



## **“Luiz, respeita os oito baixos do teu pai”: O Rei do Baião e as adversidades impostas pela Indústria Cultural.<sup>1</sup>**

Jéssica Santana<sup>2</sup>  
Hideide Torres<sup>3</sup>

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

### **RESUMO**

Este artigo aborda as diferenças existentes nos conceitos de Cultura de Massa e Cultura Popular segundo os pensadores de Frankfurt, utilizando Luiz Gonzaga, que possuiu seu auge na década de 50 via Rádio Nacional, como exemplo. Procura-se a partir dessa temática, discutir a importância dos meios de comunicação de massa na consagração do sucesso de Luiz Gonzaga que foi um dos maiores representantes da Cultura Popular no Brasil.

**Palavras-chave:** Indústria Cultural; Luiz Gonzaga; Cultura Popular; Rádio Nacional.

### **APRESENTAÇÃO**

Luiz Gonzaga foi o primeiro músico brasileiro a assumir a “nordestinidade”, representada pela sanfona e pelo chapéu de couro. Nascido em Exu - PE, filho de um lavrador e sanfoneiro, desde criança se interessou pela sanfona de oito baixos do pai, a quem ajudava tocando zabumba e cantando em festas religiosas e forrós. Por ter adquirido essa experiência ele ficou conhecido como “O Rei do Baião” sendo o responsável pela febre do acordeão nos anos 50, em substituição à sanfona e ao fole sertanejo. (MOTA, 2005, s.p.)

Um dos maiores desafios desse músico foi despertar e manter o interesse do público brasileiro em seu trabalho artístico que representava o cenário social de sua terra. Em uma época – no final dos anos 50 e mais intensamente na década de 60 – em que os modismos e os novos ritmos desviaram a atenção do público e que o Baião foi relegado pelos meios de comunicação, que se voltaram para a Bossa Nova, o Rock, o Twist, o Yê, yê, yê e para todo o movimento da Jovem Guarda, Luiz Gonzaga foi “esquecido”, mas não perdeu seu prestígio e manteve-se vivo. Ainda que afastado dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, e-mail: jessica.santana@ufv.br

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, e-mail: hideide@gmail.com



grandes centros, passou a se apresentar em cidades do interior, onde sempre continuou extremamente popular.

Luiz Gonzaga pode ser visto como um exemplo de cultura popular que teve na indústria cultural e pelos padrões por ela impostos um empecilho para propagar-se. Mas, diante das dificuldades, ele conseguiu ficar na memória brasileira, não só como artista, mas também como um grande representante do seu povo. É a partir desse aspecto, que esse texto retrata as diferenças dos conceitos de cultura popular e cultura de massa segundo os pensamentos de alguns membros da Escola de Frankfurt que trabalhavam com a Filosofia Crítica e Crítica Cultural como Adorno, Horkheimer e Walter Benjamin.

Adorno e Horkheimer consideravam que a Indústria Cultural pretendia integrar os consumidores das mercadorias culturais, agindo como uma ponte nociva entre a cultura erudita e a popular. Eles acreditavam que os bens culturais produzidos industrialmente, eram convertidos em mercadorias e por isso perdiam sua essência e seu caráter individual “impedindo a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente” (ADORNO, 1947 *apud* ARANTES, 1996, p.8). Benjamin acrescenta a isso a perda do caráter de objeto único da obra de arte tradicional. Para ele, a arte exige do fruidor uma postura de contemplação, em contraste com a distração, imposta pelos novos meios de reprodução técnica, sendo ela (a arte), portanto, suscetível de reprodução.

Nota-se que Benjamin vê muito potencial na tecnologia que permite a reprodução técnica e a imitação da vida através da Indústria Cultural criando novas realidades que substituem o real pelo imaginário. Já Adorno e Horkheimer interpretam esse advento da tecnologia como ideologia, que acaba com a criatividade e o seu caráter singular.

