

“APESAR DE VOCÊ”: O PODER CULTURAL DE CHICO BUARQUE EM TEMPOS DE DEFESA ABERTA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES

“Despite you”: the cultural power of Chico Buarque in times of open defense of the Brazilian workers party

Franthiesco Ballerini¹

Dimas A. Künsch²

RESUMO

Ao longo de sua carreira de artista, Chico Buarque de Hollanda trafegou, entre outros, pelos universos da música e da literatura. Seu desempenho como artista que desde 1989 apoia abertamente o PT é objeto de estudo neste ensaio, em que, cruzando os conceitos de poder suave (Joseph Nye) e de poder simbólico (Pierre Bourdieu), propomos o conceito de poder cultural, entendido como o poder de artistas que, com os produtos que geram, seduzem, influenciam, vendem e, assim, participam a seu modo da história humana. Utilizando o *Google Trends* para detectar a popularidade de Chico Buarque, elegendo o ensaio como modo de expressão do pensamento e movendo-nos no âmbito das chamadas epistemologias do Sul (Boaventura de Sousa Santos), nosso objetivo central é delimitar os sentidos possíveis do conceito de poder cultural, sendo guiados pela seguinte questão: o posicionamento político de Chico Buarque, em tempos de crise do poder duro do PT, afeta seu poder cultural no Brasil e no mundo?

Palavras-chave: Poder cultural; Chico Buarque; Soft power.

ABSTRACT

During his career as an artist, Chico Buarque de Hollanda has worked, among others, in the areas of music and literature. His performance as an artist, that since 1989, openly supports the Brazilian Workers Party,

¹ Doutorando e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Bolsa Prosuc/Capes para projetos Interdisciplinares e Multidisciplinares. E-mail: franthiesco@yahoo.com.br

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). E-mail: dimas.kunsch@metodista.br

is the object of study of this essay, in which it crosses the concepts of soft power (Joseph Nye) and symbolic power (Pierre Bourdieu). We come up with the concept of cultural power, understood as the power of artists that, with the product they generate, they seduce, influence, sell and, therefore, participate in human history in their own way. Using the *Google Trends* to detect the popularity of Chico Buarque, electing the essay as a way of thought expression and moving it in the scope of the so called South epistemologies (Boaventura de Sousa Santos), our main goal is to delimitate the possible meanings of the concept of cultural power, being guided by the following question: the political positioning of Chico Buarque, in times of crisis of the hard power of PT, affects his cultural power in Brazil and in the world?

Palabras-clave: Cultural Power; Chico Buarque; Soft power.

“APESAR DE VOCÊ”: O PODER CULTURAL DE CHICO BUARQUE EM TEMPOS DE DEFESA ABERTA DO PARTIDO DOS TRABALHADORES

Há séculos, indivíduos de todos os cantos do mundo exercem diferentes formas de poder, desenhando (também) dessa forma a História ao agir sobre e mudar o destino de outros seres humanos. O poder de alguém como o presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump, procede hoje fundamentalmente do campo político, que por sua vez está interligado ao poder bélico e econômico do país, com a parte da população que lhe garante tal poder, segundo as regras do jogo democrático com seus limites e suas promessas. Já o Papa Francisco exerce um poder religioso, institucionalizado sob rígida hierarquia e outras regras, há séculos instituídas pelo Cristianismo, e hoje mais precisamente no interior da Igreja católica. O poder do físico Stephen Hawking (1942-2018) advinha do campo da ciência, interligado a sistemas de validação por meio de revistas científicas, livros, centros de pesquisa e universidades. Mas artistas e produtores de entretenimento também exercem um tipo de poder sobre as sociedades e, conseqüentemente, sobre os rumos da própria História. Eles são detentores do que aqui estamos denominando “poder cultural”.

Antes de apresentar brevemente o conceito de poder cultural, tal como o empregamos, é importante deixar claro de que modo pensamos neste ensaio a própria cultura, reforçando, para os objetivos específicos deste texto. Como bem se sabe, estudiosos de distintas áreas de conhecimento se ocuparam em fazer o mesmo, a partir da diversidade dessas áreas e das matrizes teóricas com que seus diferentes atores nelas operam. Vale lembrar, de passagem, que uma das experiências mais bem conhecidas no mundo das pesquisas em Comunicação é a dos *cultural studies*, uma vertente de estudos elaborada a partir da Universidade de Birmingham do final dos anos 1950 em diante (Mattelart; Neveu, 2004), que, na América Latina, entre outras influências, marcou presença significativa na teoria das mediações (Martín-Barbero, 1987), com suas necessárias distinções.

Percorrendo distintas abordagens sobre o conceito, e preocupado ele mesmo em delinear os parâmetros do popular, em *As culturas populares no capitalismo*, Néstor García Canclini, tendo como base estudos desenvolvidos em povoados mexicanos na segunda metade dos anos 1970, deixava já então claro o seu entendimento de cultura, como “produção de sentidos”, com acento forte na materialidade dessa mesma cultura, em sua tensão com os contextos sociais e políticos em que é produzida (García Canclini, 2006): “Preferimos restringir o uso do termo cultura”, ele dizia, “para a produção de fenômenos que contribuem, mediante a representação ou reelaboração simbólica das estruturas materiais, para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social”, concluindo que “a cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido” (García Canclini, 1983, p. 29).

Para além de todas as distinções possíveis, o termo cultura, por si só, pode abarcar uma rede de significações ampla e complexa, uma vez que qualquer manifestação humana – desde a forma de se jogar futebol ao costume de investir dinheiro em poupança, e não em ações da bolsa de valores – pode ser considerada uma ação ou hábito cultural. Voltando ao que nos interessa, o muito pequeno recorte no amplo território da cultura humana que pretendemos fazer é de natureza muito simples e concreta, embora não de menor relevância para a vida humana e social: optamos por pensar a cultura, para efeito deste ensaio e com o objetivo de conversar sobre o conceito de poder cultural, como a produção de arte e entretenimento que circula, invariavelmente, pelos meios de comunicação de massa (para usar um termo de amplo conhecimento nas pesquisas em Comunicação) ou pós-massivos (Lemos, 2009), como livros, músicas, filmes, peças teatrais, programas de TV, artes visuais (plásticas, contemporânea, fotográfica, instalações), entre outros. Trata-se, assim, de produtos e artistas que são tradicionalmente objetos da cobertura dos chamados cadernos e revistas culturais no Brasil e no mundo, com suas diferentes versões nas plataformas digitais de produção de notícias.¹

A opção deliberada pelo gênero do ensaio sublinha com força o que no parágrafo anterior estabelecemos como objetivo central do texto, que é o de conversar sobre o conceito em construção de poder cultural. Preferindo a compreensão à explicação, nos termos de uma compreensão como método (Künsch; Menezes, 2016; Künsch; Menezes; Passos, 2017; Künsch; Chiachiri, 2018; Künsch; Chiachiri, 2019), movemo-nos igualmente no circuito teórico das chamadas Epistemologias do Sul (Santos; Menezes, 2010; Santos, 2018): o poder cultural dos artistas é também o poder de produzir socialmente sentidos sobre o mundo, a sociedade e a história e deles participar. O exemplo em estudo é elucidativo a este respeito: a arte musical, literária e teatral de Chico Buarque é também uma visão de mundo e uma forma de conhecimento a partir daquela porção do Brasil que, como entende Santos, constitui epistemologicamente o Sul Global, em suas relações diversas e assimétricas com o Norte Global.

