

## **DOS QUINTAIS ÀS TELAS DE TV: o samba como produto da indústria cultural e a contribuição das mulheres nesse estilo musical<sup>1</sup>**

Mayane Cristina SANTOS<sup>2</sup>

Angelo CARVALHO<sup>3</sup>

Carla PAIVA<sup>4</sup>

Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

### **Resumo**

Este artigo pretende fazer um breve apanhado sobre a história do samba como cultura popular e também como cultura de massa. A sua inserção na lógica de difusão da indústria cultural e as modificações ocorridas nesse gênero após transforma-se em um produto de consumo é o debate principal desse texto. Ademais, tem como objetivo expor a representação das mulheres na criação, preservação e difusão desse estilo musical.

**Palavras-chave:** samba; indústria cultural; cultura de massa; mulheres.

### **Introdução**

A importância das mulheres no samba é algo inegável na história do Brasil. Desde a sua origem até os dias atuais, a presença delas aparece sempre em uma posição fundamental na evolução desse gênero da música brasileira. Tal importância surge já no nascimento do samba, oriundo das festas realizadas nas casas das tias baianas (negras que imigravam da Bahia para o Rio de Janeiro e que hoje seriam chamadas como “mães de santo”), em especial Tia Ciata, em que músicos e moradores reuniam-se para tocar, cantar e praticar o candomblé. Foram nesses encontros, no início do século XX, que surgiram as primeiras composições do gênero, como a canção “Pelo Telefone” (1917), considerada precursora na difusão desse estilo musical (SANDRONI, 2001).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ - Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º. Semestre do Curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Uneb, email: mayane458@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 3º. Semestre do Curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Uneb, email: angelocarvalho@gmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo em Múltiplos Meios da Uneb, email: ccspaiva@gmail.com

Embora vejamos o samba hoje como um dos símbolos que caracterizam o Brasil, nem sempre o mesmo foi visto com bons olhos. Devido ao racismo existente aqui há séculos, toda e qualquer manifestação que partisse dos negros, constantemente perseguidos, era logo marginalizada, uma forma de apagar a participação dos mesmos na construção do Brasil e de sua cultura. Um reflexo disso foi a “Lei da Vadiagem”, criada em 1941, que criminalizava a ociosidade e pessoas que andassem nas ruas sem o porte de documentos (VILLELA, 2014). Uma lei que atingia, na verdade, os pobres e negros que, já tão estigmatizados devido ao racismo institucional, tinham grandes dificuldades em conseguir emprego. Além disso, servia como uma brecha para o abuso policial, um pretexto para levar às prisões quem eles “achassem” ser criminosos, sem quaisquer provas. Algo que serviu, inclusive, como uma ferramenta de repressão às festas de samba.

Esses festejos eram realizados nos bairros que compunham a chamada “Pequena África” (Gamboa, Saúde, Cidade Nova e Pedra do Sol), no Rio de Janeiro, termo empregado pelo compositor Heitor dos Prazeres para denominar essa área devido à presença de uma grande quantidade de afrodescendentes no local. As festas chegavam a durar dias e eram regadas a muita comida, bebida e música. E foi no quintal de Tia Ciata que nasceu a “Primeira Geração do Samba”, formada por figuras importantes dessa história musical, como Pixinguinha, João da Baiana, Donga e Hilário Jovino (BENZECRY, 2008).

A visão preconceituosa da sociedade acerca do samba só veio a mudar após a entrada desse estilo musical no mercado fonográfico, nos anos 1920, consequência da crescente expansão do rádio naquele contexto. Tal inserção na indústria cultural fez com que esse gênero se popularizasse, atingisse outras camadas da sociedade e se tornasse um importante elemento na cultura brasileira. Essa também é a razão para as diversas mudanças que ocorreram no samba ao longo dos seus 100 anos de existência, tanto na estética quanto em seu significado. No entanto, é preciso ressaltar que essa proximidade com as elites não foi o suficiente para que as repressões deixassem de acontecer. O que existia, na verdade, era o que Lizia Benzecry (2008) define, na dissertação “Das Rodas de Samba às Redes do Samba: Mediações e parcerias que promoveram o gênero musical à sociedade de consumo”, como “intercâmbio sociocultural”, onde há um contato entre a alta sociedade e a favela, no entanto, sendo essa cultura somente valorizada, quando praticada por um indivíduo ou grupo da aristocracia.