### **1. LUIZ GONZAGA, DE EXU PARA O MUNDO VIA RÁDIO NACIONAL: “O POVO SÓ QUER O POVO SÓ DANÇA O BAIÃO.”**

Luiz Gonzaga do Nascimento (1912-1989) nasceu em Exu, PE, filho do mestre Januário, sanfoneiro de oito baixos afamado na região. Teve, desde criança, contato com a sanfona e despertou por ela uma paixão que mais tarde o levou ao reconhecimento nacional e internacional. O cenário da seca e pobreza do nordeste brasileiro foi presença



em sua carreira, seja como experiência pessoal ou como tema constante em suas canções. Com o advento da Revolução de 30, o jovem “Lua” (apelido atribuído por Dino Sete cordas e divulgado por Paulo Gracindo via Rádio Nacional), saiu de casa para servir ao exército como voluntário, seguindo em missão militar pelo Brasil afora – Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Pará, Ceará, Piauí, Belo Horizonte, Campo Grande e no Rio de Janeiro – como “soldado Nascimento”. E foi no Rio de Janeiro com a sua sanfona *Honner* branca (ver clipe 1)<sup>4</sup> que ele começa a fazer sucesso tocando valsas, tangos, choros, *foxtrotes* e outros ritmos da época, inicialmente nos prostíbulos da zona do Mangue, cantando também no cais, em bares, nos cabarés da Lapa, além de se apresentar nas ruas, passando o chapéu para recolher dinheiro (MOTA, 2005, s.p.).

O grande anseio de Luiz Gonzaga, como o de todos os artistas do período compreendido entre 1930 e o final dos anos 1950, era o de apresentar seu trabalho nas rádios, pois esse era o principal meio de audiência e reconhecimento, representando, para o povo brasileiro, “*glamour*”. Para inserir-se nesse meio, Luiz Gonzaga começou a frequentar programas de calouros, inicialmente sem êxitos. Mas tudo mudou quando ele participou, em 1941, do programa do temido Ary Barroso, na Rádio Nacional. E, para sua surpresa, tirou a nota máxima e ficou em primeiro lugar com uma música de sua autoria “Vira e mexe”. A partir daí, seu sucesso foi proclamado e ele foi contratado pela Rádio Nacional gravando, nos primeiros tempos, muita música instrumental e tentando encontrar um novo caminho no linguajar rural, compondo toadas.

Ser artista ou cantor de rádio era um desejo acalentado por milhares de pessoas, especialmente os jovens. Pertencer aos “cast” de uma grande emissora como a Rádio Nacional era suficiente para que o artista conseguisse fazer sucesso em todo o país e obtivesse grande destaque e prestígio (HISTÓRIA DO RÁDIO NO BRASIL – RÁDIO NACIONAL, 2011)

“O que caracteriza a cultura brasileira é que o formato do universo nacional não é homogêneo, mas pontilhado de peculiaridades regionais.” (ZANATTA, 2004, p. 3). Nessa lógica, com a parceria de Humberto Teixeira, Gonzaga ficou conhecido nacionalmente como “O Rei do Baião”, primeiro em 1946, com a música “Baião” e depois em 1947, com a música “Asa Branca” considerada o hino do nordeste brasileiro. Criou seu próprio estilo, cantando acompanhado de sanfona, zabumba e triângulo, levou a alegria das festas juninas e dos forrós “pé-de-serra”, bem como a pobreza, as tristezas e as injustiças de sua árida terra para o resto do país, numa época em que a maioria das

---

<sup>4</sup> Clipe 1 - <http://www.youtube.com/watch?v=DdmolSUJVAo>. Acesso em 13/04/2013



peessoas desconhecia o baião, o xote e o xaxado. Esse processo é tratado por ORTIZ (2007, p. 74) ao se referir ao conceito de “Difusão”, que, segundo ele, trata-se de um processo pelo qual as culturas se espalham e migram de uma área para outra, interagindo entre si, tornando as sociedades dinâmicas uma vez que são transferidos traços culturais de uma população para outra e entre elas.

Luiz Gonzaga consolidou seu sucesso através dos vários programas radiofônicos, trabalhando nas mais famosas rádios brasileiras do período como, por exemplo, a Rádio Clube do Brasil e a Rádio Tamoio . Prosseguiu fazendo programas de rádios que estavam no auge, trabalhou na Rádio Nacional – o que de certa forma garantiu a ele um sucesso avassalador até cerca de 1954 – e lançou a moda do baião e do acordeão. Ou seja, nos primeiros anos da carreira do “Rei do Baião” as rádios foram fundamentais para o seu reconhecimento, levando ao povo a música e os novos costumes por ele criados.

