Felipe da Costa Trotta

SAMBA E MERCADO DE MÚSICA NOS ANOS 1990

Rio de Janeiro
2006

Livros Grátis

http://www.livrosgratis.com.br

Milhares de livros grátis para download.

Felipe da Costa Trotta

Samba e mercado de música nos anos 1990

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor.

Carlos Alberto Messeder Pereira
Orientador

Rio de Janeiro
2006

TROTTA, Felipe da Costa.
Samba e mercado de música nos anos 1990 / Felipe C. Trotta, orientador: Carlos Alberto Messeder Pereira. Rio e Janeiro, 2006. 259 p.

Tese de Doutorado apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).

1. Indústria cultural. 2. Música popular. 3. Samba. 4. Pagode

Felipe da Costa Trotta
Samba e mercado de música nos anos 1990

BANCA EXAMINADORA:

_____
Carlos Alberto Messeder Pereira
(Orientador)

_____
Elizabeth Travassos Lins
Uni-Rio

_____
Carlos Sandroni
UFPE

_____
João Freire Filho
UFRJ

_____
Ana Paula Goulart
UFRJ

Rio de Janeiro
2006

Agradecimentos

Em primeiro lugar, ao Programa de Pós-Graduação da ECO, que, ao abraçar o meu projeto e outros semelhantes, provou sua vocação de ser um espaço plural onde a interdisciplinaridade não é só um nome pomposo, mas uma opção acadêmica;

Ao CNPq, pelo incentivo indispensável que me deu tranqüilidade e permitiu uma dedicação exclusiva à tese;

A Carlos Alberto, pela orientação precisa e aulas dinâmicas, que estimularam uma visão crítica sobre cultura e música popular no contexto atual;

A Ilana Strozenberg e Micael Herschmann por suas colaborações decisivas na qualificação, que ajudaram a moldar o perfil desse texto;

À Gabi, meu referencial caseiro de um dos temas dessa tese: o amor completo, romântico, feliz e infinito;

À Ana, que não chegou exatamente a *ajudar* na redação desta tese, mas que emocionalmente me fez entrar em um novo mundo e me transformou em uma outra pessoa que agora atende pelo nome de "papai";

Por fim, aos músicos, musicólogos, etnomusicólogos e estudiosos da música popular brasileira, com os quais divido meu fascínio pelo tema.

O samba é um gênero que tem uns braços tão longos
que abraça toda a nação brasileira.
Rildo Hora

Resumo

No início dos anos 1990, uma nova estética de samba conquistou enorme sucesso comercial no mercado de música. Com ênfase no conteúdo romântico das letras, melodias simples e sonoridade moderna, o estilo do "pagode romântico" desenvolveu uma forma diferente de relação com as instâncias do mercado. Até então, o samba havia desenvolvido com o mercado uma relação paradoxal. O imaginário do gênero esteve baseado no universo amador das rodas, legitimado pelas referências à "tradição". Ao mesmo tempo, o samba ocupou espaços altamente profissionalizados no rádio, no disco e no *showbizz*, caracterizados pela ênfase na "modernidade". Ao conciliarem tradição e modernidade, os grupos de pagode romântico, apesar da consagração comercial, foram duramente criticados. Instaurou-se, então, uma oposição entre samba "de raiz" e "pagode romântico", que norteou um intenso debate cultural sobre tradição, modernidade, consumo e prestígio. Esta tese analisa a relação entre samba e mercado no período, que foi marcado por essas oposições. A partir desses conflitos estéticos, a circulação de sambas na sociedade se ampliou em quantidade e diversidade possibilitando que o gênero, ao final do século XX, driblasse preconceitos e estereótipos para se acomodar em todas as esferas do mercado de música.

Palavras-chave: Indústria cultural, mercado de música, música popular, samba

Abstract

In the early 90's, a new samba aesthetics achieved great commercial success in the music market. The style known as "romantic pagode" developed a different relationship with the market instances by emphasizing romantic lyrics, simple melodies and a modern sonority. Up to this moment, samba had developed a paradoxical relationship with the market. The imaginary of the genre had been based on the amateur environment of samba's meetings known as "rodas", which were important references to the genre "tradition". At same time, samba took over highly professional instances such as radio, phonographic industry and showbizz, characterized by the emphasis in "modernity". Despite their commercial success and the attempt to conciliate tradition and modernity, the "romantic pagode" groups were hardly criticized. Then, an opposition between "root" samba and "romantic pagode" aroused and elicited an intense cultural debate on tradition, modernity, recognition and consumption. The present thesis analyzes the relationship between samba and music market in this period, characterized by such oppositions. The aesthetics conflicts described above gave rise to a spreading of samba in society and an increase in its diversity of styles. At the end of the 20th century, the genre succeeded to surpass prejudice and is now fairly well settled down in every sphere of music market.

Key-words: Cultural industry, music market, popular music, samba

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 8

1 - O MERCADO DE MÚSICA
1.1 - O que é o mercado de música? 12
1.2 - A circulação de músicas e símbolos 22
1.3 - Música popular e "estandardização" 27
1.4 - O mercado de música jovem 32
1.5 - Consumo e classificações 39

2 - O SAMBA NO MERCADO: *a construção de um paradoxo*
2.1 - A categoria "samba": sonoridade e padrão polirrítmico 46
2.2 - Origens: o samba negro 56
2.3 - Uma relação paradoxal 62
2.4 - Nacional x estrangeiro 73
2.5 - A mediação: "padrinhos" e "madrinhas" 77

3 - MÚSICA POPULAR E LEGITIMIDADE
3.1 - A invenção da MPB e o "bom gosto" musical 83
3.2 - Samba e modernidade 89
3.3 - Samba x MPB 94
3.4 - O pagode dos anos 1980 99
3.5 - Música popular romântica 106
3.6 - Samba e amor 117

4 - O PAGODE ROMÂNTICO
4.1 - O fenômeno Raça Negra 126
4.2 - Ecos do Raça Negra: Negritude Júnior 132
4.3 - Ecos do Raça Negra: Só Pra Contrariar 139
4.4 - É o amor! 145
4.5 - Sonoridade 153
4.6 - Uma outra batida 157
4.7 - O mercado de música nos anos 1990 164

5 - SAMBA "*DE RAIZ*" X PAGODE ROMÂNTICO: *a legitimidade em disputa*
5.1 – "Raiz" e "pagode" 171
5.2 - Juízos de valor e valor dos juízos 177
5.3 - O negro e o samba 194
5.4 - Um traço de união: o preconceito 203

6 - NOVOS RUMOS E UM MERCADO EM MOVIMENTO
6.1 - Zeca Pagodinho 209
6.2 - *Majors* em crise e diversidade no mercado 220
6.3 - Novos sambas e sambistas 227
6.4 - O samba na moda 232

CONCLUSÃO 238

BIBLIOGRAFIA 246

ANEXO (CD) 260

INTRODUÇÃO

O samba está na moda. É fácil verificar isso nos lançamentos fonográficos, na programação das casas noturnas, nas inúmeras rodas semanais que ocorrem em várias cidades e até mesmo nas trilhas de novelas. A moda do samba está presente em vários setores da sociedade brasileira e também entrou na Academia. De alguns anos pra cá, o gênero tem sido tema central de várias teses e dissertações que abordam uma grande diversidade de aspectos do fazer musical samba. Alguns desses trabalhos foram publicados e engrossaram a já grande estante literária dedicada ao gênero e seus protagonistas[1].

No meu caso, a escolha do samba como objeto desse trabalho é uma conseqüência natural de minha proximidade com o tema. Freqüentando sambas, tocando com músicos e sambistas e ouvindo muitos e muitos discos, tenho convivido diariamente com suas simbologias, seu repertório e sua riqueza musical, poética e estética. No samba fiz amigos, conheci minha mulher e com ele construí uma identificação profunda. O período analisado nessa tese coincide exatamente com o início de minha atuação profissional como músico e foi a partir dela que comecei a elaborar questões que motivaram meu interesse pela pesquisa acadêmica. De certa forma, esse texto é resultado de uma vivência intensa associada a uma curiosidade "científica" pelas discussões que giram em torno do samba, seus protagonistas e suas simbologias.

Grande parte da literatura disponível sobre samba aborda direta ou indiretamente a relação entre o gênero e o mercado, ou, se preferir, a indústria cultural. Quase sempre as duas categorias são tratadas como espaços simbólicos opostos, vivendo em um ambiente comum de constante tensão. Samba e mercado parecem, em certa medida, coisas incompatíveis[2]. E não é à toa!

De fato, o samba desenvolveu com o mercado durante quase todo o século XX uma relação paradoxal. Por um lado, os sambistas sempre desejaram integrar e participar do mercado, colhendo os lucros proporcionados pelo sucesso dimensionado em bases massivas: dinheiro e

---

[1] Apesar de certamente cometer injustiças com omissões, vale mencionar alguns trabalhos que têm sido bastante discutidos e citados, tornando-se referência para o estudo do gênero (em ordem cronológica): *Samba, o dono do corpo*, de Muniz Sodré (1978), *Acertei no milhar*, de Claudia Matos (1982), *O mistério do samba*, de Hermano Vianna (1995), *Feitiço decente*, de Carlos Sandroni (2001), *Cacique de Ramos*, de Carlos Alberto Messeder Pereira (2003) e *No princípio, era a roda*, de Roberto M. Moura (2004). Esses trabalhos se somam a inúmeras biografias e livros mais gerais dedicados ao gênero que, por sua extensão, seria impossível mencioná-los.

[2] Talvez essa incompatibilidade seja responsável pela especial predileção dos pesquisadores pelo estudo do gênero em sua fase de formação (anos 1910-1940). Neste período, a indústria fonográfica também era incipiente e por isso a oposição entre samba e mercado ainda não era tão acentuada.

prestígio. No entanto, esteticamente, o gênero elegeu como principal referência o fazer musical amador, caracterizado pelo encontro de amigos, vizinhos e parentes no espaço físico e simbólico do "fundo de quintal". Desta forma, os valores amadores e informais do espaço comunitário das rodas de samba chocam-se com a crescente rigidez profissional do mercado, que, no decorrer da segunda metade do século XX, buscava ampliar seu público através de estéticas e referências "universais". A oposição entre samba e mercado se desdobra, então, em outras lógicas binárias como "tradição" e "modernidade", "amadorismo" e "profissionalismo", "nacional" e "estrangeiro", "*showbizz*" e "fundo de quintal".

Isso foi verdade até o início dos anos 1990, quando surgiram artistas identificados com o samba que, por uma decisão consciente, optaram por ocupar o mercado sem absorver completamente as referências do "fundo de quintal", que caracterizavam o paradoxo. Esses artistas conseguiram conciliar alguns aspectos da prática do samba com incorporações de elementos da música internacional jovem, construindo um novo estilo de samba, que obteve grande sucesso de público. Mas não impunemente. Duramente criticados por sambistas, jornalistas, pesquisadores e outros setores intelectualizados da sociedade, esses personagens que ocuparam os postos principais do mercado de música na última década do século XX foram acusados de deturparem o gênero ou, pior ainda, de *não fazerem samba*.

Instaurou-se então um intenso debate sobre o próprio gênero, suas características, seus elementos, seu quadro hierárquico de valores, suas referências estéticas, suas simbologias e seu imaginário. Discutia-se, em última instância, o direito de caracterizar determinada prática musical como samba, valorizando o termo enquanto categoria prestigiada do mercado de música. De um lado, artistas, músicos e simpatizantes do samba "de raiz" e, do outro, novos grupos e seus admiradores lançados no mercado sob a alcunha de "pagode romântico".

Neste trabalho, serão analisados alguns aspectos do fazer musical que diferenciam as duas práticas, colaborando para definir a classificação de uma e de outra. Através de determinadas diferenças na temática das letras, nos padrões rítmicos utilizados e na sonoridade dos discos, os artistas do "pagode" e da "raiz" desenvolveram estratégias distintas para ocupar o mercado e, de certa forma, ambos obtiveram sucesso. Isto porque todo esse movimento fez com que o gênero voltasse a ocupar um lugar de destaque no cenário musical, colaborando para reduzir o perene preconceito contra sua prática e para que o milênio terminasse com o samba *na moda*.

As trajetórias de três dos principais grupos do chamado "pagode romântico", que movimentou o mercado de samba na década, servirão de base para as considerações desta tese. O primeiro da lista é o grupo paulista Raça Negra, responsável pela inauguração mercadológica de uma estética de samba diferente da consagrada até então. Num mercado altamente disputado entre

as grandes empresas fonográficas, o sucesso do Raça Negra gerou "ecos" nas gravadoras concorrentes que se apressaram em lançar grupos semelhantes. Conterrâneo do Raça Negra, o Negritude Júnior foi lançado logo em seguida, dois anos antes do mineiro Só Pra Contrariar, que se tornou o mais importante grupo de samba do período.

A pesquisa foi realizada a partir de inúmeras fontes: jornais, revistas, encartes, discos, *sites* na internet, entrevistas e constantes consultas à extensa literatura sobre samba, mercado e música popular em geral. No texto, busquei deixar evidente o caráter notoriamente multidisciplinar desta tese (melhor seria dizer "bi-disciplinar"), ladeando debates (etno-)musicológicos com discussões clássicas do campo da Comunicação. Por um vício musicológico incorrigível, algumas discussões musicais mereceram a transcrição de curtos exemplos em partitura que facilitam a compreensão dos argumentos para os iniciados, mas, de forma alguma, atrapalham a leitura daqueles que não dominam o código musical escrito, pois são apenas ilustrações. No mesmo sentido, o CD em anexo, composto de exemplos citados diretamente no texto e de músicas representativas da estética do pagode romântico, foi incluído para fornecer ambiência musical à tese, colaborando para aproximar a pesquisa sobre música da música pesquisada.

O Capítulo 1 está dedicado à discussão do funcionamento do mercado de música. Iniciando com sua estrutura e abordando aspectos da circulação de símbolos e idéias musicais, essa parte aborda o desenvolvimento de uma estética musical jovem que se tornou eixo primordial da distribuição internacional de música. Sobre o consumo musical, será discutida a construção de um mercado dividido em categorias de classificação, que orientam o consumo e caracterizam disputas comerciais e estéticas. É aqui que aproveito também para tecer considerações sobre alguns conceitos que norteiam as interpretações sobre "indústria cultural", "cultura de massa", "mercado de bens simbólicos" e outros termos que tratam da circulação de produtos culturais em larga escala.

No segundo capítulo, o assunto principal é o samba enquanto categoria de mercado. Nele são abordados aspectos como a definição do gênero a partir de um padrão rítmico, sua associação à questão étnica, a ênfase nos valores amadores, a sua construção enquanto símbolo nacional e a transposição para o mercado de relações afetivas das rodas. É um capítulo que trata, como exprime seu sub-título, da construção do paradoxo entre o gênero e o mercado de música.

A legitimidade musical é o assunto do terceiro capítulo, onde veremos que existe, na música popular brasileira, um padrão de qualidade que se impôs a partir da década de 1960 e que estabelece uma oposição nítida com alguns elementos simbólicos da prática do samba. Enquanto a categoria MPB se torna o eixo do bom gosto musical, a música romântica se ressente de menor prestígio estético, configurando-se como um núcleo de valoração inferior

no mercado. Por outro lado, as vendas significativas de certos artistas conferem uma consagração pela quantidade, que com freqüência passa a se opor à noção de "qualidade".

No Capítulo 4 chegamos ao pagode romântico. Após uma descrição da trajetória dos três grupos analisados, são destacadas algumas diferenças estilísticas entre a nova estética e o samba produzido até então. São essas diferenças que estabelecem uma maneira distinta desses artistas se relacionarem com as instâncias do mercado, eliminando o paradoxo. As últimas páginas deste capítulo estão dedicadas à análise de alguns aspectos da estrutura do mercado de música no início dos anos 1990 que colaboraram para a emergência do pagode romântico.

É a partir do sucesso do pagode romântico que surge um desdobramento da classificação da categoria samba, a "raiz". O embate entre "samba de raiz" e "pagode romântico" é o tema do Capítulo 5, que evoca uma discussão sobre o "valor dos juízos" que circulam pela sociedade e remete novamente à questão étnica e ao preconceito contra o samba. Na verdade, este capítulo demonstra que a discussão entre "raiz" e "pagode" trouxe o samba novamente à linha de frente do mercado, diminuindo barreiras preconceituosas que dificultavam uma projeção comercial mais expressiva.

Por último, o Capítulo 6 trata do samba na moda. O final do século XX foi um momento de muitas mudanças tanto na grande indústria fonográfica quanto no aparelhamento técnico e financeiro das pequenas e médias gravadoras, que passaram a atuar com maior desenvoltura e a ocupar setores importantes do mercado. Para o samba, o período é bem representado pela trajetória artística de Zeca Pagodinho, que alcançou grande sucesso nos últimos dez ou doze anos. A nova moda do samba representou um aumento na diversidade estética do gênero, que atualmente ocupa todas as esferas do mercado de música, parte crescente nos suplementos culturais dos jornais e revistas, lançamentos literários e, também, teses e artigos acadêmicos.

Durante a análise dos dados e a redação, entrei em contato com um universo musical muito mais amplo do que o que costumo freqüentar, o que me remeteu a diversas fases e gêneros da música popular brasileira, que foram brevemente analisados com a intenção de instrumentalizar o debate. As considerações sobre o rock, a modinha, a MPB, o samba-canção, a bossa nova, a balada romântica, o axé e a música sertaneja funcionam, portanto, como pontes de interligação com o samba, estabelecendo zonas de influências e de contrastes. Ao mesmo tempo, essas categorias musicais demarcam territórios de gostos que ecoaram surpreendentemente em minha memória musical afetiva, fazendo da redação dessa tese (e espero que também sua leitura) um mergulho "viajante" no universo do mercado musical brasileiro, em ritmo de samba.

Capítulo 1

O MERCADO DE MÚSICA

1.1 - O que é o mercado de música?

A palavra "mercado" normalmente se refere a um espaço no qual produtos são comprados e vendidos. Esse espaço pode ser tanto um local físico destinado à compra e venda de coisas materiais, quanto um ambiente abstrato de negociação e troca de objetos concretos ou virtuais. Compra, venda e troca são atos que ocorrem em um mercado e pressupõem a idéia de posse, que será transferida, momentânea ou definitivamente. Negociar um produto em um mercado resulta na transferência da propriedade deste produto, a partir de um encontro de interesses entre as pessoas envolvidas. Sendo assim, alguém deve estar vendendo alguma coisa que será adquirida pelo(s) comprador(es): uma camisa, um sabonete, uma jóia, uma experiência, algumas horas de trabalho, um disco ou qualquer outra coisa trocável.

Até o início do século XX, a existência imaterial da música dificultava sua caracterização enquanto produto. Não era possível até então "trocar" músicas ou estabelecer qualquer relação mercantil diretamente com os sons musicais. Havia ainda um outro problema: como caracterizar uma transferência de propriedade de algo absolutamente abstrato como a música[3]?

Apesar disso, os músicos sobrevivem há centenas de anos da força de seu trabalho, se apresentando em locais públicos e recebendo remuneração por sua atividade. A experiência musical sempre integrou um determinado mercado, caracterizado por algum tipo de pagamento a grupos de músicos que promoviam essa experiência. Circos, bailes, festas, encenações teatrais, celebrações religiosas, feiras, e diversas outras atividades coletivas sempre foram realizados com música, que envolvia necessariamente músicos contratados para executá-las. No entanto, a música em si, mesmo quando assinada, só passa a ser considerada objeto mercantil a partir da invenção e posterior popularização do fonógrafo.

As gravações eliminaram parte da imaterialidade da música, que, ao serem distribuídas e comercializadas através de um suporte material concreto, puderam enfim ser diretamente

[3] Na verdade, a idéia de uma propriedade sobre determinada combinação de sons e sua execução continua sendo até hoje uma noção altamente controversa, que aparece na complexa lei do "direito autoral", mas que, na prática, não se pode dizer que até hoje ela esteja plenamente compartilhada pelo conjunto da sociedade. O alto grau de sonegação de pagamento de direitos, os constantes questionamentos sobre pagamentos devidos em festas, boates e outros eventos musicais e, mais recentemente, o grave problema da pirataria provam que há ainda muito a avançar até que a noção de propriedade sobre uma obra musical esteja plenamente difundida pelos vários segmentos da sociedade.

comercializadas em um mercado. O disco possibilitou a transformação da música em produto – com direito à posse e uso doméstico indiscriminado – e com isso permitiu a consolidação de um mercado voltado para sua produção, distribuição e venda. Explorando este mercado, estruturaram-se grandes empresas internacionais que passaram a controlar, através dos discos gravados por elas produzidos, uma parte crescente da circulação de músicas pela sociedade.

Na fase inicial da industrialização do produto música, as gravadoras eram proprietárias de estúdios, equipamentos de gravação e fábricas de discos, além de serem responsáveis pela contratação de pessoal (músicos, técnicos e cantores) e, ao mesmo tempo, atuarem como distribuidoras e mais importantes divulgadoras de seus produtos. Muitas ampliaram seus negócios também para o ramo de direitos autorais, abrindo editoras e se filiando a sociedades arrecadadoras de direitos. A atividade mercantil de comércio de música se tornou em pouco tempo um negócio altamente lucrativo, cuja exploração comercial esteve concentrada em poucas empresas de grande porte que, desde as primeiras experiências fonográficas, atuam em todas as partes do mundo para disponibilizar discos gravados.

Essas empresas formam o que normalmente se chama de "indústria fonográfica internacional" e são detentoras da maior fatia da divisão de lançamentos fonográficos do mercado. Concentrada em alguns poucos grupos empresariais mundiais, a história das chamadas *majors* foi construída através de inúmeras operações de compra e venda, anexações e fusões. Atualmente, pertencem a grandes conglomerados internacionais do ramo do entretenimento, que têm ramificações em todo o planeta não só no mercado fonográfico, mas também no editorial (livros e músicas), em estúdios cinematográficos, empresas de telecomunicações, fabricantes de aparelhos eletrônicos e canais de televisão. Seus nomes são bastante conhecidos: Warner, EMI, Universal, Sony e BMG. No mercado brasileiro, podemos acrescentar à lista de grandes empresas fonográficas a Som Livre e a antiga RGE, ligadas às Organizações Globo, que dispensa apresentações. Dentre as transnacionais, com exceção da Warner, as outras atuam no mercado musical há cerca de um século[4] e, juntas, são

[4] A EMI (Eletric and Musical Industries) representa os catálogos da antiga gravadora Odeon, uma das primeiras a se instalar no Brasil. A Universal, controlada pelo grupo Seagram, foi resultado das sucessivas mudanças de nome e fusões pela qual passaram a Philips e a Polygram. A Sony Music é resultado da compra da CBS, a mais antiga gravadora do mundo, cujos primeiros lançamentos datam de 1880, então com o nome de Columbia. A alemã BMG (Bertelsmann Music Group) começou a atuar no mercado a partir da compra da pioneira RCA-Victor e do selo Ariola. Em 2005, Sony e BMG uniram seus catálogos e se tornaram a maior gravadora em atividade, posto que pertencia à Universal. A AOL Time Warner, por sua vez, é a maior empresa de entretenimento do planeta e passou a atuar com mais ênfase no mercado musical a partir da década de 1970, quando seu braço fonográfico, a Warner Bros Records se fundiu com os selos Elektra e Atlantic fundando a WEA.

responsáveis pela disponibilização de cerca de 80% das músicas gravadas que circulam pelo planeta.

De acordo com o Guia do Mercado Brasileiro de Música, a cadeia produtiva da música guarda analogias com as cadeias de setores como o têxtil, metalurgia, petróleo, entre outros, caracterizadas pela elaboração do produto final em diversas etapas. No caso da música, trata-se de um complexo

> constituído pelo conjunto de atividades industriais e serviços especializados que se relacionam em rede, complementando-se num sistema de interdependência para a construção de objetivos comuns nos âmbitos artístico, econômico e empresarial (Prestes, 2004:78-79).

Essa cadeia inclui uma parte denominada de pré-produção, que envolve toda a fabricação de equipamentos, matérias-primas e setores ligados a educação (formação de públicos e de profissionais), à qual se segue uma parte de produção, onde os discos são efetivamente gravados e fabricados, para em seguida passarem à etapa de distribuição, que inclui o marketing, armazenamento e transporte dos produtos, para então serem divulgados no rádio, televisão, cinema e internet e comercializados em lojas, livrarias, supermercado e outros pontos de venda. A última etapa é o consumo, que ocorre em espaços e atividades públicas como rádio, cinema, televisão, bares, teatros, shows, etc, ou privados (uso doméstico) (Prestes, 2004:79).

Essas cinco etapas (pré-produção, produção, distribuição, comercialização e consumo) são resumidas por Lundberg et al. em três áreas de atuação: produção, distribuição e "gerenciamento de direitos" (2003:139), todas controladas pelas grandes empresas fonográficas internacionais. O setor de direitos é responsável por toda parte de licenciamento das gravações, negociações com editoras musicais e sociedades arrecadadoras, além do pagamento de impostos, taxas e profissionais. A complexidade e a abrangência do mercado de música o torna um setor estratégico na economia, movimentando indiretamente um arsenal bastante grande de empresas e profissionais de diversas áreas.

Pode-se dizer que todo esse aparato gira em torno da área de produção da indústria fonográfica. Nessa fase, a matéria-prima musical passa pelos meios técnicos de gravação e é manipulada por diversos profissionais para transformá-la em uma obra gravada. Incluindo processos de escolhas artísticas e comerciais, o momento do estúdio, a elaboração estética gráfica do produto e a fabricação, o setor de produção transforma a criação musical imaterial em produto comercial concreto.

A gravação de um disco obedece a uma seqüência de etapas que de um modo geral permanece inalterada até hoje. A concepção do disco e escolha do repertório é normalmente o resultado de um comum acordo entre os artistas e os diretores das gravadoras. Para se gravar uma música em um disco comercial é necessário uma autorização dos autores daquela música, o que normalmente ocorre através das editoras musicais, que são empresas que detêm o *copyright*, isto é, os direitos de edição. Essa autorização é obtida quase sempre mediante o pagamento de um valor estipulado que varia de acordo com o *status* do compositor e o nível de consagração da música[5]. Em seguida, inicia-se a fase de elaboração de arranjos e coordenação da gravação, que é realizada por um produtor musical, que pode ser o próprio artista ou arranjador, mas que normalmente é um profissional específico para a função. A etapa de gravação se divide em dois momentos bastante definidos: a gravação em si e a mixagem, que é o equilíbrio de todos os instrumentos utilizados[6].

O produtor é um personagem central no processo pois é sob sua coordenação que a música irá ser registrada e, com isso, transformada em produto. Sua função – misteriosa e fundamental – é "relacionar música e mercadoria de maneira competente e lucrativa" (Dias, 2000:92). Na figura do produtor se concentra uma ponte entre o artista e a gravadora, sendo normalmente um nome consensual entre as duas partes. Muitas vezes, ele é o responsável pela própria concepção do disco, sugerindo determinado repertório a artistas e gravadoras. É o produtor quem negocia com os diretores das empresas, que define o perfil estético do disco, escolhe os músicos e arranjadores e coordena a gravação de todos os instrumentos, observando a qualidade do registro e da execução dos instrumentistas. Além disso, é ele que tem a função de garantir a eficácia comunicativa da música e "introduzir no estúdio de gravação o ouvido do público" (Henion, 1990:186). Seu múltiplo papel determina uma parte significativa do perfil da música e do disco, estabelecendo associações simbólicas entre a produção musical e

---

[5] O pagamento de autorização para a gravação de uma música não elimina o pagamento de direitos autorais, que são calculados a partir do consumo, isto é, de número de execuções públicas em rádios e shows e quantidade de cópias vendidas do disco na qual a música foi gravada.

[6] A partir de meados do século XX, os avanços tecnológicos permitiram o processo de gravação multi-pista ou multi-canal, no qual a gravação é realizada em etapas. Primeiro grava-se, por exemplo, o baixo e a bateria. Ouvindo as partes pré-gravadas, o violão e o cavaquinho registram suas partes. Em seguida, com a "base" pronta, inclui-se cordas ou sopros. Por último, o cantor registra a sua voz. No início eram apenas dois canais, depois três, quatro, oito, dezesseis, etc. Desde os anos 1990, com a informatização dos estúdios, pode-se gravar infinitos canais, sempre acrescentando instrumentos. A sofisticação da gravação foi conferindo à mixagem um papel cada vez mais importante no processo pois durante o equilíbrio é possível esconder instrumentos, valorizar solos, alterar ritmos e, na era da informática, até consertar erros deslocando ataques e afinando vozes. O resultado final atualmente depende enormemente da mixagem, que, longe de ser uma operação meramente técnica, é resultado de uma série de escolhas estéticas e musicais que caracterizam o produto final. Nesta etapa, o produtor consolida a definição da sonoridade do disco, que, como veremos, é parte importante na construção de simbologias em torno de uma música e/ou de um gênero musical, conferindo-lhe um valor no quadro de hierarquias do mercado de música.

o mercado. Após a gravação, o produtor dirige a mixagem, consolidando a sonoridade do disco e atentando para os detalhes técnicos e musicais de cada faixa. A importância do trabalho do produtor musical foi se ampliando no decorrer das décadas, com o aumento da profissionalização de todo o processo de gravação. Atualmente, seu nome aparece em destaque nos encartes dos discos e os produtores mais consagrados são disputados por artistas e gravadoras.

Ao final do processo de gravação, a gravadora financia a elaboração e realização da parte gráfica do disco e envia os fotolitos e fonogramas para a fábrica. Paralelamente, se inicia o trabalho de divulgação, que é feito principalmente no rádio, mas que inclui ainda cartazes, promoções de shows, *outdoors*, peças publicitárias em jornais, revistas e televisão. Para o rádio, elege-se uma ou duas músicas do disco para veicular em emissoras com bons níveis de audiência. Para a televisão, produz-se um videoclipe com uma canção para ser programado em espaços específicos.

Em seguida, se inicia a etapa de distribuição, que consiste em colocar vendedores nas ruas para vender aquele disco para as lojas. Os vendedores apresentam aos lojistas os catálogos das gravadoras para que eles façam suas compras, com destaque para os lançamentos, que têm mais visibilidade no mercado. O catálogo representa todos os títulos que a gravadora tem em estoque para distribuição ativa, isto é, que estão efetivamente disponíveis para venda[7]. Para que o lojista se sinta seduzido para comprar aquele disco, é importante que o trabalho de divulgação já tenha sido iniciado, principalmente se tratando de um artista novo ou de pouca expressão.

A consolidação do disco gravado como eixo principal da circulação de músicas na sociedade sedimentou um tipo de música adequada a este suporte e ao mercado: a canção popular. A canção é uma forma musical que se caracteriza por uma melodia cantada, sobre um acompanhamento harmônico e uma estrutura rítmica regular. Segundo Luiz Tatit, trata-se de uma forma musical cuja força expressiva deriva da compatibilização entre melodia e letra, construída através de uma entoação análoga à da fala, potencializada pela ampliação das freqüências melódicas. A canção é, portanto, um "processo entoativo que estende a fala ao canto" (Tatit, 1996:9).

---

[7] Como a ênfase na divulgação é sempre voltada para os lançamentos anuais, os discos não costumam ficar muito tempo *em catálogo*, o que significa que, assim que a companhia julgar conveniente, ou quando os lojistas deixarem de comprar um determinado disco, aquele título *desaparece* catálogo e, conseqüentemente do mercado, tornando-se uma raridade. As grandes companhias não costumam trabalhar com consignação e portanto o lojista deve comprar os discos assumindo os riscos de encalhe. A relação entre empresas, vendedores e lojistas é um capítulo à parte na distribuição de músicas pela sociedade, que ainda carece de um estudo mais detalhado.

> Por meio da linguagem oral cotidiana, veicula-se um conteúdo abstrato que depende da base acústica inscrita nos fonemas e nas entoações, mas não há necessidade de preservação dessa sonoridade, por isso, selecionamos e organizamos as palavras da melhor maneira possível e convocamos melodias entoativas apenas para produzir ênfases aqui e ali no fluxo discursivo, sem outro tratamento especial que não o exigido pelo texto verbal. [...] Ao se transformar em canção, a oralidade sofre inversão no foco de incidência: as entoações tendem a se estabilizar em "formas musicais", na medida em que se instituem células rítmicas, curvas melódicas recorrentes, acentos regulares e toda sorte de recursos que asseguram a definição sonora da obra (Tatit, 2004:42).

Centrada na lógica comunicacional da fala, a canção pressupõe um personagem autoral, representado na figura do cantor, que assume grande importância na semiologia da canção. O "dono da voz" é o sujeito que fala, que canta, de onde partem os sentimentos reverberados pela melodia e letra da canção. Como afirma Henion, "um cantor popular não é um instrumentista com certa técnica vocal, um intérprete-músico a serviço de um trabalho dado. Ele mesmo é parte da canção que ele canta, assumindo a forma de um personagem" (1990:188). A posição do sujeito que canta determina o ambiente afetivo da canção e o canto aparece como uma entoação natural de manifestação individualizada deste personagem. Por este motivo, a disponibilização comercial da canção no mercado se dá a partir da imagem do *artista*.

O "artista" é uma construção simbólica do mercado de música realizada principalmente na etapa de divulgação e representa um determinado perfil estético, visual e comportamental do indivíduo que canta que se soma à música em si. A intensa promoção que as gravadoras realizam em cima de sua imagem faz com que ele se torne uma espécie de mito midiático, respondendo por uma série de representações extraídas da música, da sonoridade e do ambiente afetivo de seu disco, que transbordam para toda uma gama de atitudes, vestuário, posturas corporais, modos de ser, de falar e de se relacionar com os significados simbólicos de sua música. O caráter individualizante da canção popular e toda essa promoção passam a idéia de que o artista é inteiramente responsável pelo resultado final de seus discos. A noção de autonomia artística favorece credibilidade ao artista, colaborando para que a canção possa ser interpretada por seu público como manifestação individual deste personagem-cantor. Por este motivo é tão comum confundirmos a autoria de uma canção com sua interpretação, através de frases como "a música de Fulano", quando se sabe que o tal Fulano não compõe. A imagem estética dos produtos canção e disco se baseia na crença e na verossimilhança do artista enquanto personagem-criador desses produtos. Sendo assim, constrói-se no público a (falsa) impressão de que o disco é resultado da criatividade e capacidade técnica do artista, fazendo desaparecer todo o aparato profissional e tecnológico que cercaram sua produção.

