

Música em Contexto

<http://periodicos.unb.br/index.php/Musica>

Dis-moi pourquoi: Os processos de promoção da música ligeira em Belém

Leonardo Vieira Venturieri
Universidade Federal do Pará

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0051-0871>
lleoventura@gmail.com

Gilda Helena Gomes Maia
Universidade Federal do Pará

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1982-8599>
gildahma@hotmail.com

Venturieri, Leonardo Vieira e Gilda Helena Gomes Maia. 2019. “Dis-moi pourquoi: Os processos de promoção da música ligeira em Belém”. *Música em Contexto* 13, no. 1: 36-54. Disponível em <http://periodicos.unb.br/index.php/Musica/article/view/26586>.

ISSN: 1980-5802

DOI:

Recebido: 22 de abril, 2019.

Aceite: 05 de junho, 2019.

Publicado: 30 de junho, 2019.



Dis-moi pourquoi: Os processos de promoção da música ligeira em Belém

Leonardo Vieira Venturieri
Gilda Helena Gomes Maia

Resumo: O presente artigo tem o objetivo de revelar os processos de promoção da música pianística em Belém durante a virada do século XX. O problema de pesquisa se apresenta através das seguintes perguntas: Como a música impressa para piano era promovida em Belém? Quais ações eram implementadas na promoção dessas partituras? O artigo foca na ação de certos sujeitos, buscando os objetivos do trabalho através da análise de anúncios e artigos de jornal, assim como de partituras impressas do período. O trabalho é orientado pelo modelo de estudo da música na cultura, proposto por Alan Merriam. Concluímos que ao longo dos anos foi utilizado o termo “novidades musicais” para designar a música ligeira e o repertório de música pianística em geral, que incluía gêneros musicais em voga, tais como a valsa, a polka, e o schottisch, assim como a existência de uma rede de relacionamento entre compositores, editores e redatores de jornais, em que sujeitos cooperavam em um sistema, de certo modo, de interdependência.

Palavras-chave: Música pianística. Música impressa. Música no Brasil.

Dis-moi pourquoi: The promotion processes of entertaining music in Belém

Abstract: This article aims to reveal the processes of promotion of pianistic music in Belém during the turn of the 20th century. The research problem is presented through the following questions: How was music printed for piano promoted in Bethlehem? What actions were implemented in the promotion of these scores? The article focuses on the action of certain subjects, seeking the objectives of the work through the analysis of ads and newspaper articles, as well as printed sheet music of the period. The work is guided by the model of study of music in culture, proposed by Alan Merriam. We conclude that over the years was used the term “musical novelties” to designate the light music and the repertoire of pianistic music in general, which included musical genres in vogue, such as the waltz, the Polka, and schottisch, as well as the existence of a network of relationships between composers, editors and newspaper writers, in which subjects cooperated in a system, in a way, of interdependence.

Keyword: Pianist music. Printed music. Music in Brazil.

Dis-moi pourquoi: los procesos de promoción de la música ligera en Belém

Resumen: El objetivo de este artículo es revelar los procesos de promoción de la música pianística en Belém durante el paso al siglo XX. El problema de investigación se presenta a través de los siguientes interrogantes: ¿Cómo se promovió en Belém la música impresa para piano? ¿Qué acciones se implementaron en la promoción de esas partituras? El artículo se enfoca en la acción de determinados temas, buscando los objetivos del trabajo a través del análisis de anuncios y artículos en la prensa, así como de partituras impresas en tal período. El trabajo se guía por el modelo de estudio de la música en la cultura, propuesto por Alan Merriam. Se llegó a la conclusión de que a lo largo de los años se ha usado el término “novedades musicales” para designar la música ligera y al repertorio de música pianística en general, que incluía géneros musicales en boga, como vals, polka y schottisch, así como la existencia de una red de relaciones entre compositores, editores y redactores de periódicos, en la que los sujetos cooperan en un sistema, en cierto modo, de interdependencia.

Palabras-clave: Música pianística. Música impresa. Música en Brasil.

Considerações Iniciais

Este texto discute os processos de promoção de obras musicais pianísticas, em especial da chamada música ligeira, durante a virada do século XX, na cidade de Belém. Essa pesquisa partiu de dois questionamentos iniciais: 1) Como essa música pianística impressa era promovida em Belém? 2) Quais ações eram implementadas na promoção dessas partituras? Ao abordar essas questões, buscaremos evidenciar as ações de certos sujeitos sociais que foram, de algum modo, agentes deste processo de promoção visando a difusão de novas partituras impressas na cidade.

Para estudar esse contexto, utilizamos a obra de dois compositores de destaque na produção da música no Pará: Clemente Ferreira Júnior e Manuel Castello Branco. O acesso às obras destes compositores foi possível a partir da colaboração do Museu da UFPA, que permitiu a consulta ao valioso acervo Vicente Salles (Belém/Pará), imensurável fonte de história e arte, onde se pode obter uma visão pormenorizada sobre a música e a sociedade do passado de Belém. O acervo em questão mostrou-se essencial ao possibilitar a análise de elementos extramusicais encontrados nas partituras: anúncios, dedicatórias impressas e manuscritas, autógrafos de editores e antigos proprietários dos documentos, elementos de grande valor histórico.

A escolha destes dois sujeitos se deu em função destes terem sido grandes expoentes da música pianística em Belém, principalmente considerando o grande número de composições suas que foram editadas ainda na virada do século. Essa

escolha também se deu por eles compartilharem, em muitos casos, os mesmos editores¹, o que possibilitou análises mais assertivas, fornecendo indicadores mais confiáveis de práticas musicais e mecanismos socioculturais.