A música popular consolidou-se, ao longo do último século, como uma manifestação cultural intimamente ligada ao desenvolvimento da indústria do entretenimento. Mas a indústria cultural não deve ser definida como uma estrutura produtiva dissociada de contextos histórico-sociais concretos, sob pena de cairmos em generalizações mitificadoras. (ZAN, 2001, p.1)

Comprova-se, portanto, que embora as intenções de Luiz Gonzaga fossem a de realizar-se profissionalmente e transmitir ao Brasil suas “mensagens” e da sua terra, isso só foi possível através do rádio, um componente ativo da Indústria Cultural.

## **2. A INDÚSTRIA CULTURAL EM FUNÇÃO DAS NOVAS TENDÊNCIAS**

O conceito de “cultura de massa” desde sua origem apresenta dificuldades em sua definição por envolver duas palavras de múltiplos significados (cultura e massa). No entanto, Adorno e Horkheimer (1947) a definiram como sendo algo que não surge de forma espontânea, mas de natureza planejada e adaptada ao consumo e substituem essa expressão por Indústria Cultural, para distinguir explicitamente a arte popular daquela “arte” construída para o lucro, na qual a produção artística é criada e adaptada ao consumo das massas.

Contraopondo-se à cultura de massa, existe a cultura popular compreendida como qualquer manifestação cultural em que o povo é o protagonista na produção. Esse conceito também aborda múltiplas interpretações sendo difícil chegar a um consenso,



pois para muitos<sup>5</sup>, cultura popular é considerada cultura dos “dominados” e fator determinante para a identidade nacional representando, portanto, tradição e costumes.

Para outros, ela opõe-se ao que é erudito e rebuscado. Intelectuais e artistas do CPC (Centro Popular de Cultura surgido em 1961 no Brasil) definem a Cultura Popular como algo produzido por artistas de classes sociais diferentes dos seus receptores. Nesse caso, o povo, que, segundo os “cepecistas”, é responsável pelas transformações e novidades na sociedade.

Apesar de inúmeras divergências, os posicionamentos firmam-se em duas vertentes: numa perspectiva mais classista, em que os grupos populares são considerados portadores de uma cultura própria, totalmente distinta da elite esclarecida e, outra vertente, mais abrangente e transcendendo ao conceito de classe, popular é considerado como sinônimo de povo. (FRESSATO, s.d., p. 04)

Essa rápida distinção entre Cultura de Massa e Cultura Popular é importante para entender o porquê de na década de 60, o sucesso de Luiz Gonzaga ter sido deixado de lado abrindo espaço para o auge da Bossa Nova. Primeiro, deve-se levar em conta o maior interesse das pessoas pelo o que é novo - e não pelo tradicional -, pelos modismos dessa época trazidos pela Bossa Nova que como o próprio nome já induz a saber, é o oposto de tudo o que era considerado arcaico. Composta por um grupo de jovens que julgava superado e velho tudo na música popular brasileira, a Bossa Nova representaria então, a novidade, a ruptura com o passado.

Outro ponto a levar-se em conta, é o papel da Indústria Cultural que diante da “explosão” da Bossa Nova desviou todas as atenções do público através dos *mass media*, – que antes estavam destinadas ao Rei do Baião –, para ela. O que é natural, já que para a Indústria Cultural o que interessa é o lucro, cabendo a ela condicionar o tipo, a qualidade e a função do consumo na sociedade. E partindo desse aspecto, a música é mercadoria e precisa ser vendida, o que justifica a mudança de foco dos meios de comunicação de massa quando a Bossa Nova emergiu. É como Luís Gustavo Guadalupe diz em “Uma introdução à crítica de Adorno à Música Popular”: “Assim, qualquer música pode ser um ‘sucesso’, desde que tenha o apoio das agências de divulgação e promoção, tenha um detalhe diferente das outras e a mesma estrutura dominante” (SILVEIRA, s.d., p.5).