O carioca Francisco Buarque de Hollanda, nascido em 1944 e conhecido como Chico Buarque, é sem qualquer sombra de dúvidas um dos músicos brasileiros mais importantes do século 20 e um dos precursores da Música Popular Brasileira (MPB). Em 1966, lançou seu primeiro álbum, *Chico Buarque de Hollanda*, e venceu o Festival da Música Popular Brasileira com a canção *A Banda*. Exilado na Itália a partir de 1969 em razão do cerceamento da liberdade de expressão pela Ditadura Militar brasileira, lutava de longe pela redemocratização do país enquanto produzia obras notórias, como a canção *Construção* (1971) e o álbum *Meus caros amigos* (1976), considerado um dos 100 maiores discos da música brasileira. Também ganhou notoriedade como escritor, tendo vencido três vezes o Prêmio Jabuti, a principal premiação da literatura brasileira, com o romance *Estorvo* (1992), o prêmio de livro do ano com *Budapeste* (2004) e *Leite Derramado* (2010). Em 2019, foi vencedor do Prêmio Camões, principal troféu

da literatura em língua portuguesa, pelo conjunto da obra. O prêmio foi entregue em 25 de abril de 2020, em Lisboa, sem a assinatura do presidente da República, Jair Bolsonaro, uma mera formalidade. Na ocasião, Chico Buarque afirmou (2019) que a não assinatura do diploma pelo Presidente Bolsonaro representava para ele “um segundo prêmio Camões”.

Na sequência, depois das partes que cuidam de deixar explícitos os sentidos recorrentes de poder simbólico, poder suave e poder cultural, com exemplos para cada um dos tipos de poder em questão, voltamo-nos para a análise da popularidade de Chico Buarque, com base principalmente na ferramenta do *Google Trends*.

Notas sobre o poder suave

Delimitado o termo cultura para os propósitos específicos deste texto, como fizemos na parte introdutória deste ensaio, é fundamental, agora, explicitar como chegamos à ideia de poder cultural. Dois são os conceitos de poder de cuja união resulta o que denominamos poder cultural. O primeiro é o de poder simbólico, do sociólogo francês Pierre Bourdieu (2011). Nas palavras do autor, trata-se do poder de “constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo”. Ou seja, “(...) o que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daqueles que as pronunciam, crença cuja produção não é da competência das palavras” (Bourdieu, 2011, p. 11). Na visão de Bourdieu, esse poder só pode ser exercido mediante a cumplicidade daqueles que estão sujeitos a ele.

A título de exemplo, tendo em conta o campo da cultura e o conceito de poder simbólico na visão de Bourdieu, quando, em 1989, o então apresentador do *Fantástico*, da Rede Globo de Televisão, William Bonner, detentor de um expressivo poder simbólico – uma vez que inserido em um dos programas de maior audiência da mais importante emissora do Brasil e uma das maiores do mundo, mais importante ainda na época que hoje para os brasileiros – afirmou, em uma das edições do programa, existir “uma nova cantora na praça, que só apareceu uma vez na televisão, é ouvida praticamente o dia inteiro em rádios de todo o Brasil e já vendeu 180 mil cópias no primeiro LP (...)”, referindo-se a Marisa Monte (1989) ele exerceu, ali, seu poder simbólico, uma vez que há a crença na legitimidade de suas palavras. Além disso, ele só pôde exercê-lo por contar com a cumplicidade – consciente ou não – daqueles que, digamos de forma simples, estavam sujeitos a esse poder, ou seja, os telespectadores do *Fantástico*.

Mais importante do que isso, porém, é que o poder simbólico ali exercido transformou a visão do público sobre Marisa Monte e transformou a ela mesma, que posteriormente não ficou em apenas uma aparição na TV e atingiu 700 mil

cópias vendidas com o álbum *MM* daquele ano. Note-se, a propósito, que esse poder simbólico não provém da “competência das palavras”, ou seja, do conteúdo do álbum ou da qualidade das músicas, mas da legitimidade (real ou imaginada) de quem as pronuncia, ou seja, de William Bonner e, posteriormente, da própria Marisa Monte.

Estreitamente ligada ao conceito de poder simbólico encontra-se a noção de campo do mesmo Bourdieu (2011). Para ele, campo é um espaço de práticas específicas, relativamente autônomo, dotado de história própria, que tende a orientar a busca dos agentes, definindo universos de referências, problemas, marcas intelectuais etc. Tais elementos precisam estar na mente (não necessariamente de modo consciente) de um agente que quer entrar no jogo. E entrar nesse jogo é manejar o sistema de modo a adquirir mais poder dentro do mesmo. O criador e sua obra de arte ou de entretenimento são de algum modo determinados, portanto – ainda que o termo determinação devesse talvez ser evitado, para fugir à ideia de um determinismo sem dó nem piedade –, pelo sistema das relações sociais nas quais a criação se realiza e pela posição que o criador ocupa naquele campo. Ou seja, o poder simbólico que, por exemplo, um artista africano detém dentro do campo (Arte Africana Contemporânea) é fruto – numa proporção que é impossível estabelecer, maior ou menor – das suas relações sociais com os demais artistas e a legitimidade que a obra possui perante aqueles que mais acumularam poder simbólico dentro desse campo (artistas já consagrados). O que nos leva a concluir que o conteúdo da obra, em si, é menos relevante que os demais itens desse processo.²

O segundo conceito de poder aqui empregado procede do cientista político estadunidense Joseph Nye (2005), que, nos anos 1980, quando a Guerra Fria dava sinais de seu fim pelo esgotamento do modelo soviético, cunhou o termo *soft power* (poder suave), para designar “a habilidade de conseguir o que se quer através da atração, em vez de coerção ou pagamentos”. O poder suave “surge da atratividade de um país por meio de sua cultura, ideais políticos e políticas. Quando você consegue que os outros admirem seus ideais e querem o que você quer, você não precisa mais gastar muito em políticas de incentivo e sanções para movê-los na sua direção” (NYE, 2005, p. 24, tradução nossa).