A pesquisa focou, em uma primeira parte, em artigos jornalísticos e propagandas (reclames) encontrados em periódicos de época, incluídos no trabalho após consulta ao sítio virtual da hemeroteca digital (com busca exclusiva no Pará entre os anos de 1880 e 1920). Procurou-se, nesse caso, considerar as fontes musicais (partituras e jornais) como testemunhos de processos históricos, em especial, do comércio da música em Belém na chamada “Era da Borracha”, que compreende os anos de 1880 e 1910.

Contamos ainda com dois textos que se mostraram essenciais para a investigação: “As Editoras de Música do Pará”, de Vicente Salles (1972) e “Música em Belém do Pará: um Estudo sobre Fontes Escritas”, de Lia Braga e Jussamara Souza (2013), que tratam especificamente sobre as fontes musicais impressas na época deste estudo. No primeiro texto, Salles (1972) ressaltou a importância do estudo de música voltado à música impressa, visto o importante papel que as editoras desempenharam na difusão de obras pianísticas:

Não se tem levado muito em conta, no Brasil, o papel que as editoras de música desempenham na difusão da obra dos compositores. Em consequência, não se tem valorizado aquela função, que lhe é inerente, de fornecedoras do material que tanto interessa ao artista – o intérprete – como ao

1 José Mendes Leite e Raymundo Bittencourt são os principais exemplos.

historiador, musicólogo ou musicógrafo: a obra dos compositores tornada acessível a um grande número de pessoas graças precisamente à difusão impressa (Salles 1972, 17).

Buscou-se atender aos propósitos investigativos do trabalho a partir do modelo de estudo da música na cultura proposto por Alan Merriam (1964, 32-35), e que envolve três níveis de análise: conceito sobre música; comportamento em relação à música; e o som musical em si. Tal modelo analítico permite uma visão da música integrada aos aspectos sociológicos dos sujeitos estudados, abarcando aspectos que revelem hierarquias em relações de poder presentes nas interações dos sujeitos estudados com o seu meio. Buscou-se também o estabelecimento de um modelo cultural a partir de comportamentos relacionado à música, tendo-se em vista a “vida musical” do período em questão sendo compreendida como elemento dentro de uma cadeia de ações e como integrante indissociável de seu meio sociocultural.

Para tanto, fez-se necessário enxergar as fontes musicais como testemunhos históricos, visto que algumas informações não podem mais ser acessadas por sujeitos vivos. Sendo assim, as fontes musicais, que se constituem por textos de jornais, anúncios, partituras, em elementos musicais ou extramusicais, se tornaram muito importantes no trabalho por possibilitarem um processo de memorização. A memória é um processo dinâmico da própria memorização (Santos 2004, 59), não se deixando cair no esquecimento, sendo refrescada constantemente, sendo grafada, narrada, ou se tornando fonte-histórica (Batista 2005), utilizando-se da “memória social, que é um dos meios fundamentais de

abordar os problemas do tempo e da história” (Le Goff 1996, 426), a memória, portanto, contribui para a formação da cidadania. Pois, quando um determinado grupo se apropria de seus valores, manifestações ou de outros bens, perpetuando-os na sua história, classificando-os como seu patrimônio cultural e passando-os de geração a geração, constroem, assim, identidade ou identidades (Batista 2005).

Processos de promoção de “novidades musicais” através da mídia jornalística

Durante o levantamento de informações do trabalho percebeu-se que a promoção da música ligeira em Belém se dava principalmente através: da propaganda em jornais (anúncios, reclames e artigos); da promoção dentro de círculos internos, como clubes e associações; de aulas de música (particulares ou não), sobretudo as de piano; e de apresentações públicas de música, em que ocorria não apenas a promoção das composições em si, mas a promoção da própria figura do compositor.

A produção de música impressa no Brasil durante o século XIX atendia, em sua maior parte, a um público consumidor formado por pianistas, que avidamente demandavam uma “música nova” (“novidades musicais”), seja para tocar em casa ou apenas ouvir, delegando, nesse caso, o papel de executante para terceiros. A partir dessa demanda, a produção de música impressa pianística se desenvolvia e se renovava, incentivando a proliferação de editoras de música e gráficas especializadas. Salles (1972) afirma que a expansão das editoras se desenvolveu, principalmente, a partir da

relação do público brasileiro com o piano, sendo uma forma de entretenimento que indicava a expansão da “música europeia” dentro das capitais brasileiras:

As editoras locais serviam pois a uma clientela especial, aquela que se realizava através do piano e se contentava e, produzir valsas, chótis, polcas, tangos, maxixes etc. numa quantidade surpreendente. O piano, produto daquela expansão da música européia do século XIX, foi o grande veículo dessa produção, no Pará, como em Recife, Salvador, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo (Salles 1972, 20).

Em virtude dessa relação do público brasileiro com o piano, o presente estudo foca nas partituras pianísticas em detrimento de outros formatos instrumentais, sendo consideradas obras que se configuram como produtos musicais vendidos e anunciados como “novidades”. No intuito de vender partituras musicais, os estabelecimentos e jornais idealizaram formas específicas de cativar o público-alvo potencial. Optaram por uma linguagem direta, acessível e cativante, que pudesse ser rapidamente identificada por este público-alvo. Observou-se, a partir de extensa pesquisa na hemeroteca digital, assim como a partir da observação de partituras musicais, a ocorrência do termo “novidades musicas” ao informar a presença de sortimentos de música ligeira “nova” ou recém-chegadas nos estabelecimento em questão.