Um aspecto importante a ser ressaltado é a característica do samba como forte atrativo cultural no Brasil. Segundo dados publicados pelo Ministério da Cultura, em 2016, só no campo do turismo, aproximadamente sete bilhões de reais foram movimentados durante o carnaval de 2015. Além disso, é preciso considerar que os desfiles no sambódromo, os blocos que acontecem durante o período carnavalesco e as rodas de samba realizadas durante o ano inteiro nos bairros cariocas são responsáveis por uma significativa contribuição na economia brasileira.

Este artigo, produzido na disciplina Teorias da Comunicação, no segundo semestre do curso de Jornalismo em Mídias da Universidade do Estado da Bahia – UNEB, em Juazeiro, tem como objetivo demonstrar de que forma essas transformações ocorreram e a influência da indústria cultural nessa transição, além disso, expor a importância feminina na construção do samba como o estilo musical que conhecemos hoje. Para isso, utilizará de comparações entre a estética antiga e atual do samba e sua atuação como ferramenta da cultura. Analisará também elementos que caracterizam o samba e o pagode (modalidade do samba), com o intuito de demonstrar de que maneira eles se configuram como cultura de massa, utilizando como base para esses escritos os estudos de alguns teóricos da Escola de Frankfurt, como os filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer, além de estudiosos que se dedicaram à pesquisa sobre o samba.

## **1. O samba como cultura de massa**

Cultura de massa é o termo utilizado para denominar conteúdos fabricados para alcançar um grande número de consumidores. Geralmente, trata-se de um produto padronizado e pré-estabelecido para o consumo imediato. O termo “cultura de massa” foi refutado após o final da segunda guerra mundial por teóricos que defenderam que essa expressão pressupõe uma cultura que nasce espontaneamente das massas, aproximando-a da cultura popular, sendo que se trata justamente do contrário. Pensando nisso, os filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947), em “Dialética do esclarecimento”, substituem esse termo por “indústria cultural”, eliminando, então, essa interpretação feita anteriormente.

A denominação indústria cultural é usada para se referir à nova forma de fazer arte, depois dos avanços industriais. A arte passa a ser, primeiramente, o lucro e tendo em vista alcançar o gosto do maior número de pessoas possível. Dessa forma, ela se torna um produto

de consumo, algo que, na visão dos filósofos, esvazia o significado daquela obra. Além disso, transforma as massas em consumidores e lhes retira o senso crítico e a capacidade de analisar criticamente uma produção artística.

O espectador não deve agir pela sua própria cabeça: o produto prescreve todas as reações não pelo contexto objetivo – que desaparece mal se volta para a faculdade de pensar – mas através de sinais. Qualquer conexão lógica que exija perspicácia intelectual é escrupulosamente evitada. (HORKHEIMER – ADORNO, 1947, p. 148 *apud* WOLF, 1987, p. 76)

Nessa perspectiva, foi construída a entrada do samba no mercado fonográfico, que se deu de forma polêmica. De início, ainda em sua criação, nas festas, onde se reuniam “malandros” (nome dado aos que levavam uma vida boêmia), trabalhadores e artistas, o tipo de música que predominava era o samba de partido-alto, que se configura como um estilo que tem um tema fixo, onde todos cantam e a partir daí versos improvisados por cada um se somam à canção (SANDRONI, 2001). Contudo, aquilo que antes era tido como um som feito apenas para as reuniões entre membros de uma comunidade, tornou-se integrante do cenário musical brasileiro, cujas composições deveriam ser devidamente registradas. Mas, como registrar em nome de um só autor uma música feita em coletividade, onde a improvisação de versos era predominante?

Esse questionamento foi o que deu origem à polêmica em torno do registro da música “Pelo Telefone”, sempre citada pelos estudiosos desse movimento musical. A canção foi registrada em nome de Ernesto dos Santos (“Donga”), o que ocasionou brigas entre o compositor e os frequentadores da casa de Tia Ciata, uma vez que era reconhecido entre eles que aquilo se tratava de uma produção coletiva. A partir daí, o samba assume uma característica de individualização, abrindo mão de seus fundamentos coletivistas (FENERICK, 2002). Talvez essa tenha sido a primeira mudança ocorrida: a quebra do caráter comunitário que ele possuía. Uma ação que servia, inclusive, como um facilitador para a obtenção do lucro através da concessão de direitos autorais, o grande propulsor da indústria cultural.