Dessa forma, pode-se supor, o modelo de vida denominado *American way of life* não foi eficiente porque governos de Washington impuseram-no com armas, sanções ou ameaças - embora também possam tê-lo feito -, a outros países. Esse estilo de vida foi paulatina e majoritariamente disseminado por meio do produto norte-americano que trafega constantemente pelo mundo desde os anos 1920: o cinema de Hollywood. Mas o modo de vida dos Estados Unidos tampouco foi eficiente por ser tema de filmes hollywoodianos. Ele foi “vendido” ao mundo por meio de produtos, ideias, valores e estilo de vida utilizados na construção de personagens que sacudiram o imaginário do planeta e seduziram grandes populações a querer alcançar esse mesmo *way of life*.

Nye pensa o *soft power* de maneira bastante ampla, incluindo diplomacia, ciência, língua etc. Atentos aos propósitos deste ensaio, e nos limites do espaço que nos é dado utilizar, dirigimos o foco de nossa atenção, como adiantado, às manifestações culturais detentoras de poder suave, ou seja, capazes de seduzir o mundo, causar admiração e, invariavelmente, dividendo aos atores sociais que possuem esse poder. Trata-se, como ficou claro, do poder cultural, como o estamos esboçando.

Ballerini (2017), em *Poder suave*, traz exemplos elucidativos a respeito do tema. A *British Invasion*, a onda da música britânica liderada pelos Beatles nos anos 1960, é um deles. Ela conseguiu não apenas a proeza, como conta o autor (BALLERINI, 2017. p. 129-139) de desbancar os grandes artistas estadunidenses do topo da Billboard em grande parte daquela década. A “invasão britânica sem armas”, também, digamos, contribuiu de forma sintomática para “suavizar” a imagem do poder duro da Inglaterra, de suas invasões e do seu domínio colonial pelo mundo. Se hoje a família real britânica não exerce praticamente nenhum tipo importante de *hard power* (poder duro), mas seduz o mundo com poder suave – vestimentas, bebês e festas etc. –, na época dos Beatles seu poder duro era visível e mundialmente reconhecido, tendo-se em conta o processo de descolonização da África, a Guerra Fria e os conflitos econômicos entre os países do bloco europeu. A música britânica, no entanto, contribuiu para suavizar de muitos modos a imagem do país, criou modos de se vestir e de se comportar e abriu caminho para os produtos britânicos no mundo.

É importante nesse contexto observar que, embora pertençam a campos distintos e, portanto, conforme Bourdieu (2011), operem com lógicas autônomas, o poder político e o poder cultural conseguem influenciar - positiva e negativamente - um ao outro, uma característica que, de novo, pode ser melhor compreendida e analisada na obra do próprio sociólogo francês. Para nós, neste ensaio, vale anotar que os Beatles constituíram provavelmente não mais que uma espécie de estopim para que dezenas de bandas explodissem no mercado musical dos Estados Unidos e em outros muitos países a partir dos anos 1960, tornando a música britânica muito mais internacional - característica fundamental para a formação de um *soft power*. Não houve de fato o exercício de um *soft power* por parte do governo britânico, e uma iniciativa deliberada do gênero muito provavelmente tivesse redundado em fracasso, maior ou menor, como assinala o próprio Nye (2005). A chamada invasão britânica representou um momento ímpar da história musical que colocou a Inglaterra nos ouvidos do mundo e, evidentemente, ainda que de difícil mensuração, beneficiou o país, em termos de ganhos de capital econômico, político e social.

No caso do “maior espetáculo da terra” (Ballerini, 2017, p. 89-100), o carnaval, ao se transformar em produto que atinge grandes massas, como o faz Hollywood, mas em proporção ainda bem menor, trata-se de um poder suave brasileiro. Seduz interna e externamente e traz divisas tangíveis (turismo) e intangíveis (a

maior festa do mundo, a decantada “alegria do brasileiro” etc.) para o País. Esse carnaval – Sapucaí, Anhembi e Barra-Ondina, respectivamente, Rio de Janeiro, São Paulo e Recife – é, para usarmos uma expressão bem adequada ao propósito, o que dá samba no mundo, que tem volume, disciplina industrial e cobertura midiática capaz de vender o Brasil para nações bem distintas da nossa.

A arte renascentista, essa “ponte para o mundo moderno” (Ballerini, 2017, p. 189-198), surgiu no século XV, 400 anos antes do nascimento do próprio estado italiano unificado. Até hoje, porém, é um poder suave absolutamente sedutor, que não só contribui para que a Itália seja um dos destinos turísticos mais visitados do mundo, como também traz dividendos sociais e econômicos incalculáveis para quem dela diretamente se ocupa. Ainda que fosse em tom de piada, uma notícia que correu o mundo pode dar uma ideia mais precisa do nosso argumento: quando, no ano de 2014, a França procurava uma solução para seus débitos crescentes nas contas públicas, surgiu a sugestão, na imprensa europeia, de se vender a *Monalisa*, de Leonardo Da Vinci. Perguntou-se, na época, quanto valeria este quadro de 77cm x 53cm que atrai multidões todos os dias ao Museu do Louvre. De valor incalculável, algumas estimativas indicavam que a obra poderia ser negociada por algo em torno de 2 bilhões de dólares, o equivalente ao Produto Interno Bruto de territórios como Santa Lúcia, Ilhas Maldivas ou a Groenlândia.

Hollywood, o carnaval brasileiro, a *British Invasion* e a arte renascentista são exemplos de manifestações culturais que exercem poder suave, uma vez que seus produtos e artistas seduzem e exercem influência em âmbito internacional, algo fundamental para se caracterizar a existência de um poder suave nos termos sugeridos por Joseph Nye. Afirmá-lo não significa desconhecer a imbricação de sentidos de toda ordem na configuração do imaginário social sobre esses poderes e também sobre os países que os detêm. Mas seria igualmente incorreto negar os resultados que esses mesmos poderes provocam, em estilos de vida, na economia, na política, no consumo, na sociedade como um todo.