O termo pode ser encontrado em um grande número de publicações periódicas, tais como na edição de “O Estado do Pará” do dia 3 de dezembro de 1916, que trazia o interessante “reclame” da Livraria Bittencourt:

*Musicas – Se tocas piano porque não escolheies sempre as altas **novidades musicas** que a Livraria Bittencourt está*

constantemente recebendo? Musicas de dança e de concerto para piano e outros instrumentos lá encontrareis sempre em grande variedade. Se não conheceis ainda as lindas valsas de Vicenzo Billi, de Archibato Joyce (o rei das valsas inglesas) o Clemente Ferreira, não deixeis de adquiril-as. Se ao contrario preferis musicas classicas, recommendamos as celebres composições de Durand, Cheminade, Raff, Pfeiffer, Schumann, Hess, Rubinstein, etc. emfim, visitae a Livraria Bittencourt que encontrareis musicas para todos os gostos e preços (Musicas 1916, enfatizou-se).

No verso da partitura “Rainha das Ondas” (Fig. 1 e 2), de Manuel Castello Branco, o termo “ultimas novidades musicas” aparece anteriormente a um extenso catálogo de obras disponíveis na Casa Editora “José Mendes Leite”.



Figura 1 – Capa de “Rainha das Ondas”. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

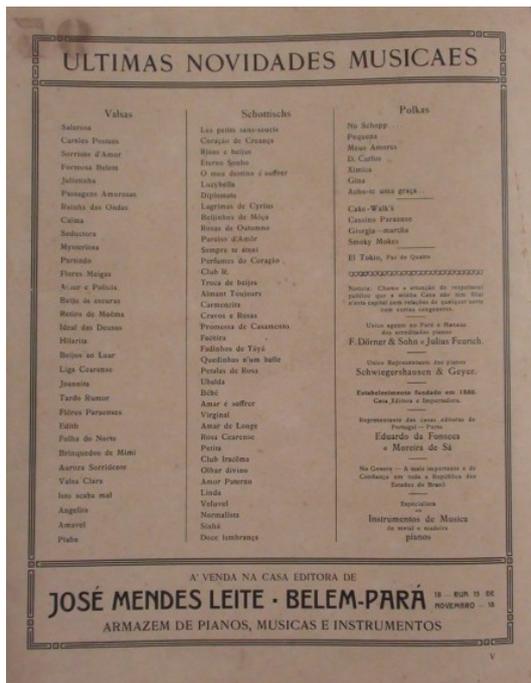


Figura 2 – Verso de “Rainha das Ondas”. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

O termo é novamente encontrado em um “reclame” da empresa Alberto Frennd & Comp. (Fig. 3), no exemplar do dia 3 de janeiro de 1933, do periódico “A República”, sendo mencionadas duas novidades musicais à venda: a polka “Farfallini”, de R. Marenca, e o tango “Café do Porto Rico”, sem referência ao autor.



Figura 3 – “Alberto Frennd & Comp.” (1933). Fonte: Hemeroteca Digital.

No mesmo periódico, em edição do dia 25 de março de 1933, um “reclame” da mesma empresa também é publicado. Utilizou-se o texto “Ultimas Novidades Musicaes” para fazer referência às valsas “Sonhos de Amor” e “Adoração” (Fig. 4).

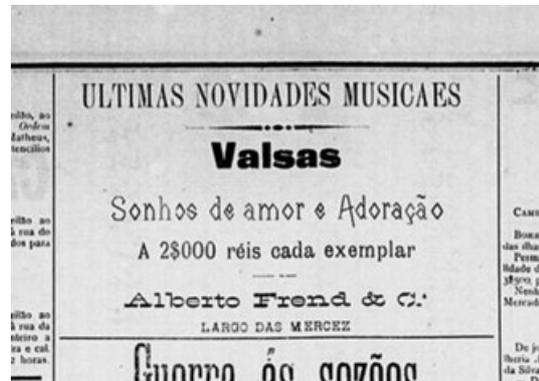


Figura 4 – “Ultimas Novidades Musicaes” (1933). Fonte Hemeroteca digital.

A mesma empresa, Alberto Frennd & Cia, utilizou o termo, novamente, no periódico “Correio Paraense” do dia 8 de Fevereiro de 1894, também exibindo várias menções a gêneros estrangeiros, sendo valsas, polkas, tangos e quadrilhas (Fig. 5).



Figura 5 – “Alberto Frennd & C.” (1894). Fonte: Hemeroteca digital.

Um exemplo pertinente de como se desenvolvia a envolvente e acessível linguagem publicitária pode ser encontrado no periódico Estado do Pará, edição de 17 de dezembro de 1916, em que se anuncia a mais recente valsa de Clemente Ferreira Júnior, entre outras “novidades musicas”:

“Flôr do Abacate – Já ouviram tocar o tango da moda: Flôr do Abacate”, que ruidoso sucesso está fazendo no Rio? Experimentem-no, é uma beleza! Não deixem também de comprar a ultima valsa de Clemente Ferreira – É impossível..., assim como as valsas “Seduction” de V. Billi; “Desolation”, de Frontissi; “Songes Roses”, de E. Wesly; “Principe Real”, de C. Rovero e a Polka-tango “Flôr amorosa”, cantada com sucesso no Palace Theatre. À venda na Livraria Bittencourt, que é, em Belém, o grande emporio das novidades musicas (Flôr do Abacate 1916).

Outro exemplo, ainda referente ao compositor Clemente Ferreira Júnior, é encontrado num artigo do periódico “A República”. A linguagem é particularmente endereçada às “patricias”, ou seja, às moças aristocráticas estudantes de piano que estariam deslumbradas pelo frenesi da cultura francesa na Capital:

“Dis-moi Pourquoi? É o titulo de uma formosa walsa que acaba de sahir à luz, composição do nosso talentoso e original pianista Clemente Ferreira Junior. A obra, editada pela casa M.J. da Costa e Silva, é nitidamente impressa, e ostenta na capa um bello e gracioso desenho. Dispansamo-nos de recommendar esta nova composição as nossas gentis leitoras...

-Dis-moi pourquoi? interpellarão ellas.

