

BOSSA-NOVA E PODER BRANDO: ESSA GENTE BRONZEADA MOSTROU O SEU VALOR

Sidney Ferreira Leite¹

¹ É professor do curso de Relações

Internacionais do Centro Universitário Belas Artes. Ph.D. em Comunicação. Mestre e doutor em História Social (USP).

No mundo contemporâneo, a política exterior pode se valer de diferentes táticas para alcançar seus objetivos no ambiente internacional. A cultura, por exemplo, é uma ferramenta eficiente para exercer influência e conquistar a admiração de outros países, ou seja, colocar em prática o “poder brando”, também conhecido como *soft power*, de um país. Este ensaio recupera um episódio da política exterior do Brasil:

o apoio ao concerto de bossa-nova que aconteceu no Carnegie Hall, na cidade de Nova York, em 1962. O evento foi apresentado como um exercício do poder brando levado a cabo pelo Itamaraty com o objetivo de projetar uma imagem positiva do Brasil nos Estados Unidos em um contexto de tensões nas relações bilaterais entre os dois países, pois o governo norte-americano não aprovava as iniciativas da Política Externa Independente colocada em prática pelos governos Jânio Quadros e João Goulart. Tal concerto apareceu para o Itamaraty como uma oportunidade de aliviar tensões e apresentar aos Estados Unidos um Brasil musicalmente talentoso, criativo e inovador, bem diferente das caricaturas construídas nos anos 1930 e 1940 pela política da boa vizinhança.

O PODER BRANDO

Nicolau Maquiavel é o mais conhecido pensador quando o assunto em questão é o poder. As suas concepções e os seus argumentos sobre o tema foram sintetizados no livro *O Príncipe*. Segundo o pensador florentino, é mais importante para o governante ser temido que ser amado. No entanto, como sustenta Joseph Nye, essa premissa fazia algum sentido quando o objeto em estudo era o absolutismo, um sistema político em que os Estados buscavam, ao longo da história, formas alternativas de legitimação além da força (NYE, 2004).

De fato, na era da comunicação em tempo real, do marketing político e das mídias sociais digitais, as ponderações de Maquiavel precisam ser relativizadas, pois as exigências e as complexidades atuais indicam que o governante deve, simultaneamente, ser admirado e temido. Os líderes e os Estados devem fazer valer outras formas de poder que não as tradicionais, como a ameaça, a ação militar ou a pressão econômica.

A projeção e a difusão cultural do país são ferramentas para levar a cabo o poder brando. Todavia, os líderes políticos contemporâneos gastam pouco tempo pensando nas mudanças de natureza do poder, mais especificamente, sobre como incorporar a “dimensão suave” em suas estratégias de política externa. Essa forma de exercício de poder é traduzida na capacidade de fixar uma agenda de interesses nacionais no âmbito externo por intermédio da atração e da sedução, valendo-se de instituições e de valores culturais e políticos. Nessa perspectiva, as artes audiovisuais, o cinema, a música, a literatura, a telenovela e a culinária, por exemplo, são temas que deveriam ser levados muito a sério quando se faz o planejamento e a execução da política externa.

O emprego do poder brando não é um fenômeno recente. Os ingleses, por exemplo, criaram em 1935 o *British Council* com o objetivo fulcral de difundir a cultura e o pensamento britânicos no exterior (SUPPO, 2012). Os Estado Unidos valeram-se do poder brando em vários contextos, como a política da boa vizinhança, nos tumultuados anos 1930. Aliás,

esse país é referência para compreender o êxito dessa forma de poder, pois várias de suas manifestações culturais, como o cinema hollywoodiano e a música *pop*, têm difusão internacional e forte poder de influência e de persuasão sobre outras culturas. O austero historiador marxista inglês, Eric Hobsbawm, confessou em seu livro *História social do jazz* que não resistiu aos encantos sedutores da bossa-nova e do ritmo envolvente do jazz norte-americano, e até mesmo o insuspeito desafeto dos Estados Unidos, o aiatolá Khomeini, era fã dos desenhos de Mickey Mouse. A cultura da mídia dos Estados Unidos contribui para que esse país seja percebido como excitante, rico, poderoso, gerador de tendências e vanguarda de modernidade e inovação (NYE, 2004).

