Sexy. Também criou e dirigiu o site Trama Virtual, que é um projeto de distribuição online de artistas independentes por MP3 ligado à gravadora Trama. Antes disso, como jornalista da área de música, Miranda trabalhou para a Revista Bizz. Ainda em Porto Alegre, Miranda teve forte atuação no cenário musical da capital gaúcha. Como tecladista e compositor, fez parte de ao menos dois grupos de Porto Alegre que alcançaram expressão local nos anos oitenta, como Taranatiriça e Urubu Rei. Nesta época, já demonstrava interesse pela produção, atuando em discos de bandas como De Falla, Fluxo e muitas outras.

A pernambucana de Olinda Cynthia Zamorano (mais conhecida como Cys) é produtora, compositora, cantora e pesquisadora da MPB. Já trabalhou com música popular instrumental e, em 1997, introduziu a música eletrônica em suas composições. Despontou com uma carreira na Europa, onde compôs, cantou e produziu o disco “Precyz”. Em 2004 lançou na Europa e no Japão “Littlefishdublongwatersamba”, um álbum solo com participações de Gilberto Gil, DJ Dolores, Zeca Baleiro, entre outros. É conhecida no meio musical por associar ritmos populares a expressões musicais contemporâneas, como em suas

colaborações com vários produtores internacionais, entre eles, Swag (responsável por alguns discos da banda irlandesa U2) e Howie B (que já produziu a cantora Björk).

Além de serem oriundos de regiões diferentes do país, os jurados são ligados a universos musicais distintos. Enquanto Miranda possui uma carreira de vinte anos ligada ao rock e ao pop-rock, Cys possui fortes ligações com a MPB mais contemporânea e universalista que flerta com sonoridades eletrônicas. Ambos pertencem a um contexto de atuação em que o produtor já estava mais desprendido da estrutura das grandes gravadoras, e possuíam relativa autonomia no mercado de música. Um pouco mais experientes, Thomas Roth e Arnaldo Sarcomani passaram por várias etapas da história da indústria fonográfica desde os anos setenta. Vivenciaram diversos momentos de produção da música brasileira, auxiliando as mais diversas vertentes musicais a se consolidarem. Nos últimos vinte anos, no entanto, Arnaldo esteve muito ligado ao sucesso comercial do pagode de São Paulo dos anos noventa, enquanto Thomas produziu muitos “cantores românticos” e colaborou em parte para o “boom” da música sertaneja no mesmo período.

O fato de pertencerem a universos musicais distintos é um elemento que aponta para: 1) a importância das rotulações genéricas para o campo da música de uma maneira geral, tanto em relação ao processo que organiza a sua comercialização quanto no que diz respeito às particularidades da materialidade formal dos diversos gêneros; 2) uma possível estratégia visando à obtenção de uma maior legitimidade para o próprio programa ao possuir um corpo de jurados abrangente que leva em consideração tais rotulações.

O passado razoavelmente consagrado é um elemento que confere capital cultural a estes quatro personagens, elemento fundamental para a legitimidade de sua atuação. Exatamente por terem produzido grandes nomes da música (reconhecidos pela sua qualidade artística e/ou sucesso comercial de seus trabalhos), os julgamentos de valor dos produtores são respeitados, na maioria dos casos, pelos candidatos que sonham em se firmar no meio

musical. Este capital simbólico necessário para a atuação dos produtores em “Astros” seria adquirido em primeiro lugar, portanto, graças às peculiaridades da própria profissão, e complementado pela trajetória de cada um dos quatro jurados do programa nessa profissão, relacionada a sub-universos genéricos distintos.