À medida em que essa entrada do samba ao mercado de consumo ocorria, outras transformações começaram a acontecer no campo da estética também. A mensagem contida nas letras mudou, as letras das músicas abandonaram o tema da boemia e das questões sociais para dar lugar às composições que falavam sobre relacionamentos e desilusões amorosas. Os instrumentos utilizados também sofreram modificações (AMARAL, 2008). O samba, como cultura de massa, inserido nos blocos populares de carnaval (um importante meio de difusão

desse estilo musical), passou a apresentar-se com letras que falavam sobre esses festejos. No entanto, o batuque característico da percussão ainda se fazia muito presente e continua sendo reconhecido como a principal característica do samba de raiz.

O pagode, outro termo usado para denominar as festas que aconteciam nos fundos de quintais das tias baianas, regadas a muita música e alegria, com o decorrer dos anos acabou se tornando título de um tipo de samba que surgiria na década de 1980. O novo significado para esse termo apareceu com o surgimento do grupo Fundo de Quintal e a popularização de intérpretes como Zeca Pagodinho e Beth Carvalho, mas também com a utilização de novos instrumentos<sup>6</sup> na execução musical. Todavia, foi na década de 1990 que esse título ganhou força através de bandas como Só pra Contrariar, Exaltasamba, Grupo Molejo e Raça Negra. Além disso, carregava claras influências do samba de partido-alto, típico das antigas festas, com seu estilo característico de se tocar os instrumentos.

## 2. O pagode e a nova estética do samba

A década de 1990 marca também uma nova fase para o samba: é a época do pagode romântico. É nesse período que o samba se torna um produto bastante consumido pelas massas. Luiza Amaral (2008), em seu artigo “Das rodas às rádios: um estudo sobre o consumo do pagode no Brasil”, defende, contudo, que a estrutura desse chamado pagode romântico se aproxima bem mais dos elementos *pop* que surgiram nesse período do que ao tradicional samba, tendo como demonstração os instrumentos utilizados, como os acordes eletrônicos e a inserção de instrumentos como teclado, bateria e saxofone, além de uma preferência por um ritmo mais lento ao invés da síncope acelerada característica dos sambas antigos.

Até mesmo a forma de compor é diferenciada entre os dois movimentos. Enquanto os artistas relacionados ao pagode mais tradicional costumavam compor em rodas, levando em consideração os improvisos surgidos neste ambiente do samba, os representantes do “pagode romântico” muitas vezes compunham pela necessidade de se produzir um disco, além de regravam versões de sucessos de outros gêneros musicais (nacionais e internacionais) [AMARAL, 2008, p. 8-9].

Essa autora ainda cita como parte desse processo de mudança não só as composições e o quesito técnico musical, mas também as performances, o figurino (que nada mais é do que

uma preocupação em se adequar ao padrão de prática de consumo influenciada pelo movimento *pop* internacional), composto por roupas casuais e semelhantes, ao contrário dos trajes finos utilizados pelos sambistas anteriores, e até a forma de apresentação: os novos pagodeiros dispensavam as tradicionais rodas de samba para dar lugar aos palcos, onde todos os integrantes seriam bem vistos. A partir de então, percebe-se a preocupação em tornar o samba “vendável”, apropriado para o consumo de determinado público.

O conteúdo das letras de canções compostas pelos grupos de pagode geralmente tem muitas semelhanças. Diferentemente dos sambas antigos, houve a preferência por composições românticas, que falavam sobre um grande amor ou sobre desilusões amorosas, como citado neste artigo anteriormente. Um exemplo disso é a famosa música “Cheia de Manias” (1995), do grupo Raça Negra, uma das canções de maior sucesso da banda:

Com esse seu jeito  
Faz o que quer de mim  
Domina o meu coração  
Eu fico sem saber o que fazer  
Quero te deixar  
Você não quer  
Não quer

Então me ajude a segurar  
Essa barra que é gostar de você

Nesse processo, a repetição de elementos se faz mais do que presente. São vistos cada vez mais grupos parecidos, com letras e estéticas similares, evidenciando a sua posição como produto de consumo, cada vez mais afastado das raízes do samba, enquanto parte da cultura popular. Essa nova roupagem de adequação ao mercado se evidencia na constante aparição na televisão (até hoje o principal meio de comunicação) e o comércio de shows gravados em VHS ou em DVDs. Essa reprodução constante se relaciona a alguns pontos discutidos por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1967 *apud* WOLF, 1987). Segundo esses dois filósofos:

Aquilo que a indústria cultural oferece de continuamente novo não é mais do que a representação, sob formas sempre diferentes, de algo que é sempre igual; a mudança oculta um esqueleto, no qual muda tão pouco como no próprio conceito de lucro, desde que este adquiriu o domínio sobre cultura. (p.74)

Ou seja, para eles, aquilo que a indústria cultural oferece para as pessoas nada mais é do que uma repetição daquilo que foi ofertado anteriormente. Ademais, coloca a todos e todas em posição de alienados, prontos a receber, sem nenhuma objeção, todo o produto de consumo cultural que nos for exposto e aceitando produções de baixa qualidade, através de estereótipos. Porém, embora haja essa comparação, não se pode afirmar que o pagode seja um estilo musical de qualidade ruim e que, por isso, se enquadra como produto no mercado cultural. Esse debate levanta questões mais complexas do que o senso de que “se é um elemento criado pela indústria cultural não é bom”.

Baseado nisso, a televisão se apresenta como um meio propagador desse estilo. A participação dos grupos em programas de auditório, especiais musicais e de fim de ano, bem como músicas inseridas nas trilhas sonoras de novelas e propaganda de CDs, nos intervalos comerciais serviram/servem como itens que publicitaram não só o trabalho musical, mas também outros elementos do samba, como tornar os figurinos a moda da época, o corte de cabelo, as coreografias, etc.

### **3. A participação das mulheres no samba**

Para além dessas mudanças estéticas, algo que mudou no decorrer do tempo foi a maneira com que a mulheres se inseriram nesse campo. É evidente o apagamento da atuação feminina em diversos espaços existentes na cultura, algo que é fruto do machismo vigente em nossa sociedade. Essa invisibilização contribuiu para a ausência registros acerca dessa contribuição. Porém, felizmente, sofreu mudanças e foi a partir daí que elas passaram a ser reconhecidas como protagonistas e assumir outras posições dentro dessa história.

Apesar de presentes desde o surgimento do samba, a participação das mulheres na história e construção do samba carece de muitas referências, apresentando poucas fontes de informação. Não é tão comum encontrar dados sobre a atuação delas como musicistas e compositoras, por exemplo. É verdade que a presença das tias baianas no samba é bastante citada como algo essencial para o seu nascimento e resistência, contudo, em contrapartida, às mesmas delimita-se, somente, a função de promover as festas e ceder suas casas para que elas ocorressem. Pouco se fala sobre a colaboração da Tia Ciata nas composições, inclusive na letra do primeiro samba da história (GOMES, 2003).

O reconhecimento do grupo feminino dentro do aspecto musical se dava mais na função de cantora-intérprete. Foi somente a partir da década de 1960, com Clementina de Jesus e Dona Ivone Lara que as mulheres passaram a ser aceitas como compositoras também. Lara, inclusive, é símbolo desse acontecimento, justamente por ter sido a primeira mulher a integrar a ala dos compositores de escola de samba (a Império Serrano) e a compor um samba-enredo oficial em meio a uma época onde a predominância masculina e o machismo eram grandes (BURNS, 2006). As intérpretes que surgiram após essa onda também tiveram um importante papel da difusão desse estilo musical e sua popularização. Nas vozes de nomes como Clara Nunes, Alcione, Leci Brandão e Beth Carvalho, o samba alcançou mais fortemente um status de importância na formação da identidade brasileira.

À medida que esse gênero da música foi se transformando, essa participação seguiu juntamente na mesma lógica. Dentro da nova estética rítmica, que surgiu com o grupo Fundo de Quintal, despontaram nomes como Beth Carvalho, uma das mulheres que aderiram a esse estilo, ao gravar o disco intitulado “De Pé no Chão” (1978), em parceria com o conjunto musical, que surgiu a partir do bloco carnavalesco Cacique de Ramos.