De fato, as manifestações culturais podem ser utilizadas como arma para a cooperação entre os diferentes Estados que compõem o sistema internacional e para a projeção positiva; países que passaram por contextos de isolamento internacional, conseguiram preservar ou ampliar a sua admiração, por intermédio de manifestações culturais. O Irã, por exemplo, que praticamente ficou isolado nos anos imediatamente posteriores a revolução de 1979, continuou a ser admirado, em grande medida, pelo êxito artístico que o seu cinema alcançou ao longo dos anos 1980 e 1990.

A cultura, de um modo geral, e a música, em especial, são capazes de projetar imagens positivas de um país

no contexto internacional e angariar admiradores independentemente das possíveis diferenças geradas por idiomas. Estimulando, entre outros aspectos, um ambiente altamente favorável nas relações entre os Estados, a música pode ser uma poderosa ferramenta de integração e de cooperação entre os povos. Há composições admiradas globalmente, especialmente as eruditas, como as composições de Beethoven, Bach e de Mozart, que contêm valores e concepções estéticas de importância universal. E no caso brasileiro? Sabe-se do forte apelo que a música brasileira possui no exterior, mas será que utilizamos com eficácia esse poder de projeção positiva para o país? O concerto de bossa-nova no Carnegie Hall é uma evidência do nosso potencial para colocar em prática o poder brando em nossa política exterior.

MÚSICA BRASILEIRA E DIPLOMACIA

Como demonstra Anais Fléchet (2012), os diferentes atores que estiveram à frente da política externa brasileira desde fins do século XIX acreditavam na força da música como arma diplomática e consideravam os “músicos nacionais modelos de representação do país no exterior”. Nesse contexto, destacaram-se especialmente Carlos Gomes e, anos mais tarde, Heitor Villa-Lobos. Entretanto, a sistematização de políticas efetivas para levar a cabo o potencial da música como arma de projeção positiva do Brasil no exterior

teve início somente na era Vargas, período de institucionalização de novas políticas culturais e de construções e reconstruções da identidade nacional. Os anos 1930 e 1940 foram favoráveis para o fortalecimento da música popular brasileira, seja pelo prestígio alcançado nas esferas do Estado, seja pelo grande poder de difusão do rádio, que auxiliou decisivamente para transformar cantores em grandes ídolos nacionais, como Carmem Miranda, Francisco Alves e Dalva de Oliveira (FLÉCHET, 2012).

A partir do final dos anos 1950, o próprio Itamaraty passou a promover ações com o objetivo de estimular a atuação de compositores e de intérpretes brasileiros na Europa, na América do Norte e, já nos anos 1960 e dentro do espírito da Política Externa Independente, nos países africanos. O exemplo mais nítido dessa estratégia foi o financiamento de programas de rádio a serem transmitido no exterior, como o programa semanal *Aquareles du Brésil*, apresentado na Radiodifusão Francesa pelo escritor Michel Simon entre 1957 e 1975. A diplomacia nacional apostava no poder de sedução da música como agente difusor de uma imagem positiva do Brasil no ambiente internacional (FLÉCHET, 2012).

Além desses programas de rádio, o Itamaraty patrocinou a participação de músicos brasileiros em encontros internacionais de música em concursos e em festivais no exterior, além de promover também encontros internacionais, no Brasil. Segundo Fléchet, é possível distinguir cinco

formas de ação diplomática levadas a cabo pelo Itamaraty por intermédio da música: 1) o financiamento de turnês de músicos brasileiros; 2) a criação e a distribuição de material musical (discos, partituras e livros) por intermédio de embaixadas e consulados; 3) a contribuição ativa às organizações culturais internacionais; 4) a produção de programas de rádio para emissoras estrangeiras; 5) a organização de manifestações musicais a caráter internacional no Brasil (FLÉCHET, 2012). A primeira turnê internacional de Elis Regina acompanhada do célebre Zimbo Trio, por exemplo, foi inserida nesse programa do Itamaraty.

Nos anos 1960, o Itamaraty, por intermédio da Divisão de Divulgação Cultural (DDC), participou da realização de dois grandes projetos: o concerto *New Brazilian Jazz*, que lançou a bossa-nova no Carnegie Hall em Nova York, em 1962, e o *Festival internacional da canção do Rio de Janeiro* (FIC), que atraiu inúmeros intérpretes estrangeiros ao longo das suas edições entre 1965 e 1972. Assim, até 1964, paralelamente à aplicação de fundamentos à autonomia de decisões da Política Externa Independente, o Itamaraty colocou em prática ações voltadas para a difusão da música brasileira como uma de suas estratégias para a projeção internacional do país no exterior (FLÉCHET, 2012).