Muitos dos julgamentos dos produtores-jurados são realizados a partir de expectativas e convenções de gênero, o que, em alguns casos, acontece antes mesmo da apresentação musical dos candidatos. Uma pergunta comum que é feita a eles no momento em que entram na sala de audições diz respeito ao estilo de música de que gostam e/ou que vão cantar. Respondida a questão, a avaliação pode começar por uma leitura das roupas que vestem ou pelo corte e penteado dos cabelos, geralmente quando considerados “inadequados”. Após cada apresentação, em alguns casos, os produtores tecem comentários de temáticas diversas, boa parte deles mediada pela noção de gênero musical: desde especificidades na colocação da voz e suas peculiaridades timbrísticas (“Quem vê ela falando, vê que ela não canta, que ela não pode cantar” – comenta Sarcomani com seus colegas a respeito de uma candidata) até o seu comportamento (“Que isso rapaz! Você é do samba e vai chorar?” – diz Miranda a um candidato que se emociona ao ser aprovado para a segunda fase. Ainda que em tom de brincadeira, ele aponta para a importância desse elemento na construção e solidificação de uma carreira na música por meio do gênero a que se é relacionado). Um outro tema recorrente nesta avaliação é a escolha do repertório (“Não canta mais isso, não! Vai no brega que você vai se dar bem.” – sugere Thomas a um atento candidato; “Enche a cara de piercing e vem cantar essas músicas frouxas?” – dispara Miranda a um outro). Por vezes, evidencia-se a preocupação com a possibilidade de um mercado para o candidato, particularmente quando reconhecem nele qualidades que suscitam dúvidas quanto à sua aprovação (“Uma pena que no Brasil não se saiba apreciar um timbre de voz como o seu” – lamenta Thomaz Roth). Em

alguns casos, os jurados nem argumentam sobre os seus pareceres, deixando alguns dos eliminados furiosos, sem compreender os critérios utilizados para a sua reprovação.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desse breve levantamento do tópico anterior, já aparecem indícios significativos de que a legitimação das práticas discursivas (incluindo o silêncio) desses atores sociais é fortemente balizada pelo acesso privilegiado às “regras de gênero”, possibilitado por suas experiências profissionais específicas. Sua autoridade, no entanto, não é absoluta e os candidatos vão procurando, na medida em que vão permanecendo, passando para outras fases do programa, disputar e negociar sentidos a partir também de expectativas e convenções de gênero.<sup>26</sup>

O exemplo da forma como esses profissionais atuam em “Astros” é significativo para compreender as bases de legitimidade da autoridade crítica dos julgamentos de valores dos produtores musicais no universo da música midiática de uma forma geral. Ainda que negociados a partir de convenções e horizontes de expectativas específicos, o modo como são apresentados denota uma posição de fala particular socialmente legitimada para este ator social nesse campo.

---

<sup>26</sup> Um dado interessante a respeito da importância dos gêneros musicais é o que aponta para os processos de hierarquização entre gêneros, que caminham paralelamente a um certo sistema de cotas, ambos os elementos, sob tensão, influenciando decisivamente no processo de seleção. É o caso, por exemplo, do rapper que foi aprovado por todos após a seguinte declaração de Thomas: “Acho que é importante ter alguém desse estilo na próxima fase”. Também é o caso da paraense que defende o tecno-brega, mas que é obrigada por Arnaldo Sarcomani a cantar uma música do universo da MPB e, assim, convencê-lo a aprová-la para a fase seguinte. Essa vontade de preenchimento de cotas genéricas reaparece quando um candidato diz estar ali para “representar o rock and roll” e é recebido com declarações aparentemente sinceras de que se quer aprovar ao menos um roqueiro para próxima fase (tanto que aprovam outro candidato que, apesar de não ter se apresentado tão bem, foi o que alcançou a melhor performance no segmento rock, de acordo com a avaliação do júri). A escolha do repertório seria decisiva para eliminar o candidato que disse estar ali para defender as “cores do rock”: “Tu tá queimando o rock. Vem aqui, diz que é roqueiro e canta ‘Quem sabe eu ainda sou uma garotinha’, véio?” – ataca, desesperadamente, Miranda.