---

<sup>5</sup> Caminham nesta direção os autores: Certeau (1995) e Cuche (2002)



É relevante ressaltar também, que enquanto Luiz Gonzaga encontrou muitas dificuldades para inserir-se no “mercado cultural” via rádio, a Bossa Nova já teve maior apoio, pois seus componentes representavam a “elite” e devido a isso, o acesso à incipiente Indústria Cultural da época, era maior. Ou seja, os meios de comunicação de massa estavam a favor da Bossa Nova, sobretudo pelo espírito capitalista que visa ao lucro. Um grande exemplo foi a Rádio Nacional que controlava os novos rumos dos *mass media*: “Segundo Goldfeder, determinadas emissoras, especialmente a Rádio Nacional, viam-se perante um dilema: agradar as massas e controlá-las concomitantemente, sem perder a capacidade de penetração e legitimidade” (ZAN, 2011, p.8).

Na década de 1960, após os vários anos de sucesso de Luiz Gonzaga e o consequente desgaste do baião, que já havia vivido o seu auge, se tornou bem maior o interesse do público brasileiro pelo samba com forte influência do *jazz* estadunidense cantado e tocado pelos músicos da Bossa Nova, tendo o Rio de Janeiro urbanizado e exuberante como plano de fundo. “Os padrões musicais populares desenvolveram-se originalmente pela competição. Quando surgia um sucesso, apareciam centenas de músicas imitando o *hit*. Assim, os padrões foram se cristalizando – quem não segue as regras é excluído” (SILVEIRA, s.d., p.4).

Diante desse cenário, quem roubou a “cena” foi a Bossa Nova que viveu anos de ouro, enquanto Luiz Gonzaga, mesmo sem perder seu prestígio, ficou à margem só voltando com muito sucesso na década de 70, por causa de um boato, espalhado em 1968, pelo compositor Carlos Imperial que dizia que *The Beatles* tinham gravado a música Asa Branca. Apesar da mentira, isso contribuiu para o Rei do Baião sair do ostracismo que se encontrava desde a década de 60, quando ele fez um desabafo a Dominginhos: “Eu vou parar de cantar baião, pois ninguém mais dá a mínima atenção pra minha música. Vou comprar um transiscorde para você, pra gente fazer bailes. Eu toco contrabaixo, enquanto você toca esse instrumento eletrônico que saiu agora” (MOTA, 2005, s.p.). Porém, Luiz Gonzaga até o final de sua vida continuou tocando e compondo baião.



### **3. GUARDANDO AS RECORDAÇÕES E FAZENDO HISTÓRIA: O “ASA BRANCA DA PAZ” VOOU PELA ETERNIDADE**

Na Indústria Cultural, segundo Adorno, tudo se torna negócios. Os bens simbólicos se orientam para o comércio e não seguem um conteúdo representativo que contenha autenticidade. Em síntese, a Indústria Cultural tira o caráter autêntico da arte. Ao invés de atribuir a singularidade, impõe padrões e tira a essência da criação. Mas ainda que ela imponha uma “homogeneização” cultural entre as classes e sociedades, ela não é eficiente o tempo todo, abrindo brechas para falhas e exceções. Nesse caso, como Adorno faz ressalvas na “Teoria Estética”, o contraponto à Indústria Cultural é a arte, pois enquanto a primeira trata o homem como objeto de trabalho e consumo, a última o liberta, tornando-o um ser livre para pensar, agir e sonhar.

A partir das ressalvas supracitadas, este último tópico tem por objetivo mostrar o reconhecimento de Luiz Gonzaga, que embora tenha se utilizado da Indústria Cultural para promover seu trabalho, produziu arte, foi autêntico e ficou na memória das pessoas como representante da cultura popular, como músico e também como um exemplo de cidadania.