A participação feminina também acompanhou as mudanças ocorridas no samba em seu percurso. Com isso, surgiram nomes que viriam a se tornar, assim como grupos masculinos, símbolos dessa nova fase e estética. Adryana e a Rapaziada, um grupo liderado por Adryana Ribeiro, é um ótimo exemplo disso. As letras românticas e o ritmo melódico evidenciam a aproximação com o que veio a se tornar o “pagode”, no entanto, misturavam-se a outros estilos musicais, como o Soul e o R&B, itens característicos dos já citados elementos *pop*.

### **Considerações finais**

Com base nas análises feitas aqui neste artigo, foi possível perceber a influência que a indústria cultural possui na sociedade e naquilo que ela consome. Isso ocorre em diversos segmentos, seja o cinema, a televisão e, entre outros, a música. Com o samba não seria diferente. Dono de uma história peculiar e protagonista de polêmicas, mudanças e marcos na música popular brasileira. O samba se constitui também como um produto da indústria cultural voltado para a audiência. Na década de 1990, já personificado como pagode, esse gênero assume um papel massificador para a sociedade da época.

No entanto, por mais que um grupo ou estilo musical esteja sujeito às modificações impostas por essa indústria, não é correto afirmar que o seu significado e sua essência são esvaziados ou que essa obra esteja longe do sentido cultural de um povo. Portanto, o pagode, ainda que seja uma adequação do samba às novas exigências do mercado, se mostra um protagonista importante para o seu público.

Ademais, é necessário ressaltar a participação das mulheres como algo crucial para o nascimento e difusão do samba, desde a contribuição das tias baianas até a atuação das mulheres como musicistas, cantoras-intérpretes e compositoras. Em uma sociedade onde o apagamento do público feminino na história é comum, reconhecer essa presença se torna indispensável.

## Referências

ABRANTES, Beбето. **As Batidas do Samba**. Documentário. 82 min, color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=spjc6KhwZIo&t=4354s>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

AMARAL, Luiza Real de Andrade. **Das rodas às rádios: um estudo sobre o consumo do pagode no Brasil**. Contemporânea, Rio de Janeiro: janeiro, 2008.

BENZECKRY, Lena. **Das Rodas de Samba às Redes do Samba: mediações e parcerias que promoveram o gênero musical à sociedade de consumo**. Dissertação de Mestrado em Memória Social – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

BURNS, Mila. **Nasci para sonhar e cantar: gênero, projeto e mediação na trajetória de Dona Ivone Lara**. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

FENERICK, José Adriano. **Nem do Morro, nem da Cidade: As Transformações do Samba e a Indústria Cultural (1920-1940)**. Tese de Doutorado em História Econômica - Universidade Estadual de São Paulo, São Paulo, 2002.

GENNARI, Ana Júlia. **Raízes do Samba: Qual foi a importância histórica das mulheres negras no samba?** Disponível em: <[http://www.brasilpost.com.br/2016/02/09/mulheres-negras-samba-\\_n\\_9152020.html](http://www.brasilpost.com.br/2016/02/09/mulheres-negras-samba-_n_9152020.html)> Acesso em: 03 nov. 2016.

GOMES, Rodrigo Cantos Savelli. **“Pelo telefone mandaram avisar que se questione essa tal história onde mulher não tá”**: a atuação de mulheres musicistas na constituição do samba da Pequena África do Rio de Janeiro no início do século XX. *Per Musi*, Belo Horizonte, n. 28, p. 176-191, jul/dez. 2013.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas**. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p.

MOISÉ, R. Julie e AMORIM, Taís. **As negras mulheres do samba**. Disponível em: <<http://of.org.br/noticias-analises/as-negras-mulheres-do-samba/>> Acesso em: 03 nov. 2016.

O GLOBO. **Lei de 1941 considera ociosidade crime e pune ‘vadiagem’ com prisão de 3 meses**. Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/lei-de-1941-considera-ociosidade-crime-pune-vadiagem-com-prisao-de-3-meses-14738298>> Acesso em: 03 nov. 2016.

PAULA, Alessandra de. **Samba sacode a economia criativa do Brasil**. Disponível em: <[http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset\\_publisher/OiKX3x1R9iTn/content/samba-sacode-a-economia-criativa-do-brasil/10883](http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3x1R9iTn/content/samba-sacode-a-economia-criativa-do-brasil/10883)> Acesso em: 29 abr. 2017.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço Decente**. Rio de Janeiro: Zahar 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. pg. 71 a 87. Trad. Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Presença, 1987.