Mesmo que a análise desse objeto contribua para a compreensão acerca do posicionamento privilegiado que os produtores musicais possuem para emitirem pareceres “legítimos”, é necessário um maior aprofundamento para refletir sobre como a profissão em si acumulou capital cultural suficiente para prosseguir como fundamental para os artistas em um contexto técnico e econômico bastante distinto do qual foi gerada. Em outras palavras, para se entender o porquê de, mesmo “livres” para gravarem suas músicas e seus discos sem a ingerência direta das empresas fonográficas (que se dedicam atualmente praticamente apenas à distribuição), os artistas ligados aos mais diversos gêneros e nos mais diversos estágios de consolidação de uma carreira midiática mantêm uma forte necessidade em contar com a presença de um produtor musical, que inicialmente seria parte de um pacote de exigência das gravadoras.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Marx. “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas”. In: **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- BARBERO, Jesus-Martín. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**. São Paulo; Companhia das Letras, 1996.
- \_\_\_\_\_. “Forms of Capital”. In: **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education** (p.241-258). J.E. Richardson Ed., 1986.
- \_\_\_\_\_. **O Poder Simbólico**. Lisboa/Rio de Janeiro: DIFEL/Bertrand Brasil, 1989.
- \_\_\_\_\_. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- BRACKET, David. **Interpreting Popular Music**. Berkeley/Los Angeles/London: University of Califórnia Press, 1995.
- CARDOSO, Monique e VICTAL, Renata. “Quase (nunca) famosos”. In: **Jornal do Brasil**, 15 de julho de 2007.
- DE MARCHI, Leonardo. **A nova produção independente – indústria fonográfica brasileira e as novas tecnologias de informação e da comunicação**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense. Programa de Pós Graduação em Comunicação Social. 2006.
- \_\_\_\_\_. **Os Donos da Voz? Reconsiderando as Grandes Gravadoras na Produção de Música Brasileira**. Trabalho apresentado no I CONECO, 2006.
- DIAS, Márcia Tosta. **Os Donos da Voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.
- ECO, Umberto. **Conceito de Texto**. São Paulo: EDUSP, 1984.
- FABBRI, Franco. “A Theory of Musical Genres: Two Applications” in: **Popular Music Perspectives**. Ed. D.Horn and P.Tagg; Göteborg and Exeter: International Assossiation for the Study of Popular Music (IASPM), pp52-81, 1981.
- FAIRCLOUGH, Norman. “Teoria Social do Discurso”. In: **Discurso e Mudança Social**. Brasília: UNB, 2003.
- FRITH, Simon. **Performing Rites: on the value of popular music**. Harvard University Press, 1997.
- HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Indústria da Música: uma crise anunciada. In: **Encontros dos Núcleos de Pesquisa do Intercom** (Anais), 5, Rio de Janeiro, 2005. Ed.UERJ, 2005. 1 CD ROM.
- HIKIJ, Rose Satiko Gitirana. “Etnografia da performance musical – identidade, alteridade e transformação”. In: **Horizontes Antropológicos**, vol.11, n.24. Porto Alegre, Julho/Dezembro 2005.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. “À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva” in: **ECO-PÓS**, vol.6, n.2; Rio de Janeiro (p.31-45): UFRJ, 2003.

\_\_\_\_\_. “Dos Gêneros Textuais, Dos Discursos e Das Canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático.” In: **XIV Encontro Anual da Compós**, Niterói, 2005.

\_\_\_\_\_. “Mídia, música popular massiva e gêneros musicais: a produção de sentido no formato canção a partir de suas condições de produção e reconhecimento”. In: **Anais do XV Encontro da Compós**, Unesp, Bauru.,2006.

\_\_\_\_\_. “Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular”. In: **Anais do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Santos, 2007.

\_\_\_\_\_. Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. In: **E-Compós** (Brasília), v. 1, p. Edição 6/09-2006.

MIDDLETON, Richard. **Studying Popular Music**. Philadelphia: Open University Press, 1990.

NEGUS, Keith. **Music Genres and Corporate Cultures**. London and New York: Routledge, 1999.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

SILVA, Heitor da Luz. **Rio de Janeiro, Rock e Rádio FM**: a incursão da Fluminense FM “A Maldita” e da Cidade “A Rádio Rock” no domínio das guitarras. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação, Imagem e Informação da UFF, 2008.

TATIT, Luiz. **O Século da Canção**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

THORTON, Sarah. **Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital**. Hanover: Wesleyan University Press, 1996. 191 p.

TROTTA, Felipe. “Música e Mercado: a força das classificações”. In: **Revista Contemporânea**. Vol.3, nº2 (Jul/Dez 2005), disponível em [www.contemporanea.poscom.ufba.br](http://www.contemporanea.poscom.ufba.br), Salvador: UFBA, 2005, pp. 181-195.

\_\_\_\_\_. “Música popular e qualidade estética: estratégias de valorização na prática do samba”. Texto Mimeo.

VALENTE, Heloísa. **As Vozes da Canção nas Mídias**. São Paulo: Via Lettera, 2003.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, Recepção e Leitura**. São Paulo: Ednuc, 2000.

\_\_\_\_\_. **A Letra e a Voz**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.