Na verdade, além dos músicos, dos técnicos, do próprio artista e do produtor, a estética do disco passou pela aprovação de diretores das gravadoras, por programadores visuais, profissionais de marketing e vendas, enfim, diversos agentes que *pensaram* o disco para que todos os componentes de seu perfil simbólico fossem processados de modo a potencializar sua comercialização. Mesmo sem negar a centralidade da letra, da melodia e do personagem do cantor na estruturação simbólico da música, o resultado final do processo comunicativo da canção popular depende em grande parte da forma com que esses elementos estão combinados entre si e misturados a aspectos como o ritmo, a instrumentação, o arranjo, enfim, todos os *outros* elementos musicais que compõe o quadro de significação da canção, construídos coletivamente. O artista integra uma equipe de profissionais responsável pela produção e pela distribuição de músicas pela sociedade (Henion, 1990:186).

A etapa de produção, que ocorre no espaço físico e decisório das gravadoras define parâmetros para circulação de músicas. Por isso, a indústria fonográfica pode ser considerada um espaço primário de produção e disponibilização de músicas na sociedade. Porém, se as gravadoras respondem tanto pela produção quanto pela distribuição e venda de discos, a efetiva divulgação sonora dos produtos da indústria fonográfica é realizada, ainda hoje, principalmente através do sistema de rádios.

Tão logo se estabeleceram no mercado internacional, as emissoras de rádio ocuparam o posto de principais veículos de divulgação de músicas e artistas. Em pouco tempo, o rádio se torna um veículo capaz de comandar o que deveria ser sucesso no mercado de música (Frota, 2003:102). No Brasil, desde os anos 1930, com o sucesso de "cantores do rádio", passando pelo período de implementação da televisão e até os dias de hoje, é o rádio que acompanha o dia-a-dia da população e fornece gratuitamente músicas novas e consagradas para consumo imediato de toda a sociedade. Essa tendência se intensificou com a entrada no mercado das emissoras FM, que construíram sua programação com muito mais ênfase na parte musical. Sendo assim, existe uma complementaridade entre rádios e gravadoras que funciona como eixo central de distribuição e circulação de músicas na sociedade. De um lado, as gravadoras escolhem, produzem, divulgam e distribuem os produtos no mercado. Simultaneamente, as rádios executam algumas canções dos discos, criando demanda para aquele produto. As duas instâncias dominam o mercado de música e conquistaram um poder crescente no decorrer do século XX, capaz de determinar a esmagadora maioria das músicas que serão efetivamente consumidas pela população.

Apesar de o sistema de rádios não ser tão concentrado quanto a indústria fonográfica, havendo inúmeras emissoras, a audiência e a capacidade de transmissão definem um conjunto

relativamente limitado de empresas radiofônicas que abrange uma parte significativa do mercado. O acúmulo de poder em um grupo reduzido de agentes tanto no setor de gravadoras quanto nas emissoras de rádio acarretou duas conseqüências que se tornaram características do mercado de música no mundo todo. Uma diz respeito ao fazer musical em si, que passa a buscar uma espécie de "fórmula de sucesso", influindo no aspecto estético da obra musical, que será comentada mais adiante neste trabalho. A outra conseqüência, menos explícita e mais funesta, é a progressiva corrupção que tomou conta da relação entre gravadoras e rádios, instaurando um pagamento extra-oficial aos programadores para executarem determinadas canções de discos de artistas. Essa prática se tornou conhecida nos bastidores do mercado musical como "jabá".

O jabá parte de uma lógica bastante simples. As gravadoras *precisam* divulgar músicas dos seus lançamentos fonográficos para que o público conheça parte do repertório do disco e, com isso, deseje adquiri-lo. É uma estratégia de criação de demanda. Por outro lado, as rádios dependem dos produtos lançados pelas gravadoras, mas, a princípio, têm autonomia para escolher quais discos e músicas de quais gravadoras irão entrar na programação. Para "facilitar" o encontro de interesses entre as duas instâncias, os diretores e presidentes das gravadoras passaram a oferecer "presentes" aos responsáveis pelas programações das mais importantes emissoras de rádio, que foram se sofisticando e se tornando cada vez mais caros. André Midani, ex-presidente da Polygram, fornece detalhes sobre o surgimento e o desenvolvimento da prática do jabá:

> O que aconteceu é que os funcionários de rádio não ganhavam e não ganham muito dinheiro. São salários modestos. Então, no início, o disc-jóquei encontrou nessa manobra um meio de ganhar um pouco mais. Isso foi cegamente apadrinhado pelos donos das rádios. Eles ficavam contentes, pois não tinham que aumentar os salários. Começaram a fechar os olhos, porque era conveniente para eles. Mas, na medida em que a soma de dinheiro foi ficando maior, os donos começaram a pensar: "Mas e eu nessa história?" Então houve decisões, por certos donos de rádio, de dizer: "Tudo bem, mas o dinheiro é meu". Entraram em contato com as companhias de disco e disseram: "A partir de agora quem manda na programação da rádio não é meu programador ou meu disc-jóquei. Sou eu". Passaram acordos que, no início pelo menos, foram acordos comerciais (Folha S. Paulo, 21/5/2003).

Estar no topo das execuções em rádios representa uma grande projeção do artista e do disco lançado pela gravadora, e, com isso, a disputa por essas posições se tornou intensa. Como o dinheiro de corrupção é regulado por uma ética própria, instaurou-se em pouco tempo uma lógica de leilão, segundo a qual quem paga mais consegue mais execuções e mais projeção. O

músico e produtor Roberto Menescal, então diretor artístico da Polygram, conta sua experiência pessoal nos trâmites jabazeiros:

> Foi em 1978, 79, que começou um negócio que me chateou profundamente: foi o jabá. A Polygram estava em primeiro lugar disparada no mercado de venda de discos e execução de rádio. De repente começa a cair e vem a informação: "Tem que entrar no jabá". E eu dizia "não entro, porque a gente está fazendo um trabalho de base e se entrar não tem razão de eu estar aqui e de outros estarem". Mas nós fomos caindo, caindo... Nós que estávamos com 25, 26 por cento do mercado fomos para onze por cento. E aí foi a pressão até do departamento comercial: "Nós temos que entrar, é uma realidade, é a realidade do mercado". E eu disse: "Putz, então eu não quero transar assim não, me põe pra fora da companhia, numa boa..." Eles falaram que não e coisa e tal e aí eu decidi: "Tá bom, eu entro. Então quero uma verba pra ser primeiro lugar disparado e quero eu transar com os caras"(...) E comecei a encontrar com vários deles – não vamos falar nomes aqui. (...) E eu dizia "Olha, vamos conversar bacana, mas o negócio é o seguinte: quanto custa o primeiro lugar?" E o cara dizia: "Não, Roberto, o que é isso?" "Não. Vamos falar objetivamente. Quanto custa? Eu quero estar em primeiro lugar com 30 por cento do mercado". "Talvez uma verba de três mil reais" – estou chutando – "por mês, talvez a gente possa... é pra ajudar a garotada... com três mil a gente bota vocês brigando com o primeiro lugar". Eu propus "Tá legal. Seis mil resolvem?" "Ah, aí é mole!" "Agora, é o seguinte: você assina um compromisso comigo". "Ah, não posso". "Então, tudo bem. Você fica lá com o teu carinha que te paga mil". Aí você pensa: o cara que ganha mil e eu oferecendo seis. Todos eles assinaram comigo. Todos, todos. (...) Todos eles com recibo, todo mês. Imagina a loucura que esses caras fizeram. Depois a turma da televisão também assinou. Todo mundo dizendo, "cara, não mostra isso a ninguém". Eu afirmava "não vou mostrar, só que nós temos um compromisso firmado" (citado em Mansur, 2004:202).

Com a consolidação da televisão e surgimento de programas específicos para veiculação de músicas, sobretudo os programas de auditório, nos moldes sedimentados pela "Discoteca do Chacrinha", os programadores desses espaços passaram também a cobrar pela inclusão de artistas e músicas em sua grade. No decorrer da década de 1970 abriu-se um outro excelente canal de divulgação de músicas em vias de lançamento: sua inclusão de canções na trilha sonora das telenovelas. Ao ambientar diariamente cenas das populariíssimas novelas, com seus milhões de espectadores, as músicas atingem uma enorme divulgação, criando demandas e potencializando a venda de discos. A força desta combinação entre músicas e telenovelas fez com que a Rede Globo criasse uma gravadora – a Som Livre – exclusivamente para lançar anualmente um álbum com as trilhas de suas novelas. Mais uma vez, nesse caso, salvo algumas exceções, o encontro de interesses pode ser "facilitado" mediante pagamentos em espécie.

A instituição do jabá criou uma lógica perversa no mercado de música que até hoje dificulta enormemente a competição legal entre as empresas e a sobrevivência econômica das pequenas e médias gravadoras que, sem verba suficiente para o pagamento a programadores

de rádio e televisão, têm seus lançamentos alijados do mais poderoso veículo de divulgação de músicas. O jabá criou uma barreira no mercado que divide os lançamentos a partir do poderio financeiro das empresas e das opções comerciais adotadas por cada uma delas. O "investimento" em pagamentos ilegais, contabilizado como despesa de marketing, atualmente pode chegar a 60% ou 70% dos valores totais de divulgação[8], determinando *a priori* o grau de penetração mercadológica daquele artista e/ou disco e, em última instância, seu sucesso. Por outro lado, desenvolveu-se um outro espaço importante do mercado musical que, apesar de atravessado pela relação entre gravadoras e rádios, funciona também de forma relativamente independente: o mercado de música ao vivo, o *showbizz*.

Concentrado na aura individual do artista e tendo a canção como unidade básica de conquista do público, o mercado de shows se re-configurou a partir da estruturação das grandes gravadoras, tornando-se um espaço um pouco mais democrático e aberto a novos protagonistas. Ainda que sua divulgação esteja interligada com rádios, jornais e com setores da indústria fonográfica, o espectro alcançado pelo *showbizz* é muito maior do que pelos canais principais do mercado de música. Nele há espaço para artistas iniciantes, em casas pequenas, divulgadas pelo boca-a-boca, contando com a ajuda de amigos e simpatizantes para ocupar suas poucas cadeiras disponíveis. Ao mesmo tempo, há o grande *showbizz*, com produções milionárias em casas especializadas de gigantesca capacidade, além de ginásios e campos de futebol. Entre um e outro, uma infinidade de gradações de espaços, públicos, músicos e artistas que preenchem as necessidades de "música ao vivo" da população e aumentam a circulação pela sociedade de músicas pouco ou nada contempladas pelas escolhas dos agentes da indústria fonográfica.

Mas o sucesso não depende somente dos "acordos" entre gravadoras, rádios e televisão. Algumas canções gozam de uma maior potencialidade comercial podendo ser facilmente apropriadas e compreendidas por um conjunto amplo e diversificado de indivíduos. Outras utilizam certos elementos estéticos que determinam um perfil de consumidores mais restrito, representando determinados segmentos do mercado. A canção é um produto cuja interpretação simbólica e uso social envolve compartilhamento de símbolos, sentimentos, crenças e saberes, que por sua vez produzem identificações individuais e coletivas. Por isso,

[8] Os dados sobre jabá são sempre estimados, pois, obviamente, não se fala abertamente sobre a questão. Esse percentual foi mencionado por André Midani em entrevista à Folha de S. Paulo que ficou famosa no circuito musical pela sua sinceridade. Uma vez que Midani não atua mais no mercado fonográfico, declarou abertamente que pagou jabá para todos os artistas de sucesso, desde os menos prestigiados até nomes esteticamente consagrados. Em suas palavras: "Paguei por toda a linha de frente que eu tinha. (...) Não hesito em dizer que, a não ser honrosas e poucas exceções, como Roberto Carlos, não importa o tamanho dos artistas. Tem que pagar. A honra e o prazer são coisas que não existem mais" (Folha de S. Paulo, 21/5/2003).

há canções mais populares, vendáveis e comerciais do que outras. Há canções que cativam e emocionam determinadas pessoas e que simplesmente não dizem nada a outras. Esse caráter múltiplo da música popular explica em parte, a dificuldade dos presidentes e diretores das *majors* em determinar o sucesso e estabelecer metas precisas de atuação. Com recorrência, mencionam a instabilidade do mercado e o aspecto imprevisível do produto música em comparação a outros produtos mais estáveis como, por exemplo, o sabonete[9]. De fato, a construção de significados a partir da música é um processo complexo que diz respeito a um intrincado jogo de associações e identificações sociais com pensamentos e visões de mundo.

1.2 - A circulação de músicas e símbolos

Ao circularem pela sociedade através dos meios de comunicação, discos, *showbizz*, internet e também através da difusão "boca-a-boca", as músicas carregam teias de significados, valores e sentimentos que interagem com a vida cotidiana das pessoas e dos grupos sociais. As formas pelas quais esses atores se apropriam dos códigos musicais, os interpretam e transformam em pensamentos e emoções compartilhadas são variadas e ocorrem através de um complexo processo de interpretação e utilização desses "signos" musicais. A questão que se coloca, portanto, é *como* se dá a construção de significados e em que medida ou em quais situações ocorre de fato um compartilhamento coletivo dessas idéias que seria responsável pelos efetivos usos sociais da música.

Os estudos de semiologia musical têm avançado muito nos últimos anos. A noção de que a música é uma arte com regras e códigos que estabelecem parâmetros sobre os quais a comunicação musical ocorrerá parece pouco contestável. No entanto, a abordagem semiológica da música ainda desperta desconfiança. Em muitos casos, as análises semiológicas dos objetos musicais permanecem restritas à apreciação de partituras ou, no caso da música popular, de gravações. Dificilmente há tempo ou fôlego nesses trabalhos para uma discussão sobre as formas de uso da música em situações reais: shows, boates, festas, rodas, concertos, ensaios, e até mesmo em audições domésticas individuais. Em outros casos, as músicas analisadas parecem habitar um universo paralelo da vida social, com pouca interação com a circulação de idéias, conjunturas político-econômicas e setores sociais onde elas são produzidas e consumidas. No entanto, ainda sob o risco de estabelecer fórmulas pré-determinadas de interpretação, a semiologia da música colabora enormemente para uma

[9] Em seu trabalho sobre a indústria fonográfica brasileira, a pesquisadora Márcia Dias constatou que, em diversas entrevistas realizadas com diretores e presidentes de gravadoras, a comparação entre música e sabonete ou sabão é recorrente, parecendo "constituir-se num jargão no meio" (Dias, 2000:88).

compreensão mais aprofundada das formas com que nos apropriamos e utilizamos cotidianamente as músicas ou os fragmentos de músicas que a todo instante cruzam literalmente nossos caminhos.

Um dos trabalhos mais instigantes nessa área é do musicólogo inglês Philip Tagg, que elaborou uma complexa teoria sobre música e semiologia, baseada em anos de pesquisa e publicada em diversos artigos e conferências. Para o autor,

> a música é uma forma de comunicação interhumana na qual estados e processos afetivos individualmente experimentados são elaborados e transmitidos - através de estruturas sonoras não-verbais organizadas por humanos - para aqueles capazes de decodificar sua mensagem na forma de respostas afetivas e associativas adequadas. (Tagg, 1999:40).

Segundo Tagg, os significados dos elementos musicais são compartilhados coletivamente a partir de referências encontradas no repertório musical. Desde criança, aprendemos a reconhecer sonoridades, estruturas melódicas, seqüências harmônicas e poéticas que moldam um repertório de elementos musicais e afetivos. Essas referências formam uma espécie de bagagem musical individual, compartilhada socialmente, que será acionada no momento da experiência musical. Grande parte desses códigos musicais está associada a nossa vivência cultural, ou seja, são determinados pelo ambiente em que vivemos. Há também alguns elementos cuja interpretação simbólica tem determinantes físicos e biológicos, que também são armazenados em nossa memória musical, fornecendo elos de ligação entre sons e sensações. Em nenhuma cultura do planeta, por exemplo, os bebês são ninados com músicas que contenham ataques incisivos de percussão em dinâmica forte e intervalos melódicos dissonantes. Por outro lado, certas combinações instrumentais podem ter um certo significado para algumas pessoas e outro radicalmente distinto para outras.

A compreensão de um determinado elemento musical, para Tagg, não deve ser feita literalmente, mas "lateralmente", isto é, a partir de sua semelhança com elementos "anáfonos" encontrados em outras músicas que pertençam ao mesmo universo musical. Em suas análises, esse universo é bastante amplo, compreendendo toda a produção musical erudita e popular do Ocidente, desde a Idade Média. O conceito de "anafonia" é central neste processo. Uma *anafonia* é o "uso de modelos pré-existentes na formação de sons musicais" (Tagg, 1999:24). O funcionamento simbólico de uma música para um determinado grupo de pessoas se relaciona com a capacidade destes ouvintes de *fazer associações* entre elementos e encontrar essas semelhanças, que dizem respeito não somente ao reconhecimento acústico de determinados padrões musicais, mas também funcionam como uma orientação para o conteúdo semântico da música, isto é, sua interpretação. De fato, ao ouvir uma canção pela

primeira vez, inevitavelmente buscamos semelhanças entre alguns de seus elementos e outros previamente conhecidos. Frases como “isso parece a introdução da música tal”, “me lembra a canção tal”, “é igualzinho ao ritmo tal” são extremamente recorrentes quando nos referimos a uma nova experiência musical. Essas associações são quase sempre involuntárias e aleatórias, evidenciando um modo de construção simbólica na interpretação musical que parece ser utilizada a todo instante.

Em minha dissertação de mestrado (Trotta, 2001), pude verificar que a utilização de um determinado acorde no repertório do samba pode efetivamente ser reconhecida como um elemento de instabilidade na música, sendo diversas vezes utilizado neste universo musical como signo de intempéries. Este acorde, conhecido como IV7 (ou, para ser mais específico, o SubV7/III), representa harmonicamente um afastamento do centro tonal pela presença de uma nota estranha à tonalidade (a sétima do acorde), o que produz uma tensão harmônica momentânea. Na canção *Coração leviano*, de Paulinho da Viola, este acorde aparece exatamente quando a letra narra uma tempestade, sugerindo uma instabilidade.

Este pobre navegante, meu coração amante
IV7
Enfrentou a tempestade

O mesmo acorde aparece no samba *De boteco em boteco*, de Nelson Sargento, descrevendo exatamente o momento de infelicidade do autor perante seu vício da bebida.

Eu bebo demais pro meu tamanho
Arranjo brigas e sempre apanho
IV7
Isso me faz infeliz

No samba *Coração em desalinho* (Monarco/ Ratinho), o acorde de IV7 representa o momento do engano, gerando uma grande tensão harmônica na canção, que acompanha a tensão semântica da letra e a intensificação das freqüências da melodia pela ida ao agudo.

Tamanha desilusão me deste, oh flor
IV7
Me enga**nei redonda**mente

É possível afirmar, portanto, que a ocorrência deste acorde no repertório do samba indica uma sensação de instabilidade latente, que muitas vezes pode estar representada na letra da canção,

na instrumentação ou na melodia. Neste caso, o elemento musical (no caso, o acorde) estaria fazendo referência a uma série de outras composições de uma mesma prática musical e, com isso, se tornando um elemento recorrente do fazer musical no samba, associado a uma determinada sensação. Seu uso em vários exemplos do repertório leva a crer que os ouvintes acostumados a interagir com esse universo musical são capazes de, conscientemente ou não, interpretar esse acorde como elemento de instabilidade.

A idéia básica da teoria de Philip Tagg é que os elementos musicais circulam pelas diversas práticas, sendo rechaçados ou incorporados de acordo com a criatividade e necessidades de expressão dos músicos, cantores, produtores e do público, sempre associadas às condições psico-sociais-históricas de cada momento. Sob este aspecto, o autor alerta que a música não se refere apenas a outros elementos musicais anáfonos, mas também a um ambiente sócio-cultural em que ela está inserida.

> As estruturas músicas parecem estar relacionadas objetivamente a (a) nada a não ser elas mesmas, (b) sua ocorrência de modo similar em outra música, ou (c) à sua própria posição contextual na peça musical na qual ela já ocorreu. Ao mesmo tempo, é absurdo tratar a música como um sistema de combinações de sons auto-referente porque as mudanças em estilos musicais são historicamente encontradas em conjunção com (acompanhando, precedendo, seguindo) mudanças na sociedade e na cultura da qual a música faz parte (Tagg, 1999:17).

O trabalho de Tagg traz duas colaborações que considero fundamentais para a compreensão da circulação de símbolos e idéias musicais pelo planeta. Em primeiro lugar, a totalidade com que ele aborda o universo musical, não separando gêneros, estilos e/ou períodos e incorporando todos os elementos associados aos sons: sonoridades, timbres, levadas, motivos, tonalidades, harmonia, letra, imagens, períodos históricos, acontecimentos políticos, enfim, qualquer coisa que esteja relacionada à experiência musical. Este aspecto é de grande relevância para a pesquisa acadêmica de estilos e gêneros musicais que circulam massivamente pelo mercado. O mercado de música é um espaço plurimusical, caracterizado por zonas recíprocas de influências entre músicas que conferem dinamismo a práticas musicais (como o samba), usualmente abordadas como estáticas. Por outro lado, a visão holística do fenômeno musical empregada pelo musicólogo leva os estudos realizados a acumularem páginas e páginas de descrições, comparações e hipóteses, muitas vezes tornando sua leitura penosa e dificultando enormemente a pesquisa: a análise da canção *Fernando*, sucesso do grupo Abba tem 140 páginas e uma publicação recente sobre dez pequenas peças folclóricas (*Ten little tunes*), escrita a quatro mãos com Bob Clarinda alcançou quase 900 páginas!

Outro dado de sua teoria semiológica de grande relevância para a música popular é a idéia de que a interpretação simbólica da música acontece através de junções de elementos, também dotados de significados. Ao isolar as unidades de significação – apelidadas de "musemas" – o trabalho de Tagg aprofunda a compreensão das inúmeras trocas e fusões que a todo instante interpelam as análises sobre as práticas musicais, principalmente em contextos urbanos. A noção de musema auxilia na interpretação de misturas e intercâmbios entre músicas, que se constitui talvez na mais universal e importante forma de composição musical, especialmente nos dias atuais, com a multiplicidade de ofertas e facilidades de circulação de sons e imagens. Um musema encontrado em uma determinada prática musical – a sonoridade do baixo elétrico do rock, por exemplo – pode ser utilizado em outras estéticas musicais, como a música caipira, incorporando significados e fundindo elementos estéticos e simbólicos de ambas as práticas. As músicas que circulam pelo mundo se influenciam mutuamente e estão continuamente trocando elementos característicos que, em determinado momento, podem, eventualmente, se tornar típicos de uma outra prática musical. O cavaquinho importado do fado português para as práticas populares brasileiras tornou-se um dos principais símbolos sonoros identificadores do choro e, posteriormente, do samba. Ao mesmo tempo, esse processo pode ocorrer com o próprio gênero musical, que, desvinculado de sua origem territorial, pode ser incorporado ao vocabulário musical de outras regiões, que irão reconhecê-lo como "seu". Os exemplos são inúmeros e vão desde o *reggae* maranhense ao rock brasileiro, passando pelo samba paulista.

A apropriação de elementos (musemas) entre as várias práticas musicais tem uma outra conseqüência. Uma vez que o reconhecimento e a interpretação simbólica da música são feitos a partir de recorrências, o ambiente mercadológico no qual a canção popular passou a circular a partir do século XX produziu uma busca deliberada por reiterações e repetições com o objetivo de atingir o sucesso. Nesse sentido, em muitos casos usa-se o teclado eletrônico no samba ou na música caipira, por exemplo, não apenas por se tratar de um elemento incorporado de estéticas musicais consagradas, mas também porque sua incorporação potencializa a valoração comercial da prática musical, colaborando para incrementar suas vendas. Assim como o teclado, determinadas temáticas nas letras, seqüências de acordes ou soluções melódicas são continuamente aproveitadas e trocadas entre compositores e artistas do mundo todo, num processo ininterrupto de imitações, adaptações e reelaborações musicais que têm objetivos ao mesmo tempo estéticos e comerciais. O elemento comércio atravessa essa troca de influências musicais e simbólicas entre as músicas, gerando algumas contradições e muita, muita discussão.

1.3 - Música popular e "estandardização"

Todo empresário de qualquer ramo deseja que seus produtos sejam vendidos a uma quantidade cada vez maior de pessoas, aumentando ao máximo seu lucro total e sua margem de lucro (Malm, 1993:339). No caso dos produtos culturais, alcançar um grande número de compradores significa cativar a sensibilidade de indivíduos que guardam entre si muitas diferenças: vivem em lugares distantes, freqüentam espaços diferentes, têm hábitos distintos, gostos peculiares e crenças diversas. Para isso, é necessário que as características internas desses produtos permitam sua apropriação simbólica pelos vários grupos das sociedades modernas, o que, na prática, representa a adoção de elementos técnico-formais passíveis de serem utilizados e interpretados por uma grande diversidade de consumidores.

A "massa" de consumidores que ouvem as mesmas músicas, vêem os mesmos filmes e programas de televisão compartilha as simbologias representadas nesses produtos e, apesar de suas diferenças culturais específicas, se consideram pertencendo, ao menos parcialmente, a uma mesma cultura, a chamada "cultura de massa". Para Edgar Morin, "uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam suas emoções" (Morin, 1975:10). A partir de determinadas manifestações culturais, as pessoas interagem simbolicamente umas com as outras, dividindo experiências e memórias comuns (Thompson, 1995:219).

> Da China à Dinamarca, da Finlândia ao Peru, são os mesmos produtos, das mesmas marcas e modelos iguais. Trata-se de uma população mundial que – a despeito de suas diferenças históricas (culturais, sociais, nacionais e religiosas) e das distâncias físicas – consome e reconhece como "seus" os mais diversos objetos e procedimentos: marcas e tipos de refrigerantes em lata e em garrafas sem retorno, medicamentos e comidas industrializadas, cartões de crédito e músicas nas paradas de sucessos, relógios e cosméticos, roupas de *griffes* de massa e envases, personagens do esporte e do cinema (Dreifuss, 1997:176).

Renato Ortiz aponta que essas experiências formam uma espécie de "familiaridade" internacional, representada por um "universo habitado por objetos compartilhados em grande escala" (Ortiz, 2003:107). Através de músicas, filmes, roupas, comidas e rituais, pessoas de pontos diferentes do globo interagem e compartilham valores e visões de mundo representados nesses objetos de consumo. Os repertórios de elementos estéticos e padrões de comportamento desses bens estruturam uma zona de referências afetivas transnacional, ou seja, uma memória cultural desterritorializada.

> Afirmar a existência de uma memória internacional-popular é reconhecer que no interior da sociedade de consumo são forjadas referências culturais mundializadas. Os personagens, imagens, situações veiculadas pela publicidade, histórias em quadrinhos, televisão, cinema constituem-se em substratos dessa memória. Nela se inscrevem as lembranças de todos (Ortiz, 2003:126).

A partir dessa memória, Ortiz observa a constituição de uma "cultura internacional-popular", que estaria representada nos produtos compartilhados em uma "sociedade global de consumo, modo dominante da modernidade-mundo", que se projeta para além das fronteiras nacionais (2003:111). A noção de uma cultura internacional-popular é um aperfeiçoamento da terminologia e do conceito do que se costuma nomear como cultura de massa, que se caracteriza pela busca, em seus modelos e bens simbólicos, "do denominador comum entre as idade, os sexos, os povos" (Morin, 1975:42), fornecendo modelos de identificação dirigidos a um certo tipo ideal de "homem universal" (idem:36).

> Revistas como a *Life* ou *Paris-Match*, grandes jornais ilustrados como o *France-Soir*, superproduções de Hollywood ou grandes co-produções cosmopolitas se dirigem efetivamente a todos e a ninguém, às diferentes idades, aos dois sexos, às diferentes classes da sociedade, isto é, ao conjunto do público nacional e, eventualmente, ao público mundial. A procura de um público variado implica na procura de variedade na informação ou no imaginário; e a procura de um grande público implica na procura de um denominador comum (Morin, 1975:28).

Neste ponto, as características dos produtos veiculados em larga escala pelos meios de comunicação têm sido duramente criticadas por diversos pensadores de várias correntes, nacionalidades e épocas. A busca pelo "denominador comum" gera, inevitavelmente, uma alta taxa de recorrência de elementos verificada em filmes, programas de televisão e canções populares. Para Adorno e Horkeimer, esses produtos sofrem um processo de "estandardização", uma repetição de elementos e soluções artísticas convertidos em clichês, que conferem à "civilização moderna" um "ar de semelhança" (1982:159).

> Logo se pode perceber como terminará um filme, quem será recompensado, punido ou esquecido; para não falar na música ligeira, onde o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação, e sentir-se feliz quando ela ocorre. [...] Ministrados por especialistas, essa escassa variedade é distribuída pelos escritórios (Adorno e Horkeimer, 1982:164).

De fato, ao observarmos o conjunto de canções populares disponibilizadas para consumo massivo, é possível reconhecer muitas recorrências e repetições. Ao atingir o sucesso, representado em números expressivos de vendas de discos, execuções em rádios e público em shows, os procedimentos adotados por um artista em suas canções tendem a ser literalmente copiados por outros músicos e compositores, na busca pela mesma consagração mercadológica. Esta procura intencional pelo sucesso é muitas vezes dirigida pelos profissionais das gravadoras e, sobretudo, pelo produtor musical, responsável por adequar o produto música ao mercado, imputando soluções sonoras ricas em repetições. O produtor Carlos de Andrade, o Carlão, num impulso de sinceridade rara no meio musical, cita uma

experiência vivida nos anos 1980 que retrata bem o pensamento que norteia alguns lançamentos:

> É uma fórmula, você trabalha no negócio, faz aquilo todo dia, você aprende a fazer. Existia um mercado consumidor, um mercado investidor, existia uma rádio que tava formatada pra aquele tipo de trabalho e você caía dentro e saía fazendo. Meu amigo, era um atrás do outro, era receita de bolo. Eu entrava numa gravação eu sabia qual era a rotina daquela gravação: "agora é base, agora são as cordas, agora é isso, aquilo. Tá faltando o gancho do refrão! Ok, vamos mexer aqui, agora sim! [canta:] *Menina veneno o mundo é pequeno demais pra nós dois* [assovia:] *fiu fiu fiu fiu fiu*. Tá! Isso aqui é o gancho, é isso que vai pegar o pessoal pela orelha e tal e coisa". Era uma atrás da outra, não tinha erro! (entrevista ao autor em 14/2/2005).

Como se vê, todo o aparato comercial está estreitamente relacionado ao cotidiano do estúdio e é aplicado na elaboração do sucesso musical, convertido em uma "fórmula". As repetições são artifícios para "pegar o pessoal pela orelha", ou seja, produzir no público alvo o reconhecimento de padrões e criar, com isso, uma demanda pela música e pelo disco. É claro que esse processo de produção resulta em uma diminuição da diversidade estética nos produtos distribuídos no mercado, que, nesse sentido, tem a tendência de se converter em um "conjunto de protocolos" (Adorno e Horkeimer, 1982:185) seguidos pelos profissionais das gravadoras em busca do sucesso máximo a partir de sua "receita de bolo".

A noção de estandardização dos produtos culturais serve de base para a formulação, por Adorno e Horkeimer, do conceito de *indústria cultural*, um sistema integrado de empresas e indústrias cujo objetivo principal seria atrofiar "a imaginação e espontaneidade do consumidor cultural", vetando sua "atividade mental" (1982:165), com o objetivo de manter esses consumidores presos ao sistema.

> O princípio básico consiste em lhe apresentar tanto as necessidades, como tais, que podem ser satisfeitas pela indústria cultural, quanto em, por outro lado, antecipadamente, organizar essas necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e tão só como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural (idem:179).

O conceito de indústria cultural tem sido criticado duramente desde seu texto inaugural, em 1947, até os dias de hoje (ver Puterman, 1994; Eco, 1993; Lasmar, 1998 e Coelho, 1993). Segundo Martin-Barbero, a afirmação da unidade do sistema é a principal contribuição do texto e ao mesmo tempo é a mais polêmica, pois dela deriva uma totalização do conceito (2001:77). Por um lado, a idéia de um *sistema* corresponde à caracterização de uma interligação entre os diversos ramos de atividade cultural, através dos meios de comunicação e de empresas do setor do entretenimento. É fácil observar que, no decorrer do século XX,

especialmente em sua segunda metade, houve uma progressiva concentração empresarial no ramo cultural, onde diversas empresas se uniram formando grandes conglomerados internacionais. Não se pode negar que a concentração de poder nas mãos dessas poucas empresas é enorme e, de fato, favorece a uma diminuição da diversidade das ofertas culturais, na eterna busca pelo denominador comum e o sucesso imediato. No entanto, o conceito de indústria cultural pressupõe uma noção de que esses "escritórios" modelam os gostos com o objetivo de manter os espectadores presos aos seus ditames, dominando-os. A teoria da dominação cultural se enfraquece à medida que ela deriva de um certo "aristocratismo cultural"[10] evidente no texto (Barbero, 2001:82), que se apóia nas combalidas idéias de alta e baixa cultura, opondo lazer e estética. Nas palavras dos autores: "a fusão atual entre cultura e diversão não se realiza apenas como depravação daquela, mas ainda como espiritualização forçada desta. É o que se vê já pelo fato de a diversão ser apresentada apenas como reprodução: cinefotografia ou audição de rádio" (Adorno e Horkeimer, 1982:181).

Por outro lado, apesar de apresentar aspectos um tanto problemáticos, o conceito de indústria cultural tem uma força indiscutível, que se apóia basicamente em alguns de seus postulados principais, entre os quais se destaca a noção de estandardização. Realmente, como pudemos constatar na declaração de Carlão, há produtos que são milimetricamente calculados para criar e satisfazer demandas pré-estabelecidas e que esses produtos se tornam referenciais para a criação de novas obras a partir dos mesmos critérios e elementos. A circulação de elementos através das músicas veiculadas pelo mercado fornece uma biblioteca de procedimentos técnicos copiáveis e reproduzíveis em novas criações, tanto com objetivos estéticos quanto comerciais, que muitas vezes se fundem.