A carreira do velho “Lua” como se sabe, foi repleta de altos e baixos, de elogios e críticas, como por exemplo, a de Ary Barroso:

O sarcástico Ari, porém, mostrou mais espanto do que admiração ao ver entrar no palco aquele jovem nordestino carregando uma pesada harmônica. "Isso é instrumento de tango. Não venha dizer que no Nordeste se faz música com isso. (VEJA, 1968, p. 110)

Contribuíram para o retorno de sucesso de Luiz Gonzaga, as releituras de sua obra feitas por artistas como seu filho Gonzaguinha, Geraldo Vandré, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Milton Nascimento, Gal Costa, Fagner, Elba Ramalho, entre outros. Durante sua carreira, Gonzagão compôs e gravou muitas músicas, participou ativamente da política do país e, sobretudo, de sua cidade natal e recebeu muitos prêmios e títulos como: “Imortal da música brasileira”, pela TV Tupi do Rio de Janeiro em 1971; em 1977 entrou na Versão Brasileira da Enciclopédia Universal Britânica; em 1984, recebeu o Prêmio Shell; em 1985, recebeu o troféu Nipper de Ouro (homenagem internacional da RCA) e também recebeu dois únicos discos de ouro de sua carreira, para o LP *Sanfoneiro Macho* (MOTA, 2005, s.p.).



Luiz Gonzaga cantou para o papa João Paulo II em 1980, na capital cearense. Este, pegando em sua mão, lhe agradeceu, dizendo: “Obrigado, Cantador!”, o que o deixou maravilhosamente realizado. Seu sucesso não se restringiu ao Brasil, chegando ao EUA, Europa e Japão. Tocou em Paris mais de uma vez, sendo que na segunda (em 1986), ele cantou em um espetáculo que reuniu cerca de 15 mil pessoas no Halle de la Villete. Luiz Gonzaga foi acompanhado por Alceu Valença, Fafá de Belém, Moraes Moreira e Armandinho, entre outros artistas brasileiros que integraram o “Couleurs Brésil”.

Arrancou elogios por toda parte, teve e tem suas músicas regravadas por diversos artistas como Lenine, Marisa Monte, Dominginhos, Milton Nascimento, Gilberto Gil, Caetano Veloso, Elba Ramalho e até o memorável Raul Seixas que em uma versão em inglês<sup>6</sup>, gravou “Asa Branca” e disse ainda, que Elvis Presley e Luiz Gonzaga eram “duas almas gêmeas<sup>7</sup>”.

Sua história foi registrada em vários livros como: “*Baião de dois: Zé Dantas e Luiz Gonzaga*” de Maria Rocha Ferreti; “*Luiz Gonzaga, Vozes do Brasil*” da editora Martin Claret; “*Luiz Gonzaga, o matuto que conquistou o mundo*” do jornalista Gildson Oliveira, entre outros. Na cidade de Exu-PE está situado o Museu do “Rei do Baião” no Parque Asa Branca, onde se encontram suas principais gravações, instrumentos musicais e até a tão famosa “casa de reboco”. E recentemente (2011), ele foi homenageado com o filme *Gonzaga – De pai para filho*, que conta as conversas realizadas entre o velho Lua e o seu filho Gonzaguinha.

Após uma “turnê” com Gonzaguinha pelo Brasil afora, cantando “A vida de um viajante”, Luiz Gonzaga ficou conhecido como “Gonzagão”. No ano de 1989, o Rei do Baião faleceu, deixando o Brasil em luto. Enquanto o caixão descia à sepultura, Gonzaguinha, Dominginhos, Alcimar Monteiro e mais de 20 mil pessoas cantaram a música “Asa Branca”. Naquele 2 de agosto de 1989, morria mais que um músico, morreu uma referência como artista e sobretudo como pessoa. Como o Pe. Fábio Mota disse: “O Asa Branca da Paz voava para a eternidade deixando um grande exemplo de vida a ser seguido.” (MOTA, 2001, s.p.)

Logo quando descobriu que estava enfermo Luiz Gonzaga disse no hospital:

---

<sup>6</sup> Clipe 2 - <http://www.youtube.com/watch?v=mbt8FZhnQgE>. Acesso em 14/04/2013.

<sup>7</sup> Clipe 3 - [http://www.youtube.com/watch?v=ePZn3u\\_zZxw](http://www.youtube.com/watch?v=ePZn3u_zZxw). Acesso em 15/04/2013.



Quero ser lembrado como o sanfoneiro que amou e cantou muito seu povo, o sertão; que cantou as aves, os animais, os padres, os cangaceiros, os retirantes, os valentes, os covardes, o amor. Este sanfoneiro viveu feliz por ver o seu nome reconhecido por outros poetas, como Gonzaguinha, Gilberto Gil, Caetano Veloso e Alceu Valença. Quero ser lembrado como o sanfoneiro que cantou muito o seu povo, que foi honesto, que criou filhos, que amou a vida, deixando um exemplo de trabalho, de paz e amor. (MOTA, 2001, s.p.)