Sobre o poder cultural

O conceito de poder cultural, como o estamos desenvolvendo por meio desta nossa contribuição para o estudo do tema, pode ser entendido como o poder que vem da legitimidade das palavras e de quem as pronuncia (poder simbólico), atuando necessariamente como um poder de sedução e convencimento de alcance internacional (poder suave) por parte dos indivíduos (artistas e produtores culturais) que o exercem. Trata-se, a propósito, de uma das formas mais eficazes de poder suave, uma vez que a arte e o entretenimento, sobretudo num contexto tecnológico no qual tempos e espaços cada vez mais se inter cruzam e se misturam, não se limita às fronteiras de um país ou até mesmo a um tempo determinado. É o poder que se exerce com a cumplicidade de diferentes grupos sociais ou povos, de diferentes tempos. É a legitimidade das palavras (dos

produtos culturais) e de quem as pronuncia num cenário que atravessa os meios de comunicação de massa e pós-massivos dos mais diferentes países e culturas. De forma bastante simples, podemos afirmar que o poder simbólico é aplicado a indivíduos, independentemente do alcance desse poder; o poder suave, a sistemas de produção de alcance e influência internacionais; o poder cultural, a soma conceitual de ambos, por sua vez, representa o poder individual de um artista cujo raio de influência se dá em nível global, internacional – além, é claro, do significado desse poder, real ou possível, no país de origem do artista.

A título ainda de exemplo, Gunther Rudzit, doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo e mestre em National Security pela Georgetown University, relata (Ballerini, 2017) que nos tempos de faculdade foi de ônibus para a região onde atuava Chico Mendes, no Acre, junto com um intercambista americano, Jonathan. Ao chegar na aldeia dos índios Bororo, no estado Mato Grosso, região Centro-Oeste do Brasil, Jonathan, judeu alto e loiro, foi observado atentamente pelas crianças. Quando o padre que acompanhava a expedição, depois de ter dito que iria passar um vídeo sobre um ritual indígena, caminhava em direção ao aparelho de vídeo, ouviu dos indiozinhos que o grito de “Não, não, põe o *Rambo*, põe o *Rambo*”. Nesse exemplo, Sylvester Stallone, o Rambo, é um indivíduo com grande poder cultural, pois, se ele aparecesse ali na tribo, suas palavras e ações desfrutariam de forte legitimidade e cumplicidade entre os índios. Além disso, seus produtos seduzem e influenciam diferentes povos e culturas, e dos mais distintos tempos, pois Stallone está inserido no maior poder suave do mundo, Hollywood. Portanto, por ter legitimidade num alcance mundial, Sylvester Stallone é detentor de poder cultural.³

A atriz, produtora e diretora brasileira Lucélia Santos não possui apenas poder simbólico, adquirido em grande parte graças ao sucesso de um de seus produtos culturais, a novela *Escrava Isaura*, exibida pela TV Globo entre outubro de 1976 e fevereiro de 1977. Ela é um exemplo de indivíduo detentor de poder cultural. Primeiramente, porque faz parte de um poder suave brasileiro consolidado há décadas: as telenovelas, especialmente as da TV Globo, que são exportadas para mais de 80 países (2004). Poder suave consolidado ao redor do Planeta, o maior mercado de rua de Luanda (Angola) passou a se chamar Roque Santeiro por conta do sucesso da novela brasileira no país. “Paladar”, o restaurante que Raquel (Regina Duarte) tinha na novela *Vale Tudo* virou também nome de pequenos restaurantes privados autorizados a funcionar após a abertura econômica de Cuba, nos anos 1990. Há relatos jornalísticos de que a primeira versão da novela *Sinhá Moça* (1986) interrompeu os conflitos bélicos na Bósnia, Croácia e Nicarágua.

Com forte poder simbólico e dentro de um poder suave consolidado mundialmente, Lucélia Santos teve seu maior sucesso, *Escrava Isaura*, exibido na China no ano de 1985. Naquele ano, como escreveu Luiz Carlos Merten (2019) para o jornal *O Estado de S. Paulo*, ela foi escolhida a melhor atriz de TV naquele país, eleita

com 300 milhões de votos populares, tornando-se uma espécie de “embaixatriz cultural do Brasil na China”. É um poder cultural tão consolidado que até hoje gera fortes dividendos para ela, que rodou, em 2019, o primeiro filme brasileiro de ficção feito na China, *Um amor do outro lado do mundo*, dirigido por Moacyr Góes (Lucélia Santos grava..., 2008, online).

O poder cultural de Chico Buarque

Mesmo se não tivesse qualquer talento para a produção cultural, Chico Buarque ainda nasceria e cresceria com poder simbólico, apenas pelo fato de nascer numa família que longamente acumulou esse poder, como filho dos renomados intelectuais Sérgio Buarque de Hollanda e Maria Amélia Cesário Alvim, respectivamente, historiador e escritora. Mas Chico Buarque soube alimentar seu poder simbólico e se transformou num dos maiores escritores e músicos de sua geração, em parte pela sorte de ter se inserido ativamente dentro do tempo em que viveu, combatendo a ditadura militar (1964-1985) também com suas produções artísticas. Para Bourdieu (2011, p. 185), constitui um aspecto fundamental, para a construção do poder, a capacidade de fazer da própria vida “uma obra de arte e a matéria da obra de arte”, estimulando uma leitura biográfica da própria produção.

Chico Buarque é um artista que se inseriu, ainda que indiretamente, num campo há mais de meio século dotado de poder suave: a bossa nova. Ele é considerado parte da chamada segunda geração da bossa nova, ao lado de Geraldo Vandré e Edu Lobo, novatos que fariam nascer o termo MPB (Música Popular Brasileira). Chico, cuja irmã Miucha se casou com João Gilberto, um dos papas do novo estilo musical, dizia que gostaria de “cantar como João Gilberto, fazer música como Tom Jobim e escrever letras como Vinícius de Moraes” (MELO, 2020, online). Ainda que seu nome não remeta tão fortemente, como outros artistas, à bossa nova no âmbito internacional, Chico Buarque acabou sendo um dos artistas brasileiros mais conhecidos mundialmente por outro ritmo musical, o samba, gênero intimamente ligado ao carnaval brasileiro e outro poder suave importante do país.

A bossa nova não foi um movimento que acabou quando Vinícius de Moraes compôs *Arrastão*, com Edu Lobo, em 1965, como se pensou na época sobre o movimento que mal tinha uma década de vida. Pelo contrário: sirva como exemplo o fato de que mais de 3 bilhões de pessoas do planeta acompanharam a modelo Gisele Bündchen desfilando pelo estádio do Maracanã lotado, ao som de *Garota de Ipanema*, cantada por Daniel Jobim, neto de Tom Jobim, na abertura dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, em 2016 (Siqueira, 2016). A bossa nova ainda é gravada, recantada, comprada e berço de novos artistas nos Estados Unidos, Japão, Austrália e, claro, no Brasil.