-Ora, porque vossas excellencias, sabem amar o bello, e portanto não negarão jamais o seu apreço às producções do festejado compositor paraense (Dis-Moi Pourquoi 1890).

Há uma demonstração de como ocorriam os trâmites para a promoção de algumas partituras que circulavam em Belém: em uma publicação de 14 de Março de 1890, no qual o redator atesta o recebimento de um “lindo exemplar” da partitura musical “Gavotte Republicaine”. Afirma, em seguida, que a música em questão teria se tornando, por um tempo, “música da moda” em Paris:

Os srs. R. L. Bittencourt & Cia proprietarios da livraria Bittencourt, fizeram-nos a fineza de nos mimoscar com um lindo exemplar da Gavotte Republicaine, de que são editores. Pela fama que a procedeo já todos aqui sabem que a Gavotte é uma bella producção do nosso intelligente patricio Clemente Ferreira. A Gavotte conseguiu ser a nota do dia entre os amadores da boa musica, em Paris. Vimos cartas vindas d'aquella cidade, em que se fazem elogios muito significativos a esta Gavotte que conquistou na grande capital, os foros de – música da moda. A impressão é nítida e cobre-a uma capa magnífica com as armas e côres do pavilhão do Club Republicano, asteado n'este Estado pela proclamação da Republica. Aos srs. R. L. Bittencourt & Cia, os nossos agradecimentos pelo mimoso presente (Gavotte Republicaine, 1890).

Este texto poderia ser considerado como um reclame em forma de artigo, construído por linguagem específica, que tenta conquistar um público potencial. O trecho “a música conseguiu ser a nota do dia entre os amadores da boa música em Paris”, dialoga diretamente com esse público potencial, aproveitando a influência cultural parisiense na capital do Pará. Em outro aspecto, apenas a menção ao Club Republicano já busca amplificar as vias de promoção, provavelmente contando que, entre os associados de tal clube, houvesse uma circulação mais intensa da obra. Esse artigo indica uma relação muito próxima entre compositores, editores musicais e jornalistas,

visando uma cooperação mútua tanto para se criar conteúdo musical (composição musical), aprimorar esse conteúdo (edição

musical), contemplando a promoção musical (divulgação em jornal).

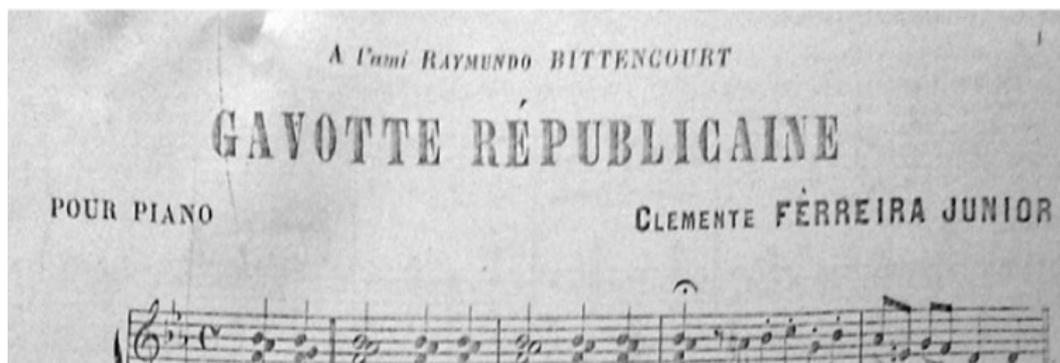


Figura 6 – Primeira página de “Gavotte Républicaine”. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Pistas deste tipo de relação entre o compositor, editor e jornalista, são reveladas, por vezes, através da observação dos elementos extramusicais presentes em partituras. Por exemplo, ao se consultar essa obra “Gavotte Republicaine”, encontra-se uma dedicatória com os dizeres “A l’ami Raymundo Bittencourt”², que nada mais é do que o próprio editor que dá nome à Livraria R. L. Bittencourt, demonstrando essa relação próxima entre o compositor e o editor (Fig. 6).

Outro exemplo que, como poucas vezes, revelou com bastante firmeza este processo, foi a dedicatória encontrada na partitura “Qual a Mais Bella”, de Clemente Ferreira, em que se vê a assinatura do próprio José Mendes Leite, oferecendo-a à “ilustrada redação do Heraldo” (Fig. 7 e 8).



Figura 7 – Capa de “Qual a Mais Bella?” Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

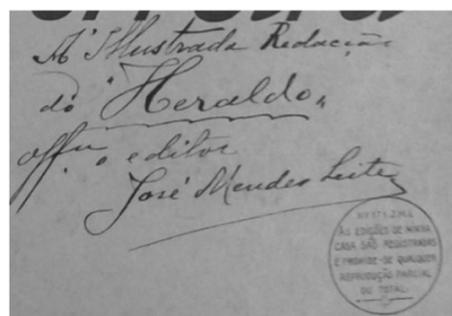


Figura 8 – Pormenor da capa de “Qual a Mais Bella?” Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA

² Traduzido do francês, “Ao amigo Raymundo Bittencourt”.

Estes autógrafos fornecem relatos históricos confiáveis, pois certificam ações ocorridas e descartam especulações; funcionam como verdadeiros testemunhos. Seria errôneo afirmar, obviamente, que tais dedicatórias teriam apenas um fim expresso no sentido comercial, visando o retorno e a circulação de uma obra, também não podendo ser, ao que nos insiste em parecer, apenas uma dedicatória comum desatrelada de qualquer agenda.