Porém, reduzir a criação artística veiculada em larga escala a uma aplicação de protocolos repetitivos evidencia um ponto de vista que ignora "a existência de uma pluralidade de experiências estéticas, uma pluralidade dos modos de fazer e usar socialmente a arte" (Barbero, 2001:82). Fazer música, por exemplo, nunca foi nem nunca será uma aplicação pura e simples de modelos, fórmulas, clichês ou receitas. A comunicação e o próprio prazer estético de uma música dependem de associações com músicas e sentimentos já experimentados, isto é, dependem da repetição de padrões, elementos, fórmulas e clichês, passíveis de serem *reconhecidos*. A própria teoria da música, centrada em um sistema de

[10] De acordo com o musicólogo Richard Middleton, as teorias pessimistas de Adorno precisam ser historicizadas e, a partir de então, "ir *além* dele através da historicização de sua historicidade, que reagia aos choques do Fascismo, à desmoralização da esquerda e à rápida consolidação do capitalismo administrativo que assumia que as antigas tradições culturais populares haviam sido não somente modificadas, mas totalmente sacudidas, e que buscava reafirmar uma única trajetória de tradição cultural, cujo desenvolvimento ia da arte burguesa radical (Beethoven, por exemplo) até o modernismo" (Middleton, 1990:62).

organização de sons conhecido como "sistema tonal", que rege a maior parte das músicas que circulam pelo mundo, foi desenvolvida exatamente em torno das idéias de tensão (dominante) e repouso (tônica), com forte ênfase na noção de "resolução" das tensões, isto é, na *expectativa* do retorno ao estado de repouso. Não é mesmo muito difícil "adivinhar a continuação" de grande parte do repertório musical internacional, pois existe uma demanda pelo reconhecimento, pela repetição dos ciclos, pela reiteração de motivos, pelo retorno ao início, pela conclusão, pelo acorde de tônica no final[11]. Nesse sentido, o musicólogo Richard Middleton afirma que a previsibilidade de uma canção não se dá

> no sentido de, sem conhecê-la, sabermos exatamente o que irá ocorrer, mas no sentido de que, ao ouvir a frase seguinte, nossa reação é: "Ah, eu imaginava mesmo que algo assim estava por vir". A mesma coisa pode ser dita sobre as letras: as rimas previsíveis, as frases-clichês (Middleton, 1990:48).

As músicas são construídas a partir de uma mistura entre elementos consagrados em outras músicas e combinações menos recorrentes. O ouvinte espera um equilíbrio entre reconhecimento e surpresa. Não há prazer estético se o reconhecimento não ocorre ou se as surpresas se sucedem ininterruptamente. A repetição é elemento estrutural da criação musical, responsável pelo reconhecimento de estilo, de motivos, de idéias musicais, que funciona também como eixo de inteligibilidade e compreensão simbólica da obra musical. Sem repetição de modelos, de frases, de sonoridades, de narrativas, de trechos e idéias, as músicas são simplesmente incompreensíveis e seu interesse praticamente nulo. Todos os compositores de todas as épocas e estilos construíram suas obras a partir de referências diversas a outras músicas, com maior ou menor dose de repetição.

O ponto fraco da noção de estandardização é que ela pressupõe uma certa dose ideal de ocorrência dessas repetições, como se fosse possível elaborar um critério capaz de quantificá-las e a partir dele, evitar a excessiva recorrência de clichês. De certa forma, ela está centrada em um ambiente de valoração que confere maior legitimidade à inovação do que à recorrência, numa busca incessante pelo "novo", pela "vanguarda", pelo "inusitado". Na música de um modo geral, e, especificamente, a música popular, este critério de valoração nem sempre é aplicável ou compartilhado pelos consumidores. A experiência musical popular representa um determinado uso da música, que em muitos casos, pode prescindir do

[11] Tônica e dominante são *funções* do sistema tonal. A função tônica pode ser encontrada principalmente na primeira nota das escalas maiores e menores (e no acorde gerado a partir dela) e está associada à sensação de repouso, de conclusão. A dominante é responsável pelo movimento da música, através de uma idéia de tensão presente no intervalo dissonante da 5ª diminuta, também conhecido como *trítono*. A sensação de dominante é bastante forte na última nota das escalas maiores e menores (chamada de "sensível") e no acorde formado a partir da 5ª nota dessas escalas. Ela representa instabilidade e sua execução "pede" que a música volte para a tônica, *resolvendo* a tensão e instaurando, por fim, o repouso.

componente inovação. Indo mais além, este uso coletivo pode *depender* de uma alta taxa de reincidência para que os consumidores realizem satisfatoriamente sua experiência. Ao comprar ingresso para o show de um artista famoso, espera-se que no repertório estejam incluídas canções de sucesso e algumas poucas canções novas que sigam a mesma estética, ou seja, utilizem elementos musicais semelhantes às canções previamente conhecidas. O show será considerado melhor de acordo com esse reconhecimento, que, em última instância, define o grau de comunicabilidade das canções, dos shows e dos artistas. Define, acima de tudo, uma relação comercial entre público, artista, e o mercado de música; ou seja, o consumo.

1.4 - O mercado de música jovem

À medida que se verifica uma progressiva ampliação na disponibilização e circulação mundial de músicas pelo planeta, elementos musicais e significados cada vez mais são mesclados e incorporados a práticas musicais distintas, resultando em imitações e fusões contínuas. A partir dessas recorrências, começa a se estruturar uma espécie de memória musical internacional compartilhada, representada em um repertório de canções, elementos musicais (rítmicos, melódicos e harmônicos) e refrões que fazem referência cada vez com mais freqüência a um corpo de símbolos desterritorializado, transnacional.

Durante todo o século XX, as multinacionais do disco produziram, gravaram e fabricaram sucessos musicais em todo o mundo. Em um primeiro momento, os lançamentos se voltavam para as produções locais, uma vez que a orientação dos dirigentes era comercializar músicas já previamente testadas em shows, circos, feiras e bailes. Segundo o etnomusicólogo Krister Malm, essa diversidade começou a diminuir à medida que as empresas passaram a se concentrar nas produções musicais que pudessem ser vendidas em mercados maiores, o que significou uma concentração em lançamentos fonográficos nos Estados Unidos (Malm, 1993:339). De acordo com André Midani, a partir de meados da década de 1950,

> o mercado de discos teve sua primeira explosão mundial coincidindo com o advento de Elvis Presley, contratado pela RCA americana, e dali nasceu a necessidade mercadológica de abrir filiais por todo o globo para coordenar a venda e a promoção dessa raça nova: o artista multinacional (Midani, 2004:19).

Cerca de dez anos mais tarde o mesmo fenômeno iria alavancar o antes impensável sucesso do grupo inglês *The Beatles*, abrindo de vez um mercado transnacional. Os fenômenos de Elvis Presley e Beatles são os exemplos mais contundentes de penetração midiática internacional, que permitiram à indústria fonográfica mundial acreditar na possibilidade

concreta de investir em artistas capazes de transitar e vender em várias partes do mundo. Com os lucros estratosféricos de um disco com esse perfil, as gravadoras passaram a perseguir esse objetivo. Partindo da constatação de que a música pode, através de sua circulação em grande escala, promover uma real integração cultural, representada não só nas práticas culturais em si, mas também em elementos presentes nessas práticas, a grande indústria fonográfica começa a estimular o desenvolvimento de uma estética musical transnacional. Essa estética viria associada a um modelo de estratificação social através do consumo que vinha surgindo em outros campos da produção cultural como o cinema: a "juventude".

De acordo com Letícia Vianna, a juventude não é uma categoria diretamente relacionada à idade e sim uma categoria trans-etária, uma vez que seus valores e significados transbordam através de toda a vida. Nesse sentido, trata-se de uma "idade-mídia", reforçada nos símbolos estéticos e comportamentais veiculados em larga escala e utilizados pelas pessoas e grupos sociais.

> Juventude é um complexo de representações na mídia, cujos signos e símbolos são manipulados no domínio do consumo e introjetados por cada pessoa, que lhes dá um sentido específico. A pessoa será sempre jovem enquanto estiver existencialmente em formação, atenta à dinâmica do mercado e aberta para as inovações e transformações que se dão no mundo. Juventude está associada a um padrão de beleza e isso envolve um aumento progressivo de cuidados com o corpo, cuidados que, em geral, tendem a atenuar e dissimular a idade sócio-biológica e causar a impressão de vitalidade perene. Além disso, envolve toda uma preocupação em seguir modas de vestuário e praticar certos tipos de atividades (Vianna, 1992:2).

Ao mesmo tempo, é um modelo de identificação "universal", pois as questões da juventude estão presentes em todos os países do globo. Para Edgar Morin o modelo "jovem" de identificação veiculado pela cultura de massa substituiu a figura referencial do homem adulto, pai, marido, rei, pela figura de um homem jovem, um "rapaz" "em busca de sua auto-realização, através do amor, do bem-estar, da vida privada. "É o homem e a mulher que não querem envelhecer, que querem ficar sempre jovens para sempre se amarem e sempre desfrutarem do presente" (1975:136). Segundo Nadja Gumes,

> cinema e música são os principais divulgadores da juventude nos anos 50. Os meios de comunicação de massa entendem a existência de uma cultura juvenil e utiliza este novo comportamento em roteiros filmes, canções. O cinema optou pela faceta do rebelde sem causa, o delinqüente juvenil. A música, também é rebelde, mas pontua a sexualidade, os romances. Canções e filmes emolduram um perfil juvenil: rebelde, delinqüente, provocador e alienado (Gumes, 2003:2).

Na música popular, a representação de uma estética jovem se dá através de elementos musicais e não-musicais que veiculem a idéia de juventude. Tanto os Beatles quanto Elvis

Presley tinham essas características "jovens". No âmbito das letras, a temática do amor, com suas dificuldades e desejos adolescentes aparece com grande recorrência em suas obras. As duas canções que marcaram o início das carreiras do astro americano e do grupo inglês – *Love me tender* e *Love me do* – tinham o amor como temática central, cantado com otimismo. Aliás, a expressão "love me do" aparece em ambas as canções, que se converteram em clássicos da música internacional. Musicalmente, a música jovem apresenta uma forte base rítmica que quase sempre reforça a pulsação, isto é, seus desenhos rítmicos são articulados nos pontos de apoio do compasso. O amor simples e idealizado do jovem e a batida energética da base rítmica se completam com uma estrutura harmônico-melódica direta, com poucos elementos de contraste e/ou quebra de expectativas. Todos esses elementos musicais são reforçados por uma atitude dos artistas que colaboram para uma valorização da "energia", da "vida" e da "felicidade", representadas na estética jovem.

> Colocando-se contra o tédio que estaria presente em grande parte dos rituais que envolvem a família, a escola e o trabalho, a cultura juvenil celebra uma torção das produções de sentido encontradas nesses espaços. Aqui, o barulho, o decalque, o ornamento e a superficialidade passam a operar como traços positivos, fontes de prazer. O que é importante não é a profundidade do que está sendo comunicado, mas os modos de posicionamento, as produções de sentido diferenciadas, enfim, a demarcação de fronteiras entre *nós* e *eles* (Janotti Júnior, 2003:21).

Abre-se assim um modelo de construção de identidades coletivas, fundado em uma atitude independente diante dos padrões estabelecidos. A cultura jovem aparece fortemente representada em uma experiência musical que é essencialmente vivenciada em grupo, em festas, boates, bailes e shows. O sentimento estético musical da música para juventude reside no ritual dos eventos sociais, onde as identidades podem ser compartilhadas e a alegria de "ser jovem" pode ser celebrada. A música jovem é uma música acima de tudo *dançável*, isto é, capaz de convidar os indivíduos e grupos a uma experiência sócio-musical corporal, vivenciada através da dança.

A associação entre música e dança no seio dos grandes lançamentos fonográficos norteia o surgimento de uma estética que ultrapassa os eventos musicais e contamina atitudes, vestuário, modelos de consumo e toda uma gama de estratégias de identificação através do consumo de bens desenvolvidos e divulgados para o "público jovem". Essa totalidade simbólica e material que envolve o lançamento de produtos destinados a este público promove uma grande aproximação econômica entre a indústria fonográfica, os estúdios cinematográficos, editoras de livros e histórias em quadrinhos, fábricas de roupas e

acessórios, cosméticos, enfim, é através da moda jovem que o setor do entretenimento começa uma real e completa integração estética.

Para Gilles Lipovetsky, a moda é um "dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva" (1989:24). Sendo assim, ela necessita combinar uma certa dose de "fantasia estética" com uma existência efêmera (idem:35).

> Toda cultura *mass-midiática* tornou-se uma formidável máquina comandada pela lei da renovação acelerada, do sucesso efêmero, da sedução, da diferença marginal, A uma indústria cultural que se organiza sob o princípio soberano da novidade corresponde um consumo excepcionalmente instável; [...], a cada mês um disco expulsa o outro, um livro um outro livro – a obsolescência aí reina como em nenhuma outra parte (idem:205).

No lado do imaginário e da fantasia, a moda irá se concentrar nos elementos da estética jovem, reforçando os ideais da juventude. Sua curta duração tem como objetivo movimentar o mercado e produzir a cada período um tipo novo de sucesso capaz de gerar demandas em massa e atingir os altos índices de vendas necessários. O lançamento da estética musical jovem, segundo André Midani, representou uma intensificação da concorrência entre as grandes empresas fonográficas mundiais (Midani, 2004:19). Como recurso, as grandes gravadoras passaram a alimentar o mercado com lançamentos sazonais de curta duração, acompanhando quase sempre, as modas do cinema e de seus personagens.

No Brasil, a música jovem iria surgir por volta de 1965 com o "movimento da Jovem Guarda". Liderada pela figura carismática do cantor e compositor Roberto Carlos, a estética da Jovem Guarda representava uma adoção direta dos elementos do rock internacional em língua inglesa, particularmente identificada com o universo semântico das primeiras canções dos Beatles. A música do jovem Roberto incluía canções de protesto contra o "tédio" das normas vigentes (como *Parei na contramão* e *É proibido fumar*) lado a lado com crônicas de amor adolescente (como *Namoradinha de um amigo meu*) (Janotti Júnior, 2003:70), permeadas de referências ao mundo simbólico da representação cinematográfica dos jovens "universais" (como *Calhambeque* e *As curvas da estrada de Santos*).

É importante destacar que os anos 1960 marcam profundas mudanças no campo político, econômico e cultural do país, com o golpe militar de 1964 e a definitiva consolidação da televisão em todo o território nacional. Essa época se caracteriza por uma intensa investida das emissoras de televisão na música popular, seja através de programas de auditório (Elis e Jair Rodrigues, Roberto Carlos, Chacrinha) seja através da organização dos famosos festivais da canção. Os festivais representam um momento ímpar de aproximação entre a nova criação

musical e os agentes responsáveis por sua veiculação em larga escala e serviram de palco para jovens artistas lançados pelas gravadoras. A "era dos festivais" marcou um momento de grande diversidade estética no mercado, transmitida pela televisão e representada por artistas que brotavam a cada ano.

Sobre essa diversidade estética, é importante frisar a importância do movimento Tropicalista, protagonizado por vários artistas liderados por Gilberto Gil e Caetano Veloso e representado musicalmente no LP coletivo *Panis et circensis*, lançado em 1968. A proposta visava incorporar ao vocabulário musical nacional elementos da música pop internacional, misturando-os a diversas influências musicais brasileiras, latinas, da música erudita, do folclore, da canção de sucesso americana, enfim, uma "geléia geral".

> As canções do disco se propunham a ser uma espécie de "exumação" dos mitos políticos, valores sociais, categorias ideológicas e simbólicas que informavam a expressão do "nacional-popular" no Brasil. Numa atitude iconoclasta, aproveitando todos os parâmetros da canção - letra, melodia, arranjo, entoação - o álbum transformava aqueles elementos em "relíquias do Brasil", questionando o papel da arte como veículo ideológico de afirmação nacional. A colagem de fragmentos musicais [...] e poéticos [...], cuja liga era dada pela informação contemporânea [...], formavam um verdadeiro mosaico (Napolitano, 1997).

Para Luiz Tatit, o "gesto tropicalista" iria trazer reflexos contundentes na formação da canção pop brasileira no final do século, instaurando uma zona de prestígio para a prática dessas misturas de elementos (Tatit, 2004:212). O que estava em jogo era uma nova forma de conciliar nacionalismo com universalismo moderno (Napolitano, 2001:284), fundando uma estética que se caracterizava pela valorização de incorporações. Nessa lógica de inclusões, a visão tropicalista buscava legitimar todas as influências internas e externas,

> como o rock estrangeiro de fruição fácil, o *kitsch* e, dentre o repertório musical nacional, tanto os boleros e samba-canções renegados pelos bossa-novistas pelos seus excessos musicais e sentimentais, quanto a então já instaurada tradição do iê-iê-iê brasileiro, que teve Roberto Carlos como figura fundamental (Naves, 2001:48).

No contexto mundial, verifica-se nesta época a formação de "uma geração crescendo com uma experiência musical comum acrescentada às suas respectivas culturas musicais locais" (Malm, 1993:340). Esses jovens iriam compor um público mundialmente disperso identificado pela idade, pela música, pelos ídolos do cinema e do esporte. Os tropicalistas reivindicavam, antes de tudo, integrar essa memória mundial e valorizar uma zona transnacional de influências recíprocas.

Segundo Renato Ortiz, até a década de 1970 o mercado brasileiro de bens culturais era ainda incipiente (2001:48) e havia espaço para uma diversidade estética muito maior do que nas

décadas seguintes. Por isso, foi possível nesta época o lançamento nacional de determinados grupos "talentosos" com grande destaque nos meios de comunicação. "As novas tecnologias, rádio, televisão, cinema, disco, abriram perspectivas para experiências as mais diversas possíveis" (idem:106). O mercado brasileiro registrava um progressivo aumento no consumo de discos, que passava de 25 milhões de unidades em 1972 para 64 milhões em 1979 (Ortiz, 2001:128), o que fortalecia as filiais das mulinacionais aqui instaladas, lhes dava mais autonomia e colaborava para a diversificação dos lançamentos[12]. No final da década,

> era justamente sobre a magnitude da população brasileira e sobre a alta porcentagem de jovens na composição dessa população que se assentavam as esperanças da indústria fonográfica, no sentido de continuar ampliando seus negócios do Brasil, apesar da crise que a indústria atravessava, então, em termos mundiais (Morelli, 1991:82).

Mas há ainda um outro detalhe na estruturação de uma integração nacional midiática expressiva que movimentava também o ramo fonográfico: as telenovelas. Dirigidas não exclusivamente ao público jovem, mas veiculando diariamente valores da cultura internacional-popular e popularizando produtos de consumo e canções, as telenovelas se firmaram como um produto de grande significação e importância para a cultura nacional, fundando hábitos de consumo televisivo e norteando debates nacionais.

> Com a expansão da televisão, já então operando em redes nacionais, as trilhas sonoras das novelas passam a exercer influência muito forte na formação dos sucessos musicais, impondo a maior parte das composições que integram o hit parede (Severiano e Mello, 1999:187).

Através das novelas, das rádios e da publicidade, os elementos da estética pop-jovem participam cada vez com mais assiduidade e familiaridade da cultura brasileira, sendo incorporados ao cotidiano da população e inundando o mercado de bens culturais com produtos da cultura internacional-popular. São joguinhos eletrônicos, vídeo-games, tênis, superproduções cinematográficas, cadeias de *fast-food*, *shopping centers*, seriados de televisão e música, muita música pop. A partir dos anos 1980, o mercado musical brasileiro

[12] De fato, foi também nesta época que diversos sambistas conquistaram espaços privilegiados no mercado de música. A partir dos festivais, sambistas como Beth Carvalho, Paulinho da Viola e Martinho da Vila se tornaram artistas nacionais gozando de ótimo prestígio junto aos meios de comunicação e com excelentes vendagens de discos. Já nos anos 1970, Alcione e Clara Nunes se somam ao "time de ponta" do samba na indústria fonográfica. O sucesso desses artistas possibilitou o lançamento no mercado de alguns sambistas fundadores das Escolas de Samba, alguns dos quais já atuavam em rodas e casas noturnas do Rio de Janeiro. A lista é imensa, mas podemos destacar Zé Kéti (1966), Cartola (1974), Nelson Cavaquinho, a Velha Guarda da Portela (1970), Dona Ivone Lara (1978), Wilson Moreira e Nei Lopes (1978), entre muitos outros. Em tempos de diversidade e com uma certa boa-vontade dos empresários do setor, o samba esteve muito bem representado no mercado musical no período.

começa a ser dominado pela música pop internacional. A moda jovem passa a balizar parte significativa das relações sociais dos jovens no Brasil e em várias outras partes do mundo.

> Em 1984, houve vinte milhões de álbuns de Michael Jackson e dez milhões de álbuns de Prince vendidos no mundo. Durante algumas semanas, todo mundo fica louco pelo mesmo disco, as estações de FM o divulgam dez vezes por dia. Mesmo fenômeno para o cinema, onde uma estréia estrondosa se mede em milhões de ingressos (Lipovetsky, 1989:206).

Neste momento, o rock se torna a música internacional por excelência e amplia sua atuação no Brasil através de inúmeros lançamentos de novas bandas. "Na primeira metade dos anos 80 intensifica-se a circulação mundial do rock; o Brasil passa a integrar turnês internacionais de grandes grupos, criando uma rede complementar de mercadorias que, além de discos, incluía roupas, revistas, acessórios etc" (Dias, 2000:86). O festival Rock in Rio, em janeiro de 1985, fortaleceu ainda mais a penetração da estética *pop* internacional no país, que se tornaram hegemônicas na indústria fonográfica nacional. Rod Stewart, AC/DC, Yes, Whitesnake, Queen, Prince, Iron Maden, entre outros grupos de várias tendências do rock se tornaram nacionalmente famosos a partir desta época, somando-se aos mega-astros Michael Jackson (*Thriller, Billie Jean* e *Beat it*, em 1982) e Madonna (*Like a virgin* e *Material Girl* em 1984). Nesse contexto, o caminho musical preferido pelos jovens brasileiros iria ser, naturalmente, a adoção do rock como forma de expressão, o que iria acabar desenvolvendo uma estética nacional do gênero, apelidada posteriormente de BRock.

O mercado fonográfico esteve no período voltado prioritariamente para a veiculação do rock nacional, que atingia ótimos índices de vendas com os grupos Blitz, Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso, Ultraje a Rigor, Titãs, Kid Abelha, entre outros. O produtor musical Pena-Schmidt observa que comercialmente o rock era particularmente interessante para as empresas fonográficas:

> O rock como produção é muito barato. A música de intérprete requer maestro, arranjador, músicos acompanhantes, que ganham cachês estipulados por sindicatos, o que transforma a música em milhares de dólares. [...] [O rock] como forma de vida, é perfeito, ele se auto contém, tem os ingredientes da música com três, quatro, cinco pessoas. [...] Você tem uma forma razoavelmente pequena, portátil, que se sustenta dentro de si, ela não recebe cachê, os músicos são os autores, entram no estúdio e não custam nada para trabalhar. Existia então um profundo interesse da indústria, no Brasil, para que o rock desse certo, por essa razão econômica (citado em Dias, 2000:85).

O viés comercial não pode, contudo, ser isolado de um conjunto de elementos que colaboraram para associar a estética musical do rock com os símbolos da cultura internacional-popular juvenil que se espalhava numa velocidade inédita pelo planeta. A

adoção do rock nacional representava ainda um momento específico da cultura nacional, estreitamente identificada com esses símbolos da modernidade-mundo e ao mesmo tempo desconfortável com a situação política brasileira, que vivia o ocaso de uma longa ditadura militar e um período de muita instabilidade econômica. Com uma sensação de descrença e revolta, mas com pouca atuação política efetiva, as críticas de costumes quase sempre se voltavam para a ironia ou para a rebeldia juvenil. A violência estava em baixa, mas o rock apresentava uma certa agressividade representada em letras curtas, ácidas, muitas vezes entoadas em regiões agudas e muito fortes. O compositor Roger Moreira, da banda de rock paulista Ultraje a Rigor sintetizava o momento dos jovens com a música *Inútil*, lançada no primeiro LP da banda, *Nós vamos invadir sua praia* (1985):

A gente não sabemos tomar conta da gente
A gente não sabemos escolher presidente
Inútil, a gente somos inútil
Inútil, a gente somos inútil

Mais do que em momentos anteriores, o consumo musical passou a ser parte de uma engrenagem geral de consumo cultural que estava cada vez mais atravessado por modelos de comportamento universais. Consumir determinada música representava interagir com esses modelos e se identificar em maior ou menor grau com o processo de mundialização da cultura. Com o mercado profissionalizado e segmentado, o consumo musical se tornou um dos eixos principais de distinção entre grupos sociais no âmbito cultural.

1.5 - Consumo e classificações

A consolidação da canção popular como forma principal de comercialização de discos no início do século XX colaborou para a sedimentação da música enquanto um bem de consumo, ou seja, um produto. Trata-se de uma forma artística produzida e divulgada por determinados agentes e consumida sob certas condições através de um sistema de trocas compensatórias em favor desses produtores. Um produto, portanto, criado para ser consumido.

O consumo pode ser definido como um "conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos" (Canclini, 1999:77). O ato de consumo, mais do que uma simples forma de suprir necessidades, revela aspectos e escolhas de indivíduos e grupos sociais. Thorstein Veblen, em seu clássico estudo sobre a "classe ociosa", observa, já

no final do século XIX, que o consumo de determinados bens se torna uma forma de distinção social.

> O senhor não somente consome mais do que o mínimo necessário à sua subsistência e eficiência física, mas o seu consumo se especializa quanto à qualidade dos bens consumidos. Ele consome livremente e do melhor, no tocante a alimento, bebida, narcóticos, abrigo, serviços, ornamentos, vestuário, armas e munições, divertimentos, amuletos, influência e divindades. [...] Por ser o consumo de bens de maior excelência prova de riqueza, ele se torna honorífico; reciprocamente, a incapacidade de consumir na devida quantidade e qualidade se torna uma marca de inferioridade e de demérito (Veblen, 1985:51).

Sendo assim, os bens de consumo se tornam instrumentos de demarcação social – não necessariamente hierárquicas – que colaboram para tornar as categorias culturais firmes e estáveis (Douglas e Isherwood, 1996:38). Para Zygmunt Bauman, a sociedade moderna industrial esteve em sua fase inicial voltada prioritariamente para a *produção* de bens e, a partir de meados do século XX, se voltou para o *consumo* desses bens (1998:26). Essa mudança de ênfase acarreta em uma transformação na importância simbólica do ato de consumo na sociedade, se tornando com mais evidência um mecanismo através do qual são expressos "princípios, estilos de vida, ideais, categorias, identidades sociais e projetos coletivos" (Rocha, 2000:19).

> Uma dona de casa chega com suas compras em casa: algumas coisas são reservadas para os cuidados da casa, outras para o pai, outras para as crianças; outras são destinadas para desfrute especial de seus convidados. Quem ela convida para ir à sua casa, quais partes da casa ela disponibiliza para estranhos, com que freqüência e o que ela oferece para beber, para comer, para conversar, para ouvir música, essas escolhas expressam e geram cultura em um sentido geral (Douglas e Isherwood, 1996:37).

Por outro lado, os significados dos bens, sua importância e o desejo de consumi-los devem ser compartilhados pela sociedade. Esta dona de casa pode, por exemplo, oferecer uísque a seus convidados e ambientar esse encontro com um disco de jazz como sinal de distinção e de prestígio, mas o significado desses sinais só terá a eficiência desejada se os convidados forem capazes de interpretar que uísque e jazz são bens de consumo valorizados. Para que este processo se realize satisfatoriamente o sistema simbólico do consumo deve passar por uma ordenação que possibilite sua apropriação e seu uso.

> O consumo é uma prática que só se torna possível sustentada por um sistema classificatório onde objetos, produtos, serviços são parte de um jogo de organização coletiva da visão de mundo na qual coisas e pessoas em rebatimento recíproco instauram a significação (Rocha, 2000:19).

Em outras palavras, é necessário nomear as "coisas" que serão consumidas para que sejam observadas determinadas semelhanças entre elas e elaborados critérios de hierarquização que irão compor um sistema simbólico. Ao nomear, definimos uma qualidade para um objeto, uma vez que elegemos elementos que o caracterizam. Sendo assim, este objeto passa a pertencer a uma categoria de classificação que inclui outros objetos com as mesmas características.

Vamos analisar de perto, por exemplo, o objeto "sabonete", cuja metáfora tem sido amplamente utilizada por profissionais da indústria fonográfica. Derivado do substantivo sabão, o sabonete se define basicamente a partir do reconhecimento de seu uso e sua forma. De acordo com o Dicionário Houaiss, trata-se de um "sabão fino e aromatizado, geralmente em formato retangular, quadrado ou em bola, usado na higiene corporal". Sabemos que o sabonete pertence à classe dos produtos de higiene corporal e se distingue da escova de dente, do xampu e do creme de barbear exatamente por seu uso. O sabonete não é para lavar louça ou roupa. Neste critério de classificação, outras características do objeto como, por exemplo, sua cor, foram desprezados, tendo sido eleito o *uso* do objeto (mais do que a forma, que pode variar) como elemento distintivo entre o sabonete e os outros tipos de sabão. Ao definir este critério, fica estabelecida claramente a idéia sobre o que é um sabonete, que se diferencia de outros tipos de sabão e de outros produtos de higiene corporal.

> Conhecer aquilo que pertence propriamente a um indivíduo é ter diante de si a classificação ou a possibilidade de classificar o conjunto dos outros. A identidade e aquilo que a marca se definem pelo resíduo das diferenças. Um animal ou uma planta não é aquilo que é indicado – ou traído – pelo estigma que se descobre impresso nele; é aquilo que os outros não são, só existe em si mesmo no limite daquilo que dele se distingue (Foucault, 2002:200).

Os sistemas de classificação utilizados pelos vários grupos sociais para dividir e organizar seus bens e suas práticas culturais são resultado de um embate onde critérios e julgamentos estão continuamente em disputa. Classificar significa realizar uma escolha, elegendo esses critérios e nomeando as categorias. Ao mesmo tempo, as classificações fazem referência à totalidade do universo classificado através da negação do pertencimento a outras categorias. Um sabonete não é um sabão em pó, nem um detergente, apesar de poder se assemelhar a esses outros objetos.

Trata-se de uma operação de inclusão e exclusão, com base em uma análise *comparativa* de graus de semelhanças e diferenças entre elementos comuns, relacionadas aos critérios de definição escolhidos. A partir das semelhanças encontradas entre eles, as unidades do

conjunto são agrupadas e nomeadas, passando a valer como uma categoria do sistema classificatório. O sabonete líquido é um caso interessante. Apesar de não apresentar forma retangular, em bola ou quadrada, se encaixa na categoria sabonete pois deve ser utilizado para higiene corporal. Sua semelhança física com outros tipos de sabonete é pequena mas, no entanto, pelo critério de classificação adotado, está incluído na categoria pelo *uso* que dele deve ser feito.

Assim como os produtos de higiene corporal, os carros, eletrodomésticos, alimento e vestuário, as músicas disponibilizadas para consumo também são classificadas a partir de critérios específicos, quer por sua vez são elaborados através de comparações e identificações de semelhanças e diferenças umas com as outras. Como afirma Morin, "a canção é o mais cotidiano dos objetos de consumo. Para este ou aquele indivíduo que tem seu rádio ligado, que ouve sua radiola, que coloca sua moeda no *juke box* de um bar, há um banho musical contínuo" (1973:150). As categorias de classificação musical trazem informações sobre as representações envolvidas na prática de determinado tipo de música, orientando o consumo desta ou daquela canção, grupo, artista ou gênero. Seja através da audição de uma estação de rádio, de um disco, de um programa de televisão, ou em festas, shows, boates, feiras, saraus, no teatro ou no cinema, ouvir música significa participar de um "sistema simbólico" e associar-se a determinadas representações.

De acordo com o musicólogo Franco Fabbri, as atividades relacionadas ao consumo de música (pensar sobre música, falar sobre música, fazer música, ouvir música, dançar, etc.) "implicam referência a uma taxionomia mais ou menos detalhada" (Fabbri, 1999:1). Essa taxionomia está representada, principalmente, na divisão do universo musical em gêneros, que orientam o consumo e as expectativas dos consumidores, estabelecendo distinções entre as diferentes experiências musicais. Os gêneros são, portanto, as principais categorias classificatórias que organizam o universo musical. Ir, por exemplo, a um "show de rock" ou a uma "roda de samba" são atividades sociais que envolvem uma certa gama de valores agregados às músicas conhecidas como "samba" e "rock". O processo de identificação com as simbologias características dos gêneros musicais passa pelo reconhecimento dos elementos específicos de cada uma dessas práticas e também com os usos que cada uma dessas músicas demandam.

Um gênero musical é "um conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é governado por um conjunto definido de regras socialmente aceitas" (Fabbri, 1980:52). As "regras de gêneros" são eixos de comparação entre os gêneros que demarcam as fronteiras,

comparando elementos. Um determinado conjunto de elementos, por sua recorrência no repertório musical, se torna característico de sua prática e passa a habitar as memórias musicais individuais e coletivas da população categorizado enquanto tal. Nesse sentido, determinados elementos musicais – musemas – estão umbilicalmente associados a certos gêneros, definindo-os. A sonoridade do cavaquinho é um exemplo. Amplamente utilizado no choro e no samba, o instrumento tornou-se símbolo característico desses gêneros.

Consolidadas nos gêneros sedimentados no mercado, essas características intrínsecas formam uma espécie de modelo referencial, que define a noção exata de *como* é um gênero e qual é o seu perfil estético. O modelo ideal de um gênero não é uma canção dada, mas uma espécie de coleção de elementos característicos que, ao serem utilizados em conjunto ou isoladamente, produzem uma rápida e direta associação com seu ambiente simbólico. A partir do reconhecimento desses elementos, a experiência musical é comparada com outras, com os modelos existentes e, desse jogo de semelhanças e diferenças, ela pode ser categorizada para ser vivenciada efetivamente enquanto consumo. Para Martín-Barbero, o gênero não é somente uma "qualidade da narrativa", mas um mecanismo de onde se obtém o reconhecimento e, a partir dele, uma chave de "decifração do sentido" (2001:211). "Samba" e "rock" são, portanto, demarcadores de hábitos de consumo, cujos códigos e convenções são reconhecidos pela coletividade funcionando como uma espécie de "porta de entrada" para a construção de sentidos e identidades musicais.