Chico Buarque detém, portanto, poder cultural, talvez não à altura de João Gilberto, porque este dedicou sua vida e carreira exclusivamente a um só campo: a

bossa nova. Chico, porém, é um artista versátil e trafegou por diversos campos ao longo de sua trajetória, da literatura, que lhe rendeu em 2019 o Prêmio Camões, o mais importante da língua portuguesa, ao samba. Se a morte de João Gilberto, em julho de 2019, foi noticiada por jornais e revistas do mundo inteiro graças a sua associação exclusiva ao campo da bossa nova, Chico Buarque possui um poder cultural que trafega em menor intensidade fora do Brasil por não ser exclusivo desse campo. Mesmo assim, é associado diretamente ao movimento, como atesta o acervo da Brown University (Online, tradução nossa), uma das mais renomadas instituições de ensino dos Estados Unidos, que registra que Chico Buarque é “um músico brasileiro de renome internacional, que atingiu a maioria durante o auge da bossa nova”. Ou a BBC de Londres (Online, tradução nossa), para a qual Chico Buarque “escreveu e estudou literatura quando criança e encontrou a música através das composições de bossa nova de Tom Jobim e João Gilberto”.

Joseph Nye (2005, tradução nossa) defende que o poder suave não é capaz, sozinho, de seduzir povos, líderes e nações, e que “filmes americanos que fazem os Estados Unidos atraentes na China ou na América Latina podem ter o efeito oposto ou até reduzir o *soft power* americano na Arábia Saudita ou no Paquistão”. Isso porque, como acenamos, influências de outros poderes podem afetar positiva ou negativamente o *soft power* de uma nação. A título de exemplo, a segregação racial nos EUA, nos anos 1950, ajudou a diminuir o poder suave do país na África. Outro exemplo, o poder duro norte-americano com relação a legislações de posse de armas poderia em hipótese afetar o poder suave do país exercido, por exemplo, por Hollywood.

Essas trocas e influências entre poderes também podem ser observadas no âmbito individual, quando outros poderes afetam o poder cultural de um artista. Chico Buarque tem sua imagem diretamente associada ao Partido dos Trabalhadores (PT), o mais importante da história política do País, associado ao espectro da esquerda. Em 2014, o artista declarou que “tem votado nos candidatos do PT desde 1989” e que não vê “razão nenhuma para mudar” (ROGERO, 2014). O escândalo da compra de votos, em 2005, que ficou conhecido como “mensalão” e iniciou uma sequência de crises no interior do partido cujo capítulo final foi o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016, não afastou Chico Buarque do PT. Ao contrário, desde então, Chico Buarque, um artista que dá poucas entrevistas, deixa-se propositalmente ser visto ao lado de líderes petistas, seja jogando futebol com o ex-presidente Lula num campo do MST (Movimento dos Sem-Terra), almoçando com Dilma em Brasília ou visitando Lula na prisão, em Curitiba, ao lado do ex-prefeito de São Paulo e candidato derrotado do PT nas eleições presidenciais de 2018, Fernando Haddad.⁴

Sua deliberada penetração no poder duro político gera consequências para sua vida pessoal. Apenas como exemplo, em 2015, com o País vivendo o drama do *impeachment* da primeira mulher eleita, por duas vezes, para a Presidência da República, Dilma Rousseff, do PT, o cantor foi abordado com xingamentos

e provocações numa rua do Leblon, no Rio de Janeiro, aos gritos de “PT é bandido!” e “Vai morar em Paris”, o que gerou reações ainda mais enfurecidas nas redes sociais, tanto de ataque quanto de apoio ao cantor (GÓIS, 2015). Quando terminou a turnê do disco *Caravanas*, lançado em 2017, Chico Buarque solicitou visto de longa duração à França. Ao jornal *Le Monde*, que o chamou de “lenda sul-americana”, ele afirma que fez o pedido para terminar um livro, mas também que uma “cultura do ódio” se instalou no Brasil, tendo ele adquirido novos hábitos depois das agressões verbais de 2015 (Chico Buarque pede visto..., 2019).

Chico Buarque e o *Google Trends*

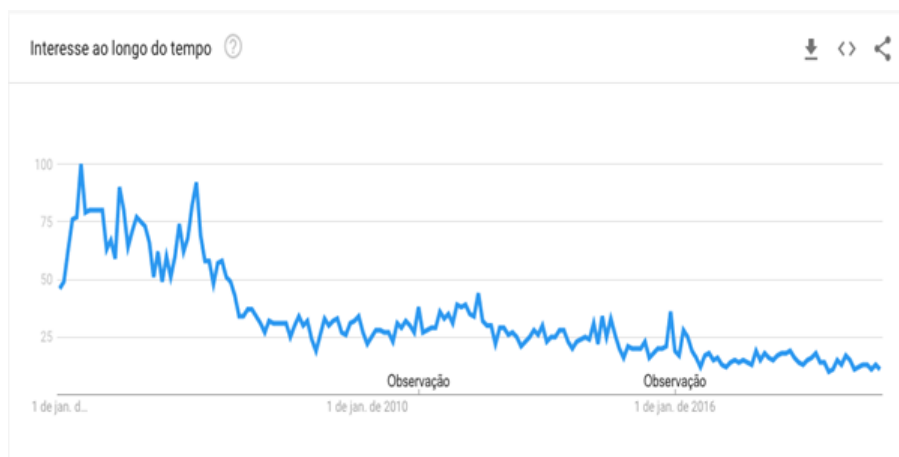
Como medir as variações do poder cultural de um artista musical no século 21? Para começar, qualquer abordagem exclusivamente quantitativa de poder já é uma missão difícil, sendo o poder, por si mesmo, uma ação abstrata e intangível de ação sobre o mundo, a despeito dos efeitos que pode provocar. Em princípio, “o poder, como o amor, é mais fácil sentir do que definir ou medir”, considera Nye (1990, p. 177, tradução nossa). No campo da música, qualquer tentativa de medição se faz ainda mais difícil. Com a dissolução da indústria fonográfica como a conhecíamos no século XX, em que o poder de um artista se media prioritariamente pela quantidade de discos e CDs vendidos, restaram os shows – lotados ou não – como instrumento de medição da popularidade de um músico.

Há também a popularidade do artista nas plataformas digitais. De acordo com a agência O Globo (Saiba quais são..., 2019), as músicas de Chico Buarque bateram recordes de acesso no Spotify, a maior e mais importante plataforma de *streaming* musical do mundo. Suas músicas mais tocadas possuem, todas, vieses políticos ou de consciência social. *Construção* (1971) encabeça a lista, com 11,4 milhões de audições, seguida por *O que será* (1976), com 9,9 milhões, *Apesar de você* (1978), com 9 milhões, *Roda viva* (1968), com 9 milhões, e *Cotidiano* (1971), com 5 milhões de acessos.