Uma dedicatória curiosa está na capa de “Quando o Amor Quer”, de Clemente Ferreira Júnior, na qual o seu próprio filho, Virgínio Ferreira, oferece a edição a Alcebíades Nobre: “Ao artista modesto e concencioso, Alcebíades Nobre, admirador entusiasta [sic] das musicas de papae [sic], offereço [sic] este exemplar com os meus protestos de estima e consideração”. Essa dedicatória poderia ter um reflexo sutil na circulação dessa obra, mesmo sendo a dedicatória escrita fora da janela de tempo estabelecida para a pesquisa. Poderia indicar, no mínimo, a prática usual de presentear pessoas com partituras, e, por conseguinte, reforçar a hipótese da circulação de obras ligeiras (Fig. 9 e 10).

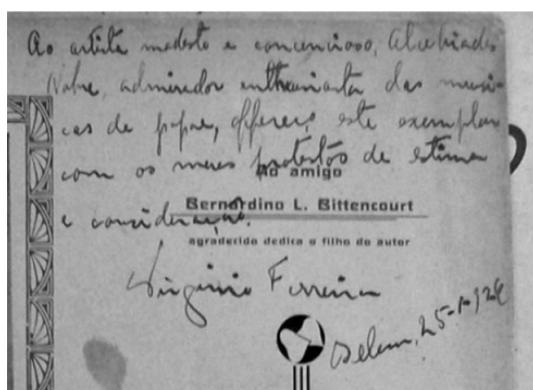


Figura 9 – Pormenor da capa de “Quando o Amor Quer...” Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

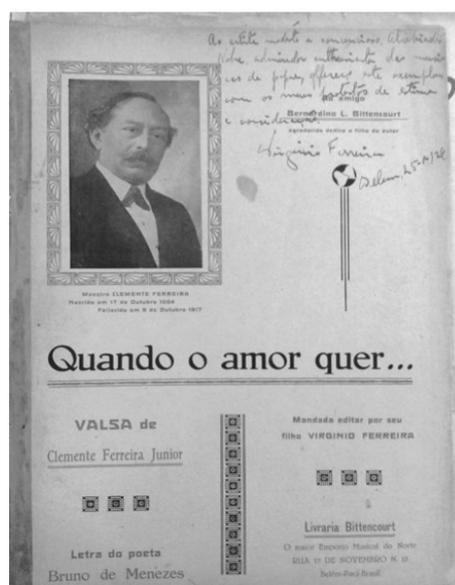


Figura 10 – Capa de “Quando o Amor Quer...” Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Mais um possível exemplo a confirmar essa relação que se assemelha à prática do lobby³ é a composição “A Província do Pará”, de Clemente Ferreira Júnior. O título da obra provavelmente refere-se ao jornal de mesmo nome. Algumas são as pistas que apontam para tal constatação. Clemente ofereceu a composição à Cecília Iêrêcê de Lemos, filha do intendente Antônio Lemos, que foi o proprietário do jornal em questão. Não se sabe a data da obra “A Província do Pará”. Possivelmente Lemos ainda não teria sido intendente (“prefeito”) de Belém, mas apenas proprietário do jornal. Vale ressaltar que a capa da partitura contém, além da foto de Antônio Lemos, uma cópia da primeira página da edição do dia 25 de Março, de 1904 (dia em que se comemora o aniversário do jornal) (Fig. 11).

3 Lobby é nome que se dá à atividade de influência, ostensiva ou velada, com o objetivo de obter vantagens econômicas para si próprio ou para o grupo a quem representa.

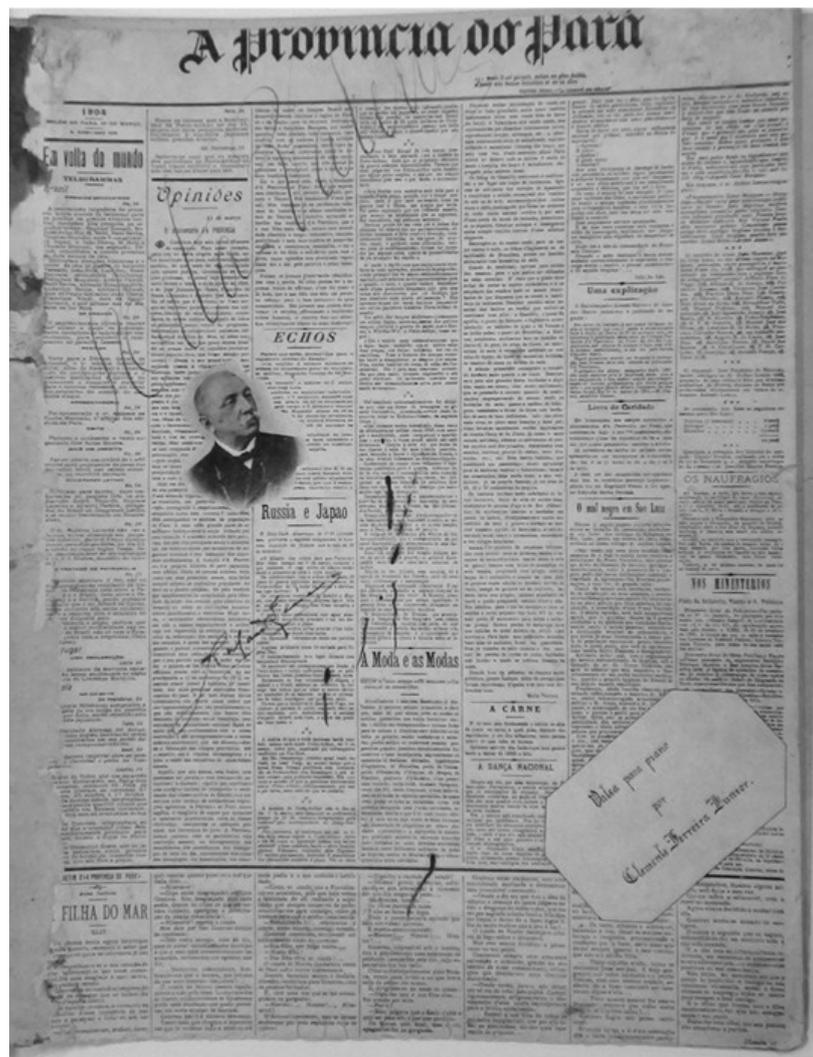


Figura 11 – Capa do jornal “A Província do Pará”. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Curiosamente, ambos os compositores estudados nesse artigo procuraram construir relações que podem ser consideradas como lobby. Ofereceram ao intendente Lemos a criação de duas obras musicais distintas, inclusive com o mesmo nome: Dezessete de Dezembro. A de Clemente é uma marcha, enquanto que a de Castello Branco é um schottisch. Nas duas impressões constam fotos distintas de Lemos e na dedicatória das duas partituras encontra-se o mesmo texto: “Ao Exmo. Sñr. Senador Antonio José de Lemos” (Fig. 12 e 13).