E ESSA GENTE BRONZEADA MOSTROU SEU VALOR

Nesse contexto, a célebre noite em novembro de 1962 no Carnegie Hall merece atenção especial, pois é uma demonstração do exercício da diplomacia cultural e do poder brando.

O espetáculo foi concebido para ser a noite da música brasileira em Nova York. Na prática, os versos de *Brasil pandeiro*, do compositor Assis Valente, saíram da canção para virar realidade: “Chegou a hora dessa gente bronzada mostrar seu valor”, “Eu quero ver o tio Sam tocar pandeiro para o mundo sambar”, “O Tio Sam está querendo conhecer a nossa batucada”, “Anda dizendo que o molho da baiana melhorou seu prato”, “Vai entrar no cuscuz, acarajé e abará. Na Casa Branca já dançou a batucada de ioiô, iaiá”.

O Carnegie Hall, no início dos anos 1960, era a mais famosa casa de espetáculos de então, e acolheu os artistas brasileiros em um momento de crescente agravamento nas relações entre o Brasil e os Estados Unidos, como mencionado acima. A ascensão ao poder do presidente João Goulart, a polarização ideológica entre esquerda e direita e os arroubos de autonomia da Política Externa Independente deixaram em alerta o governo dos Estados Unidos. Nessa senda, o *show* da bossa-nova no Carnegie Hall foi um fato que colocou em relevo o objetivo do Itamaraty: utilizar o poder brando como uma ferramenta de política externa. A música brasileira funcionaria como um instrumento para promover um

momento de distensão nas relações entre os dois países.

Na perspectiva dos diplomatas do Itamaraty, o evento foi extremamente oportuno. No auge das batalhas ideológicas da Guerra Fria, a batida suave e original do violão de João Gilberto e o piano sofisticado e harmônico de Tom Jobim pareciam dialogar diplomaticamente com o melhor do *jazz* norte-americano. Identidades culturais inventadas em um contexto segundo o qual o êxito do *show* demonstraria a força dos laços culturais entre Brasil e Estados Unidos. Nesse aspecto, o título escolhido para o concerto foi bem conveniente: *Bossa-nova: New Brazilian Jazz*. O ritmo e a bossa brasileira inovando o velho *jazz* estadunidense.

A bossa-nova fazia sucesso nos Estados Unidos desde fins dos anos 1950 e imediatamente despertou o interesse dos produtores, compositores e intérpretes norte-americanos. O *show* de 1962 começou a se planejar pelo executivo da gravadora *Audio Fidelity*, Sidney Frey, que veio ao Brasil especialmente para tratar do assunto, visitando o famoso Beco das Garrafas e conhecendo ao vivo a bossa-nova. Sua pretensão inicial era levar para apresentações nos Estados Unidos Tom Jobim e João Gilberto (CASTRO, 1990). Mas o projeto foi ampliado e, com a participação do Itamaraty, ganhou o viés político-institucional e estratégico para um país que começava a se modernizar (aconteciam por aqui a implantação da indústria automobilística, a inauguração da nova capital e a bossa-

nova). A imagem carnavalesca e tropical de Carmem Miranda começaria a ser substituída pela modernidade musical, sintetizada na batida original do violão de João Gilberto, que ajudaria a apagar o caricato Zé Carioca, personagem criado por Walt Disney, do imaginário norte-americano sobre o Brasil.

Após tomar conhecimento das dimensões e das possibilidades diplomáticas do concerto, o Itamaraty passou a ter participação destacada na produção e na realização do *show*, pois seu fracasso poderia trazer prejuízos para a música brasileira e, conseqüentemente, prejudicar a imagem do país no exterior. Nesse contexto, o conselheiro Mário Dias Costa, chefe da Divisão Cultural do Itamaraty e admirador da bossa-nova, assumiu os contatos com Frey, passou a colaborar na seleção dos músicos e acompanhou a delegação dos artistas nacionais em Nova York. O Itamaraty dividiu com a empresa aérea VARIG as despesas com as passagens (CASTRO, 1990).