Convém salientar que a divisão do universo musical em categorias classificatórias envolve uma distinção entre elas. Para Jedder Janotti, "é mais fácil reconhecer um gênero por afirmações que definem o que ele não é do que pela descrição precisa de suas fronteiras" (2003:20). Na verdade, ao comparar e demarcar fronteiras, define-se um grau de proximidade que uma música dada tem em relação a um modelo ideal consagrado de determinado gênero e, *ao mesmo tempo*, identifica-se elementos que negam este modelo ou que representam diálogos e intercâmbios com modelos de outros gêneros.

É fato que, nesse jogo de comparações estéticas, instaura-se um quadro de valoração distinguindo gêneros e praticantes desta ou daquela música. Isto porque nem todas as categorias musicais gozam do mesmo prestígio num determinado contexto social, o que significa que cada gênero tem uma posição hierárquica no conjunto das músicas que circulam pela sociedade. Uma vez que os gêneros funcionam como vetores de identificação social, a classificação mercadológica do universo musical envolve uma disputa por legitimidade entre os grupos que praticam um gênero dado. Sendo assim, os critérios de

classificação desta ou daquela categoria musical estão continuamente em negociação e sendo disputados em debates muitas vezes acalorados. A classificação sempre envolve uma valoração comparativa e, como os elementos característicos são intercambiáveis, esses conflitos em torno dos gêneros estão eternamente na ordem do dia.

Vale destacar ainda que os critérios de classificação devem ser compartilhados pelos indivíduos para que haja o reconhecimento da categoria à uma música se inclui. Isto é, para classificar uma música como "sertaneja", é necessário que o conjunto de elementos que caracterizam o modelo ideal dessa categoria seja conhecido pela população envolvida com essa classificação, caso contrário o gênero não se define e nem pode funcionar como chave de sentido. Nesse sentido, o mercado de música se torna um eixo fundamental para a sedimentação e reverberação do quadro classificatório. Uma vez que as músicas populares são produzidas e divulgadas através de uma articulação empresarial feita principalmente entre gravadoras e rádios, essas duas instâncias constituem espaços privilegiados para a fixação de uma classificação. As músicas, discos e artistas, ao se transformarem em produto são divulgados no mercado em uma categoria de classificação, que determina não só um público-alvo prioritário para seu consumo, mas também as estratégias de divulgação e comercialização empregadas. Os gêneros passam a ser, então, categorias mercadológicas que organizam, orientam e promovem todas as atividades concretas e simbólicas que caracterizam o consumo de música[13].

É claro que as categorias não são estáticas e que, eventualmente, as características de um gênero podem ser alteradas, abrindo espaço para surgimento de novas sub-categorias e até mesmo de redefinições no universo classificatório.

> Um novo gênero não nasce num espaço vazio, mas em um sistema musical já estruturado. Por isso, uma parte considerável das regras que definem um gênero é comum a outros gêneros já existentes no sistema, sendo relativamente poucas as regras aquelas que individualizam o novo gênero. Nesse contexto, é compreensível que um conjunto de regras característico é formado a partir da codificação de elementos que no início eram apenas transgressões de regras de outros gêneros (Fabbri, 1982:60).

A partir de contínuas transgressões e intercâmbios, a definição dos gêneros vai se alterando e há a possibilidade de invenção de novos gêneros ou de subdivisões estilísticas no interior de

[13] Em um estudo de caso realizado numa importante loja de discos da cidade do Rio de Janeiro, pude constatar que as divisões dos produtos nas prateleiras incluem classificações não-musicais como "lançamentos" e "cantores(as) nacionais" ou "internacionais". No entanto, essas categorias – eventualmente úteis na organização da loja de disco – não correspondem a uma classificação simbólica relevante no consumo de música, que opera principalmente através dos gêneros (ver Trotta, 2005).

cada categoria classificatória. Alguns gêneros consagrados no mercado musical demarcam suas fronteiras através da valorização de seus elementos característicos em seu repertório. Trata-se de uma estratégia de sedimentação da categoria e da afirmação de critérios que a definem. Neste caso, observa-se uma disputa em torno das possíveis transgressões de um gênero dado, manifestado em frases do tipo: "Ah, isso não é samba!" ou "Jazz mesmo é outra coisa!" A não-inclusão de uma canção dada em um gênero legitimado é um dos aspectos da valoração simbólica das classificações musicais e um eixo de uma disputa pelo poder de determinar os critérios e definir o pertencimento à categoria. Veremos mais adiante neste trabalho de que forma essas disputas permeiam a trajetória do samba no mercado de música a partir da década de 1990.

Na definição dos gêneros musicais há sempre uma zona imprecisa, onde os critérios de classificação parecem ser mais fluidos e por isso mais propensos a discussões e transgressões. Isso ocorre porque nem todos os elementos característicos de um gênero musical atuam com o mesmo grau de importância em sua determinação. Uma vez que a classificação é feita a partir de comparações entre músicas e, ao mesmo tempo, entre uma música dada e um modelo referencial, determinados elementos podem se firmar como mais característicos de um determinado gênero do que outros. Estes elementos determinam com mais eficácia a classificação de uma canção como pertencente ou não a uma categoria musical e norteiam a comparação e a identificação de semelhanças com o modelo.

Capítulo 2

O SAMBA NO MERCADO:
a construção de um paradoxo

2.1 - A categoria "samba": sonoridade e padrão polirrítmico

Na música popular, as classificações dos gêneros musicais são feitas através de determinados estilos de voz, combinações de instrumentos, levadas, acompanhamentos, temática das letras, relação melodia-letra-harmonia, clichês, e mais uma grande diversidade de fatores que colaboram para a caracterização de um determinado gênero musical. Dentre todos esses elementos, podemos afirmar que dois aspectos são facilmente identificáveis na classificação de um gênero: a sonoridade e o ritmo.

A sonoridade é o resultado de combinações instrumentais (e eventualmente vocais) que, por sua recorrência em uma determinada prática musical, se transforma em elemento identificador. Falamos em "baixo, guitarra e bateria" e imediatamente pensamos na estética musical do rock. Visualizamos um trio de instrumentistas – em silêncio – portando sanfona, triângulo e zabumba e esperamos a execução de um coco, uma embolada ou um baião. Analogamente, ninguém espera que um quarteto de cordas (2 violinos, viola e violoncelo) vá tocar um reggae, um frevo ou um blues. Cada formação instrumental evoca um determinado ambiente musical, servindo como elemento característico de sua prática. Obviamente, as fronteiras entre sonoridades estão continuamente sendo transpostas através de influências e intercâmbios entre as diversas músicas que circulam pela sociedade. Também deve-se registrar que a criatividade dos músicos, produtores, compositores, arranjadores e de todos aqueles envolvidos com o fazer musical está a todo instante quebrando essas rígidas demarcações e tocando forró com guitarra, baixo e bateria; frevo com quarteto de cordas e samba com sanfona e zabumba. Ainda assim, não podemos negar que as sonoridades características *existem* e que são elementos que ajudam a reconhecer um determinado gênero musical, favorecendo ou não a identificação das pessoas com seu ambiente simbólico.

Nas primeiras décadas do século XX o samba se fixou enquanto gênero musical e categoria de classificação do mercado de música. Nesta época, a aproximação entre sambistas e músicos de choro da cidade do Rio de Janeiro, que freqüentavam os mesmos espaços e eventos musicais, fez com que se moldasse também uma sonoridade básica para o acompanhamento instrumental do samba: pandeiro, tamborim, surdo, cuíca, flauta, cavaquinho e violão. O ambiente das rodas de samba era o espaço por excelência dessa prática e, a esses instrumentos

eventualmente se somavam chocalhos, “prato e faca”, “caixas de fósforos”, “chapéus”, “latas” e toda uma infinidade de objetos percussivos que poderiam se transformar em instrumentos. Contudo, essa sonoridade pouco aparecia nos discos de samba. Na fase mecânica das gravações, e mesmo após o início das gravações elétricas, em 1928, os sambas eram gravados com acompanhamento de orquestras ou mesmo de grupos instrumentais variados, que quase sempre incluíam naipes de sopros (flauta, clarinete e trombone são os preferidos) e uma percussão discreta. Progressivamente, a importância da percussão foi aumentando na sonoridade dos discos, mas a ênfase do acompanhamento era dada em maior grau aos instrumentos melódicos e harmônicos.

É somente a partir do final da década de 1960 que a sonoridade do samba aparece de forma prioritária nos discos dedicados ao gênero. Pandeiro, agogô e tamborim, além do surdo de marcação, passam a ocupar um papel de maior importância nas gravações; o cavaquinho chega “pra frente” na mixagem e, ao mesmo tempo, os violões se encarregam de fixar o ritmo, a harmonia e a condução do baixo [CD ANEXO: faixa 1]. É claro que essa opção derivava também de uma sensível melhoria nos equipamentos técnicos de gravação, com o advento das gravações multi-pista e a popularização do hi-fi, microfones e aparelhos sonoros de “alta fidelidade” que conferiam um timbre bastante próximo ao real a instrumentos de difícil microfonação como o violão e os naipes de percussão. Os recursos técnicos permitiam maior controle na mixagem, etapa da gravação no qual são determinados os volumes dos instrumentos e as relações de timbre e espacialização do estéreo (distribuição dos instrumentos nas caixas de som).

O aumento da importância da percussão nas mixagens implica na reprodução de uma grande complexidade rítmica, na qual as polirritmias entre os instrumentos ficaram mais audíveis. Na percussão do samba, cada instrumento é responsável pela execução de um padrão rítmico relativamente constante, e a combinação de diversos padrões diferentes resulta em um intrincado jogo de timbres e acentos. Esses padrões rítmicos de certa forma conflitantes conferem à sua execução uma certa confusão, uma certa “sujeira”, que por sua vez caracteriza o ambiente e a sonoridade da “batucada”. Na roda, durante a batucada, os instrumentistas têm liberdade para fazer variações e improvisos à vontade, o que muitas vezes incorre em sobreposição de ataques e padrões rítmicos.

É interessante reparar que, nas gravações das décadas de 1960 e principalmente nos anos 1970, há uma explícita intenção de transpor para o ambiente do estúdio a informalidade das rodas de samba caseiras, que é representada não só no aumento da importância da polirritmia da batucada, mas também através de diálogos descompromissados entre os cantores, músicos

e a inclusão deliberada de barulhos diversos. Deve-se destacar que este artifício é utilizado com maior freqüência nos discos de sambistas ligados às Escolas de Samba, que nesta época passam a atuar no mercado de música. Em 1974, no primeiro LP de Cartola, podemos ouvir este recurso na música *Alegria*, de sua autoria. A gravação começa com barulhos de conversas, um ataque de surdo, um acorde displicente no violão até que se ouve uma voz sugerindo: "Cartola, manda aquele teu samba Alegria!" E ele responde: "É verdade, me lembrei, vou cantar esse samba!" Após esse curto diálogo, o cavaquinho ataca um acorde para dar o tom e Cartola inicia a melodia enquanto os outros instrumentos vão entrando aleatoriamente. A idéia que passa é que o samba está sendo "puxado" na hora, sem combinação prévia, exatamente como ocorre nas rodas. Mais emblemática ainda é a gravação de *Gamação*, de Candeia (WEA, 1978), que se inicia com barulhos de garrafas, copos, risos, e conversas simultâneas durante 32 segundos. Algumas frases aparecem bem claras, evidenciando o local de onde parte a gravação: a roda de samba em um bar. Entre elas podemos destacar:

- "Opa, que ampola, que beleza! Garota gelada!
- Traz um bolinho de bacalhau.
- Deixa um copo pro João de Aquino e pro Toninho.
- Ah o Toninho não vem! Toninho é pastor!
- Quero ouvir um pagode!
- Leva um pagode aí!
- Vou levar um pagode!"

No mesmo ano, Dona Ivone Lara lança seu primeiro disco (Odeon, 1978) e, no início da música *Quando a maré* (Antonio Caetano), ela conversa com o sambista Alcides da Portela. O teor da conversa sugere que os dois acabam de combinar o que vão cantar, conferindo informalidade à gravação:

"Dona Ivone Lara: Mestre Alcides, Malandro Histórico da Portela, dá um tema de um pagode da antiga pra moçada levar agora!
Alcides: Tudo bem Dona Ivone, vamos juntar a rapaziada do Império Serrano e da Portela pra cantar um samba do Mestre Antonio Caetano, *Quando a maré*".

Nesses exemplos, o uso deliberado de barulhos (garrafas, copos, risos e conversas) ouvidas no início das gravações reproduzem o ambiente das rodas, sua informalidade e uma certa "sujeira acústica", que se transforma em sonoridade do próprio arranjo. A informalidade da roda é transposta para o estúdio, conferindo uma aura de autenticidade na gravação, que se manifesta tanto nas polirritmias da percussão e no uso sistemático de cavaquinho, violão e pandeiro, quanto na sujeira dos ruídos vindos "do bar".

Um outro elemento muito utilizado para caracterizar esse ambiente é o coro. O canto coletivo reforça a idéia de compartilhamento dos pensamentos das canções, se aproximando da experiência real das rodas de samba (Trotta, 2001). É no canto que os sentimentos comunitários produzem uma sensação de pertencimento e familiaridade ao ambiente musical do samba. A roda de samba é um evento que envolve a participação dos presentes através do canto, que confere legitimidade coletiva aos significados das canções. No ambiente do estúdio, o coro funciona como representação dessa "energia" coletiva, colaborando para estabelecer um paralelo entre o produto musical gravado e a prática amadora do fundo de quintal.

Durante a década de 1970, essa sonoridade incorpora uma gama cada vez maior de instrumentos e combinações instrumentais, ampliando sua diversidade estética. Paulinho da Viola, Martinho da Vila e Beth Carvalho se associam a arranjadores jovens (Cristóvão Bastos, Rildo Hora) e consagrados (Maestro Gaya) para aprimorar a sonoridade de seus discos. Aos paradigmáticos "cavaco, pandeiro e tamborim" são acrescidos baixo elétrico, bateria, piano, teclados, e praticamente todos os instrumentos de sopro vão aos poucos se revezando nos arranjos dos artistas mais proeminentes do gênero. Nessas gravações, a "sujeira" diminui, valorizando a clareza da condução melódico-harmônica das canções. A polirritmia dos instrumentos de percussão permanece, mas passa por uma espécie de organização, onde, através da mixagem, busca-se valorizar a complementaridade entre eles, dispensando superposição de padrões e variações muito livres executadas pelos instrumentistas. Nos discos, reaparece o arranjo escrito, com melodias e contracantos cuidadosamente elaborados e instrumentação equilibrada. Ao mesmo tempo, a União das Escolas de Samba do Rio de Janeiro passa a produzir anualmente um LP com os sambas-enredo de cada escola, abrindo a possibilidade de gravar a complexa sonoridade da bateria de escolas de samba em estúdio.

Dentre as variadas sonoridades do samba, podemos destacar ainda a novidade do pagode dos anos 1980, que introduziu, através do grupo Fundo de Quintal, o banjo, o tantã e o repique de mão na base percussiva. Esses instrumentos foram, inclusive, destacados como característicos do movimento dos pagodes, conferindo-lhe legitimidade estética e mercadológica (Messeder, 2003:96-102). O Fundo de Quintal recupera a idéia de *sujeira* através do uso do tantã, um instrumento de marcação que realiza contínuas variações rítmicas. Em depoimento a Carlos Alberto Messeder Pereira, o jornalista e crítico musical Tárik de Souza atesta:

> Se você quiser fazer uma coisa assim mais redutora, você pode dizer que o pagode está para o samba assim como o *punk* está para o rock. É uma coisa mais "suja", menos "redonda", menos "aperfeiçoada", menos "depurada". Então o pagode é a voz daquele sujeito que está cantando no terreiro mesmo (Tárik de Souza, citado em Pereira, 2003:92).

Todo esse repertório de variações de sonoridades que permeou a trajetória das gravações de samba – e também das apresentações ao vivo em shows e rodas – derivava basicamente da sonoridade fixada pelos conjuntos de choro do início do século XX. A centralidade do cavaquinho, violão, pandeiro e tamborim como instrumentos de acompanhamento de sambas perpassou todas essas décadas. Mesmo quando artistas, arranjadores e produtores incluíam novos instrumentos e combinações em determinadas gravações, o "ambiente sonoro" estava dado pelo tilintar agudo do cavaco, acompanhado pela condução do pandeiro, o suporte harmônico do violão, com suas "baixarias" e pela guia percussiva do tamborim, responsável pela execução do padrão rítmico básico do samba. Não convém aqui listar as inúmeras variações dessa formação básica ou mesmo enumerar exemplos nos quais essa sonoridade foi evitada. Apenas é necessário registrar que o ambiente simbólico do samba aparece de forma categórica nesses instrumentos, que guardam em si mesmos a própria representação da sonoridade do samba, se tornando um critério para a própria identificação do gênero. A importância desta sonoridade para a existência e para o reconhecimento do samba é ratificada de forma clara e contundente nos versos iniciais do samba *Sem cavaco não*, de Dona Ivone Lara e Mano Décio, gravado pela sambista no disco *Sambão 70*, produzido por Sargentelli em 1970:

Samba sem cavaquinho não é samba
Tem que ter pandeiro e um violão
Geme a cuíca baixinho, surdo na marcação
Nos acordes de um violão
A gente vibra de tanta emoção

Apesar da sonoridade estabelecer uma associação direta entre uma música dada e o modelo ideal de cada categoria, estruturando-se como forte elemento de identificação da mesma, o mais importante critério para a definição de uma categoria dada é o ritmo.

Todos compartilhamos no senso comum o significado do vocábulo ritmo. Ainda assim, convém esmiuçar alguns detalhes de sua definição. Segundo o Dicionário de Música Grove, o ritmo é "a subdivisão de um período de tempo em seções perceptíveis, o grupamento de sons musicais, principalmente por meio de durações e acentos" (1980:804). Nesta definição, ressaltam dois aspectos do ritmo: a segmentação do tempo e a idéia de acentuação. A

segmentação de um espaço de tempo é feita através dos acentos, que se configuram como norteadores dos referenciais rítmicos de uma experiência musical.

> Quando os sons se sucedem, tendem a se organizar, ou tendemos a lê-los, em períodos recorrentes, através de certos retornos similares. O ritmo é a forma do movimento, ou a forma em movimento, que a música dá a perceber geralmente através de um pulso, um certo batimento regular e periódico (muitas vezes apenas implícito), que serve de base a variações de motivos longos e curtos rebatidos em tempos e contratempos. Esse rebatimento pulsante depende das acentuações, dos pontos tônicos e átonos dançando o tempo, variações sutis de intensidade que definem o seu perfil e seu fluxo (Wisnik, 1999:66).

O pulso contínuo define o que chamamos de métrica, isto é, uma seqüência de ataques regulares agrupados a partir de acentos também regulares. É esse pulso que nos permite bater o pé enquanto ouvimos uma canção mais acelerada ou fazer movimentos repetidos em academias de ginástica. No samba, assim como na maioria das músicas populares desenvolvidas em solo brasileiro, a métrica é composta de dois pulsos, um acentuado e o seguinte não acentuado, que ocorrem sucessivamente, configurando o que chamamos de "compasso binário". O princípio ordenador da métrica do compasso é fundamental para a inteligibilidade musical, pois a sua recorrência constrói no ouvinte uma expectativa de continuidade e orienta a percepção corporal da música.

No entanto, a métrica não é o ritmo. Este vai se desenvolver *sobre* a métrica, através de articulações sonoras que irão realizar variações em torno do pulso regular do compasso. Um desenho rítmico é composto de sons musicais articulados que ora coincidem com o pulso, ora ocorrem nos intervalos entre eles, gerando interesse e deslocamento. A recorrência de um mesmo desenho rítmico – diferente da métrica do compasso – forma um padrão regular que, por sua vez, irá caracterizar um determinado gênero musical e fornecer elementos musicais e simbólicos para que uma música seja classificada como pertencente àquela categoria.

Desta forma, o reconhecimento psico-acústico de um determinado padrão rítmico previamente classificado fornece um "ambiente" simbólico que determina a qualidade da experiência musical. Em seu livro *Feitiço decente*, o etnomusicólogo Carlos Sandroni concorda que o ritmo – e mais especificamente a "batida" – é o principal elemento de distinção que demarca as classificações dos gêneros musicais.

> Quando escutamos uma canção, a melodia, a letra ou o estilo do cantor permitem classificá-la num gênero dado. Mas antes mesmo que tudo isso chegue aos nossos ouvidos, tal classificação já terá sido feita graças à batida que, precedendo o canto, nos fez mergulhar no sentido da canção e a ela literalmente *deu o tom* (Sandroni, 2001:14).

Quando se afirma que o ritmo (a "batida") é um elemento que permite a classificação de um determinado gênero musical, estamos nos referindo a seqüências rítmicas que se repetem e configuram um padrão para aquele gênero. Neste sentido, o reconhecimento de um padrão rítmico regular em uma canção pode fazer com que, através de comparações e identificação de semelhanças, este seja associado ao modelo referencial de um gênero musical, e, desta forma, a canção possa ser classificada como pertencente àquela categoria.

O padrão rítmico característico do samba tem como marca principal um forte componente de deslocamento em relação à métrica do compasso binário. Na literatura sobre samba, este elemento costuma ser erroneamente nomeado como "síncope". Muito utilizado em textos acadêmicos e em discussões informais sobre o gênero, a noção de síncope deriva da teoria musical de tradição clássico-romântica européia e define, a rigor, um "deslocamento do acento de um tempo ou parte dele para antes ou depois do tempo ou da parte dele que deveria ser naturalmente acentuada" (Dourado, 2004:105). Trata-se, portanto, de um elemento de contraste, de surpresa e desvio da norma rítmica regular presente nesta tradição musical. A sua presença recorrente em práticas musicais nas Américas é atribuída à influência da música africana, cujo referencial rítmico seria mais "sincopado".

> Mas o que é interessante no caso brasileiro é que o sistema rítmico clássico europeu, do qual faz parte, a música escrita, inclusive a música popular escrita, vem a ser questionado em seu contato com as práticas musicais afro-brasileiras. O que, no caso europeu, era permitido apenas como desvio em relação a uma norma – desvio tolerado, desvio mesmo procurado como elemento de variação, mas sempre desvio – passa a ser em certa medida praticado como norma, mesmo por músicos cuja formação acadêmica se dera nos parâmetros clássicos. Mas a síncope reiterada e elevada a norma muda de sentido, configurando um outro sistema que não é mais africano nem puramente europeu, no qual a noção acadêmica de síncope perde a razão de ser (Sandroni, 2001:27).

Uma vez que o conceito de síncope já não corresponde às necessidades interpretativas das práticas musicais populares brasileiras, Sandroni retoma a relação entre ritmo e métrica para sugerir a adoção dos termos *cometricidade* e *contrametricidade*. Cunhados pelo etnomusicólogo Mieczyslaw Kolinsky a partir de estudos sobre a música africana, os termos fazem referência a estruturas rítmicas com maior ou menor grau de coincidência com a métrica dos compassos.

> Vê-se que a primeira vantagem dos termos de Kolinsky é o seu caráter neutro: nem co- nem contra-metricidade seriam *a priori* mais normais ou regulares que a outra. Ora na teoria clássica ocidental palavras como "síncope" e "contratempo" expressam casos de contrametricidade, ao passo que casos opostos não deram origem a termos técnicos comparáveis. Isso demonstra mais uma vez que estes são considerados procedimento normal, que dispensa menção, enquanto aquele seria exceção (idem:22).

No samba e em várias outras práticas musicais das Américas, o padrão recorrente, responsável por demarcar sua classificação, frustra mais do que se apóia na métrica estabelecida. É, portanto, essencialmente contramétrico. A partir da década de 1930, sambistas do Largo do Estácio, no Rio de Janeiro, desenvolveram e fixaram, através de suas músicas veiculadas nacionalmente pela indústria do disco e pelas rádios, o padrão rítmico característico do samba. Este padrão, baseado em uma série de ataques percutidos em dois compassos se tornou referência para o gênero e foi, por isso, batizado por Sandroni de "paradigma do Estácio" [CD ANEXO: faixa 2].

O mesmo ciclo rítmico foi encontrado nos estudos de Samuel Araújo e Kazadi-wa Mukuna em seus estudos sobre samba, e pode ser verificado em diversas gravações de samba após a década de 1930. Nas baterias de escolas de samba, este padrão é executado pelos tamborins e sua importância pode ser medida pela preocupação dos diretores de bateria em aprimorar ao máximo sua execução nos ensaios (Araújo, 1992:147). Uma das principais características deste padrão é a alternância entre uma nota antecipada no início de um compasso e o ataque cométrico (em linguagem de músicos: "na cabeça") do compasso seguinte, estabelecendo um contínuo reafirmar e subverter a métrica do compasso[14].

É fato que o *paradigma do Estácio* é o ritmo característico do samba. Além do livro de Sandroni, qualquer experiência musical em torno do gênero pode confirmar isso com facilidade. Esse padrão é reconhecido por qualquer músico como característico do gênero e

[14] A posição dos ataques antecipados e "na cabeça" definem, segundo Mukuna, a divisão do ciclo rítmico em duas partes, que se iniciam nesses ataques acentuados. Se considerarmos a unidade mínima de subdivisão, o ciclo todo tem 16 ataques, sendo dividido irregularmente em uma parte de 7 e a outra de 9 (Mukuna, 2000:104). Essa irregularidade corresponde ao conceito de *imparidade rítmica*, cunhado por Simha Arom, que define a divisão em grupos *ímpares* de uma totalidade rítmica *par*. Essa imparidade estaria presente em várias práticas musicais africanas (sobre essa discussão, ver: Sandroni, 2001:24).

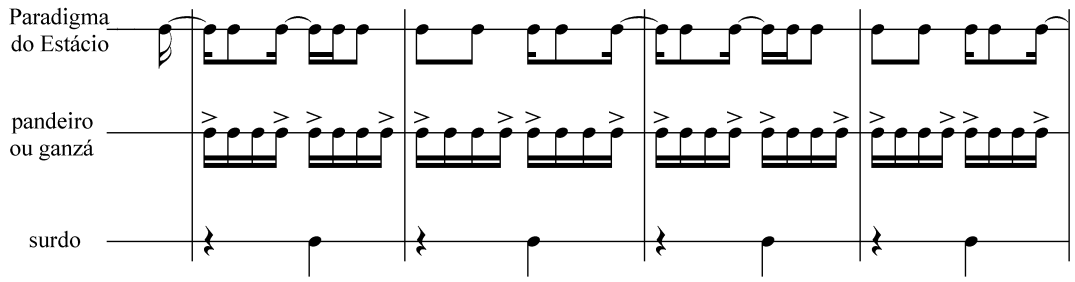
sua simples execução produz imediatamente uma identificação notória com o samba e suas simbologias. Vale destacar que o "paradigma" aparece não só como fórmula básica de acompanhamento mas também como referência prioritária para a estruturação rítmica das melodias, contracantos e na "levada" dos instrumentos de cordas dedilhadas. Porém, no que tange especificamente o acompanhamento percussivo, há um outro aspecto do ritmo do samba não elaborado por Sandroni que é a polirritmia de seu padrão básico.

A polirritmia do acompanhamento do samba se faz presente e se torna um elemento importante na definição da categoria através da execução simultânea, além do *paradigma do Estácio*, da marcação do surdo no segundo tempo de cada compasso e da continuidade do pandeiro. Na métrica regular do compasso binário, o primeiro tempo é considerado um tempo forte, no qual os apoios melódicos e harmônicos repousam. Sendo assim, os apoios rítmicos graves são esperados nestes tempos, reforçando a importância estrutural do primeiro tempo na organização das sensações rítmicas do compasso. No samba, essa relação se inverte com o ataque do surdo não no primeiro, mas no segundo tempo de cada compasso, ou seja, no tempo "fraco".

Apesar de cométrico, o desenho rítmico do surdo produz um deslocamento da sensação de repouso rítmico que não é acompanhada pelo padrão do tamborim e nem pela relação melódico-harmônica das canções. Desta forma, a articulação do surdo no segundo tempo representa uma certa transgressão da estrutura rítmica esperada, deslocando o apoio. Há ainda um terceiro elemento rítmico que compõe a gama de referências da prática do samba que se mostra extremamente importante para a compreensão do gênero enquanto tal. Trata-se de um elemento de continuidade, normalmente executado pelo pandeiro, pelo contratempo da bateria ou ainda por algum tipo de ganzá ou chocalho. A continuidade do samba é garantida pela articulação incessante deste elemento durante todo o ciclo, que acaba se tornando característico.

Mesmo sem negar a centralidade da batida básica do samba encontrada nos estudos de Mukuna, Araújo e Sandroni, entre outros, é possível afirmar que o ritmo característico do samba é composto não apenas por um modelo de articulações de acentos, mas por uma série de relações rítmicas entre padrões simultâneos. Sendo assim, o reconhecimento do ritmo do samba não se dá somente a partir de um padrão rítmico, mas de um padrão *polirrítmico*, caracterizado pelo ataque do surdo no segundo tempo do compasso, pela continuidade do pandeiro e a execução contínua (e variada), em vários instrumentos, da batida do *paradigma do Estácio*, simultaneamente [CD ANEXO: faixas 3 e 4].

PADRÃO POLIRRÍTMICO DO SAMBA



É essa organização temporal sincrônica e contínua que se fixa como modelo referencial para classificação do samba. Segundo Muniz Sodré o ritmo é uma forma temporal que resulta

> da arte de combinar as durações (o tempo capturado) segundo convenções determinadas. Enquanto maneiras de pensar a duração, o ritmo musical implica uma forma de inteligibilidade do mundo, capaz de levar o indivíduo a sentir, constituindo o tempo, como se constitui a consciência (Sodré, 1998:19).

O padrão polirrítmico do samba elaborado a partir da década de 1930 representa uma forma de pensamento temporal compartilhada por uma certa coletividade, consideravelmente ampliada no contexto urbano capitalista. Tendo sido criado em um contexto ainda muito influenciado pela secular história da escravidão dos negros no Basil, o gênero permaneceu associado às práticas musicais das populações de baixa renda, sobretudo formadas por ex-escravos e seus descendentes. A sedimentação deste padrão como modelo para reconhecimento do gênero samba "foi um compromisso possível entre as polirritmias afro-brasileiras e a linguagem musical do rádio e do disco" e, ao mesmo tempo, contribuiu para um intercâmbio cultural mais intenso entre as diversas camadas sociais da sociedade brasileira, constituindo uma "nova fase de sua identidade cultural" (Sandroni, 2001:222). No entanto, esse "compromisso possível" está longe de ser livre de contradições.

> Diferente das danças cujos acentos rítmicos são cométricos, essas rítimicas provocam uma espécie de "conflito" estésico auditivo, que se apazigua através do corpo. Para restaurar o equilíbrio de tal provocação nos sentidos ou o indivíduo se rebola, "quebra o corpo", ou participa da "festa" (da performance) tocando um instrumento ou batendo as palmas. Basta o indivíduo ouvir uma música com ritmos contramétricos para que o corpo tome a frente dos ouvidos (Leme, 2003:71).

Sendo assim, a adoção de um padrão contramétrico coloca em evidência no âmbito do mercado uma incorporação de aspectos do fazer musical coletivo, das práticas dançantes, e toda uma série de referências simbólicas estreitamente associada, à época, com as manifestações culturais das senzalas e festas das populações negras. Com isso, a amplificação dessa "forma de inteligibilidade do mundo" para o conjunto da sociedade ocorre em uma arena de profundos embates, produzindo disputas de poder, ânimos acirrados e, ao mesmo tempo, algumas convergências e interferências recíprocas.

2.2 - Origens: o samba negro

Associar música popular e identidades étnicas é uma operação complexa e quase sempre polêmica. Em primeiro lugar porque quando se fala em "música popular" estamos nos referindo a uma prática cultural que resulta de cruzamentos de diferentes experiências individuais, culturais, sociais e musicais, ocorridos no cenário múltiplo das cidades modernas. Soma-se a isso o caráter comercial da música popular, cuja circulação em larga escala envolve uma altíssima diversidade de atores sociais que por sua vez se apropriam dessa música de forma heterogênea. Como aponta José Jorge de Carvalho, o campo da música popular é maior do que o campo das identidades étnicas dessa música, e "isso explica a dificuldade de tentar imputar valor, sentido e marcadores de identidade em canções que, por serem canções populares, são potencialmente endereçadas a todo mundo, apesar das intenções e desejos do autor" (Carvalho, 1992:203). Por outro lado, as diversas apropriações possíveis a partir de uma experiência musical incluem possibilidades múltiplas de identificação que envolvem, em grande parte dos casos, a questão étnica. É indiscutível, por exemplo, que o gênero samba esteve durante todo o século passado e até os dias de hoje estreitamente identificado como uma prática cultivada majoritariamente por negros. Neste caso, a identificação diz respeito às origens do gênero, aparecendo de maneira variada de acordo com a época, os autores e o pensamento de cada momento.

Desde seu surgimento enquanto gênero de música popular urbana, o samba acompanha a trajetória de afirmação social das populações descendentes de escravos e sua luta por melhores condições de vida e trabalho na sociedade brasileira. É claro que a associação entre música e identidade ocorre em diferentes graus e com níveis de intensidade bastante variados. O que vale destacar é que a utilização da música popular como demarcadora de identidades sociais e étnicas traz para essa prática uma acirrada disputa quase sempre recheada de vaidades, preconceitos e estereótipos que caracterizam a arena simbólica dos conflitos sociais. E é nessa disputa que a categoria samba se insere no mercado e no imaginário nacional.