Outro instrumento que pode, dentro dos limites, ajudar a compreender o poder de um artista é a ferramenta *Google Trends*, cujo banco de dados acumula todo o volume de buscas por um nome, obra ou objeto dentro do Google, o maior portal de buscas do mundo. A ferramenta já fora testada, “com bons resultados” em grandes pesquisas, como relatado em *The utility of “Google Trends” for epidemiological research*, por Ari Seifter, Alison Schwartzwalder, Kate Geis e John Aucott, em 2010, segundo informa Mauricio Ribeiro da Silva (2019), e, no campo da Comunicação, sempre de acordo com Ribeiro da Silva, por Malena Segura Contrera e Leonardo Torres, em *O zumbi no imaginário midiático: zumbi e pulsão de morte na sociedade midiática*, de 2018, “no mapeamento de aspectos associados ao imaginário e à produção midiática (...) com relação à pulsão de morte na cultura contemporânea e a presença de produtos midiáticos associados ao tema zumbi” (Ribeiro da Silva, 2019, p. 19).

O próprio autor, no texto citado, utilizou a ferramenta para testar a hipótese dos “apagamentos e (in)visibilidade da Umbanda na cultura brasileira”, tendo concluído que o quadro delineado pela pesquisa “corrobora a perspectiva do apagamento e da inversão de valores de símbolos e produções culturais associados à Umbanda, denotando estratégia de sobrevivência própria de um grupo subalterno em território inóspito” (Ribeiro da Silva, 2019, p. 26). No caso de Chico Buarque, uma rápida visita ao *Google Trends* mostra (Figura 1) que a pesquisa pelo nome do artista atingiu seu ponto máximo em junho de 2004, alguns meses depois do lançamento do seu livro *Budapeste* (2003), que no final de 2004 ganharia o mais importante prêmio da literatura nacional, o Jabuti, na categoria Livro de Ficção. Na ferramenta, o auge da busca é representado sempre pelo número 100.

Figura 1: *Google Trends* e a busca pela palavra-chave “Chico Buarque” no Brasil.⁵

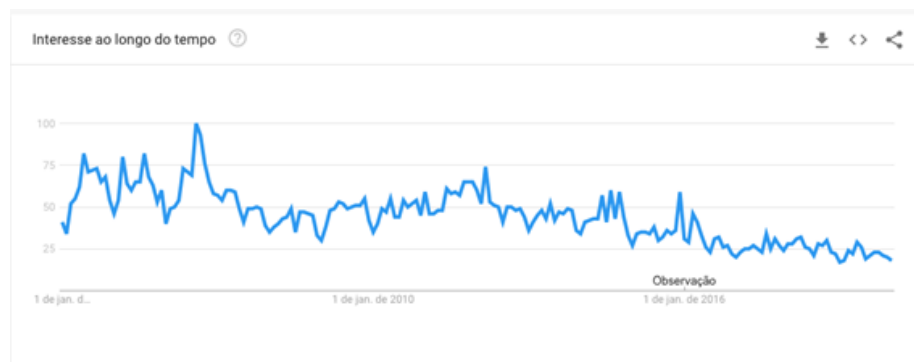


Outro ponto alto das buscas por seu nome foi em setembro de 2006, época de lançamento de seu CD e DVD duplo *Carioca*, com algumas músicas no ritmo da bossa nova, além do documentário *Desconstrução*. Após esse período, as buscas pelo nome de Chico Buarque tiveram uma queda, com pontuais e pequenos picos ao longo dos anos. O último pico significativo de procura por seu nome se deu em dezembro de 2015, mês em que o artista sofreu a agressão verbal no Leblon. Os anos de 2018, de eleições presidenciais no Brasil, e de 2019, o primeiro do governo Jair Bolsonaro, são os de menor busca pelo nome de Chico Buarque no *Google Trends*. Nenhuma das 25 menções que figuram no topo das pesquisas relacionadas ao termo “Chico Buarque” tem relação com política, mas sim com suas frases mais famosas, vídeos no Youtube, músicas e cifras musicais específicas, memes e sua namorada do momento.

Uma vez que o artista possui reconhecidamente poder cultural e, portanto, a capacidade de influenciar em seu campo de atuação no âmbito internacional, é

válido observar também os resultados do *Google Trends* na tendência de pesquisa pelo seu nome no mundo inteiro, como mostra a Figura 2.

Figura 2: *Google Trends* e a busca pela palavra-chave “Chico Buarque” no mundo inteiro.⁶



O auge das pesquisas pelo termo Chico Buarque ao redor do mundo se deu em agosto de 2006, ano do lançamento de *Carioca*, álbum que possui canções com batidas ligadas à bossa nova, como *Subúrbio* e *Ela faz cinema*. O segundo maior pico se deu em março de 2012, quando o artista ganhou o Grammy Latino pelo álbum *Chico* (2011), de novo com canções muito próximas ao estilo da bossa nova, como em *Querido diário* e *Sinhá*, esta última escrita com o compositor João Bosco, também ele um artista influenciado pelo ritmo ao longo da carreira.

Figura 3: *Google Trends* e o interesse pelo termo “Chico Buarque” por região do mundo.⁷



Na Figura 3, observa-se que, quando se analisa o interesse por Chico Buarque ao redor do mundo, nota-se claramente que, depois do Brasil, são os países onde a bossa nova representa o maior poder suave ao longo das últimas décadas que estão as maiores quantidades de buscas pelo seu nome: países da América Latina, Europa, Estados Unidos e Japão. Vale lembrar que o jornal *The New York Times*, às vésperas das Olimpíadas do Rio, em 2016, chamou a música brasileira de

“casual e sedutora na superfície, ingênua e multifacetada por dentro”, listando 30 músicas essenciais do Brasil, muitas delas bossas que explodiram nas paradas, por lá, nos anos 1960 e 1970. O mesmo jornal, dois anos antes, deu uma longa matéria sobre uma turnê só de bossa nova do músico norte-americano John Pizzarelli, dizendo que *The Girl from Ipanema* está incorporada na consciência mundial há meio século. O crítico diz ainda que *Wave* e *Waters of March* (Águas de Março) e *Dindi* reforçam sua “convicção de que algumas músicas são tão belas e eloquentes que nunca envelhecem” (2014).

Considerações finais

Artistas circulam, ganham notoriedade, produzem e renovam o seu poder cultural em seus respectivos campos. Há aqueles, como Chico Buarque, que trafegam com talento em diferentes campos, como o da literatura e da música. Mas nenhum artista alimenta seu próprio poder cultural isento de influências de outros campos, que interagem uns com os outros e se influenciam reciprocamente ao longo do tempo.