E é dessa forma que um dos maiores representantes da cultura popular brasileira é lembrado, permanecendo vivo na memória das pessoas e tendo suas músicas cantadas pelas mais diversas gerações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caráter “ubíquo” da mídia exerce enorme influência na consagração de um artista, mas não faz isso sozinha. Luiz Gonzaga, um dos maiores representantes da cultura popular brasileira, que cantou as dores dos nordestinos e mostrou a realidade da sua região foi consagrado como “Rei do Baião” através de um componente da Indústria Cultural que é o rádio. Na verdade, foi Luiz Gonzaga que criou a tendência de aprender a tocar sanfona, a ouvir o baião e a dançar o forró. E a Indústria Cultural aproveitou o grande sucesso que ele fez e se utilizou da denominação “Rei do Baião” para vender uma marca, receber lucros. O mesmo que ela fez ao atribuir à Xuxa o título de “Rainha dos Baixinhos”, Pelé o “Rei do Futebol”, o Michael Jackson o “Rei do Pop”.

Sem tirar o mérito desses artistas, essas atribuições não passam de estratégias, rótulos e padronizações criadas pela Indústria Cultural para vender. É o que Adorno ressaltava na “Teoria Crítica”, ao afirmar que o homem é visto pelos meios de comunicação e massa como mero instrumento de trabalho e consumo. Em contraposição, o “Rei do Baião”, trouxe sua arte de caráter peculiar e autêntico tornando as pessoas que dela desfrutavam livres para pensar, sonhar e, sobretudo, ouvi-la não como “produto”, “mercadoria”, mas como algo que possui valor, que é especial, é heterogêneo e não obedece a padrões outorgados pela Indústria Cultural.

O mérito de Gonzagão se aplica também ao fato de, apesar de um momento ele ter considerado um artista tido como superado, ele se reinventou e novamente alcançou o sucesso, num contexto adverso. Luiz Gonzaga manifestava a regionalidade e a brasilidade não apenas em letras e músicas, mas também na sua forma de apresentação e



nos figurinos utilizados. Opondo-se ao padrão “elitizado” da Bossa Nova ou a uma visão cinematográfica Hollywoodiana proposta pela Jovem Guarda.

## REFERÊNCIAS

CATENACCI, V. **Cultura popular entre a tradição e a transformação**. In: São Paulo em Perspectiva, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n2/8574.pdf>>. Acessado em 15 de janeiro de 2013.

FRESSATO, Soleni Biscouto. **Cultura popular: reflexões sobre um conceito complexo**. Disponível em <<http://oolhodahistoria.org/culturapopular/artigos/culturapopular.pdf>>. Acessado em 15 de janeiro de 2013.

GONZAGA, a volta do Baião. **Veja**, set. 1968. Disponível em <[http://veja.abril.com.br/numero1/p\\_110.html](http://veja.abril.com.br/numero1/p_110.html)>. Acessado em 20 de janeiro de 2013.

MOTA, Fábio. **Biografia de Luiz Gonzaga 1912-1989**. Disponível em <<http://fabiomota1977.wordpress.com/2005/12/15/biografia-de-luiz-gonzaga1912-1989/>>. Acessado em 27 de janeiro de 2013.

SILVEIRA, Luis Gustavo Guadalupe. **Uma introdução à crítica de Adorno à música popular**. Disponível <<http://www.demac.ufu.br/semanadamusica/Textos/Texto05.pdf>>. Acessado em 20 de janeiro de 2013.

ZAN, José Roberto. **Música Popular Brasileira, Indústria Cultural e Identidade**. EccoS Revista Científica, São Paulo, v.3, n.1, p. 105-122, jun. 2001. Disponível em <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/715/71530108.pdf>>. Acessado em 23 de janeiro de 2013.

ZANATTA, Maria Aparecida Fabri. **O Acordeão no cenário político, econômico, e sócio-cultural brasileiro**. Disponível em <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/emancipacao/article/view/57/55>>. Acessado em 17 de janeiro de 2013.