Os pesquisadores são unânimes em afirmar que a gestação do samba ocorreu a partir das práticas culturais das classes mais baixas da população carioca no início do século XX, num momento em que a cidade crescia através de fluxos migratórios internos e externos e tinha sua geografia transformada por reformas que alteraram substantivamente o panorama urbanístico e social da capital. Na virada do século XIX para o XX, o Brasil vivia um período de mudanças significativas. Saía de uma relação de trabalho escravocrata para o trabalho remunerado, da Monarquia para a República, de uma sociedade basicamente rural para a industrialização dos centros urbanos. Nesta mesma época se inicia a implementação de uma "indústria cultural" no país, especializada em divertimentos populares massivos, alavancada pelas novas tecnologias que aportavam na cidade. Todas essas mudanças se refletiam em alterações no comportamento cotidiano da cidade e de seus habitantes. Símbolo do progresso e das novidades modernas, o Rio era o destino preferido de ex-escravos e seus descendentes, oriundos de várias regiões rurais. Vinham para a capital em busca de oportunidades de trabalho que se abriam

> na multiplicidade de ofícios em torno do cais do porto, para alguns na indústria, para os mais fortes e aguerridos na polícia, para os mais claros no funcionalismo, para todos no Exército e na Marinha. Mas muitos ficam à margem: prostitutas, cafetões, malandros. Outros sobrevivem como artistas, em cabarés, teatros de revista, circos e palcos, valendo-se de seu talento aprendido nas festas populares... Muitas atividades seriam recusadas por negros, consideradas aviltantes, as tarefas mais brutas e desagradáveis associadas à humilhação da escravatura. (Moura, 1995:65).

Esse contingente de trabalhadores se instalava em cortiços e casebres na Saúde e, posteriormente (após a grande reforma urbana de Pereira Passos, em 1904), na Cidade Nova e nos morros adjacentes. Nesses espaços, o contato social intenso e as afinidades das dificuldades cotidianas promoviam o que Tinhorão chamou de "verdadeiro laboratório de experiências fragmentadas de usos e costumes de origem rural" (1998:265). Este laboratório em pouco tempo passou a ser liderado pelos negros baianos que, com suas estruturas

familiares matriarcais, formavam um grupo relativamente coeso que compartilhava certas tradições (Moura, 1995:86). A forte religiosidade desse grupo era um elemento agregador importante em torno, principalmente, das famosas "tias baianas", que eram quase todas mães de santo ou figuras de proa nos rituais religiosos, invariavelmente associados à vivência comunitária e ao lazer coletivo. Sendo assim, as "tias" lideravam não só as manifestações religiosas, mas também a organização da família e das festas (Sandroni, 2001:100). Foi esse intercâmbio entre festa e religião que permitiu a adaptação de autos de ciclo natalino típicos dos costumes rurais ao calendário festivo da cidade, apresentados então durante o período de carnaval como "ranchos", que cantavam e dançavam chulas "ao som de violão, viola, cavaquinho, ganzá e prato raspado com faca" (Tinhorão, 1998: 269).

Os ranchos, apresentados na capital com essas características, perderam aos poucos sua religiosidade e foram relançados como ranchos carnavalescos. Ao lado dos ranchos, os rituais de candomblé, jongo, as rodas de batucada, samba e partido-alto eram eventos que funcionavam como fatores de "coesão social" desse grupo heterogêneo predominantemente formado por negros e mulatos (Ulloa, 1998:105). No período do carnaval, esta comunidade marginalizada da população carioca experimentava o seu contato com a sociedade global branca (Sodré, 1998:35).

Numa sociedade ainda profundamente dividida entre negros e brancos, com as várias gradações "mulatas" colaborando para diminuir sem eliminar essa segregação, a estreita identificação de determinadas práticas culturais (ranchos, jongo, candomblé, batuque) com uma parcela étnica e social da população funcionava no plano simbólico como um elemento de contraste e de afirmação de diferenças. Sintomaticamente, é no carnaval onde essas separações pareciam se atenuar mas, na verdade, se cristalizavam. Para Roberto DaMatta,

> o mundo do carnaval é um mundo da conjunção, da licença, do *joking*; vale dizer, o mundo da metáfora. Da união temporária e programada de dois elementos que representam domínios normalmente separados e cujo encontro é um sinal de anormalidade. Os personagens do carnaval não estão relacionados entre si por meio de um eixo hierárquico, mas por simpatia e por um entendimento vindo da trégua que suspende as regras sociais do mundo da plausibilidade, o "universo do quotidiano" (1979:49).

A trégua do encontro carnavalesco, no entanto, opera tanto como uma oportunidade de diálogo quanto como um momento de embate, onde algumas hierarquias da sociedade são evidenciadas e entram em choque. De acordo com o sambista e pesquisador Nei Lopes,

> o samba começa a se estruturar no momento em que os pretos e mestiços pobres dos morros e subúrbios reivindicam seu lugar no carnaval. E a base dessa reivindicação é a criação de seus primeiros blocos, ranchos, 'embaixadas' (depois escolas) de samba, os quais servem também como núcleos de socialização e defesa comunitária (2002).[15]

Nei Lopes é um estudioso da influência africana na cultura brasileira. Toda sua extensa obra – livros, artigos, músicas – é dedicada à valorização desta influência e à denúncia da forma secundária e preconceituosa com que ela é tratada pela sociedade. No campo da música popular, Lopes afirma que "todos os ritmos e gêneros existentes na música popular brasileira de consumo de massa, quando não são reprocessamento de formas estrangeiras, se originam do samba ou são com ele aparentados" (Lopes, 2004:49). Para o autor, o samba é inequivocamente uma música fermentada no seio da população negra a partir de influências diversas, entre as quais aquelas oriundas das culturas africanas se configuram como as mais relevantes. Em seu livro *O negro no Rio de Janeiro e sua tradição musical*, demonstra essa predominância ao enumerar 15 práticas musicais e coreográficas[16] que colaboraram para a formação do samba e do partido-alto neste período, quase todas de origem africana (1992:26-46). A mesma idéia é afirmada no samba *Ao povo em forma de arte*, em parceria com Wilson Moreira, composto para o desfile da Escola de Samba Quilombo em 1978:

Em toda cultura nacional
Na arte e até mesmo na ciência
O modo africano de viver
Exerceu grande influência

A consistente obra de Nei Lopes é uma importante referência nos estudos sobre a cultura dos negros no Brasil e as especificidades das influências africanas na língua, nos cultos, nas festividades e, principalmente, na música. A ênfase quase exclusiva na influência das culturas africanas na formação do samba e da cultura nacional é, contudo, contestada por Hermano Vianna em seu famoso livro *O mistério do samba*, no qual o antropólogo relativiza as afirmações em contrário. Segundo ele,

> o samba não se transformou em música nacional através dos esforços de um grupo social ou étnico específico (o "morro"). Muitos grupos e indivíduos (negros, ciganos, baianos, cariocas, intelectuais, políticos, folcloristas, compositores eruditos, franceses, milionários, poetas – e até mesmo um embaixador norte-americano) participaram, com maior ou menor tenacidade, de sua "fixação" como gênero musical e de sua nacionalização (1995:151).

---

[15] Retirado do texto de apresentação do CD do sambista Walter Alfaiate, lançado em 2002.

[16] São elas: batuque, "baiano", cateretê, coco, capoeira, calango, chula, cantos de trabalho, tirana, batucada, cantigas de roda,desafios de violeiros, samba baiano (de roda), samba paulista (rural) e o lundu (Lopes, 1992:26-46). Em quase todas, as características principais são o canto responsorial, a integração de música e dança e, em algumas delas, o improviso.

A tese de Vianna aponta para a criação do gênero a partir da idéia de miscigenação, que na época (entre as décadas de 1920 e 1940) assumia papel preponderante no pensamento nacional. De fato, a consolidação do samba como gênero-síntese da música brasileira foi um processo protagonizado por diversos atores e somente tornado possível graças a uma espécie de acordo social que buscava neutralizar elementos de confronto, sobretudo no aspecto étnico.

> Transformando as danças binárias européias através das batucadas negras, a música popular emergiu para o mercado, isto é, para a nascente indústria do som e para o rádio, fornecendo material para o carnaval urbano em que um caleidoscópio de classes sociais e raças experimentava a sua mistura num país recentemente saído da escravidão para o modo de produção de mercadorias (Wisnik, 1992:119).

No entanto, não é possível pensar nessa negociação como um momento de eliminação de diferenças e de consenso contínuo. Esse "caleidoscópio" era, na verdade, uma construção que resultava de embates e conflitos, uma vez que o samba e a própria música popular em fase de elaboração não poderia ser entendida como uma "mistura perfeitamente homogênea, em cuja composição interna nenhum grupo seja majoritário, [...] isenta de quaisquer heranças, atavismos e etnicidades" (Sandroni, 2001:115). Para Muniz Sodré,

> a simples situação de classe ou mesmo de cor não basta para explicar o fenômeno, porque nele entram sambas de gente branca como Noel Rosa, Mário Lago, Paulo Vanzolini e muitos outros. Trata-se, na verdade, de uma *posição cultural,* de um lugar em que se inscreve o compositor, não por uma decisão puramente racional ou doutrinária, mas por um impulso especial de sentido, cujo pólo de irradiação se encontra na transitividade cultural das classes economicamente subalternas (Sodré, 1998:45).

Ao classificar o samba como "negro", estamos na verdade atribuindo a este fenômeno uma posição discursiva, que toma corpo a partir da vivência de determinados grupos predominantemente (mas não exclusivamente) negros em um ambiente pouco favorável. Esta posição cultural é vivenciada a partir de dois eixos. Internamente, ela produz um fator de "coesão social" ao funcionar com "núcleo de socialização e defesa comunitária". Constrói-se então uma cultura popular, *liderada* por negros, que incorpora diversos códigos culturais num contexto de marginalização e proletarização que os une (Moura, 1995:87).

Por outro lado, a identidade negra de uma prática musical neste período produz, externamente, uma reação preconceituosa de rejeição muitas vezes violenta. É importante destacar que as teorias racistas que legitimaram a prática da Escravidão ainda estavam muito presentes no imaginário da população nacional. Apesar da voga da teoria da miscigenação, o contato entre as comunidades de baixa renda predominantemente negras e a alta sociedade era feito num ambiente de hostilidade e desconfiança em relação aos negros. Hostilidade que

muitas vezes era direcionada às suas práticas culturais, cercadas de preconceitos e tratadas como inferiores, merecedoras, inclusive, de repressão policial.

> A escalada do samba para obter seu lugar ao sol na galeria dos símbolos nacionais o levou a percorrer territórios minados. Sofrendo nos primeiros tempos com as investidas policiais, que não poupavam a malandragem e a capoeiragem, ele foi achincalhado como "coisa de negros e de vadios". O violão, companheiro das horas certas e incertas, foi desqualificado como "instrumento de capadócios" (Paranhos, 1997).

Mas sempre há brechas. Especialmente no campo da música popular, onde se verifica um grande dinamismo e diversidade. Administra-se o preconceito, a hostilidade, proíbe-se e libera-se e os processos vão ocorrendo a partir das interações e disputas com toda sua complexidade e riqueza. Ao mesmo tempo em que era vilipendiada, a prática do samba tinha entre seus adeptos "intelectuais, políticos, milionários, jornalistas, etc.", além de profissionais de rádios e gravadoras que, aos poucos, colaboravam para diminuir a rejeição e, ao lado dos sambistas negros, mulatos e brancos, forçar a integração do gênero à paisagem sonora da cidade e do país.

> Na realidade, o samba – no seu fazer-se e refazer-se permanente – ia incorporando outra tez e outro tom, quer dizer, outras dicções e tonalidades, imerso num processo simultâneo de relativo "embranquecimento" e "empretecimento" dos grupos e classes sociais que lidavam com ele. Sua prática o conduzia rumo a direções opostas e complementares, tecendo a dialética da unidade dos contrários, tão bem expressa nas contraditórias trocas culturais realizadas entre as classes populares e as classes médias. Abria-se, assim, caminho para a entronização do samba como ícone cultural de toda a nação e não apenas desse ou daquele segmento étnico (Paranhos, 1997).

Será? Na verdade, a construção de uma identidade nacional a partir do samba promoveu o gênero enquanto síntese no âmbito do mercado de música, mas não se sobrepôs às suas potencialidades de identidade étnica. "A música, como catalisadora do imaginário social, constitui-se num fator em torno do qual se configuram identidades coletivas, locais, urbanas, rurais, de bairros, tradicionais, modernas, pós-modernas" (Ulloa, 1998:221). A identidade musical funciona como uma *potencialidade*.

O samba, então, não *é* negro, nem nacional, nem carioca, baiano, urbano, do morro, do carnaval. Ele é um produto cultural que *pode* atuar como deflagrador de uma identidade nacional, negra, carioca, etc. Todas essas formas de identidade são apenas potencialidades, não necessariamente realizadas ou realizáveis. Para que elas sejam evocadas e estabelecidas, é necessário que o sujeito da ação se sinta pertencente a este ou aquele grupo identitário e que utilize o samba para demarcar seu elo de identidade. É preciso que esta música seja empregada como um recurso para dizer quem você é e usada "para interpretar quem as outras

pessoas são ou o que uma comunidade aspira" (Seeger, 1992:3). Nesse instante, a narrativa de identidade a partir da música estará evocando um sentimento de identidade que pode se referir a componentes étnicos, geográficos, sociais ou nacionais. No caso do samba e da grande maioria das músicas populares urbanas, a construção identitária vai se tornando cada vez mais complexa e se adaptando à medida que o samba vai ultrapassando as fronteiras culturais e se tornando parte da cultura nacional, veiculado através do rádio e do disco para a totalidade da população.

Concomitante à popularização do fonógrafo e do rádio, sambistas do Largo do Estácio como Ismael Silva, Bide, Nilton Bastos e Brancura, entre outros, criaram um novo padrão (formal, rítmico, melódico e comercial) para o samba que se disseminou em todos os circuitos musicais, tanto através dos meios tecnológicos quanto através do boca-a-boca, nas rodas de samba. Antonio Caetano, um dos fundadores da Escola de Samba Portela, atesta o pioneirismo desses autores na estruturação do samba "moderno":

> Está certo, pelo seguinte: nós não fazíamos samba, não conhecíamos samba; nós cantávamos os sambas do Estácio porque gostávamos. Eu me lembro dos sambas que se cantavam. Ia-se muito à casa do Seu Napoleão, porque nessa época ele já morava nessa casa grande ali. Era um bom senhor, muito simples, pai do Natalino. E ele ali, parentes dele, bem poucos faziam parte lá na Portela. A irmã dele, D. Benedita, que morava lá embaixo, quando subia pra roça trazia o pessoal do Estácio, que ensinou samba pra gente (citado em Silva e Santos, 1979:46).

A partir da narrativa de Caetano podemos observar que a prática das rodas de samba, neste momento, estava associada a uma convivência íntima entre amigos e parentes. São esses laços afetivos que vão permitir a consolidação do gênero no seio de um conjunto social específico: de moradores de áreas afastadas ("roça") e não urbanizadas ("morros") da cidade. É esse "novo samba" nascido no Largo do Estácio que iria se basear no padrão contramétrico do *paradigma do Estácio* (Sandroni, 2001:32-37) e se nacionalizar através do mercado. Com o novo padrão composicional dos sambas do Estácio, os compositores se destacavam da comunidade e podiam se profissionalizar, comprar e vender sambas, negociar participação em discos e programas de rádio, enfim, atuarem no mercado de música que se estruturava.

2.3 - Uma relação paradoxal

O ambiente comunitário que marcou profundamente a origem do samba no seio da população de baixa renda nos morros e periferias cariocas é até hoje característico de seu imaginário. O convívio cotidiano entre parentes, amigos, compadres e vizinhos se intensificava nos períodos

de festas e tinha como marco o carnaval, com a formação de ranchos, blocos e, posteriormente, das Escolas de Samba. Mais uma vez, são os sambistas do Estácio que, a partir da fundação e estruturação da sua "escola" de samba, a Deixa Falar, estimulam outras localidades a se organizarem em agremiações semelhantes, que lhe seguirão a denominação. Quem confirma essa aproximação é o sambista Cartola:

> A gente desfilava nos domingos de Carnaval na praça Quinze e, às segundas-feiras, o pessoal do Estácio vinha aqui para o morro. Na terça-feira, a Mangueira ia ao Estácio. A amizade era muita. O Estácio era a escola mais velha, não vamos discutir isso. Nós tínhamos assim um certo respeito pelo Estácio. Fora do Carnaval mesmo, o pessoal do Estácio vinha pra cá pro morro cantar samba, qualquer dia da semana. E nós tínhamos respeito a eles como mestres do samba (Cartola, citado em Silva e Oliveira Filho, 1997:46).

A circulação de sambistas entre morros e até lá na "roça" era intensa e colaborava para disseminar o samba no estilo do Estácio por todas as Escolas. Neste momento, as Escolas de Samba se caracterizavam como um espaço social comunitário, familiar, um ambiente amador de encontros, trocas de experiências, reforço de laços afetivos e de "amizade". Desde sua criação e oficialização, o espaço dos terreiros e posteriormente das quadras das Escolas eram o espaço fundamental do que se costuma chamar de "mundo do samba". Como afirma Nei Lopes, esse "mundo" consistia em um "universo à parte, com regras, usos e costumes bastante peculiares".

> Nesse universo, as escolas, surgidas em geral de núcleos familiares que as mantinham e dirigiam, eram as células principais. Por esse tempo, alegorias, fantasias, bandeiras e até boa parte dos instrumentos era de fabricação doméstica; o que realmente contava era a participação comunitária. Diretores faziam "vaquinha" para financiar o carnaval de sua escola até a liberação da verba oficial; instrumentos eram tomados de empréstimo a outras agremiações e mesmo a estabelecimentos de ensino vizinhos; programações eram adiadas em respeito ao luto de famílias ou pessoas ligadas à agremiação ou à comunidade; da mesma forma que a alegria e a sociabilidade desse universo eram expressas em visitas, congraçamentos de todo tipo e, acima de tudo, muita festa (Lopes, 2003:61).

Nos espaços das Escolas ocorriam eventos de samba que percorriam o ano todo, em "qualquer dia da semana", e em pouco tempo elas haviam se tornado os principais núcleos de encontros de sambistas. Nesse sentido, Escolas e rodas funcionavam em simbiose, movidas pelo congraçamento festivo entre pares e compartilhamento de músicas, idéias, valores, códigos, e visões de mundo.

A roda de samba é um evento no qual as pessoas se relacionam, cantam, dançam, tocam, bebem, comem e paqueram a partir da experiência musical e de suas simbologias. Por isso, é

um evento social que permite intensas trocas e negociações culturais e no qual as estratégias de construção de identidades estão relacionadas à prática musical coletiva. Percebe-se nas várias rodas de samba um sentimento compartilhado de intimidade e reciprocidade que favorece ao acolhimento e à integração entre os participantes. O pesquisador Alejandro Ulloa, relatando uma experiência de seu trabalho de campo em seu livro *Pagode, a festa do samba no Rio de Janeiro e nas Américas,* já nos anos 1990, atesta:

> Em todos os pagodes[17] presenciei o mesmo espírito descontraído dos participantes; em todos eles senti que o samba convoca o encontro de amigos, familiares e até desconhecidos (como eu), que acendem ao ritual urbano como pagodeiros consuetudinários ou como esporádicos visitantes. Em todos eles senti que, além da música e do papo informal, pude compartilhar por momentos a ilusão de sermos iguais (1998:90).

Carlos Alberto Messeder Pereira faz coro à percepção de Ulloa ao afirmar que o ritual da roda é um momento de "de reforço de laços de identidade e de reciprocidade, encontro de iguais e, ao mesmo tempo, *locus* de trocas com outros grupos sociais" (Pereira, 2003: 96). Para o jornalista Roberto M. Moura, em seu apaixonado *No princípio, era a roda*, o ambiente da roda é percebido pelos sambistas como um espaço familiar. Moura utiliza em seu trabalho os conceitos de "casa" e "rua" de Roberto DaMatta para explicar a familiaridade do samba com as rodas. Segundo ele, o clima amador das rodas é a "casa" dos sambistas, que pode ser erguida em diversos lugares físicos (Moura, 2004). Desde a criação das Escolas de Samba, contudo, é principalmente no espaço de seus terreiros e quadras que as rodas irão ocorrer.

Por outro lado, simultaneamente, alguns sambistas começam a freqüentar o mundo dos discos, os corredores das gravadoras e estúdios de programas de rádios, fornecendo sambas para apresentações de cantores profissionais consagrados. Aos poucos, o espaço aberto e coletivo das rodas improvisadas passa a ser ocupado por um compositor individualizado, autor de seus sambas e beneficiário dos eventuais lucros da composição. De acordo com Muniz Sodré, essa individualização transforma a música *folclórica*, de "produção e uso coletivos", em *música popular* (Sodré, 1998:41). É nesse momento que, ainda de forma incipiente, o samba se

[17] Os termos "samba" e "pagode" são utilizados historicamente para fazer referência ao evento da roda. É somente a partir dos anos 1980 que o segundo passou a significar um determinado movimento musical. Na última década do século XX, como veremos, o termo "pagode" ficou associado pejorativamente à prática musical de alguns grupos de samba que obtiveram grande sucesso no mercado de música. Não é esse, evidentemente, o sentido que Ulloa dá ao utilizar o termo *pagode*. Nesse contexto, o vocábulo é sinônimo de "roda de samba". Discutiremos em capítulos posteriores as nuances de terminologia aplicadas à música samba no mercado musical dos anos 1990.

profissionaliza. O sambista pode se auto-intitular agora um artista, ou, na arguta percepção do lendário Paulo da Portela, um "ante-projeto de artista"[18].

> No contexto profissional [...] o samba ganha autonomia em relação às pessoas que o criam – é por isso que começa a poder ser roubado e depois vendido. Como objeto independente, ele precisa demarcar suas fronteiras: não mais o espaço aberto da improvisação, mas duas partes definidas de uma vez por todas, letra e música devidamente escritas, publicadas e gravadas (Sandroni, 2001:155).

Nesse sentido, uma narrativa muito instigante é reproduzida em uma entrevista de Cartola concedida ao jornalista Sérgio Cabral sobre uma venda de um samba do compositor mangueirense. Perguntado sobre sua primeira venda de samba, o compositor responde:

> Foi em 1931, quando o Mário Reis veio aqui no morro. Ele chegou com um rapaz chamado Clóvis, que era guarda municipal e que tinha dito pra ele que era meu primo e coisa e tal. O Clóvis subiu pra falar comigo mas o Mário ficou lá embaixo. O Clóvis veio me dizer que o Mário queria comprar um samba meu. Eu disse pro Clóvis que não ia vender coisa nenhuma, que aquilo era coisa de maluco, que o Mário devia ser doido. Comprar um samba pra quê? E o Clóvis me disse: "Ah! Vende que ele vai fazer uma gravação" e coisa e tal. Cheguei lá, cantei o samba que o Mário reis já conhecia (devia ter ouvido em algum lugar) e ele me perguntou quanto eu queria pela música. eu disse que não sabia o preço. Aí eu cochichei no ouvido do Clóvis: "Vou pedir 50 contos!" Ele me disse: "Que nada! Pede 500 que ele dá". Mas eu não acreditava: "Espera aí. O homem não é maluco pra me dar 500 contos por um samba". Aí eu pedi 300. E ele me deu (Cartola, citado em Cabral, 1974:46-48).

O que Cartola descreve é a intermediação entre um cantor profissional e um sambista que, na época, desconhecia os meandros do mercado musical e sua grande dificuldade de quantificar um valor financeiro para sua obra. A relação entre as instâncias das rodas e o mercado de música também é digna de nota, pois o cantor "já devia ter ouvido o samba em algum lugar", ou seja, os sambas em sua imaterialidade circulavam pelas rodas, já no início dos anos 1930, com autoria definida. O fato é que em pouco tempo, os sambistas aprenderam a se beneficiar da "descoberta de um valor monetário em algo que, até pouco antes, era considerado de domínio público" (Sandroni, 2001:150). Neste processo, os sambistas do Estácio tiveram, sem dúvida, um papel preponderante. Segundo Nei Lopes foi o samba de Ismael e de seus pares do Estácio que "despertou o interesse da recente indústria musical, que começou a ver nele um negócio promissor" (2003:46). Tinhorão corrobora:

> Fixada a nova forma urbana de samba produzido nos meios de malandros e valentes do Estácio e no seu equivalente nas comunidades em formação pelos morros da cidade (a partir do mais antigo, a Favela, cujo nome passou a designar "conjunto de habitações populares"), tal criação passou a interessar as

[18] Verso do samba *Cidade mulher*, de Paulo da Portela: "Cidade, quem te fala é um sambista/ Ante-projeto de artista/ Seu grande admirador/ E confesso boquiaberto/ De manhã quando desperto/ Com tamanho esplendor".

> fábricas de discos como produto capaz de boa colocação no florescente mercado da música de consumo (1998:295).

Assim, a legitimação do samba enquanto música nacional ia tomando forma à medida em que o próprio gênero passava a utilizar elementos que permitiam sua comercialização e divulgação em larga escala.

Nesse momento, no entanto, começam a surgir manifestações que condenavam as transformações do samba para se adequar ao mercado musical. Na década de 1930, com a publicação do livro *Na roda de samba*, o jornalista Francisco Guimarães, o Vagalume, afirma que, depois que "industrializaram" o samba ele começou a perder "sua verdadeira cadência" e que caminharia assim para a "decadência" (1978:77). Segundo o autor, o samba, ao passar "da boca da gente da roda para o disco da vitrola" perde sua força e corria sério risco de cair no esquecimento (idem:30). Assim, o mercado seria um agente maléfico às práticas culturais populares. Para Eduardo Coutinho,

> no momento em que a música comunitária se adequa ao mercado capitalista do lazer e dos bens simbólicos, os homens, alienados de sua produção, passam a se relacionar não mais com um produto de sua atividade criadora, mas com algo que lhes é estranho, não se reconhecendo na música que lhes chega através da indústria (Coutinho, 2002:143).

Mas com o samba não ocorre exatamente assim. Isso porque desde o início de sua consolidação enquanto gênero de música popular a prática do samba conservou uma existência em duas esferas que, apesar de intercambiáveis, representavam em um primeiro momento, duas formas distintas de experiência musical: a roda e o mercado. A circulação dos sambas profissionalizados no mercado significava para os sambistas uma amplificação de seus pensamentos e idéias, ou seja, uma oportunidade de alcançar projeção e voz ativa no conjunto da sociedade.

Neste momento, o repertório dos sambas passa a recorrer com freqüência à metalinguagem. Seja através de exaltação do próprio gênero, das localidades identificadas com as Escolas ou até mesmo de símbolos de identificação como o "morro", a "favela", o "bairro", ou a "cidade", o samba constrói uma gama de auto-referências extensa, cuja intenção era eliminar a antiga rejeição preconceituosa contra o gênero. Os sambas profissionalizados precisavam "demarcar suas fronteiras", ou seja, ao serem veiculados como "música popular" pelo mercado de gravações e pelo rádio, era necessário estruturar de forma contundente suas referências simbólicas.

Isso significou, na prática, a adoção de um discurso que buscava dissociar o samba não só do ambiente de malandragem e marginalidade, mas também valorizar elementos simbólicos de

sua prática. Na sua estratégia de legitimação, o tema da identidade negra, por exemplo, era evitado nas canções, e, quando abordado, aparecia sob a égide da miscigenação democrática e supostamente feliz de uma "gente bronzeada"[19] que vinha para a "cidade"[20] "mostrar o seu valor"[21]. Em outros casos, o negro podia ser apresentado como um "escurinho direitinho"[22] ou como um "pretinho" que "no fundo" era um "bom rapaz"[23].

Por outro lado, sempre foi a partir das rodas e das Escolas que os sambistas adquiriram prestígio e conquistaram posições no mercado de música. As rodas funcionavam (e ainda funcionam) não só como espaço de trocas afetivas e simbólicas, mas também como momentos de integração entre sambistas e profissionais do mercado (Pereira, 2003:112). Alguns sambistas sempre gozaram de bom trânsito nos circuitos profissionais, tendo diversas composições gravadas e, apesar da pouca compensação financeira, o intercâmbio entre as rodas (Escolas) e o mercado transcorria de forma relativamente amistosa. Em primeiro lugar porque o mercado ainda estava em vias de se estruturar definitivamente e, segundo, porque o samba ainda era visto como prática de lazer comunitário, de onde quaisquer benefícios profissionais eram entendidos como lucro. Ao mesmo tempo, as Escolas permaneciam como núcleos relativamente independentes, nos quais os sambistas atuavam na organização do carnaval, das rodas e administração de subsídios com autonomia.

Até meados da década de 1960, as Escolas eram dirigidas pelos sambistas, que tinham total controle sobre suas atividades. A balança entre samba e mercado começa a se alterar no momento em que as Escolas vão se profissionalizando e a atividade do desfile se torna a cada ano mais lucrativa para as agremiações, para a Prefeitura, para a economia carioca de um modo geral e principalmente para a iniciante televisão.

> Para se ter uma idéia do interesse pelo desfile das escolas de samba, basta dizer que a Secretaria de Turismo concedeu [em 1964] um total de 1200 credenciais para jornalistas. O número de turistas, segundo a própria secretaria, batia o recorde de todos os carnavais. Os ingressos para a arquibancada, tabelados em Cr$ 1 mil (velhos), estavam sendo vendidos no câmbio negro três dias antes do carnaval a Cr$ 5 mil (velhos) (Cabral, 1974:137).

É evidente que essa movimentação toda começa a alterar o jogo de poder interno nas Escolas e algumas modificações começam a acontecer. Dentre as mais relevantes, podemos citar as mudanças nos parâmetros estéticos dos sambas-enredo e em suas formas de escolha e a

[19] *Brasil Pandeiro* de Assis Valente.
[20] *Cidade mulher*, de Paulo da Portela, já citada.
[21] *Brasil Pandeiro*.
[22] *Escurinho*, de Geraldo Pereira.
[23] *Preconceito*, de Wilson Batista.

contratação de profissionais especializados para realizar os trabalhos de confecção das fantasias e alegorias, cujo representante mais completo é o chamado "carnavalesco", uma espécie de coordenador geral dos desfiles, diretamente subordinado às diretorias. Aos poucos, os desfiles das Escolas de Samba se transformam em espetáculo altamente lucrativo, perdendo parte de seu caráter de festa e de participação coletiva[24]. Com isso, o espaço da Escola vai gradativamente deixando de ser um lugar de samba em "qualquer dia da semana" para se voltar exclusivamente para a competição do Desfile e os sambistas fundadores vão sendo preteridos em eleições para diretorias, em escolhas de sambas-enredo e principalmente, nas instâncias de poder da Escola.

> A partir do instante em que o desfile das escolas de samba se tornou o ponto principal do carnaval carioca, o sambista passou a viver um paradoxo, sua escola tinha cada vez mais prestígio. Sua festa, cada vez mais admiradores, dentro e fora do país. Em compensação, o espaço de divulgação de seus sambas foi se tornando uma exclusividade do samba-enredo. A disputa, estimulada pela novidade do faturamento do direito autoral, acabou acirrando as divergências que trouxeram como resultado o afastamento das quadras daqueles que já não sentiam nelas o ambiente antigo (Moura, 2004:163).

Neste momento, a tensão entre antigo e novo se acentua e a modernização começa a rimar com descaracterização (Moura, 2004:250). O imaginário do samba passa a ser povoado então por um caráter saudosista e várias composições passam a abordar de maneira sistemática essa "descaracterização" das Escolas e do samba de um modo geral. O principal "argumento" criticava as "alterações"[25] do samba e afirmava que "muito luxo pode atrapalhar"[26]. Principalmente através do repertório, o samba inicia um processo de valorização do ambiente "antigo" e constrói uma consciência coletiva que até então esteve recalcada. Passa-se a enaltecer fatos e personagens do passado e elaborar uma idéia de história do gênero, com direito à construção da noção de continuidade, de herança e de tradição. O "passado e o presente"[27] das Escolas e do gênero o habilitava como "a voz do morro"[28], "orgulho do folclore brasileiro"[29].

---

[24] Maria Laura V. Cavalcanti aponta um deslocamento do desfile para o aspecto do visual, opondo espetáculo com atores e público definidos à festa, "que une os participantes numa experiência da mesma ordem" (Cavalcanti, 1995:52). No entanto, a autora destaca que "ver, assim como cantar e dançar, é parte do carnaval. É também uma forma nobre de experiência sensorial que no âmbito da cultura popular é contudo curiosamente menosprezada" (idem).

[25] *Argumento*, de Paulinho da Viola.

[26] *Avenida fechada*, de Elton Medeiros, Cristóvão Bastos e Antonio Valente.

[27] *De Paulo a Paulinho*, de Monarco e Chico Santana. Esse samba é um ótimo exemplo da idéia de continuidade do samba: "Antigamente era Paulo da Portela/ Agora é Paulinho da Viola/ Paulo da Portela nosso professor/ Paulinho da Viola o seu sucessor/ Vejam que coisa tão bela/ O passado e o presente da nossa querida Portela".

[28] *A voz do morro*, de Zé Kéti, 1955.

[29] *Glória ao samba*, de Hélio Turco, Pelado, Cícero e Jorge Castro, 1960.

Segundo o historiador Eric Hobsbawn, as tradições são *inventadas* quando os velhos hábitos e usos das práticas sociais deixam de ser conservados (1997:16). Para o etnomusicólogo Bruno Nettl, a relação entre presente e passado nas práticas musicais está diretamente associada com a idéia de mudança.

> Na maioria dos casos, o que me impressiona não é tanto a mudança, mas as técnicas que a sociedade inventa para prevenir, inibir e controlar a mudança, e para manter uma tradição musical, permitindo-a prosperar enquanto as outras coisas na vida são forçadas a mudar. Na música, talvez mais do que em outros domínios da cultura, as pessoas desejam associar seu presente ao passado. Assim, há mudanças na cultura musical que ocorrem apenas para manter alguns aspectos de uma tradição intactos (1996:2).