Chico Buarque tomou a decisão, em 1989 – ano da eleição de Fernando Collor de Mello para a Presidência, as primeiras eleições livres no período posterior à Ditadura Militar, na disputa final contra Luís Inácio Lula da Silva – de tornar pública sua posição política ao divulgar seu voto em favor do PT. O escândalo do mensalão, em 2005, não afastou o artista do campo político e de seus personagens, que disputam diariamente o poder duro da política. Ao contrário: mesmo avesso a entrevistas, decidiu expor sua imagem publicamente ao lado dos líderes do PT, como os ex-presidentes Lula e Dilma Rousseff, em tempos de polarização política e muitas manifestações de ódio pelo Brasil.

O *Google Trends* mostra dados interessantes com relação à popularidade de Chico Buarque no Google. No o Brasil, seu nome perde relevância nas buscas, quanto mais cresce a polarização política dos últimos anos e mais próximas se tornam as eleições de 2018, que elegeram Jair Bolsonaro para a Presidência, um representante da extrema-direita tupiniquim e defensor declarado do Golpe Militar de 1964. Não se trata de uma perda de poder cultural por parte de Chico Buarque, já que os números do Spotify mostram que ele é ouvido por milhões de pessoas no mesmo período. Mas tampouco se pode ignorar a queda de sua popularidade doméstica, fator intrinsecamente ligado ao poder de um artista.

No entanto, Chico Buarque é um artista vinculado a um poder suave brasileiro de grande importância, a bossa nova. Analisando os resultados do *Google Trends* e cruzando os dados com a discografia de Chico Buarque,⁸ percebe-se que seu nome teve altas de procura no mundo quando o artista estava lançando novos produtos culturais ligados, direta ou indiretamente, à bossa nova. Como detentor de poder cultural e, portanto, de influência internacional – visto seu raio de popularidade ao redor do mundo –, Chico Buarque teve menores quedas de popularidade

nas buscas do *Google Trends* fora do Brasil, onde a polarização política entre esquerda e direita, vista sob a perspectiva do Brasil, teve menor influência.

Mas, no seguimento das ideias de Bourdieu, pode-se conjecturar que talvez seja justamente pelo fato de Chico Buarque possuir uma biografia tão particular, e de frequentar a mídia não em razão de escândalos pessoais – como traições, consumo de drogas e violência, algo comum na biografia de outros artistas –, mas por seu ativismo político, que seu poder cultural, mesmo que abalado internamente no Brasil em tempos de polarização política, seja mantido a longo prazo. O que faz de Chico Buarque um artista de poder cultural não é apenas sua produção cultural, mas a persona pública, com todas as suas complexidades e contradições.

O caso de Chico Buarque dá claros indícios de que, mesmo sob o risco de abalos em sua popularidade e, portanto, no seu poder de influência, uma biografia pessoal marcada por movimentos em outros campos de poder pode construir, a médio e longo prazos, uma personalidade mais forte, marcante e única do artista, elemento que contribui para o incremento de seu poder cultural. No entanto, é justo observar também quão complexos, interligados, impalpáveis e diversos são os fatores que contribuem para a manutenção, crescimento e consolidação do poder cultural de um artista no mundo. Expor alguns destes elementos e suas variáveis permite compreender de que forma artistas ganham notoriedade internacional e, possivelmente, poder cultural.

Não há e talvez nunca haverá receitas de bolo. Mas as pesquisas neste campo podem elucidar os caminhos para a compreensão e obtenção desse tão almejado poder e de seus significados para a história que se vive.

NOTAS

¹ Esta é também a noção de cultura que encontra abrigo na obra *Poder suave (soft power)*, de um dos autores deste texto (Ballerini, 2017).

² É oportuno apontar, no entanto, que o uso que se faz do conceito de campo (Bourdieu, 2011) talvez nos obrigasse a entrar numa discussão, que está longe de poder ser realizada por nós neste texto, que se refere à lógica e autonomia de cada campo em sua relação com o poder simbólico. Sem fugir do escopo principal deste ensaio, e reconhecendo que a nossa tentativa de buscar apoio teórico em Bourdieu pode, com alguma razão, ser vista por leitores atentos de Pierre Bourdieu como rápida e, no limite, até mesmo, como superficial - com o que, aliás, não concordamos -, convém remeter o interessado à obra do próprio sociólogo francês para uma aproximação mais ampla e fecunda ao tema.

³ Não é nossa intenção neste ensaio, como se observa, adentrar o território sempre em grande movimento e multifacetado da cultura enquanto produção material

de sentidos destinados a legitimar ou a transformar a ordem estabelecida – no caso em questão, do sistema capitalista –, como referido por García Canclini (1983, p. 29). Evidentemente, todo tipo de poder pode ser interpretado à luz de múltiplas perspectivas, incluindo a referência ideológica, como o faz, por exemplo, Douglas Kellner (2001), em *A cultura das mídias*. Ignacio Ramonet (2002), em *Propagandas silenciosas: massas, televisão e cinema*, por sua vez, é mais assertivo no acento sobre o caráter ideológico da produção cultural.

⁴ Tendo governado o País entre 2003 e 2011, Luís Inácio Lula da Silva, uma figura histórica do PT e o mais importante dos seus fundadores, esteve na prisão da Polícia Federal de Curitiba, capital do estado do Paraná, entre 7 de abril de 2018 e 8 de novembro de 2019, no contexto da chamada “Operação Lava Jato”, montada no contexto do combate à corrupção. Dentro e fora do País, a prisão de Lula foi lida pelos setores contrários ao atual governo de extrema-direita do presidente Jair Messias Bolsonaro como uma estratégia destinada a evitar uma nova vitória do líder petista, caso não lhe tivesse sido retirado o direito a se candidatar. A mais elevada aprovação popular de Lula ao final de oito anos na Presidência, em 2011, fazia dele na ocasião um candidato muito difícil de ser batido por seus adversários políticos.

⁵ Disponível em: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=BR&q=chico%20buarque>. [Consultado em 16 de janeiro de 2020].

⁶ Disponível em: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=chico%20buarque>. [Consultado em 16 de janeiro de 2020].

⁷ Disponível em: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=chico%20buarque>. [Consultado em 16 de janeiro de 2020].

⁸ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Chico_Buarque. [Consultado em 16 de janeiro de 2020].

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A HISTÓRIA DA BOSSA NOVA. s/d. *Samba Carioca*, Disponível em: <https://sambacarioca.com.br/samba/historia-da-bossa-nova>. [consultado em 29 de julho de 2020].

BALLERINI, F. 2017. *Poder suave*. São Paulo: Summus.