Certamente, ter Lemos como “padrinho” traria muitos benefícios para uma carreira de um compositor na Belle Époque paraense, ainda pelo fato de que o intendente foi responsável, de certo modo, em cancelar a influência cultural europeia na cidade, cultura que se alinhava, de maneira direta, com a escola destes dois compositores, ambos formados na Europa.



Figura 12 – Capa de “Dezessete de Dezembro”, de C. F. Júnior. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 13 – Capa de “Dezessete de Dezembro”, de M. C. Branco. Fonte: Acervo V. Salles / Museu da UFPA.

Anúncios de “novidades musicas” dentro das partituras impressas

As edições impressas das partituras, na maior parte dos exemplos analisados, tinham uma múltipla função. Além da função musical (sinais gráficos musicais da partitura), as partituras tinham uma função estética (ilustrações de capa, tipografias e elementos gráficos).

Funcionavam como verdadeiros veículos de promoção de partituras (si próprias e outras), de um mesmo autor ou de outros autores veiculados à mesma editora. Os reclames ou anúncios dentro dos exemplos estudados aparecem de diversas formas: 1) Na última página, em forma de texto, listagem de obras e elementos gráficos; 2) Na segunda ou terceira páginas da partitura, anúncios em forma de pequenos textos; 3) Na última

página, em uma mistura de textos, elementos gráficos e *incípts* de partituras; 4) Através de miniaturas ou reproduções de capas de obras, na segunda ou última páginas; 5) Em anúncios na primeira página, logo abaixo da ilustração, em forma de texto.

Para o primeiro exemplo destes anúncios, através de listagem de composições no verso, temos a partitura “Madrigal” de Manuel Castello Branco, editado pela Livraria R. L. Bittencourt (Fig. 14).

No verso da obra são sugeridas outras obras “do mesmo auctor”: Flor no Peito (mazurka), Moleiro d’Alcalá (valsa), Balão Dumont (valsa), Café com Farinha (schottisch), Lacrimosa (schottisch) e Deusa do Amor (schottisch) (Fig. 15).

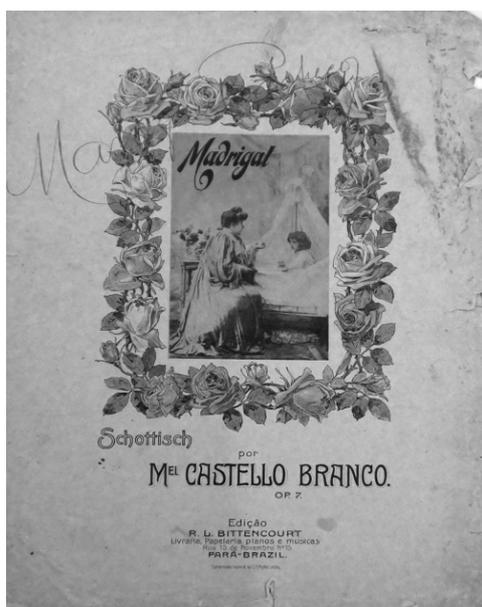


Figura 14 – Capa de “Madrigal”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 16 – Capa de “Zita”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

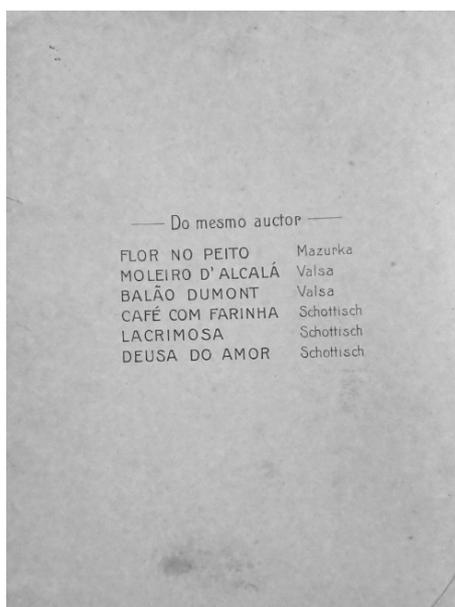


Figura 15 – Verso de “Madrigal”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Este tipo de promoção de obra aparenta ser a mais comum, possivelmente a mais barata, em função de constarem apenas tipografias e quase nenhum outro elemento gráfico. Ainda contando com essa mesma maneira de divulgação (através de listas), temos o verso da obra schottisch “Zita” (Fig. 16).

Em Zita são anunciados um considerável número de suas obras musicais, do Opus 1 até o Opus 37, em que constam os gêneros: mazurca, valsa, schottisch, pas de quatre, valsa infantil, passo-double, quadrilha e miscellanea. Também constam pequenos elementos de arte gráfica, como linhas grossas e pequenos círculos abaixo do nome do autor e das obras (Fig. 17).