A idéia de tradição, portanto, surge a partir de uma mudança em um contexto dado, quase sempre como uma resposta à mudança, constituindo um "processo de formalização e ritualização" caracterizado por referir-se a um passado apropriado (Hobsbawn, 1997:12). A referência ao passado escolhido tem como objetivo estabelecer a "coesão social" de uma determinada comunidade, legitimar "relações de autoridade" e inculcar "idéias, sistemas de valores e padrões de comportamento" (idem:17). É com base na valorização desse sistema de valores que podemos, por exemplo, ouvir o emblemático *Argumento*, de Paulinho da Viola:

> Tá legal, eu aceito o argumento
> Mas não me altere o samba tanto assim
> Olha que a rapaziada está sentindo a falta
> De um cavaco, de um pandeiro e de um tamborim

Ao se referir à "rapaziada" e ao "cavaco, pandeiro e tamborim", o compositor estabelece uma comunidade relativamente coesa em torno de seus símbolos representativos das idéias e comportamentos. Em seu trabalho sobre o sambista, Eduardo Coutinho afirma que a obra de Paulinho é um exemplo de uma tradição viva, entendida como um "processo histórico-cultural" no qual o passado se volta para o presente e se projeta no futuro sob a forma de um modo de agir e pensar (2002:169). Segundo o autor, através da tradição o samba desenvolve uma "estratégia de resistência ao ritmo do mercado" (idem:155), fundando um diálogo com o passado. A associação entre tradição e resistência é recorrente. Para Muniz Sodré, o samba também apresenta "fortes aspectos de resistência cultural ao modo de produção dominante na sociedade atual, porque a produção desse samba ainda tem lugar no interior de um universo de sentido alternativo, cujos processos fixadores partem da cultura negro-brasileira" (1998:59).

A idéia de resistência é extremamente importante nessa discussão. Na época em que os sambistas vivenciavam uma progressiva perda de espaço no ambiente das Escolas e se viam

disputando terreno no mercado musical, a tradição passa a ser um eixo de legitimação do universo simbólico do samba perante o amplo e diversificado circuito comercial da música popular. Entretanto, seus valores comunitários e amadores enfrentam um certo choque com a "produção dominante" do mercado de música. Por isso, a noção um tanto romântica de que o gênero representa um "universo de sentido alternativo", cuja ênfase nos valores "tradicionais" significa uma "estratégia de resistência" ganha diversos defensores.

É importante destacar que no mesmo período determinados setores da classe média (jornalistas, músicos, intelectuais, estudantes) estavam envolvidos num acirrado debate sobre nacionalismo e "autenticidade"[30]. É claro que a idéia de uma prática cultural "autêntica", de um gênero musical que há muitos anos simbolizava a "unidade nacional" e cujo foco simbólico representava uma resistência às influências exógenas era particularmente bem-vinda. Como observa Stuart Hall, a construção de uma idéia de nação e de "cultura nacional" se dá através de narrativas que são compostas a partir de uma ênfase nas "origens", na "continuidade", "muitas vezes simbolicamente baseada na idéia de um *povo* ou *folk* puro, *original*" (2002:55).

O produtor Hermínio Bello de Carvalho confirma que os intelectuais e estudantes freqüentavam determinados espaços de samba como o famoso restaurante Zicartola para "sorver os ensinamentos de brasilidade" dos sambistas (Silva & Oliveira Filho, 1997:108) e, ao entrar em contato com suas práticas, adotam o gênero enquanto expressão da "cultura popular", marginalizada, preterida e eternamente ameaçada pelos poderes do capitalismo e da "indústria cultural". Não estou querendo com isso afirmar que houve um "aproveitamento" do samba e de seus protagonistas em prol de uma causa que eles desconheciam ou ignoravam. Um pensamento muito semelhante se desenvolvia a partir das vivências das alterações no "mundo do samba". O que ocorreu, na verdade, foi um feliz encontro entre demandas de grupos de sambistas à procura de mercado e grupos de intelectuais formadores de opinião sedentos por "sorver" a brasilidade que lhes parecia ameaçada. Esse encontro ocorria em certos espaços que se tornaram mitológicos no imaginário do samba, como o lendário Zicartola. O sambista Elton Medeiros fornece detalhes sobre a criação e o funcionamento da casa:

---

[30] Um dos marcos desse debate é a criação do Centro Popular de Cultura, da União Nacional dos Estudantes, que atraiu "jovens artistas e universitários comprometidos com uma política cultural voltada para um movimento de conscientização e transformação da sociedade brasileira" (Naves, 2001:31). "Empolgados pelos ventos da efervescência política, os CPCs defendiam a opção pela 'arte revolucionária', definida como instrumento a serviço da revolução social, que deveria abandonar a 'ilusória liberdade abstratizada em telas e obras sem conteúdo', para voltar-se coletiva e didaticamente ao povo, restituindo-lhe 'a consciência de si mesmo'" (Hollanda e Gonçalves, 1994:10).

> O Zicartola surgiu nos encontros na casa do Cartola, na rua dos Andradas (...). O Eugênio[31] trazia todo sábado uns cinco carros lotados. Um que não saía de lá era o Carlinhos Lira, que gravava tudo o que a gente cantava. Até espirro. Uma vez um pessoal de Campo Grande fretou um avião e veio assistir a uma roda de samba na casa do Cartola. Vinha uma senhora de São Paulo com quatro ou cinco carros cheios de gente. Ficava muita gente na porta. O Zicartola foi a continuação disso tudo, já numa linha comercial (Elton Medeiros, citado em Silva & Oliveira Filho, 1997:101).

Mas o Zicartola não era o único. A união entre setores intelectualizados da classe média e o samba promove no mercado de música uma ampliação no alcance dos sambistas, seja através de shows como Rosa de Ouro e Opinião, ou de rodas de samba profissionalizadas em diversos pontos da cidade. O samba passa a ser vendido no grande mercado de música como representante de uma nacionalidade idealizada representada nas práticas da "cultura popular". A relação entre o samba e o mercado se configura em novas bases tendo como marco um grande paradoxo: apesar de se referir cada vez com mais ênfase a um ambiente social cuja referência simbólica é o fazer musical amador, o gênero se transforma em mercadoria e ocupa espaços de circulação de música altamente profissionais.

De acordo com Eduardo G. Coutinho, é "curioso" que exista

> um nicho de mercado para uma força que resiste à desestruturação imposta pelo próprio mercado. Não inteiramente absorvida pela indústria, essa produção marginal – que tem vida própria nas rodas de samba e batucada – aparece como um tipo especial de mercadoria, sob o irônico rótulo de "tradição". Tal mercadoria, embora expresse algum tipo de resistência às práticas dominantes, não escapa à lógica do mercado, pois se apresenta como um bem simbólico capaz de ampliar as vendas a consumidores descontentes com a produção em série (Coutinho, 2002:154).

O paradoxo do samba comercializado se constituiu tanto pela demanda de um público que se afina com o quadro de valores amadores por ele enaltecido, quanto pela capacidade do próprio mercado de manter, divulgar e gerar lucros a partir de uma prática que, a rigor, desdenha deste mercado. Para Roberto M. Moura, essa situação gera um "dilema" para o sambista que se vê obrigado a "ser cooptado" pela indústria ou manter os espaços de atuação profissional e prática amadora coletiva bem separados (2004:32). Messeder Pereira, por outro lado, observa que o samba atua em ambas as esferas com desenvoltura, lançando mão de seus "argumentos".

[31] Eugênio Agostini Neto, financiador do Zicartola.

> De um lado, a ênfase na "raiz", na "tradição" – o que não tem, sempre e necessariamente, um sentido homogêneo; de outro, a presença no disco, no rádio, no mercado, na indústria cultural, lançando mão de novos instrumentos, da combinação de novos ritmos, de novas tecnologias; enfim, reinterpretando, redefinindo, reinventando aquela "tradição". (Pereira, 2003:20).

Essa existência "dupla" é resultado de uma tensão administrada de várias formas no decorrer dos anos pelos variados grupos que de alguma forma se envolveram com o gênero e caracteriza sua relação com este mercado. Independente do conteúdo anti-mercado propagado na prática musical, os sambistas querem é mesmo fazer parte dele e daí surge uma situação paradoxal altamente tensa e instável.

É claro que a relação entre os sambistas e os espaços profissionais não é justa e lucrativa para todos os lados. Os compositores e intérpretes de samba, assim como os de outros gêneros, *se utilizam* do mercado para obter lucros e vice-versa. Esse jogo de mão dupla é quase sempre desigual, não somente para o samba e seus protagonistas, mas para qualquer relação entre músicos, intérpretes e compositores (principalmente se iniciantes) com agentes do mercado de música (especialmente os profissionais de empresas transnacionais). O que não inviabiliza a idéia de que ambas as partes traçam estratégias comerciais para conseguir o maior benefício possível.

Já em um outro contexto, em pleno século XXI, o depoimento de Zeca Pagodinho sobre a seleção de repertório de seus discos demonstra, com seu linguajar típico, uma transposição muito mais complexa das relações afetivas do ambiente do samba das rodas para o mercado musical:

> O cara gravar com Zeca Pagodinho já dá pra fazer um conserto no barraco. Então tem que abrir a porta pros caras. Eu sei porque quando eu ficava desse lado eu rezava pra alguém gravar. Teve um ano que eu gravei duas com a Beth e uma com a Alcione. Botei o boi na sombra! [Foi] a primeira vez que eu fiquei com dinheiro mesmo *à vera* pra gastar mesmo! (Entrevista no DVD Acústico MTV, 2003).

Como podemos observar, o sambista espera*, reza* para ter um samba gravado, pois isso se reflete em lucro para ele. Ter um samba gravado por artistas de projeção, mesmo quando não é possível "botar o boi na sombra", representa um grau de legitimidade alcançada não só perante o mercado musical e seus agentes, mas também muitas vezes perante públicos maiores e até mesmo em algumas rodas. Note que um artista como Zeca, "formado" nas rodas, se sente na obrigação de "abrir pros caras". Como em todo mercado, a legitimação de cargos, funções e rendimentos está muitas vezes relacionada com as ligações afetivas e pessoais entre seus agentes. Ao mesmo tempo, o mercado de música, como qualquer outro, é

caracterizado por fortes disputas entre compositores, músicos e cantores que, paralelamente, compartilham a mesma "ilusão" de serem iguais no ambiente das rodas de samba.

Nesse sentido, o que existe é uma administração complexa do quadro de valores amadores do samba das rodas *no* mercado profissional. A relação paradoxal entre samba e mercado é marcada por gradações de amadorismo e profissionalismo dos setores envolvidos e diretamente influenciável pelos contextos sócio-culturais e políticos de cada momento. Nesses ambientes, intérpretes e compositores irão disputar a legitimidade de sua prática musical entre si e frente a outros gêneros e comunidades de consumidores, todos buscando ampliar o cacife simbólico de sua música e assim aumentar sua capacidade de circulação na sociedade.

2.4 - Nacional x estrangeiro

A noção de tradição no samba está estreitamente vinculada à sua valorização enquanto gênero característico da música brasileira. Assim, o samba representa a legitimação da cultura nacional em oposição às influências externas.

> A nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da *idéia* da nação tal como representada em sua cultura nacional (Hall, 2002:49).

Sendo assim, a sensação de pertencimento a uma nação se dá não só através de um pólo geográfico, mas também através de símbolos (a bandeira, os hinos, a língua, a história, os mitos, a "origem") capazes de deflagrar o sentimento de nacionalidade. Através desses elementos identitários, nos sentimos mais "brasileiros", "ingleses", "cubanos" ou "norte-americanos". No Brasil, o samba se tornou um símbolo em torno do qual constrói-se esse sentimento nacional. Em seu repertório e imaginário, a exaltação da nação brasileira e do gênero como orgulho e representante maior desta nação tem sido recorrente. Hermano Vianna observa que a fixação do samba enquanto gênero nacional ocorreu em um período de sedimentação do rádio como poderoso veículo de difusão (com as emissoras Mayrink Veiga e a Rádio Nacional, ambas na década de 1930) e de ampliação do mercado de discos (com o advento da gravação elétrica e entrada no mercado de gravadoras como a Brunswick e RCA, no final da década de 1920), sendo os dois processos localizados principalmente no Rio de Janeiro (Vianna, 1995:110).

Carlos Sandroni aponta que o papel de música nacional que o samba vai assumir no período é resultado ainda de diversas transformações do gênero, que incluem a mudança no padrão

rítmico e na adoção de um novo modelo composicional, fundado na autoria explícita e na profissionalização do fazer musical. Segundo o autor, esta mudança musical colaborou para que o Brasil "passasse a outra etapa de sua identidade cultural" (Sandroni, 2001:222), não mais fundada na exploração do trabalho escravo e acompanhando a implementação dos meios de comunicação de massa. É nessa época que, segundo Luiz Tatit, a categoria samba "passou a definir uma espécie de núcleo por excelência da canção brasileira que se prestava a um tratamento musical ora acelerado e concentrado em refrão (em direção à marchinha), ora desacelerado (em direção à seresta)" (Tatit, 2004:148). Ao mesmo tempo, os encontros realizados em torno do gênero promoviam um intenso intercâmbio entre atores de diferentes origens étnicas e sociais, colaborando para a emergência de "mediadores transculturais", que atuavam como divulgadores privilegiados da prática do samba e de seu caráter integrador (Vianna, 1995:122).

Um desses mediadores, segundo Vianna, é o sambista Noel Rosa, que afirma em diversas composições o caráter brasileiro do samba e seu alto valor cultural como símbolo da nação. Este símbolo, muitas vezes, aparece confrontado ou em disputa com signos de culturas estrangeiras que desde o início do século XX aportavam na capital com freqüência. Um dos exemplos mais evidentes dessa disputa está manifestado nos versos do samba *Não tem tradução*, no qual Noel critica a adoção de hábitos de linguagem importados de filmes e músicas que por aqui chegavam.

Essa gente hoje em dia que tem a mania de exibição
Não entende que o samba não tem tradução no idioma francês
Tudo aquilo que o malandro pronuncia
Com voz macia é brasileiro, já passou de português
Amor lá no morro é amor pra chuchu
As rimas do samba não são I love you
E esse negócio de alô! Alô boy, alô Jonny
Só pode ser conversa de telefone.

Se o debate já se colocava na época de Noel, nas três últimas décadas do século a disputa entre nacional e estrangeiro vai se intensificar com a consolidação de um mercado transnacional de produtos culturais e uma verdadeira integração cultural internacional. No caso brasileiro, a própria identidade nacional vai estar progressivamente relacionada ao compartilhamento de produtos veiculados nacionalmente. Com a popularização da televisão, a partir do final da década de 1960,

> a idéia "nação integrada" passa a representar a interligação entre consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido, se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se por outra, cultura mercado-consumo (Ortiz, 2001:165).

Pelo viés do consumo, os símbolos que identificam o sentimento de nacionalidade e que norteiam o pertencimento a uma cultura nacional passam a dividir espaço com outras formas de identidade apresentadas pela televisão, rádio, cinema e música. Nesse sentido, a emergência de uma cultura internacional-popular produz um contraponto às culturas nacionais (Ortiz, 2003:116), conduzindo o debate para uma oposição entre as duas. Isso significa que, ao mesmo tempo em que as identidades nacionais estão menos atuantes do que há meio século, elas "estão sendo *reforçadas* pela resistência à globalização" (Hall, 2002:69).

Caímos de novo na idéia de resistência. Tendo ocupado um espaço privilegiado no imaginário da cultura nacional, o samba termina sendo adorado como uma espécie de ídolo sagrado, que deve permanecer alheio a influências externas. Por externo, identifica-se qualquer coisa: a espetacularização das Escolas, a aceleração do samba-enredo, a invasão da música americana, o *fast-food*, a sonoridade do teclado eletrônico, o rock, o pop, enfim, tudo o que representa ambientes e pensamentos culturais diferentes dos valores amadores e comunitários da prática do gênero.

Segundo José Ramos Tinhorão, o samba é representante da música das "camadas mais humildes, herdeiras de um *continuum* cultural de quase cinco séculos" (1998:345), que se vê ameaçado e apropriado pelas camadas médias da população brasileira, ansiosas por se adequar a modelos de consumo americanos, que produzem um processo de "desnacionalização" da economia e da cultura brasileira evidente na "perda de peso dos valores tradicionais" de suas práticas culturais (1998:329). Ainda mais enfático, Roberto M. Moura apresenta o samba, e mais especificamente seu momento ritual, a roda, como uma prática de conservação em uma sociedade "apressadamente mutante".

> A roda, em contraponto, permanece intangível em sua estrutura. É um veículo na contramão das mudanças, agindo como um instrumento de construção de cidadania (e onde se forja uma das principais noções do que seria a cultura brasileira). A indústria fonográfica, ao contrário, é o braço avançado de um outro tipo de cultura, transnacional, que elimina fronteiras e pasteuriza o consumo no mundo inteiro. Sua ação, nesse sentido, em sintonia com outras forças do mercado, como a indústria do cinema ou do *fast food*, como os granes conglomerados financeiros ou de informática, visa sepultar tudo o que remete a qualquer idéia de fronteira ou provincialismo (Moura, 2004:212).

A oposição entre culturas apontada por Moura vai ser abordada também pelo compositor Luiz Carlos, líder do grupo de pagode romântico Raça Negra, que na década de 1990 obteve enorme sucesso comercial. Muito criticada por parcela da crítica especializada e pelos próprios sambistas, o cantor defende a música praticada pelo grupo contrapondo a noção de música nacional a determinados símbolos da música pop internacional, representantes da cultura internacional-popular.

> Mas as pessoas que criticam deviam pensar bem saber que o mais importante é a nossa cultura. As pessoas que criticam o samba devem querer ouvir essas Madonna da vida. Deviam procurar saber que quem está tocando no violão música popular brasileira dá emprego para muita gente. Quem critica só pode estar ganhando lá fora para poder criticar um trabalho que é a nossa língua, a nossa cultura. O Michael Jackson paga salário para elas, a Madonna paga salário para elas (Revista Domingo, JB, 10/9/95).

O argumento é recorrente. A identidade nacional é construída no embate entre símbolos (econômicos, culturais, sociais, étnicos) reconhecidos como pertencentes a ela e exógenos. Já em 1977, o compositor Candeia apresentava a questão em seu samba *Sou mais samba*, no qual a construção da identidade nacional se opõe até mesmo às suas raízes africanas.

Eu não sou africano, eu não
Nem norte-americano
Ao som da viola e pandeiro
Sou mais um samba brasileiro

Segundo Candeia, os símbolos nacionais (viola, pandeiro e samba) não pertencem a culturas estrangeiras, mas a uma *síntese* produzida em solo brasileiro, que é afirmada em suas práticas culturais. De certa forma, a noção de síntese se choca com a idéia de resistência uma vez que através dela podemos entrever um fluxo de comunicação entre práticas diferentes. Ao desmanchar a rigidez das fronteiras e permitir o diálogo com o outro, a síntese enfraquece os movimentos de resistência, que se afirmam na negação.

Seja retratada como síntese ou como prática cultural isolada, a oposição entre nacional e estrangeiro em torno do samba constitui um outro ingrediente na relação paradoxal com o mercado. Isto porque, se o mercado de música se funda cada vez com mais ênfase na música pop-jovem transnacional, o samba se apresenta enquanto contraponto, veiculando e enfatizando valores amadores e comunitários do fazer musical.

Apesar do intenso fluxo de elementos entre as práticas culturais, que, a partir de uma determinada matriz, viajam "para fora" e outros, externos, são por ela assimilados, afrouxando suas fronteiras (Ortiz, 2003:74-76), a arena da tradição e da preservação do samba através de seus elementos característicos é continuamente reforçada. O viés nacional como eixo de

valorização do gênero é recorrente e se opõe aos movimentos de uma globalização caracterizada como "tristemente enfraquecedora" (Lopes, 2004:47). Ao mesmo tempo, todos os sambistas se beneficiam das novas configurações de um mercado de música no qual o intercâmbio de tecnologias, públicos e símbolos se acentua. Com isso, a dicotomia paradoxal entre samba e mercado vai tomando novas cores.

2.5 - A mediação: "padrinhos" e "madrinhas"

A comunicação entre movimentos musicais e o mercado musical depende da intermediação de pessoas que gozem de bom trânsito em ambos os espaços. A relação do samba ou de qualquer outro gênero com o mercado de música teve sempre como eixo importante a atuação de personagens que, nos bastidores, promoviam o contato entre compositores, cantores, músicos, jornalistas, diretores de gravadoras, radialistas, produtores de televisão, profissionais de publicidade, cinema, etc.

Por este motivo, jornalistas e radialistas sempre tiveram um estreito contato e gozaram de ótimo prestígio nas rodas de samba, nas Escolas e com os sambistas. Parte da boa presença do samba no rádio em seu período áureo e nos cadernos de cultura dos grandes jornais nacionais deriva dessa aproximação. No entanto, a partir do surgimento e sedimentação da televisão como veículo de massa, esses agentes passaram a ocupar horários e espaços de menor destaque, o que acabou favorecendo a construção da noção de "resistência" também nesses meios (rádio e jornal). Por outro lado, alguns desses personagens conquistaram audiências fiéis e numerosas, sendo muitas vezes mediadores entre meios de comunicação e o mercado de shows e de discos.

No Rio de Janeiro, um programa comumente citado como fundamental para a projeção do samba a partir dos anos 1960 é o *Amigo da Madrugada*, da Rádio Globo AM, produzido por Adelzon Alves. Paranaense da cidade de Cornélio Procópio, Adelzon veio para o Rio em 1964 e foi trabalhar na Rádio Globo como locutor comercial do então radialista Chacrinha. Em 1966, inicia seu próprio programa, que ia ao ar de meia-noite às 4 da manhã. Sua idéia era mostrar no rádio a música de artistas populares, com ênfase na produção de sambistas das escolas de samba do Rio de Janeiro, que não tinham espaço na programação normal da rádio e muito menos na televisão. É o próprio radialista quem define o programa e sua relação com o samba:

> Durante 26 anos, de 66 a 90, meu programa de rádio na madrugada da Globo era dirigido ao pessoal de morro, de samba autêntico, de samba de raiz. Isso em função de eu sempre ter tido uma consciência política, cultural, ideológica, nacionalista (...). E no caso da cidade do Rio de Janeiro, o samba que fazia e continua fazendo o maior espetáculo audiovisual do mundo (...); o homem que faz o samba desse maior espetáculo, o compositor, o cantor da escola de samba, o ritmista da escola de samba não tinha vez no rádio e lógico também não tinha na televisão e não tinha no disco. Você vê, esse país é engraçado, o artista do principal espetáculo da Broadway nos Estados Unidos está na mídia geral do país. Aqui não! Você via, por exemplo, a Rádio Globo transmitindo o resultado do desfile da Marquês de Sapucaí: "Olha ganhou a Mangueira", em seguida entrava Roberto Carlos. Não era pra entrar o samba-enredo da Mangueira, que ganhou o carnaval, que balançou o mundo? E eu começo o meu programa aí, procurando valorizar e abrir espaço pros compositores de morro. Era de madrugada, eles não sabiam direito o que eu tava fazendo e eu botava pra tocar o pessoal do mundo do samba, com quem eu passei a ter um contato mais aprofundado (entrevista concedida ao autor em 27/02/2003).

Em pouco tempo, o *Amigo da Madrugada* se tornou líder de audiência nacional no horário e a repercussão do programa transformou seu apresentador numa figura central para a divulgação de lançamentos de samba. Segundo Sérgio Cabral, "apesar da hora, seu programa fez tanto sucesso que ele passou a impor sambas e sambistas" (Opinião, 17/10/75). Esse processo tem início quando Adelzon passa a intervir na divulgação de discos de novos sambistas. Em suas palavras:

> Nessa época, final dos anos 60, o Paulinho da Viola tinha concorrido num festival em São Paulo e ganhou com "Sinal Fechado", que é um clássico. Mas tinha concorrido também com "Foi um rio que passou em minha vida", que parou no meio do festival. A gravadora fez o disco e saiu para divulgar "Sinal Fechado". Eu percebi que não era por aí, "Sinal Fechado" era uma música que daria profundidade à carreira dele, daria prestígio, mas não daria popularidade. O que daria popularidade com prestígio era "Foi um rio...". E foi o que aconteceu. Com o Martinho da Vila também. Ele lançou um compacto com uma música que homenageava São Paulo, porque era lá que ia fazer shows e ganhar um dinheirinho. Do outro lado era "O pequeno burguês". Ele queria divulgar a outra música e eu disse que não, que a música era "O pequeno burguês", que ia estourar nacionalmente. Em função desse dois acontecimentos e em função do sucesso do programa, eles me chamaram para dirigir a Clara Nunes, que tinha chegado de Minas (Adelzon Alves, Jornal O Povo, Fortaleza, 5/4/2003).

O convite para produzir os discos de Clara Nunes e o sucesso da cantora fez com que, em 1972, Adelzon produzisse na Odeon o LP *Quem samba fica*, que, apoiado no seu programa de rádio atinge ótimos índices de vendas e abre caminho para o lançamento comercial de Roberto Ribeiro e João Nogueira. Dois anos depois, a segunda edição do disco, intitulada *Quem samba fica, fica* iria revelar Dona Ivone Lara, que gravaria seu primeiro disco em 1978, também produzido por Adelzon. No mesmo período, o radialista é apresentado por seu colega Edson Mauro ao trabalho do novato Djavan e intercede para sua contratação pela gravadora.

A atuação de Adelzon no mercado de música atravessa várias funções e o torna um interlocutor privilegiado no processo. Ele é "dono" de um programa de rádio de sucesso, produz discos e utiliza esse prestígio para apresentar aos diretores de gravadoras novos talentos. Estreitamente ligado ao mundo do samba, o radialista se tornou figura célebre no meio, sendo continuamente lembrado e homenageado[32].

Muitas vezes, esta interlocução é realizada por artistas já consagrados que se encarregam de revelar novos sambistas. Em 1968, Paulinho da Viola lança seu primeiro LP solo pela gravadora Odeon. Dois anos depois, lança um compacto com seu clássico *Foi um rio que passou em minha vida* e adquire grande projeção comercial (com a ajuda de Adelzon na Rádio Globo). Apoiado neste prestígio, procura a gravadora RGE para intermediar a gravação de um disco com sambas de compositores da Portela. Ainda em 1970, o projeto é aprovado e ele produz o disco "Portela Passado de Glória", que, segundo o texto de sua autoria que acompanha o encarte, reunia "o maior número possível de obras inéditas dessas figuras maravilhosas que influíram direta ou indiretamente na criação da escola" para "dar uma idéia ao público da sua importância". Como atesta Eduardo Coutinho,

> ao reunir esse grupo para registrar em disco a memória musical coletiva da comunidade portelense, Paulinho da Viola cria a "instituição" que hoje conhecemos como Velha Guarda da Portela, conferindo a esses sambistas uma força e uma significação que até então não possuíam. O grupo se torna conhecido, adquire prestígio fora dos limites das comunidades do samba e ganha espaço na mídia, no mundo do mercado (Coutinho, 2002:128).

Nesse sentido, a mediação de um cantor com trânsito no mundo dos discos aproxima da "mídia" e do "mundo do mercado" um determinado grupo de sambistas cujo fazer musical comunitário se voltava prioritariamente para a prática amadora dos círculos relativamente fechados de uma determinada Escola de Samba. Coutinho atribui a essa mediação o aumento do prestígio, da força e da significação desse grupo de sambistas que, ao transporem os limites das rodas amadoras para alcançar o grande mercado fonográfico, ampliam o alcance de suas músicas, suas idéias, pensamentos, visões de mundo. A partir deste disco, Paulinho da Viola se torna "padrinho" da Velha Guarda da Portela e que o consagra como "sucessor" do fundador Paulo da Portela[33].

A idéia de apadrinhamento remete à atmosfera amadora e comunitária do samba, onde as relações de vizinhança, amizade e parentesco são sublinhadas com escolhas de padrinhos,

---

[32] No dia 1º de agosto de 2002 o *site* Agenda do Samba & Choro publica a seguinte notícia: "Candongueiro homenageia Adelzon Alves", que confirmava a presença de diversos sambistas como Luis Carlos da Vila, Wilson Moreira, Délcio Carvalho, Nelson Sargento, entre outros. (www.samba-choro.com.br).

[33] No samba *De Paulo a Paulinho* (já citado) o compositor Monarco afirma essa herança.

madrinhas e "compadres". "Apadrinhar", segundo o dicionário Houaiss, significa "oferecer patrocínio, favorecimento; lutar em favor de, defender; amparar", indicando uma relação de tutela entre o padrinho e o apadrinhado, que é alguém que é "patrocinado, favorecido, defendido, protegido, amparado". O apadrinhamento está ligado a um ritual de passagem – batismo, casamento, formatura –, que representa um momento de "apresentação" do afilhado a uma outra esfera da vida social. No âmbito do mercado, o apadrinhamento significa ainda que esta apresentação está acompanhada de um aval legitimador do padrinho perante um público que desconhece o novo artista. No caso específico da Velha Guarda da Portela, é interessante notar que o padrinho é um integrante mais novo da agremiação e altamente reverente à música de seus afilhados. Por este motivo, ele se torna um "padrinho que toma bênção"[34].

A idéia de apadrinhamento aparece com muita força no universo comercial da prática do samba. Talvez a artista que melhor represente esse tipo de relação é a cantora Beth Carvalho. Beth sistematicamente "descobre" talentos nas rodas de samba que freqüenta com assiduidade e os "apadrinha" no mercado musical, seja através do lançamento de músicas em seus discos, seja através da sua própria participação em shows e discos de seus "afilhados". Para ela, essa função não é esporádica e está intrinsecamente incorporada ao seu perfil artístico e ao seu marketing. Em 2004, lança, em CD e DVD pela gravadora Indie, um trabalho sintomaticamente intitulado *A madrinha do samba*. De acordo com a pequena biografia que consta em seu *site*,

> Beth Carvalho tem reconhecida a sua característica de resgatar e revelar músicos e compositores do samba. Beth é inquieta. Não espera que as coisas lhe cheguem. Vai mesmo buscar. Pagodeira, conhece a fertilidade dos compositores do povo, e mais do que isso, conhece os lugares onde estão, onde vivem, onde cantam, como cantam e como tocam.

Foi ela quem trouxe para o mercado, entre outros, Cartola, Nelson Cavaquinho, Fundo de Quintal, Zeca Pagodinho, Arlindo Cruz e Sombrinha. Tendo lançado seu primeiro LP em 1969, após um enorme sucesso da faixa-título *Andança* (3ª colocada no Festival Internacional da Canção de 1968), Beth se consolidou nos anos 1970 como uma excelente vendedora de discos e por isso gozava de um bom relacionamento com os diretores de suas gravadoras[35].

---

[34] No documentário *Meu tempo é hoje*, de Izabel Jaguaribe (2003), sobre Paulinho, o compositor Monarco é entrevistado e utiliza essa frase para caracterizar a relação entre Paulinho da Viola e a Velha Guarda da Portela. Aliás, em várias oportunidades já ouvi e li esta síntese proferida pelo guardião portelense.

[35] Beth lançou seu primeiro LP em 1969 pela Odeon. Os três LPs seguintes saíram pelo selo Tapecar. A partir de 1976, a cantora lançou anualmente pela RCA até 1987, num total de 12 discos. Desde então, sua carreira fonográfica tem se mantido estável na regularidade dos lançamentos (no máximo a cada dois ou três anos) mas muito variada quanto aos selos. Os 13 discos que lançou de 1988 até 2004 foram produzidos por Polygram, Som Livre, Velas, Globo/Polydor, Universal, Jam Music, BMG e Indie.

Em 1978, convenceu seu então produtor Rildo Hora a gravar em seu LP *De pé no chão* um samba com os compositores e instrumentistas da roda que ela freqüentava no Cacique de Ramos (Pereira, 2003:130). A música - *Vou festejar*, de Neoci, Jorge Aragão e Dida - se tornou um clássico do repertório do samba e o grupo se profissionalizou iniciando uma carreira de enorme sucesso com o sugestivo nome de Fundo de Quintal.

Aliás, a dupla Beth Carvalho e Rildo Hora foi também responsável pela ampliação da visibilidade daquele se tornaria no final do século XX o maior representante comercial do samba: Zeca Pagodinho.

> O Zeca Pagodinho foi assim: eu sempre ia no Cacique pegar música pra Beth e ele tava sempre por lá. E numa vez a gente tava gravando um disco e eu falei "Beth, vamos chamar aquele maluquinho lá do Cacique pra vir dar uma canja aqui no seu disco?" Aí ele veio e cantou aqui, eu dirigi, fiz com muito cuidado [...]. Nós chamamos o Zeca pra fazer uma participação assim normal como um pagodeiro lá do Cacique que veio dar uma canja no disco da Beth. Nem a Beth podia imaginar que fosse fazer tanto sucesso. A gente sabia que ele era muito bom! Que ele chegava lá quando tava a roda de partido alto formada e improvisava, ele é fogo! Fora de série (Rildo Hora, entrevista concedida ao autor em 8/4/2005).

A música, de autoria de Zeca, era *Camarão que dorme a onda leva*, um partido alto cantado com maestria pela dupla no disco *Suor no rosto*, lançado pela RCA em 1983. A partir daí, Zeca vê sua carreira iniciar e três anos depois estréia em LP na RGE com o disco que leva o seu nome. Até hoje, Zeca faz questão de chamar Beth pelo título de "madrinha" em diversas gravações e em apresentações ao vivo. O que de alguns anos para cá se tornou algo que tem o efeito inverso pois Zeca atingiu um nível de divulgação comercial muito superior ao de sua madrinha e, ao enfatizar a relação de apadrinhamento e reverenciá-la, na prática o sambista acaba apadrinhando sua madrinha, numa relação análoga – porém não explícita – à de Paulinho com a Velha Guarda.

Podemos observar que em alguns casos, a mediação se torna vetor de "invenção" de determinados grupos musicais que passam a atuar profissionalmente no mercado, como o Fundo de Quintal e a Velha Guarda da Portela. Em outros momentos, a transformação de um "pagodeiro maluquinho" em artista do samba é descrita como se fosse um caminho natural para indivíduos talentosos, que a mediação apenas "ajudou".

A relação entre o samba e as instâncias do mercado ocorre através de agentes que "inventam" grupos musicais, convidam sambistas para gravar, divulgam em rádio seu "material". É também através deles que o circuito profissional do samba mantém abertos os canais de contato com as práticas amadoras das rodas que continuamente "revelam" novos artistas e

talentos. A idéia de apadrinhamento, por sua vez, norteia uma outra transposição de relações sociais comunitárias para o ambiente profissional do mercado, sendo uma estratégia criativa de familiarizar o meio mercadológico com relações de afinidade que fazem referência ao ambiente amador das rodas.