BROWN UNIVERSITY LIBRARY. s/d. *Bossa nova*. Disponível em: <https://library.brown.edu/create/fivecenturiesofchange/chapters/chapter-6/bossa-nov/>. [consultado em 29 de julho de 2020].

MONTE, M. 1989. *Bem que se quis*. Fantástico: Rede Globo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3yFDezTGxx0>. [consultado em 29 de julho de 2020].

- BOURDIEU, P. 2011. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- _____. 2018. *A produção da crença*. Porto Alegre: Zouk.
- _____. 2011. *O poder simbólico*. Lisboa: Edições 70.
- GARCÍA CANCLINI, N. 1983. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense.
- _____. 2006. Estudos sobre culturas: uma alternativa latino-americana aos cultural studies. Entrevista. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n. 30, p. 7-15. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/312235048_Estudos_sobre_cultura_uma_alternativa_latino-americana_aos_cultural_studies. [consultado em 29 de julho de 2020].
- BBC. Chico Buarque. s/d. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/music/artists/3a5d1cc7-627e-48ea-aba3-fdd20d782c33>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- CHICO BUARQUE PEDE VISTO de longa duração e escreve livro em Paris. 2019. O Globo, Rio de Janeiro, 21/06/2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/chico-buarque-pede-visto-de-longa-duracao-escreve-livro-em-paris-23756314>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- LUCÉLIASANTOS GRAVA cena romântica na Barra da Tijuca. 2008. Ego, Rio de Janeiro, 29/04/2008. Disponível: <http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL446467-9798,00-LUCELIA+SANTOS+GRAVA+CENA+ROMANTICA+NA+BARRA+D+A+TIJUCA.html>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- GÓIS, F. 2015. Chico Buarque dá ‘recado’ a jovens anti-PT com quem discutiu. Congresso em Foco. Disponível: <https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/chico-buarque-da-%E2%80%9Crecado%E2%80%9D-nas-redes-a-jovens-anti-pt>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- KELLNER, D. 1995. *A cultura da mídia*. Bauru, SP: Edusc.
- KÜNSCH, D. A.; MENEZES, J. O. 2016. O terraço é o mundo: Vilém Flusser e o pensamento da compreensão. In: XXV Encontro Nacional da Compós, 2016, Goiânia. Anais do XXV Encontro Nacional da Compós. Brasília: Compós, 2016, p. 1-15.
- KÜNSCH, D. A.; MENEZES, J. O.; PASSOS, M. Y. 2017. Conhecimento, compreensão e cultura: aspectos intersubjetivos e epistemológicos da Compreensão como Método. In: XXVI Encontro Nacional da Compós, 2017, São Paulo. Anais do XXVI Encontro Nacional da Compós. Brasília: Compós, pp. 1-15.
- KÜNSCH, D. A.; CHIACHIRI, R.; PASSOS, M. Y. 2018. O dedo indicador de Platão e a mão estendida de Aristóteles: cultura como movimento conversacional no contexto de um pensamento compreensivo. In: XXVII Encontro Nacional da Compós, 2018, Belo Horizonte. Anais do XXVII Encontro Nacional da Compós. Brasília: Compós, p. 1-15.

- KÜNSCH, Dimas A.; CHIACHIRI, R. 2019. Laroiê, Exu! Um ensaio sobre cultura, diálogo e compreensão. In: XVIII Encontro Nacional da Compós, 2019, Porto Alegre. Anais do XXVIII Encontro Nacional da Compós. Brasília: Compós, p. 1-15.
- LEMONS, A. 2009. Nova esfera conversacional. In: MARQUES, Angela et all. Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro: E-papers, pp. 9-30.
- MATTELART, A.; NEVEU, É. 2004. Introdução aos estudos culturais. São Paulo: Parábola.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1987. *De los medios a las mediaciones*: comunicación, cultura e hegemonía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- MELO, D. 2020. Chico Buarque: desde a Bossa Nova até o fim da ditadura no Brasil. Headflow, 11/02/2020. Disponível: <https://hedflow.com/2020/02/11/por-onde-andava-chico-buarque/>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- MERTEN, L. C. 2019. Lucélia e a China que se transforma. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 07/09/2019. Disponível: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/artes,lucelia-e-a-china-que-se-transforma,54370>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- NYE JR., J. S. 2005. *Soft power*: the means to success in world politics. Nova York: Public Affairs.
- _____. 1990. The changing nature of world power. *Political Science Quarterly*, pp. 177-192. Disponível: <https://www.jstor.org/stable/2151022?seq=1>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- PREMIO CAMÕES SERÁ entregue a Chico Buarque mesmo sem Bolsonaro assinar condecoração (2019). G1, São Paulo, 04/12/2019. Disponível: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2019/12/04/premio-camoes-sera-entregue-a-chico-buarque-mesmo-que-bolsonaro-nao-assine-condecoracao.ghtml>. [consultado em 16 de julho de 2020].
- RAMONET, I. 2002. Propagandas silenciosas: massas, televisão, cinema. Petrópolis, RJ: Vozes.
- RIBEIRO DA SILVA, M. 2019. Trompe-l'oeil: apagamentos e (in)visibilidade da Umbanda na cultura brasileira. In: XVIII Encontro Nacional da Compós, 2019, Porto Alegre. Anais do XXVIII Encontro Nacional da Compós. Brasília: Compós, pp. 1-15.
- ROGERO, T. 2014. Chico Buarque: “Voto em candidatos do PT desde 1989 e não vejo razão para mudar”. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 26/10/2014. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,chico-buarque-voto-em-candidatos-do-pt-desde-1989-e-nao-vejo-razao-para-mudar,1583180>. [consultado em 29 de julho de 2020].
- SAIBA QUAIS SÃO as músicas mais ouvidas de Chico Buarque. 2019. Agência O Globo, Rio de Janeiro, 19/06/2019. Disponível: <https://gente.ig.com.br/cultura/2019-06-19/saiba-quais-sao-as-musicas-mais-ouvidas-de-chico-buarque.html>. [consultado em 29 de julho de 2020].

SANTOS, B. de S; MENESES, M. P. (orgs.). 2010. Epistemologias do Sul. São Paulo: Cortez.

_____. 2018. Na oficina do sociólogo artesão. São Paulo: Cortez.

SIQUEIRA, F. 2016. Sem “assalto”, Gisele desfila ao som de Garota de Ipanema em cerimônia. Globo Esporte, Rio de Janeiro, 05/08/2016. Disponível: <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/08/sem-assalto-gisele-bundchen-desfila-na-cerimonia-de-abertura.html>. [consultado em 29 de julho de 2020].