Na obra “Nove de Julho”, do mesmo autor, foi encontrado um exemplo em que o anúncio se situa no canto inferior da terceira página: no caso, a promoção da polka “Sirigaita”, que “brevemente” estaria disponível para a compra – provavelmente um artifício “surpresa” que induziria o consumidor a criar uma expectativa sobre essa nova obra no momento em que a partitura estivesse sendo executada (Fig. 18 e 19).



Figura 17 – Verso de “Zita”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 18 – Capa da primeira página de “Nove de Julho”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

A composição “Nove de Julho” possui, no verso, inclusive, uma listagem das obras disponíveis de Manuel Castello Branco na Casa Mendes Leite, dando destaque (“brevemente”) às novidades “A Tourada” (schottisch), “Horas de Encantos” (schottisch), “Sirigaita” (polka), “A Tosca” (quadrilha) e “El Rey que rabió” (quadrilha) (Fig. 20).



Figura 19 – Pormenor da primeira página de “Nove de Julho”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 20 – Verso de “Nove de Julho”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo V. Salles / Museu da UFPA.

Na composição “Não Posso Amar” utiliza-se o mesmo tipo de artifício, de anunciar a obra durante o momento em que o executante a estiver interpretando. No caso específico dessa obra, os anúncios encontram-se na segunda e terceira páginas, divulgando os schottisches “Aquellesinho”, “Olhar Sereno”, “Olhar Faceiro”, “Olhar Dolente”, “Não Tenhas Medo”, as valsas “Modernos Ideaes” e “A Província do Pará”, as gavottas “Beatriz” e “Republicaine”, a polka “Valentes Soldadinhos de Chumbo” e a mazurka “Entre Nós”, como

pode ser observado nos exemplos das figuras 21, 22, 23 e 24.

Referindo-se à forma de divulgação de partituras na última página, com misto de

textos e incípts de partituras, temos o schottisch “Dezessete de Dezembro”, de Castello Branco (já mencionado neste trabalho), como pode ser visto na figura 25.



Figura 21 – Capa de “Não Posso Amar”, de Clemente Ferreira Júnior. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

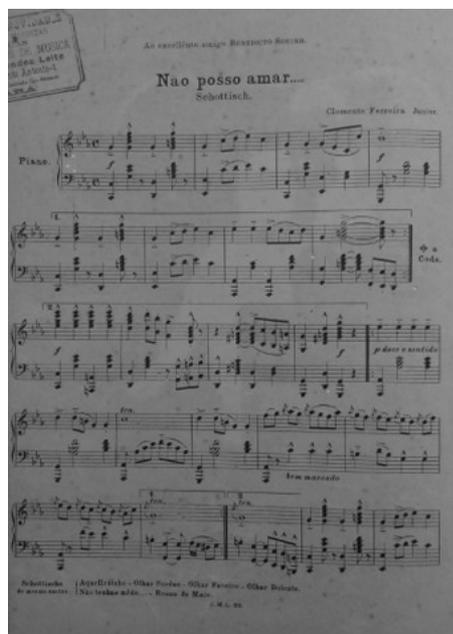


Figura 22 – Segunda página de “Não Posso Amar”, de Clemente Ferreira Júnior. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 23 – Pormenor da segunda página de “Não Posso Amar”, de Clemente Ferreira Júnior. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 24 – Pormenor da terceira página de “Não Posso Amar”, de Clemente Ferreira Júnior. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 25 – Verso de “Dezessete de Dezembro”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Na partitura de mesmo nome (Dezessete de Dezembro), de Clemente Ferreira, temos outra maneira de divulgação, ainda não abordada neste trabalho, utilizando miniaturas de capas de outras obras (da mesma editora) como forma de promovê-las. Em forma de miniaturas constam as capas das seguintes partituras de Clemente Ferreira: “Não Posso Amar”, “Olhos Sombrios”, “Rosas de Maio”, “Único Socêgo” [sic], “Província do Pará” e “Não Tenhas Medo” (Fig. 26).

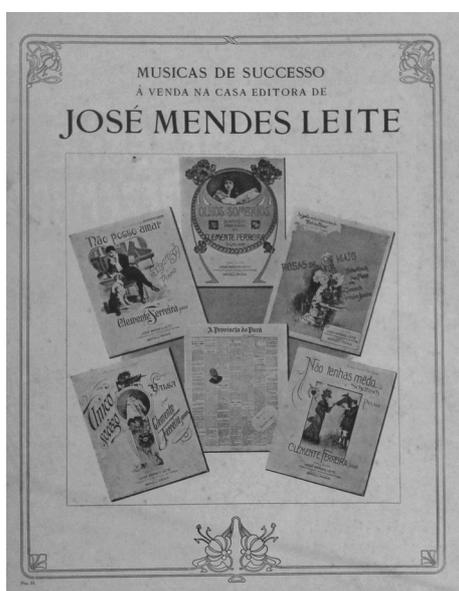


Figura 26 – Verso de “Dezessete de Dezembro”, de Clemente Ferreira Júnior. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Chamamos atenção para a promoção da partitura “Perfume do Coração”, que se encontra na última página da obra “O Carnaval”. Foi uma das poucas vezes em que se observou, considerando os exemplos analisados, uma promoção com miniaturas impressas em cores (Fig. 27 e 28).



Figura 27 – Capa de “O Carnaval”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figuras 28 – Verso de “O Carnaval”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

O exemplar de “Flores e Riso”, de Manuel Castello Branco, traz na última página o anúncio da partitura “Carnaval”, em uma estampa de folha inteira, reproduzindo a partitura em seus mínimos detalhes, porém sem as cores (Fig. 29 e 30).



Figura 29 – Capa de “Flores e Riso”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.



Figura 30 – Verso de “Flores e Riso”, de Manuel Castello Branco. Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Vale apontar que a partitura “O Carnaval” possui uma dedicatória “Aos Amigos do Trêfle Club”, que já dialoga com um público-alvo específico, os associados do clube em

questão, possivelmente visando a circulação da obra no ambiente do clube.