Madrinhas e padrinhos *de mercado* instituem um eixo de atuação e de inserção comercial-profissional que reforça a relação paradoxal entre samba e mercado. Por outro lado, a circulação comercial de sambas pelos meios de comunicação e seus lançamentos fonográficos amplia a penetração do gênero em grande parte do território nacional e produz nas várias localidades refluxos de músicas e de mediações. Esse movimento contínuo entre rodas e indústria faz com que a cada instante novos sambas e sambistas estejam aparecendo e circulando em várias esferas do mercado de música, reelaborando o paradoxo e promovendo leituras e atuações mercadológicas distintas.

Capítulo 3

MÚSICA POPULAR E LEGITIMIDADE

3.1 - A invenção da MPB e o "bom gosto" musical

Segundo John B. Thompson, todas as formas simbólicas estão submetidas a processos de valoração, e os indivíduos envolvidos com elas empregam estratégias voltadas para o aumento ou diminuição de seu valor simbólico (1995:206). Desta forma, as distinções entre as categorias de classificação não representam apenas uma demarcação de faixas de gosto e público alvo, mas envolvem também uma hierarquização entre elas. No contexto da música popular, uma mesma categoria pode ocupar diferentes níveis de legitimidade, de acordo com critérios de qualidade específicos, com o cacife simbólico dos artistas e seu tempo de permanência no mercado. A disputa por legitimidade estética no mercado musical opera de várias formas, num jogo complexo de escolha de critérios de julgamento e de valoração.

De acordo com Bourdieu, o sistema de ensino é uma instância de consagração que, "por sua tarefa de inculcação, consagra como digna de ser conservada a cultura que tem o mandato de reproduzir" (2001:118), sobretudo através da conversão de determinados artistas e obras em "clássicos" e sua inclusão nos programas (idem:122). Na música ocidental, a referência de qualidade musical tem como eixo as obras de compositores como Bach, Mozart, Beethoven e seus contemporâneos, a partir das quais elaborou-se uma teoria da música ensinada nos conservatórios e escolas de música no mundo todo. Utilizada historicamente pela nobreza e pela corte dos países colonizadores das Américas, a música desses autores tornou-se símbolo de *status* social, destinando-se ao consumo das elites. Por isso, ela é comumente chamada de música "erudita".

A noção de uma música que exige alto grau de "erudição" para ser admirada opõe-se, obviamente, ao conceito de "música popular", ou seja, uma música "do povo", que dispensa conhecimentos prévios fornecidos pelo sistema de ensino e pelas práticas sócio-culturais dos setores mais privilegiados da sociedade. A música "erudita", que atende ainda pelos nomes de "música séria", "música de concerto" ou, no senso comum, "música clássica", demanda determinadas condições de fruição bastante distintas da música "popular". A sala de concerto é o ambiente por excelência da experiência musical erudita, que deve ser vivida em silêncio e com total atenção aos detalhes sonoros e técnicos de sua performance. O autor e o intérprete são altamente valorizados enquanto artistas criadores ou virtuoses únicos e, com isso, admirados e reconhecidos no ambiente musical como detentores de técnica, sensibilidade artística e muitas vezes um grande carisma. A demanda pela audição atenta deriva do alto

grau de elaboração melódica-harmônica desse tipo de música, que se torna uma referência de qualidade musical.

Estabelecido o patamar referencial do "bom gosto musical", todas as outras práticas musicais das sociedades ocidentais adquirem maior prestígio quando seus elementos característicos se aproximam deste referencial. No universo da canção popular, a legitimidade de categorias musicais tende a aumentar à medida que empregam alto teor de individualização do autor, grande complexidade harmônico-melódica, sofisticação poética e sonoridade de arranjo rica em contrapontos e variações de texturas instrumentais; ou seja, adotam critérios de valoração musical emprestados dos critérios norteadores de qualidade derivados da obra dos autores referenciais, "eruditos".

No Brasil, algumas formas de música popular atingiram posições de grande prestígio na hierarquia de qualidade musical compartilhada pela maioria da população. O marco dessa valoração é a estética desenvolvida a partir do final da década de 1950, conhecida como "bossa nova". Os compositores e intérpretes envolvidos com a bossa nova inauguraram uma fase na história da música popular brasileira marcada pela busca pela "modernização" (Severiano e Melo, 1998:15). Musicalmente, o estilo se caracteriza por três aspectos que o distinguem do samba produzido até o momento que, sendo a principal categoria musical do mercado de música nacional, serviu de modelo para sua elaboração. Em primeiro lugar, tendo como referência principal a obra de Tom Jobim, a bossa nova é uma música de complexa estrutura melódica-harmônica. A sofisticação desses parâmetros representa uma aproximação dos cânones consagrados da música erudita, conferindo a essa criação um alto grau de prestígio. As melodias sinuosas, harmonias repletas de notas tensas e encadeamentos pouco utilizados se completam com uma interpretação vocal minimalista, inspirada no pouco contraste vocal encontrado principalmente nas gravações de Mário Reis e no jazzista Chet Baker e seu *cool jazz*, valorizando ao máximo as entoações naturais da fala no canto, cuja expressão principal é o baiano João Gilberto. Uma terceira característica do estilo é exatamente a batida do violão de João Gilberto, que, reduzindo complexas polirritimias do samba à execução básica e recorrente de variações em torno do *paradigma do Estácio*, alterava o ambiente rítmico do samba, conferindo-lhe uma estética moderna.

> Do ponto de vista rítmico, a batida regular que o cancionista articula na mão direita está plenamente conectada à tradição regular do samba. Ocorre que, dentro de seu projeto geral de despojamento [...], João Gilberto omite também a obviedade contida na marcação dos tempos fortes (aquilo que, numa batucada de escola de samba, equivaleria à marcação periódica do surdo) deixando-a, entretanto, fartamente sugerida nos impulsos dos toques intermediários. O

> resultado é um samba, mas um samba compatibilizado com o tratamento centrípeto e econômico que caracterizou a bossa nova (Tatit, 1996:163).

Mas havia ainda um outro aspecto não-musical que perpassava todas as nuances estéticas da bossa e fazia daquela criação um fato novo no mercado musical. Produzida por jovens da classe média altamente preocupados em "atualizar" a música brasileira – leia-se o samba –, a bossa nova colabora para estabelecer uma distinção no consumo musical "em perfeita correspondência com a situação econômico-social dos diferentes públicos a quem se dirigia": uma vertente musical destinada ao consumo das elites intelectualizadas, legitimada a partir do gosto musical erudito; e a outra, chamada de "tradicional", que incluía o samba, destinada às "camadas mais baixas" (Tinhorão, 1998:312).

A divisão do mercado em faixas de gosto produz uma separação cada vez mais evidente entre públicos-alvos e classifica suas respectivas práticas musicais dentro de uma nova escala de prestígio. A música comunitária, dançante, rural ocupa um patamar mais baixo do que aquela produzida por um autor-artista único, de fruição individualizada e estrutura complexa. Essa distinção possibilitaria no decorrer da década de 1960 o surgimento da maior fonte de referência de qualidade da música popular brasileira, apelidada, sintomaticamente pela sigla de "a" MPB.

A famosa sigla começou a aparecer no contexto dos festivais televisados e compreende a produção de determinados artistas que não se vinculam exclusivamente a nenhum gênero musical. Sambas, xotes, rocks, valsas, marchas, frevos e baladas são apenas vetores para sua criação individual, totalmente desvinculada dos referenciais estéticos de cada gênero em particular. Os artistas da MPB estavam imbuídos da tarefa de modernizar a música brasileira através de sua criação *autoral*. Nesse sentido, o artista adquire prestígio máximo ao conciliar composição (muitas vezes sem parceria), interpretação e total liberdade estilística. No mesmo período, verifica-se a definitiva fixação do LP, que substituía o compacto como produto preferencial da indústria fonográfica, gerando uma mudança estratégica nas gravadoras, que passaram a contratar elencos estáveis de cantores, o que aumentou significativamente a importância da figura do *artista* no mercado musical (Dias, 2000:57).

Apoiada no consumo de profissionais dos meios de comunicação, de escolas, universidades e outros setores legitimadores, os parâmetros musicais da MPB se transformam em referência de qualidade musical no mercado. A noção de "sofisticação" musical, poética e o esmero nos cuidados técnicos dos discos de MPB (arranjos, gravação, mixagem, projeto gráfico, divulgação) colaboraram para sedimentar o estilo como núcleo do "bom gosto" na música popular. Composta, arranjada, gravada, interpretada e ouvida por uma parcela da classe média

intelectualizada, as características formais da MPB exprimem a visão de mundo desse setor social que buscava na época "uma nova canção que expressasse o Brasil como projeto de nação idealizado por uma cultura política influenciada pela ideologia nacional-popular e pelo ciclo de desenvolvimento industrial, impulsionado a partir dos anos 50" (Napolitano, 2002:1). Ao mesmo tempo, o patamar de prestígio no mercado musical colaborava comercialmente para diminuir a instabilidade da indústria fonográfica que iniciava uma busca incessante pelo sucesso das modas jovens: retumbante e lucrativo, porém efêmero. O investimento das gravadoras em compositores-intérpretes significava que

> o público consumia o seu trabalho como um todo e não apenas como uma música específica. Essa tendência de consumo diminuía os riscos comerciais a médio prazo, garantindo a reposição do "estoque" de canções, estimulado pela existência de um público garantido. O lugar da MPB na hierarquia do gosto musical transformava-a, paulatinamente, no setor mais dinâmico da indústria fonográfica. O valor "agregado" dos álbuns era cada vez maior, na medida em que se consolidava o público massivo nas faixas mais altas da pirâmide social, permitindo assim um preço final que compensasse o investimento (Napolitano, 2001:300-301).

No entanto, não se pode restringir os critérios de valoração da música popular somente a aspectos importados da tradição erudita. O universo da música popular desenvolve suas próprias estratégias de legitimação, que ocorrem paralelas ao referencial clássico-romântico (Bach-Mozart-Beethoven). A estratégia de legitimação está ligada ao que o musicólogo Richard Middleton chamou de construção da *subjetividade musical*, na qual o valor é construído através de uma posição assumida pelo sujeito que participa da experiência musical em interação com a música. Segundo o autor, a subjetividade é resultado, entre outros, da ação da "emoção" e da "participação corporal", isto é: a música *convida* a "sentir" e a "preencher os padrões de movimento oferecidos pela estrutura rítmica" (1990:251). A idéia de "convite" é particularmente instigante e demarca uma diferença da música popular com relação à música de concerto, que teria como característica uma experiência musical mais contemplativa.

"Sentir" e "participar" são valores específicos da música popular que, é claro, não estão ausentes na experiência musical erudita, mas permanecem em estado de latência através da demanda por uma escuta fruitiva, individualizada e descorporificada. Na música popular, ao contrário, a participação corporal é prevista e desejada, implicando em uma certa dose de desindividualização do público, isto é, uma intensa associação coletiva corporal que é possibilitada através da identificação musical. Indivíduo e coletividade se complementam na experiência e produzem identificações através da declaração de um gosto comum. Através do

gosto, o juízo de valor é elaborado, proferido e compartilhado socialmente, reafirmando as identidades musicais e o prazer da música.

> O prazer que a música pop produz é um prazer de identificação – com a música que gostamos, com seus artistas, com as outras pessoas que gostam dela. E é importante observar que a produção de identidade é também uma produção de não-identidade – é um processo de inclusão e exclusão. Este é um dos aspectos mais impressionantes do gosto musical. As pessoas não apenas sabem o que gostam, elas também têm uma idéia bastante clara do que não gostam e têm uma forma bastante agressiva de declarar esse não gostar (Frith, 1987:6).

Por outro lado, seria ingenuidade acreditar que a declaração coletiva de um gosto comum é capaz de legitimar determinada prática musical perante o conjunto da sociedade. Algumas categorias do mercado de música gozam de numerosas audiências, fãs-clubes apaixonados que insistentemente declaram seu gosto e compartilham as experiências musicais e nem por isso são capazes de serem reconhecidas como de alto valor qualitativo. O critério coletivo de convite à participação corporal, por se distinguir dos valores sedimentados da música de concerto, acaba relegando as músicas populares a um nível hierárquico inferior. Em pesquisa entre estudantes de música de uma universidade carioca, Elizabeth Travassos observou que as músicas que servem à dança são vistas como de menor valor ao "curvar a música a uma funcionalidade", mesmo nos ambientes de valoração da música "popular" (1999:11). Nesse sentido, as músicas populares destinadas às experiências domésticas, baseadas mais na audição do que na participação física, tendem a ser mais valorizadas. A bossa nova é um exemplo, assim como a música instrumental de um modo geral.

Há ainda uma outra característica da música popular que se torna eventualmente um critério de valoração: a popularidade. Uma vez que a construção do gosto deriva de um compartilhamento de símbolos e de uma declaração coletiva, a atribuição de valor a uma determinada música por um grupo social implica na legitimação desta canção ou artista. O quesito popularidade determina um tipo de consagração que difere daquela obtida através da crítica musical e através instituições de ensino. A valoração pela quantidade deriva de uma sensação de compartilhamento em larga escala de determinadas obras, gêneros ou admiração a artistas. Reconhecidos e entoados por uma grande massa de ouvintes/admiradores, canções e artistas de sucesso adquirem prestígio social elevado no âmbito do mercado de música, que se reflete em compensações financeiras, intensa agenda de shows e presença midiática expressiva.

No entanto, a consagração pela quantidade representa, na maioria dos casos, um rebaixamento hierárquico nas instâncias de crítica musical. Músicas consumidas em larga escala adotam, em

sua maioria, procedimentos técnico-formais com menor grau de elaboração, como estratégia para atingir um público mais diversificado. Com isso, tendem a se distanciar dos critérios que norteiam a qualidade musical importada da música erudita e são julgadas como obras de menor valor.

Os critérios de valoração específicos da música popular são perpassados pelo binômio quantidade-qualidade. Em seu trabalho sobre a indústria fonográfica nos anos 1970, Rita Morelli encontrou diversas referências a esta oposição. De um lado, os discos e artistas "de prestígio", lançando trabalhos reconhecidos pela "crítica", que são julgados como de alta qualidade. Do outro, discos e artistas "comerciais", lançando trabalhos "de consumo" avaliados por um "público" e ocupando uma posição inferior na hierarquia de valores da música popular (Morelli, 1991:140-143).

No entanto, prestígio e consumo nem sempre aparecem na música popular brasileira como categorias opostas e inconciliáveis. Há artistas que transcendem essa dicotomia e neutralizam a oposição entre quantidade e qualidade. Orlando Silva, Francisco Alves, Carmem Miranda, Mário Reis, Dalva de Oliveira, Elizeth Cardoso, entre outros gozaram de razoável prestígio estético e atingiram grandes audiências em seus shows, programas de rádio e ótimas vendas de suas gravações. Nos anos 1960/1970, com o surgimento da categoria MPB, qualidade e quantidade continuavam rimando nas vozes de Tom Jobim, Chico Buarque, Caetano Veloso, Milton Nascimento, Djavan, Maria Bethânia, Gilberto Gil, entre outros artistas de proa da categoria, que sempre foram bons vendedores de discos, tiveram suas músicas tocadas em rádios e programas de televisão e acesso relativamente fácil aos veículos da imprensa. Seu lugar de destaque no mercado deriva exatamente dessa mão dupla que inclui uma reconhecida qualidade estética e um bom coeficiente de circulação na sociedade. Como dizia um verso de Haroldo de Campos musicado por Caetano Veloso no início da década de 1990, "aquela música se não canta não é popular"[36], ou, citando um outro verso famoso de Milton Nascimento e Fernando Brant, "todo artista tem que ir aonde o povo está"[37]. Em outras palavras, a complexidade da obra dos compositores-cantores de MPB não impossibilitou sua projeção no mercado e a apropriação por pelo menos alguns setores da população.

Assim como a qualidade nem sempre se opõe de forma tão categórica à quantidade, a idéia de participação corporal na música brasileira não está necessariamente implicada em uma posição hierárquica muito baixa. O samba nos anos 1930 se consolidou como música nacional por excelência tendo como característica uma estrutura rítmica altamente contramétrica e

[36] *Circuladô de fulô*, de Caetano Veloso (1991).
[37] *Nos bailes da vida*, de Milton Nascimento (1981).

polirrítmica que, por isso, sempre envolveu um irresistível convite à dança e à participação física – que neste caso inclui ainda o canto coletivo. O fato é que os critérios de valoração de música popular são alvo de contínua disputa e negociação, reforçando e superando conflitos estéticos, sociais e políticos de cada momento através do embate entre grupos identificados com determinadas categorias musicais e seus quadros de pensamentos e visões de mundo específicos. Nessas disputas, os indivíduos e grupos identificados com uma categoria musical dada buscam legitimar sua prática e aumentar seu prestígio simbólico compartilhado pelo conjunto da sociedade. Ainda que a referência de qualidade seja a música "erudita", e, no âmbito da música popular, a chamada "MPB", as diversas práticas musicais que compõem o universo sonoro do mercado de música a todo instante buscam elevação de sua posição hierárquica através da valorização, em discursos e canções, de seus elementos característicos e dos símbolos que as identificam.

3.2 - Samba e modernidade

Na categoria samba, principalmente a partir da década de 1960, além de critérios estéticos de sofisticação estilística, individualização do autor (ambos representando uma proximidade com a música erudita), coeficiente de popularidade, público consumidor e participação corporal coletiva, a qualidade é atestada também pelo grau de referências ao passado do gênero e a seu imaginário, isto é, pela elaboração das suas "raízes". Na estratégia de valorização da prática do samba, a afirmação do gênero como prática cultural "autêntica" da população (sub-)urbana industrializada do país é altamente recorrente e legitimada. O critério da tradição, de uma temporalidade longa, representada em referências à história do gênero, à sua mítica, a seu ambiente social e na apologia de autores e obras do passado incorpora uma legitimidade estética tomada de empréstimo das práticas folclóricas, reconhecidas e consagradas pelo fator *tempo* como manifestações "autênticas" da população rural de uma localidade.

Por outro lado, a noção de tradição e de vínculo com o passado produz uma antítese, que também se torna um critério de valoração na música popular brasileira. Buscando se dissociar do paradigma rural ou folclórico de um passado musical muitas vezes visto enganosamente como estável e rígido, determinadas práticas musicais reivindicam legitimidade e consagração se auto-declarando *modernas*. Ser "moderno" representa adotar elementos e técnicas recém-inventadas, quase sempre ligadas a inovações tecnológicas de sonoridade, mas também se

tornando visíveis através de vestuário, comportamento, linguagem, enfim, de um imaginário mundial moderno. Representa, enfim, valorizar o tempo presente.

Na música popular, a partir de meados do século XX, a noção de modernidade se tornou um eixo de valoração que se apresenta em duas vertentes: a da vanguarda e a do mercado. Do lado da vanguarda, a modernidade representa uma associação com elementos estéticos legitimados, afastando-se da tradição rural em direção a uma urbanidade erudita, representada musicalmente na adoção de critérios de qualidade importados da música de concerto e compartilhados pelas elites econômicas e intelectuais. Os artistas envolvidos com a bossa nova estavam em busca exatamente dessa valoração estética moderna, o que resultou na adoção de certos elementos musicais específicos, capazes de "sofisticar" o samba, modernizando-o. Por outro lado, a modernidade também é valorizada enquanto forma de inclusão internacional, associada à cultura jovem, às simbologias da modernidade-mundo e às representações da cultura internacional-popular. A incorporação de instrumentos eletrônicos (guitarra, teclados, sintetizadores) e a própria popularização no Brasil de gêneros como o rock e o reggae são exemplos de manifestações musicais cuja legitimidade foi conquistada através da noção de uma modernidade mercadológica, que por sua vez também identifica como "atrasados" os elementos associados à "tradição". A Jovem Guarda e o movimento tropicalista obtiveram essa consagração moderna voltada para o mercado, para o consumo.

O samba, então, se estrutura como um contraponto à modernidade de ambos os lados: tanto pelo viés estético, pois está associado ao passado e à recorrência de elementos, quanto pela área mercadológica, pois funda suas simbologias em valores comunitários essencialmente anti-mercado.

Ao mesmo tempo, a presença cada vez contundente dos veículos de comunicação de massa tanto nas capitais quanto no interior do país através da televisão, do cinema e do próprio rádio gerou, em torno de 1970, um tipo de interlocução mais estreita entre o samba e os outros produtos veiculados por esses meios. Deste movimento, começa a se construir uma memória musical sambista que deixa de estar voltada para os circuitos relativamente fechados de sua circulação comunitária para interagir com músicas e pensamentos mais diversificados. Isto é, alguns elementos do samba (musemas) passam a freqüentar com assiduidade outras categorias do mercado musical. Um exemplo disso é a utilização do gênero por artistas ligados ao prestigiado segmento MPB, que incorporam elementos característicos do samba à complexidade melódica, harmônica e poética da categoria e ao estilo pessoal de cada compositor. *Garota de Ipanema* (Tom Jobim/ Vinicius de Moraes), *Apesar de você* (Chico Buarque), *Flor de Lis* (Djavan), *Construção* (Chico Buarque) e *Sampa* (Caetano Veloso) são

alguns exemplos de sambas que, sem estarem diretamente associados ao gênero, ocupam uma posição de destaque no repertório referencial da MPB. Nesse sentido, os artistas categorizados como pertencentes à MPB, herdeiros diretos dos pressupostos modernos da bossa nova, precisam "resolver" a dicotomia entre samba e modernidade, conciliando elementos de alto prestígio estético com referências ao universo "tradicional" do samba.

No setor da modernidade mercadológica, uma iniciativa pioneira de "resolver" essa problemática "tradição" do samba apareceu na primeira metade dos anos 1960, na obra do jovem Jorge Ben. A partir da individualidade artística da MPB mas projetando-se para o universo pop-jovem, Jorge propõe um "esquema novo"[38] para o samba que se transformaria anos mais tarde numa importante referência para o surgimento da música pop brasileira. Construída numa fusão do samba com o rock que freqüentava o mercado musical brasileiro desde os anos 1950, a importância de sua obra para música brasileira vai crescendo no decorrer dos anos com as diversificadas influências que dela partem. Em sua música, a categoria samba é utilizada como demarcadora de um signo nacional, mas não elimina um diálogo musical intenso com a cultura internacional-popular.

Já no seu primeiro LP, a presença de uma estética intencionalmente misturada entre elementos da linguagem pop e o então prestigiado samba pode ser notada com bastante evidência. Esta estratégia aparece de forma inequívoca nos títulos de algumas faixas de seus primeiros discos: *É só sambar*, *Samba, menina*, *Samba legal*, *Vou de samba com você*, sem falar nos títulos dos próprios LPs: *Samba esquema novo* (1963), *Sacudin Ben Samba* (1964), *Ben é samba bom* (1964). Para Armando Pittigliani, produtor de seu LP de estréia e autor do texto da contracapa, a música de Jorge Ben se destacava por sua modernidade e suas influências "autênticas".

> É fenômeno mesmo, pois desde há muito tempo não aparecia ninguém como ele no meio artístico verde-amarelo. (...) Tudo bem "brasileirão", tudo autêntico e, o que é importante, inteligentemente apresentado, dentro do processo evolutivo por que passa a música popular brasileira. É o esquema novo do samba. Talvez um retorno mais acentuado à nossa música popular primitiva, agora com características modernas - mas sem ser "bossa nova", aquela "bossa nova" dos primeiros tempos e que agora já se acha em seu segundo (ou terceiro) estágio de evolução. (...) Reparem que a influência "negróide" transborda em todos os momentos de sua música. Vale o sofrimento, o amor singelo (geralmente não correspondido), a pureza dos sentimentos e o próprio samba, isso em todas as suas letras. (...) O violão – que Jorge aprendeu sem professor, apenas com um "método" esses que por aí existem e muita força de vontade – é uma das chaves do seu êxito. Seu inato talento musical proporcionou-lhe descobrir uma nova "puxada" para o nosso samba – fazendo do violão um instrumento, sobretudo, de ritmo. Na sua "batida" se destaca o "baixo" como o desenho rítmico de sua pontuação na maneira toda sua de tocar. (...) Há em suas letras e melodias toda a

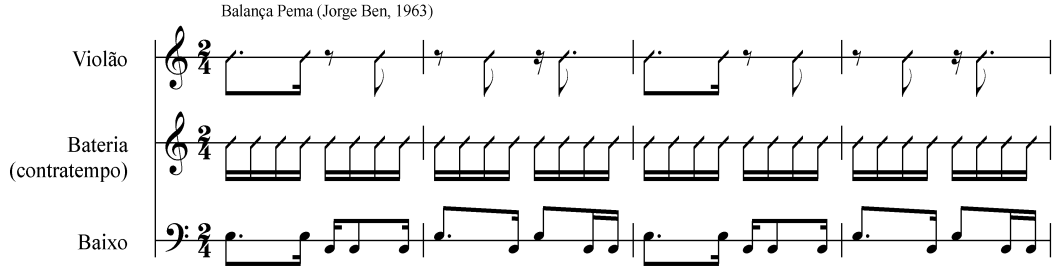
[38] Trecho da música *Mas que nada*, de Jorge Benjor, no LP *Samba esquema novo* (Philips, 1963).

> nostalgia do sangue negro, todo o encanto da poesia pura e simples do brasileiro autêntico, todo o ritmo empolgante de quatro séculos de civilização baseada numa miscigenação de raças onde o negro africano tem seu papel preponderante. Da Etiópia vieram seus ancestrais. De nobre linhagem indígena Jorge tirou de seu avô o sobrenome Ben (Armando Pittigliani, 1963).

É interessante notar que no rol das características legitimadoras apresentadas pelo produtor vários aspectos como "autenticidade" e "negritude" aparecem em destaque, ao lado da temática do amor – "puro", "não correspondido" e sofrido. Por outro lado, o samba aparece associado à música "primitiva" e em oposição à "modernização" promovida pela "bossa nova". Há uma nítida preocupação com a idéia de "evolução" que permeia a "descoberta" de uma nova batida de violão, marco principal desse novo "esquema".

De fato, a música de Jorge Ben é resultado de uma busca constante por incorporações, fusões e sínteses. Em seu *site* oficial, a biografia apresentada enumera a enorme influência da música de Benjor em quase todas as searas da música popular brasileira contemporânea, indo do sertanejo ao rap, da música baiana ao samba, passando pelo movimento tropicalista, pela *black music*, o *soul,* o funk e pelo novo pop urbano nacional. Jorge é reverenciado em todos esses ambientes com a mesma naturalidade e recorrência. Em seu primeiro LP, o produtor observa essa ampla variedade estética de sua obra, chamando a atenção para o seu violão e sua batida altamente pessoal como signos desse "esquema novo".

Uma audição atenta dos discos do compositor revela, no entanto, que Jorge não executa *uma*, mas *várias* batidas diferentes de acordo com cada canção. Dentre todas essas inflexões rítmicas do cantor-violonista, podemos destacar um padrão rítmico que, mesmo sem ser o mais recorrente em suas composições, irá ser reaproveitado anos mais tarde por diversos sambistas de gerações futuras. No LP *Samba esquema novo* essa batida aparece de forma bastante clara na primeira parte da música *Balança Pema* [CD ANEXO: faixa 5].



No texto da capa do segundo disco de Jorge, *Sacudin Ben Samba* (1964), o produtor Armando Pittigliani antevia que o compositor representava um novo inspirado capítulo na "MPM (Música Popular Moderna)", no qual destacava novamente a "puxada" de seu violão (Pittigliani, 1964). O aspecto rítmico da obra de Benjor vai incorporando influências diversas que se tornam uma marca de seu *swing*. Em *Taj Mahal*, gravada em 1976 no disco África Brasil, a mistura de elementos que Jorge propunha fica ainda mais clara e a organização da polirritmia é diferente do modelo do samba. Em andamento acelerado, não há surdo ou pandeiro, a continuidade é dada pelo ganzá, que garante, ao lado da sonoridade cuíca (que executa uma linha rítmica bem diferente da normalmente empregada pelo instrumento na prática do samba), uma forte referência ao ritmo do samba. No entanto, a levada da guitarra desenvolve um outro padrão rítmico, semelhante ao padrão encontrado no seu disco de estréia na música *Balança Pema*. Segundo Charles Gavin, organizador da reedição do LP (agora em CD) em 2001, o disco representa

> tudo o que você sempre quis saber sobre 'samba rock' (...). Jorge Ben mistura, como ninguém, o suingue do samba e do *funk* ao peso do rock'n'roll, a criatividade das composições, os ritmos inconfundíveis de sua guitarra e a sonoridade de sua banda fazem deste álbum um dos maiores clássicos da MPB (Charles Gavin, encarte do CD Universal, 2001).

Essas misturas são bastante audíveis em seus trabalhos e se tornam ainda mais expressivas a partir de uso recorrente de sua batida. Em 1979, essa levada seria adotada novamente na gravação de *Ive Brussel*, com participação do ex-tropicalista Caetano Veloso. Lançada no LP *Salve Simpatia*, com arranjos de Lincoln Olivetti, a faixa se inicia apenas com a guitarra de Jorge executando os acentos da batida, e se mantém durante toda a música, configurando uma nova levada. Essa levada iria servir de base para um novo momento de "modernização" do samba, na última década do século XX, se tornando um padrão rítmico característico de alguns artistas do período, que chamei de *padrão Benjor*, por ter sido provavelmente "inventado" por Jorge (em virtude de problemas no recebimento internacional de direitos autorais, Jorge Ben iria adotar o nome artístico de *Jorge Benjor*, que é o título do seu disco de 1989) [CD ANEXO: faixas 6 e 7].

PADRÃO BENJOR

É necessário fazer aqui uma ressalva. A utilização de uma nova levada, mesmo com a adoção proposital de elementos importados de outras práticas musicais, não representa, na obra Jorge Benjor, uma ruptura ou um divisor de águas na prática do samba. Isso porque ao mesmo tempo em que dialogava com outras estéticas e desenvolvia novas batidas para o samba, a maior parte dos sambas gravados pelo artista nos seus discos iniciais pode se encaixar perfeitamente à categoria sem maiores desafios de classificação. A música de Benjor representou para a música brasileira uma arena criativa na qual se manifestava o estilo pessoal do cantor-compositor-violonista. Sendo assim, o padrão rítmico adotado em algumas de suas canções mais famosas (*O dia em que o sol declarou seu amor pela Terra, Taj Mahal, Ive Brussel*, entre outras) não teve, em um primeiro momento, maiores repercussões além de representar a inventividade pessoal de Jorge.

> Acontece que Jorge Benjor havia atingido um nível especial de originalidade a partir exatamente da descaracterização dos símbolos primários que garantiriam sua autenticidade de sambista negro. Embora tenha herdado a energia rítmica da raça, armazenando-a precisamente no punho da mão direita, Jorge Benjor formou-se ao som do rock dos anos 50, assimilou o traço *cool* da bossa nova e percebeu, sob a influência do iê-iê-iê internacional e nacional, a importância de se compor visando ao mercado (Tatit, 1996:210).

Nesse palco de misturas, sua obra permaneceu como um mundo relativamente paralelo de criação musical popular, identificada com o universo pop-jovem e com a sempre necessária música dançante. Jorge Benjor apresentou, no interior da categoria MPB, mas com forte aproximação com o gesto tropicalista da mistura, uma solução *pessoal* para o "problema" da modernização do samba. A sua batida configurou essa solução, mas que não teve conseqüências diretas na época. Somente quinze anos mais tarde é que esta levada "descoberta" por Jorge Ben deixará conseqüências em parcela significativa da música brasileira, inclusive o samba, se tornando um novo padrão rítmico amplamente difundido e utilizado.

3.3 - Samba x MPB

A sedimentação da categoria MPB como eixo do "bom gosto" na música popular brasileira acentuou o paradoxo do samba no mercado. Isto porque, apesar do grande destaque do gênero no cenário musical brasileiro, sua posição hierárquica sempre foi dúbia e instável. Em alguns momentos, o gênero e seus representantes se tornam símbolos da unidade nacional, orgulho da criativa vida musical do Rio de Janeiro e do Brasil. Porém, esse mesmo orgulho se

transforma numa espécie de vergonha por ser o samba, ao mesmo tempo, criação de populações de baixa renda, originária das práticas musicais de negros recém libertados do início do século XX e associada a uma extensa gama de delinqüências representadas no imaginário da malandragem: "vadiagem", jogo, contrabando, pequenos furtos, cafetinagem, etc... O sambista Moacyr Luz confirma a situação desconfortável do samba ao compará-lo com outras práticas musicais:

> É uma coisa assim: o jazz é elegante, o samba é deselegante; o tropicalismo é moderno, o samba é antiquado; a bossa nova é fina, o samba é escrachado; a MPB do Chico Buarque e do Caetano é intelectual, o samba é intuitivo. Qualquer comparação que for se tratar sempre o samba é levado a uma categoria menor. É curioso isso! Você diz assim "eu sou compositor" é uma coisa. E de repente vem uma coisa assim: "Ah, você é *sambista*!", essa palavra ela vem cercada de preconceito. É impressionante isso! (depoimento pessoal ao autor em 4/4/2005).

O preconceito é difícil de ser aceito, mas relativamente fácil de ser explicado. Se até a bossa nova e o surgimento da MPB o samba era a música nacional por excelência e gozava de um certo prestígio no conjunto da sociedade e bom trânsito nas gravadoras, a invenção da MPB relegou o samba a uma posição hierárquica secundária no mercado. Com isso, acentuou o preconceito contra o gênero ao instaurar critérios de qualidade que não pertenciam à gama de elementos reconhecidos de sua prática.

A MPB emprega uma grande elaboração harmônica, inovações melódicas, sofisticação formal poética, complexidade dos arranjos, além de alta qualidade de gravação, mixagem e programação visual das capas e encartes. Enfim, ao lado do padrão estético-musical se encontra um referencial comercial-industrial que se dirige ao cosmopolitismo e à profissionalização. O referencial simbólico do samba, ao contrário, deriva do ambiente amador das rodas e é construído muito mais através do encontro, da coletividade, do que apoiado em artistas individuais. Os artistas identificados com o gênero a todo instante necessitam estabelecer elos de identidade com determinadas rodas, escolas de samba, associando-se a outros artistas, fazendo participações, shows coletivos, apadrinhando, se reunindo. Ainda que se lancem no mercado sob a aura individualizante do LP (e posteriormente do CD), as referências comunitárias dos sambistas são sempre sublinhadas, assim como seu pertencimento a uma Escola ou roda.