Apesar dos esforços do Itamaraty, o concerto, sob o ponto de vista musical, apresentou problemas. Os músicos brasileiros que se apresentaram na época não tinham experiência internacional, contavam com pouco mais de vinte anos de idade e foram para Nova York acompanhando Antônio Carlos Jobim, João Gilberto e Luiz Bonfá, os únicos artistas que já tinham algum prestígio nos Estados Unidos, além de Oscar Castro Neves, Sérgio Mendes, Roberto Menescal, Carlos Lyra, Chico Feitosa, Milton Banana, Sérgio

Ricardo, Agostinho dos Santos, Carmen Santos, entre outros (CASTRO, 1990). A seleção não teve o rigor necessário, e participaram do espetáculo intérpretes que compunham o “lado B” da bossa-nova. Aconteceram problemas técnicos com o som ambiente, por exemplo, pois os microfones colocados no palco não conseguiram captar, com a qualidade necessária, a voz dos intérpretes e o som dos instrumentos. Os espectadores presentes ao Carnegie Hall tiveram dificuldades para ouvir os artistas. Os produtores do concerto privilegiaram a gravação do *show* e deixaram o público em segundo plano.

Todavia, os problemas foram superados pela enorme expectativa do público em ouvir a música brasileira. A admiração e a curiosidade em relação à bossa-nova nos Estados Unidos poderiam ser medidas pela quantidade e pela qualidade do público presente. Na plateia composta por mais de três mil pessoas estavam alguns nomes da primeira linha da música norte-americana: o cantor Tony Bennett, os trompetistas Dizzy Gillespie e Miles Davis, os saxofonistas Gerry Mulligan e Cannonball Adderley, o flautista Herbie Mann e o The Modern Jazz Quartet. A audição do espetáculo, em *sites* da internet, deixam evidente que, mesmo com os problemas apontados acima, os artistas brasileiros foram muito aplaudidos e o *show* foi um sucesso.

As consequências imediatas do *Bossa-nova: New Brazilian Jazz* foram notórias, como o aumento do interesse dos músicos norte-

americanos pela música brasileira. A música *Garota de Ipanema*, composta por Tom Jobim e por Vinicius de Moraes em 1962 e lançada em 1963, tornou-se a canção brasileira mais conhecida em todo o mundo, recebendo centenas de gravações, entre as quais a de Sarah Vaughan em 1964, a de Stan Getz em 1966 (RCA Victor), a de Frank Sinatra e Tom Jobim em 1967, e a de Ella Fitzgerald em 1971. Em 1967, foi lançado o emblemático LP *Francis Albert Sinatra & Antonio Carlos Jobim*, um clássico que colocou lado a lado o principal artista da música popular norte-americana e o grande expoente da bossa-nova. Além disso, o concerto contribuiu para João Gilberto construir sua carreira nos Estados Unidos e se tornar a principal referência desse movimento da música brasileira.

Do ponto de vista da política externa brasileira, o concerto no Carnegie Hall, além de propagar positivamente a música nacional, representou um fator positivo na efervescente agenda bilateral com os Estados Unidos, pois deu eco internacional ao talento dos músicos e dos intérpretes brasileiros e projetou a imagem de um país que buscava se libertar das amarras do subdesenvolvimento e que se apresentava ao sistema internacional como um líder regional, bem diferente das caricaturas construídas durante a política da boa vizinhança.

Certa vez o grande pensador realista Raymond Aron afirmou que os diplomatas e os intelectuais são os soldados do tempo da paz. É possível e correto dilatar a reflexão de Aron,

Leite, S.F. | Bossa-nova e poder brando: essa gente bronzeada mostrou o seu valor incluindo os músicos e os artistas como atores de diplomacia. Nessa perspectiva, o *Bossa-nova: New Brazilian Jazz* foi a demonstração efetiva segundo a qual a música pode ser utilizada como ferramenta eficaz de política exterior. Diante do exposto, o Itamaraty acertou em participar do evento e em auxiliar o concerto, propagando assim nosso poder brando. Todavia, lamentamos que experiências posteriores no campo da cultura não mereceram maiores atenções, bem como o fato de a música popular brasileira contemporânea ainda não possuir o vigor e a qualidade que a bossa-nova alcançou em fins dos anos 1950 e início dos 1960, quando essa gente bronzeada mostrou seu valor. Mas essa é outra história.

dimensão das relações internacionais. Mônica Leite Lessa (org.). Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Rui – Chega de saudade. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

FLÉCHET, Anaís. As partituras da identidade. O Itamaraty e a música brasileira. In: A quarta dimensão das relações internacionais. Mônica Leite Lessa (org.). Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.

HOBBSAWM, Eric- História Social do Jazz. RJ: Paz e Terra, 2008.

NYE jr, Joseph S. Soft Power: the means to success in the world politics. Nova York: Public Affairs, 2004.

SUPPO, Hugo Rogelio. O papel da dimensão cultural nos principais paradigmas das relações internacionais. In: A quarta