Por fim, durante a análise, foi encontrado um tipo de anúncio apresentado na própria capa da obra. Na valsa “Matintapêra”, de Clemente Ferreira Júnior, constam no anúncio as seguintes músicas: Cabôcla (valsa), Sons que Passam (valsa), Maria (valsa), Denguice (schottisch), Portugal-Brazil (schottisch), Quebrantos (schottisch) e Gavotte Republicaine (gavotte) (Fig. 31).

Considerações Finais

A análise de partituras e anúncios de jornais revelaram alguns dos processos de promoção da música impressa em Belém. Constatamos a existência de uma rede de relacionamentos (ou lobby) entre compositores, editores e redatores de jornais, em que sujeitos cooperavam em um sistema, de certo modo, de interdependência.

Um compositor necessitava de público ou de potenciais consumidores para sua obra e, neste ínterim, o editor seria a ponte inicial entre a composição e o público (apenas no sentido de música impressa, sem contar apresentações).

Posteriormente, como peça-chave deste processo, a promoção dessa obra ocorria através de artifícios publicitários: com textos persuasivos (o texto “Dis-moi Pourquoi”, por exemplo), com inserções estratégicas de informação (listagem de obras, no início, fim e no meio da partitura), e com uso de ilustrações coloridas ou em preto e branco, auxiliando o consumidor a decidir sobre a aquisição de uma partitura em detrimento de outra. Vale lembrar, que a própria ilustração e o design gráfico da obra já poderiam ser considerados formas de

promoção, visto que era um artifício a acrescentar valores estéticos à obra, aumentando consideravelmente seu potencial comercial. A qualidade da impressão certamente seria um trunfo utilizado.

Por fim, o termo “novidades musicas” mostrou-se de grande eficácia em termos de comunicação, identificando uma imediata disponibilidade de música pianística ligeira “recém-chegada” aos estabelecimentos, o que foi deduzido a partir do grande número de ocorrências encontradas nos exemplos.

Concluimos, assim, que, ao longo dos anos em que foi utilizado, de modo contundente e expressivo, o termo em questão “Novidades Musicais” teria se tornado padrão para designar a música ligeira, em geral, não apenas de obras musicais novas ou recém-chegadas, mas também para identificar a própria existência de um repertório de música pianística específica no estabelecimento, através de gêneros musicais em voga: valsa, polka, schottisch, etc.



Figura 31 – Capa de Matintapêpêra, de Clemente Ferreira Júnior.
Fonte: Acervo Vicente Salles / Museu da UFPA.

Referências

"Alberto Frend & Comp". 1983. *A República*. 825 edição. Disponível em <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>, acessado em 6 junho 2019.

"Alberto Frend & Comp." 1894. *Correio Paraense*. 518 edição. Disponível em <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>, acessado em 6 junho 2019.

Castello Branco, Manuel. [1890?]. *Rainha das Ondas*. Op. 24, valsa para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1900?]. *Madrigal*. Op. 7. Schottisch para piano. Pará: Livraria Bittencourt.

_____. [1900?]. *Nove de Julho*. Op. 37. Passo-double para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1900?]. *Zita*. Op. 36. Schottisch para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1904?]. *Dezete de Dezembro*. Op. 15. Schottisch para piano. Pará: Livraria Bittencourt.

_____. [1910?] *Flores e risos*. Op. 30. Schottisch para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1910?]. *O Carnaval*. Op. 25. Para piano. Pará: José Mendes Leite.

"Dis-moi Pourquoi". 1890. *A República*. 61 edição. Disponível em <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>, acessado em 6 junho 2019.

Ferreira Junior, Clemente. [1890?]. *Gavotte Républicaine*. Pour piano. Pará: R. L. Bittencourt.

Ferreira Junior, Clemente. [1890?]. *Quando o amor quer...* Valsa para piano. Pará: Livraria Bittencourt.

_____. [1900?] *Matintapêra*. Valsa para piano. Pará: R. L. Bittencourt.

_____. [1900?]. *Não posso amar*. Schottisch para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1904?]. *A Província do Pará*. Valsa para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1904?]. *Dezete de Dezembro*. Marcha para piano. Pará: José Mendes Leite.

_____. [1980?]. *Qual a mais bella*. Valsa para piano. Pará: José Mendes Leite.

"Flôr do Abacate". 1916. *Estado do Pará*. 2073 edição.

"Gavotte Republicaine". 1890. *A República*. 22 edição. Disponível em <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>, acessado em 6 junho 2019.

Le Goff, Jacques. *História e Memória*. 4º ed. Campinas: Unicamp, [s.d.].

Merriam, Alan. 1964. *The Anthropology of Music*. Illinois: Northwestern University Press.

"Musicas (sic)". 1916. *Estado do Pará*. 2059 edição. Disponível em <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>, acessado em 6 junho 2019.

Nettl, Bruno. 2005. *The Study of Ethnomusicology: Thirty-one issues and concepts*. Illinois: Urbana: University of Illinois.

Salles, Vicente. 1972. "Editoras de Música no Pará". *Revista Brasileira de Cultura*.

———. 2007. *Música e Músicos do Pará*. 2º ed. Belém: Secult / Seduc / Amu-PA.

Santos, José Luiz dos. 1996. *O Que é Cultura*. 16º ed. 110. São Paulo: Brasiliense.

“Últimas Novidades Musicaes (sic)” 1893. *A República*. 518 edição. Disponível em

<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>, acessado em 10 maio 2019.

Vieira, Lia, e Jusamara Souza. 2013. “Música em Belém do Pará: Um Estudo sobre Fontes Escritas.” In *Trânsito entre Fronteiras na Música*, 46. Belém: UFPA.