Imprensada entre o "prestígio" e a "tradição", a prática do samba adota critérios próprios de valorização interna que ora tendem para um lado ora para o outro, sendo que sua existência simbólica não consegue ocupar – salvo raras exceções – posições mais prestigiadas. De certa forma, as referências às rodas e ao fundo de quintal se opõem às demandas por sofisticação

estética da MPB, dificultando a ampliação do *status* dos artistas de samba. Convém abrir um parêntese para um artista que, apesar de ter conseguido quebrar a oposição entre samba e MPB, protagonizou um acontecimento que confirma a posição inferior do samba no mercado: o sambista Paulinho da Viola.

Desde a década de 1970, Paulinho assumiu uma posição de destaque no mercado musical enquanto artista prestigiado e estreitamente identificado com o samba. Seu estilo pessoal de cantar e compor o aproximou dos compositores-intérpretes da MPB e colaborou para que o sambista conquistasse um lugar de destaque na hierarquia do mercado. Ao mesmo tempo, sempre foi admirado e respeitado nos circuitos de samba, sendo inclusive padrinho da simbolicamente poderosa *instituição* "Velha Guarda da Portela". Paulinho iniciou sua carreira na década de 1960 através dos festivais, tendo vencido o de 1969 com a hermética e complexa canção *Sinal fechado*, gravada em um compacto que, no outro lado, trazia o clássico *Foi um rio que passou em minha vida*, em homenagem à Portela. Este disco representa bem sua dupla atuação: samba & MPB.

No entanto, Paulinho nunca teve o mesmo *status* mercadológico de Tom Jobim, Caetano Veloso ou Chico Buarque e seus discos invariavelmente atingiam índices de vendas mais modestos do que de seus contemporâneos da MPB. Entre o prestígio e a tradição, Paulinho desenvolveu sua carreira no caminho do meio, mantendo fortes referências ao imaginário do samba e atuando como artista de MPB. Esse caminho intermediário reflete exatamente a posição hierárquica dúbia do samba, e pôde ser confirmada no triste e famoso episódio do Reveillon de 1996.

Para comemorar a virada do ano, a Prefeitura do Rio contratou Paulinho da Viola, Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa e Milton Nascimento para um show conjunto em homenagem a Tom Jobim, falecido em 1994. Tratava-se, então, de seis dos mais importantes artistas da MPB prestando emocionante homenagem ao "maestro soberano". A inclusão de Paulinho nessa lista demonstra a excelente posição do artista no mercado, que estava sem lançar discos há 7 anos mas se mantinha no imaginário da música popular brasileira com grande prestígio. Ocorre que, após o show, durante o mês de janeiro, foi divulgado que todos os artistas receberam um cachê de R$ 100.000,00, *menos* Paulinho, que recebeu R$ 35 mil. A diferença de cachês suscitou enorme polêmica nos jornais cariocas com direito a textos acusatórios, amargos e duros trocados via imprensa entre os próprios artistas e alguns dos produtores envolvidos.

Independente das razões do episódio ou de seu julgamento, a diferença dos valores demonstra inequivocamente que o artista identificado com o samba, mesmo quando atinge posições de

proa na hierarquia de valores do mercado, está constantemente sob o risco de ser tratado apenas como um "ante-projeto". Uma das produtoras do evento, a empresária cultural Gilda Matoso, declarou categoricamente que a culpa pela diferença era do próprio Paulinho e da forma com que ele trata sua carreira, trabalhando no "fundo do quintal", em oposição aos outros artistas que "têm escritórios e dão empregos a assessores e empresários justamente para evitar que uma m... dessas aconteça" (JB, 18/1/1996, citado em Coutinho, 2002:167). Sobre essa declaração, Eduardo Coutinho observa que a distinção entre "escritórios" e "fundo de quintal" é reveladora.

> O campo simbólico dos escritórios é povoado por assessores e empresários sérios, profissionais e competentes. É o campo da modernidade, do capitalismo avançado. Se quisermos ir mais adiante, é o campo da globalização, do neoliberalismo. O fundo de quintal, símbolo da não-modernidade, da produção pré-capitalista e artesanal, é um espaço não hegemonizado, o *locus* da identidade cultural subalterna (Coutinho, 2002:167).

De fato, no plano simbólico, o fundo de quintal corresponde a um ambiente amador da prática do samba, característico de uma identidade cultural de grupos localizados na base da pirâmide social. Por outro lado, a caracterização do espaço do samba como pré-capitalista pode ser um certo exagero, uma vez que, como vimos, o samba atua no mercado capitalista e nele disputa espaço. É por isso que Paulinho foi convidado a participar do show e aceitou. O episódio revela, antes de tudo, que a valoração do samba – tanto estética quanto financeira – se situa em um nível abaixo da MPB. Nesse sentido, o prestígio estético dos cantores-compositores de MPB produz uma remuneração mais elevada do que os artistas identificados com o samba, ainda que estes gozem de boa legitimidade.

A resposta dos sambistas a esse "rebaixamento" no nível hierárquico do gênero foi nutrir um certo desdém pela própria profissionalização, o que acabou acentuando suas cores. Moacyr Luz fornece sua visão:

> Quando você vai olhar os discos de samba antigos, alguns, belos sambas antigos, existem às vezes erros de afinação do instrumento, existe erro de tonalidade do cantor, existe erro de dicção, existe erro de formato gráfico. Porque existe? Porque o camarada que estava ali por trás daquilo tudo ou se era o sambista não tinha experiência pra aquilo ou se era o produtor o pensamento era "Ah isso é samba, não há necessidade disso se não vai perder a informalidade". Mentira! [...] Fazia parte do conceito você não se importar com aquele troço, entende? "Eu não sou um produto, eu sou um compositor!" Então fazia parte ele na véspera tomar um porre, ou se não bebesse, nem dormir, vai lá, canta nas coxas. Isso vai inibindo uma quantidade enorme de talento (depoimento pessoal ao autor em 4/4/2005).

Moacyr revela de forma bastante direta a relação paradoxal dos sambistas com as atividades relacionadas à comercialização do produto-música. Os sambistas muitas vezes acham que ensaiar, ter cuidados com a voz, pagar por um arranjador prestigiado, contratar um produtor de alto nível são tarefas aborrecidas ou dispensáveis. Um ótimo exemplo desse descompasso é a gravação do DVD Acústico MTV de Zeca Pagodinho. Alçado no final da década de 1990 como estrela maior do mercado de música brasileira, Zeca manifesta um grande desconforto com a superprodução que gira em torno de seu DVD e explicita:

> O Romário não gosta de treinar e eu não gosto de ensaiar. [...] Eu gosto mesmo é de partido, de criar coisa na hora, agilidade. Ali é brincadeira, manda o refrão, vai sacanear o outro. Ali não, eu sei que já tá tudo preparado: presta atenção na introdução, cuidado que o cara vai entrar ali, volta na primeira, não repete a segunda. Vamos lá! Me chamaram, eu aceitei agora tô nessa aqui. Não tô nem dormindo direito! (Depoimento no DVD Acústico MTV, 2003).

A espontaneidade do linguajar e a sinceridade do artista colocam em evidência a administração do paradoxo entre amadorismo e profissionalismo, mas escondem a posição hierárquica desvantajosa do samba no mercado de música. Seria absolutamente impensável que qualquer artista ligado à categoria MPB expressasse tamanho desconforto com uma produção esmerada e de alta qualidade empenhada em realizar o seu trabalho da melhor maneira possível. "Não gostar de ensaiar" é conseqüência do ambiente do samba, fundado nos eventos coletivos, improvisados, onde os valores individuais, apesar de reconhecidos e prestigiados, se misturam à coletividade, à prática musical. Não é à toa que Zeca se assusta com sua mudança de *status* mercadológico e demonstra em vários trechos do DVD um grande nervosismo para que tudo saia conforme as expectativas dos produtores. A posição de Zeca no mercado será analisada em detalhes mais adiante neste trabalho.

Por ora, é importante apenas frisar que, no mesmo momento em que a MPB ocupou a faixa de maior prestígio na hierarquia das músicas comercializadas no Brasil, a legitimidade do samba passou a ser afirmada com maior ênfase através de sua "tradição". Para Eduardo Coutinho, o episódio do Reveillon de 1996, por exemplo, revela uma desvalorização da tradição do samba (2002:166), que neste caso se opõe ao mercado e aos "escritórios". Essa estratégia de valoração através da tradição teve como conseqüência uma completa sedimentação do paradoxo entre samba e mercado, colaborando para que fosse mantida uma separação simbólica entre as duas representações.

Atento a essa implicação, Nei Lopes contesta a separação entre samba e MPB, observando que a noção de uma "música popular brasileira" se funde com a idéia do samba enquanto música nacional. Segundo o autor, essa distinção tem objetivos "claramente discriminatórios", pois o

repertório da chamada MPB abriga "ótimos sambas, mas exclui sistematicamente os sambistas de morro para contemplar uma música que equivocadamente se supõe mais sofisticada e de bom gosto" (Lopes, 2003:107).

É fato que o estabelecimento de uma prática musical altamente reverenciada e consumida por públicos intelectualizados colaborou para que o samba ocupasse uma zona de menor prestígio no quadro hierárquico da música brasileira. Da mesma forma, a relação paradoxal entre artistas ligados ao gênero e o mercado musical fica mais latente tanto através da dicotomia entre profissionalismo e amadorismo quanto a partir da reivindicação de um lugar de maior destaque no cenário musical utilizando para isso o argumento da "tradição". No caso do samba, a oposição na construção de critérios de valorização não reside tanto no binômio prestígio-consumo, mas se manifesta sobretudo na separação entre tradição e mercado.

3.4 - O pagode dos anos 1980

No início dos anos 1980, alguns artistas ligados ao samba buscaram uma nova forma de conciliar tradição e mercado, assumindo posições de destaque em meados da década. A trilha sonora dos anos 1980 era composta basicamente por músicas que pertenciam a um universo semântico bem diferente do ambiente comunitário e afetivo do imaginário do samba. Com isso, artistas que haviam conquistado grande destaque e sucesso comercial na década anterior passam anos sem lançar discos ou se transferem para gravadoras de menor alcance. Perdendo espaço no grande mercado de música, os sambistas se voltam para o ambiente amador e doméstico das rodas de samba, organizadas agora em espaços altamente variados.

No entanto, todo esse processo não significa que o samba tenha se encolhido. Ao contrário, comendo pelas beiradas a partir de um mercado musical menos massivo, o gênero conquistava grande popularidade e atraia fãs em vários pontos do país. Nessas rodas, ocorria um processo análogo ao do início do século, onde se formou uma espécie de comunidade em torno do samba, aglutinando admiradores e freqüentadores. O jornalista Tárik de Souza descreve esse movimento:

> Em 1983, antes da transformação em modismo pela mídia – que tomou a prática por gênero, apesar de reinar o partido-alto nos fundos de quintal – a Zona Norte carioca fervilhava de pagodes. Piedade, Oswaldo Cruz, Cascadura, Vila Isabel, Marechal Hermes, Vila Valqueire, Rocha Miranda, Vila da Penha e até o pioneiro da Zona Sul, do Cantinho da Fofoca eem Botafogo. Destaques ainda para o Terreirão da Doca, da Velha Guarda da Portela, e o de Neide do Império serrano com D. Guaracy, mãe de Arlindinho Cruz – que mais tarde também abriria o seu. Na época, bastava um terreno vazio, um pára-quedas usado como

> teto, algumas cadeiras e uma mesa (duas tábuas de obra suspensas sobre dois cavaletes). Era só formar uma roda – lubrificada por cerveja gelada e tira-gostos (Souza, 2003:274).

De uma dessas rodas, promovida pelos organizadores do bloco carnavalesco Cacique de Ramos, surge um grupo de sambistas que gradativamente iriam ampliar o espaço do samba neste mercado em meados da década. Em 1980, o grupo responsável pelas rodas do Cacique se profissionaliza e grava seu primeiro LP, intitulado *Samba é no Fundo de Quintal* (RGE), que acabou se tornando o próprio nome do grupo. O Fundo de Quintal começa gradativamente a abrir as portas do mercado para o samba e outros artistas conquistam razoável projeção e sucesso no início da década. Podemos destacar, entre outros, o sucesso de Agepê, com seu LP *Mistura brasileira* (Som Livre), o 7º de sua carreira, que alcança em 1984 a incrível marca de 1 milhão e meio de cópias vendidas na esteira do mega-sucesso *Deixa eu te amar* (Mauro Silva/ Camilo/ Agepê). No ano seguinte, a gravadora RGE lança um disco intitulado *Raça Brasileira* no qual vários artistas identificados com o samba podem iniciar suas carreiras fonográficas.

O disco, produzido por Milton Manhães, atinge 100 mil cópias vendidas, conquistando disco de ouro e possibilitando a carreira de diversos sambistas ligados ao pagode. Zeca Pagodinho, Almir Guineto e Jovelina Pérola Negra são os mais bem sucedidos deste grupo[39]. O surgimento e subseqüente crescimento comercial do "pagode" é um fato altamente relevante na construção desta nova forma de valorização do gênero.

> Muito mais do que apenas uma estratégia de *marketing* que tenha resultado de uma iniciativa isolada e maquiavélica das gravadoras, este verdadeiro *movimento* de pagodes, que podia ser observado à luz do dia, parece ser também de alguma forma, o feliz resultado de uma paciente e em montada "articulação" de sambistas ou de amantes do samba (estrategicamente situados dentro e fora das gravadoras ou mesmo na imprensa) com o objetivo de dar ao samba um lugar de maior destaque no quadro da MPB e, evidentemente, no mercado fonográfico (Pereira, 2003:128).

Vale destacar, contudo, que o feliz encontro entre samba e mercado foi produzido na época através de uma categoria mercadológica nomeada de *pagode* ao invés de samba. Convém aprofundar alguns detalhes sobre esta categoria. O termo foi historicamente utilizado pelos admiradores e freqüentadores do samba para designar o evento social do gênero, isto é, a roda. Segundo Nei Lopes,

---

[39] Depois do sucesso do *Raça Brasileira*, Zeca Pagodinho alcançou 450 mil cópias em seu disco de estréia em 1986 e o LP *Almir Guineto* chegou a 600 mil (RGE), puxado pela música *Caxambu* (Elcio do Pagode/ Jorge Neguino/ Zé Lobo/ Bidubi).

> Parece que o pagode (a festa), na forma consagrada como fundo de quintal e hoje também conhecida como pagodes de mesa, começou a nascer ali pelo início dos anos 1970, no lendário Cantinho da Fofoca, nas vizinhanças da rua Arnaldo Quintela, em Botafogo. Lá, em torno de uma grande mesa, num quintal residencial, reuniam-se semanalmente instrumentistas, cantores e compositores. E, animando as reuniões musicais, o dono da casa "se defendia", vendendo as bebidas e os tira-gostos (2003:109).

Aos poucos, o termo pagode passou a designar não apenas uma reunião informal, mas um jeito específico de fazer samba e, mais do que isso, a classificar um determinado grupo de sambistas no universo comercial. O sambista Almir Guineto, reconhecido como um dos principais líderes do pagode dos anos 1980 analisa essa dissociação:

> O pessoal fala que o pagode é um gênero de samba. Está errado, é a mesma coisa. Começou a crescer depois que as escolas de samba foram tirando o espaço do pagodeiro. Primeiro porque cobra ingresso na porta. Depois não deixa o pagodeiro subir no palco para mostrar seus sambas novos. Pra curtir um pagode num fundo de quintal desses, só se paga a cervejinha. A entrada é grátis e se pode puxar sambas. É melhor para o pagodeiro (JB, 14/12/86).

O afastamento do grupo de pagodeiros das instâncias de legitimação das Escolas de Samba parece ser um vetor primordial para o desenvolvimento do samba de pagode. Alijados das quadras das escolas, os sambistas partem para espaços onde "se pode puxar sambas", onde a informalidade é maior e o profissionalismo aparece escamoteado. Messeder Pereira, em seu trabalho sobre o bloco Cacique de Ramos, destaca que esses eventos de fundo de quintal são caracterizados pela informalidade, que se manifesta através dos improvisos, destacando que na prática batizada de pagode há algumas características que diferem do samba, sobretudo do samba carnavalesco (2003:96). Sobre a questão do improviso, Roberto M. Moura assinala uma das principais colaborações dos sambistas que circundavam o Cacique:

> As composições que nasceram daquele grupo em que se destacavam Almir Guineto, Zeca Pagodinho (que chegava com o cavaquinho guardado numa bolsa de supermercado e se incumbia de comprar mais cerveja, quando a bebida acabava), Jovelina Pérola Negra, Arlindo Cruz, Leci Brandão, Milton Manhães, Sombrinha, Luiz Carlos da Vila, Neoci e os integrantes do Fundo de Quintal, além de Jorge [Aragão] traziam um desenho novo: eram sambas prontos e acabados, com primeira e segundas partes, mas sobre os quais era possível improvisar como nos velhos tempos (Moura, 2004:205).

O improviso reforça o clima de familiaridade, de intimidade que cerca a prática das rodas de samba, agora apelidadas de pagodes. Em oposição à robusta organização das Escolas de Samba, a intimidade do pagode se manifesta na adoção de alguns instrumentos específicos. A formação básica do pagode seria composta pelo banjo (introduzido por Almir Guineto nas rodas do Cacique por apresentar maior potência sonora do que o cavaquinho), pelo tantã -

mais intimista do que o sonoro surdo de marcação -, e pelo repique de mão, fazendo as funções de caixa e repique da bateria completa (Pereira, 2003:98). Nei Lopes fornece uma descrição mais detalhada das características básicas desta forma de samba:

> Assim como o rock'n'roll é uma repaginação do rythm & blues, que por sua vez é o velho blues e andamento acelerado, a forma pagode de fazer samba, apesar de profundas inovações que trouxe não configura um novo gênero musical, e sim, uma variante da corrente principal. E isso se vê tanto nos temas e na concepção melódica quanto na sua dinâmica rítmica, bem como na revitalização que trouxe ao partido-alto – que é a arte dos bambas, dos verdadeiros sambistas, por ser a forma mais tradicional e difícil de fazer samba. E essa renovação que o pagode trouxe se reflete, primeiro, nos instrumentos e na forma de sua utilização(...). Tudo isso sem falar no fato de que o pagode descalçou o sapato branco e tirou o chapeuzinho da cabeça do sambista, desconstruindo traços que identificam, mas também estigmatizam como velha-guarda os sambistas mais tradicionais (2003:110).

Elaborada a partir de um distanciamento prático, musical e comportamental com as Escolas e com os sambistas da "velha-guarda", a música do pagode começava a transitar com maior desenvoltura no mercado de música e a dialogar com elementos musicais não exclusivamente adotados nas rodas de samba, mas também com sonoridades obtidas em estúdio. Com isso, semeou um terreno para uma aproximação com o samba não mais determinada *a priori* por uma identificação estreita com o carnaval, o desfile e com a própria cidade do Rio de Janeiro. O samba que será composto por esses jovens irá incorporar cada vez com mais naturalidade elementos musicais e simbólicos originários de outras estéticas.

Na música *Termina aqui* (Zeca Pagodinho/ Arlindo Cruz/ Ratinho), por exemplo, gravada no segundo LP de Zeca Pagodinho, *Patota do Cosme* (RGE, 1987), o romantismo da canção é realçado pelo andamento lento e ouve-se um "fundo" de teclados em boa parte da gravação [CD ANEXO: faixa 8]. Veremos adiante que a utilização de teclados se tornou alvo contundente de crítica à prática de alguns sambistas da década seguinte. O teclado é visto por setores da imprensa e mesmo por alguns sambistas como símbolo de uma influência estrangeira, da cultura pop internacional, contra a qual o samba deveria *resistir*.

No entanto, os discos de Zeca nunca foram atingidos por crítica semelhante. Isto porque o movimento do pagode sempre guardou uma proximidade estratégica com os sambistas oriundos das Escolas, tanto estética quanto afetiva, o que lhe conferiu uma posição respeitada nos circuitos do samba. Apesar de nortearem suas atuações artísticas de forma independente e de estarem mais abertos e influenciáveis pelas práticas musicais do mercado de música, o grupo de compositores formado nos arredores das rodas do Cacique de Ramos mantinha uma sábia e sincera reverência aos sambistas das Escolas de Samba, seu referencial simbólico e

sua visão de mundo. Mais do que isso, esses sambistas construíram sua prática musical baseada no ambiente amador e comunitário que sempre norteou o imaginário do samba e, com isso, nutriam em relação ao grande mercado musical uma certa desconfiança e até mesmo um certo desdém, apesar de terem alcançado a partir de 1985 uma boa posição comercial. Em outras palavras, guardavam com carinho a relação paradoxal que o samba historicamente desenvolveu com as instâncias principais do mercado de música.

Nesse sentido, Messeser Pereira questiona a utilização de uma categoria à parte para a música do pagode na esfera comercial. Ao tratar o pagode como um gênero ou sub-gênero do samba, marca-se

> uma diferença no interior de um dado campo cultural-musical e acentuam-se as inovações rítmicas, de estilo e (por que não?) de relação com e de inserção no mercado. Mas fica a questão: até que ponto vale a pena um grande afastamento da matriz primeira e maior do samba? Principalmente na medida em que o surgimento (evidentemente que quando bem justificado) de novas categorias ou "rótulos" vinculados ao samba – os quais remetem a novas articulações e alianças entre produtores, divulgadores, consumidores, críticos e assim por diante, tudo isso no contexto do mercado – reforça o processo de aproximação ou de "reinvenção" da "tradição do samba", reavivando sua história e articulando-se com as configurações do momento presente (2003:102).

A categoria *pagode* então, é um artifício mercadológico cunhado como forma de sublinhar algumas distinções em relação ao samba até então praticado, ao invés de demarcar suas semelhanças com a estética e com o imaginário do samba. Esse artifício, se por um lado promoveu as vendas de um determinado grupo de sambistas, por outro acabou estabelecendo uma linha divisória entre samba e pagode, que se firmou como um eixo de legitimidade.

O termo samba, prestigiado por uma longa história de afirmação social e disseminado em diversas searas e categorias da música popular brasileira tinha muito mais prestígio do que o novo "pagode", associado às noções de informalidade, populações de baixa renda, subúrbio, fundo de quintal. Dessa informalidade derivam no imaginário compartilhado sobre as categoriais de música popular noções de "vadiagem", "bagunça", "desrespeito", "barulho", "confusão" e inúmeros termos altamente depreciativos comumente associados à categoria *pagode*. A separação entre as duas nomeações irá acentuar um marco de qualidade no interior da categoria samba, que anos 1990 se acentuará e irá se revestir com outras cores.

No jogo das classificações, no entanto, os artistas identificados com o pagode nunca desejaram abandonar a categoria *samba* ressaltando em entrevistas e canções a simbiose evidente dos dois termos. Essa percepção se torna particularmente evidente na letra do samba

Nova morada, de Arlindo Cruz, Sombrinha e Franco, lançada pelo grupo Fundo de Quintal em 1985 no LP *Divina Luz* (RGE).

O samba hoje tem nova morada
Que faz esse povo cantar um pouco mais feliz
Não devemos esquecer Capela, Osvaldo Cruz
E o saudoso Estácio de Ismael
E vamos respeitar Mangueira e Vila Isabel
Portela, Império, Salgueiro e Padre Miguel
Tá certo que existem muitos bambas da pesada
Mas o samba hoje tem nova morada

Essa nova morada representava também a abertura de um diálogo mais estreito com o mercado, ainda que mantendo distância e desconfiança. A aproximação com o mercado, na verdade, era obtida através da noção de que a música que estava sendo produzida era, afinal de contas, a música "do povo", que conquistava um espaço privilegiado no cenário musical brasileiro através do samba. Em 1986, Jorge Aragão explicita este pensamento na faixa-título do seu terceiro LP, intitulado *Coisa de pele* (RGE), composta em parceria com Alcyr Marques, que viria a ser tornar um dos maiores clássicos do repertório do pagode da década de 1980.

Podemos sorrir, nada mais nos impede
Não dá pra fugir dessa coisa de pele
Vivida por nós, desatando os nós
Resiste quem pode à força dos nossos pagodes
(...)
Arte popular no nosso chão
É o povo quem produz o show e assina a direção

Porém o "movimento" arrefeceu em pouco tempo. Cerca de dois ou três anos depois do LP *Raça Brasileira* os artistas identificados com o pagode começam aos poucos a serem preteridos nas gravadoras e casas de espetáculos. O pagode havia se tornado mais uma "moda" do mercado mutante, com existência efêmera. Ainda assim, seus principais protagonistas puderam dar seqüência em suas carreiras lançando discos e ocupando espaços alternativos do mercado de música.

Em sua projeção comercial nacional, o movimento do pagode colaborou para estabelecer definitivamente uma dissociação entre o gênero samba e os seus antigos núcleos realizadores. A partir do sucesso de Jorge Aragão, Zeca Pagodinho, Almir Guineto, Fundo de Quintal, Jovelina Pérola Negra, entre outros, não era mais necessário pertencer a uma agremiação carnavalesca carioca para obter a legitimidade da chancela do samba, apesar de alguns de seus protagonistas serem, de fato, membros de algumas Escolas. Com isso, o movimento dos

pagodes ampliou o leque de possibilidades estéticas e variedade de estilos para a prática do samba, sem abrir mão de ser classificado como tal. Diferente do samba "esquema novo" de Jorge Ben, da "MPB" dos sambas de Chico Buarque e Caetano Veloso ou da "bossa nova" dos sambas de Tom Jobim; a música de Jorge Aragão, Zeca Pagodinho e Almir Guineto, apesar de receber o tratamento de "pagode", sempre esteve situada *dentro* do segmento de mercado "samba".

Desta forma temos, de um lado, os elementos do samba sendo utilizados por outras categorias do mercado musical, muitas vezes anexando ao rótulo samba outro substantivo para distinguí-lo do que seria o "eixo principal" de seus referenciais musicais e simbólicos. De outro, um movimento de incorporações de elementos teoricamente estranhos à linguagem consagrada do samba no fazer musical de grupos que se mantém *dentro* da categoria samba, alargando suas fronteiras. Dois processos concomitantes que circulam massivamente pelo mercado de música, atingindo pontos afastados do país e colaborando para que os elementos do samba sejam incorporados ao repertório musical cotidiano de pessoas em diversas cidades, sobretudo nas metrópoles.

Esse samba que se descolou de sua origem geográfica carioca, de sua relação umbilical com as escolas de samba do Rio de Janeiro e que passou por uma intensa divulgação pelo já profissionalizado e integrado mercado de bens culturais brasileiro estava pronto para ser apropriado por outros protagonistas, em outras cidades. O movimento dos pagodes da década de 1980 iniciou um processo de ampliação na diversidade estética do samba, mas, apesar de ter atingido níveis invejáveis de vendas de discos e projeção comercial, manteve a relação paradoxal com o mercado ao permanecer apoiado no imaginário do "fundo de quintal". No entanto, o caminho estava aberto para o surgimento de outros músicos, cantores e compositores de samba que, além de uma nova morada, iriam criar, de fato, um novo estilo para a prática do samba, já livre do paradoxo "fundo de quintal x mercado". O marco dessa nova estética de samba que movimentou o mercado musical do final do século XX foi o enorme sucesso comercial do grupo paulista Raça Negra, que inaugurou uma nova estética do samba, o pagode "romântico".

3.5 - Música popular romântica

A estética do "pagode romântico" tem como eixo central uma forma específica de abordar o amor em suas letras, melodias, refrões e na elaboração rítmica e harmônica. Na verdade, os grupos que se enquadram nessa categoria desenvolveram, no interior do samba, uma maneira de cantar o amor diferente da que caracterizava o gênero até então. O "pagode romântico" se alinhou à longa trajetória do cancioneiro romântico brasileiro, que data de séculos passados.

De acordo com José Ramos Tinhorão, ao final do período colonial, pode-se identificar um uma crescente aproximação entre poetas eruditos e artistas populares, que teria resultado no aparecimento da modinha seresteira (1998:129).

> Assim, quando às vésperas do segundo reinado o romantismo surgiu como proposta de um maior apelo às emoções individuais, levando os poetas a encontrar na pieguice antecipadora das modinhas cheias de ais e suspiros o clima ideal para o derramamento lírico que caracterizaria a escola no Brasil, estava tudo pronto para o aparecimento – sob a forma eclética das modinhas em parceria – da moderna música popular urbana destinada ao consumo de camadas amplas e indeterminadas, que mais tarde se chamaria de massa (idem:131).

A modinha é talvez o primeiro gênero conhecido e documentado de música popular romântica brasileira. Afora a discussão sobre sua origem (portuguesa ou brasileira, culta, popular ou semi-erudita), o que nos interessa aqui é a temática do amor como eixo de uma composição musical que sempre gozou de grande popularidade. Esta temática aflora no âmbito da canção popular como experiência individual compartilhada, uma vez que "a paixão comove por identificação com os sentimentos de quem a relata" (Tatit, 1996:127). Nesse sentido, o amor se associa ao individualismo e se presta mais do que nenhum outro tema à sedimentação de uma manifestação musical capaz de circular em praticamente todos os espaços sociais. Sendo assim, a modinha canta o

> desejo de reunir-se ao outro, a dor da separação ou de um amor sem reciprocidade. Bem de acordo com o modelo mítico, o cantor das modinhas costuma estar a um passo da loucura ou da morte: anseia morrer porque quer a presença mortífera do outro e ameaça aniquilar-se no amor (Travassos, 1997:108).

Em outras palavras: o amor na modinha e em boa parte do repertório romântico brasileiro até meados do século XX descreve o desencontro. A intensidade dramática é na maioria das vezes atingida pela idéia de um amor não-realizado, impossível, secreto ou interrompido.

Para Luiz Tatit, a música brasileira tem no caráter passional como um dos dois elementos de expressão mais significativo e recorrente (1996:22). Segundo o autor, observa-se na composição de canções uma alternância entre estados afetivos eufóricos e disfóricos. O

primeiro caso seria representado por canções de maior predominância rítmica, dançantes, dotadas de um certo grau de "corporificação" e "materialização", manifestados na predominância de ataques consonantais, pouca variação melódica e sustentadas por uma base rítmica incisiva (idem:23). Os estados de euforia seriam contrastados, no âmbito do universo musical, com canções de cunho mais introspectivo, destinadas à descrição de estados afetivos individuais, subjetivos, enfim, às temáticas lírico-amorosas.

> A configuração de um estado passional de solidão, esperança, frustração, ciúme, decepção, indiferença, etc., ou seja, de um estado interior, afetivo, compatibiliza-se com as tensões decorrentes da ampliação de freqüência e duração. Como se à tensão psíquica correspondesse uma tensão acústica e fisiológica de sustentação de uma vogal pelo intérprete. O prolongamento das durações torna a canção necessariamente mais lenta e adequada à introspecção. Afinal, a valorização das vogais neutraliza parcialmente os estímulos somáticos produzidos pelos ataques das consoantes. O corpo pode permanecer em repouso, apenas com um leve compasso garantindo a continuidade musical, todas as canções românticas possuem essas características próprias do processo de passionalização (Tatit, 1997:103).

De fato, a música brasileira sempre teve no repertório romântico um espaço de destaque, que se sedimentou a partir das modinhas do período imperial e tem na prática das serestas uma forte permanência. Modinhas, valsas, canções, sambas-canções, toadas, baladas, boleros e toda uma infinidade de gêneros e estilos musicais foram no decorrer dos anos utilizados como formas de expressão de um romantismo muitas vezes exacerbado. No repertório seresteiro, a declamação do amor em melodias sinuosas e vogais sustentadas é reiterada em inúmeras canções. "Todas as épocas necessitaram dessas expressões individuais registradas na especificidade tensiva da curva melódica" (Tatit, 1996:23). Sendo assim, a obra da maioria dos compositores da primeira metade do século XX é permeada de canções românticas, gravadas com enorme sucesso pelos cantores-artistas mais expressivos em atuação no mercado.

No entanto, é em torno da década de 1950 que a canção romântica se configura enquanto grande fenômeno comercial, estabelecendo-se como um segmento do mercado através do samba-canção. Influenciado diretamente pelo bolero que chegava ao Brasil através de novelas de rádio cubanas e filmes mexicanos e norte-americanos com conteúdos latinos estilizados, o samba-canção populariza, através das gafieiras, um tipo de canção romântica dançante, em andamento lento, com leve percussão e letras que descrevem situações de impasse nas relações amorosas, apoiado em uma grande intensidade dramática (Araújo, 1999:85-86). "Surgiram, assim, dezenas de composições que contavam desenganos, solidão, amores infelizes, muitas delas tendo como cenário bares e boates" (Severiano e Melo, 1997:293).

O estilo um tanto melodramático de algumas canções e as interpretações carregadas de certos cantores se tornaram elementos característicos do samba-canção, que se tornou alvo de críticas. Segundo Samuel Araújo, o ambiente estético-afetivo do bolero e do samba-canção diferia substancialmente do imaginário da modernidade que, adotado por artistas "eruditos" desde a década de 1920, estava em vias de se tornar um importante critério de valor para a música popular. Por este motivo, essas práticas musicais sofriam um rebaixamento hierárquico estético emitido por determinados setores da sociedade.

> Estrelas recordistas de vendas dos anos 1940 e 1950 como Dalva de Oliveira, Nelson Gonçalves, Ângela Maria e Anísio Silva tipicamente seguiram o estilo interpretativo dramático de estrelas internacionais do bolero como Gregório Barros, Pedro Varas ou Lucho Garcia. Esse estilo dramatizado continua muito popular no Brasil até os dias de hoje, apesar de reações negativas de críticos musicais e muitos músicos treinados, que o consideram como uma forma menor de sentimentalismo e nostalgia, ou até mesmo uma demonstração patológica de mau gosto musical, evocada em termos como "dor-de-cotovelo" (1960), "cafona" (1970) ou "brega" (1980) (Araújo, 1999:87).

Para os jovens estudantes da classe média no período, "o samba-canção veiculava uma 'estética' do excesso que não contribuía para o refinamento do gosto" (Tatit, 1997:228). Os pesquisadores Jairo Severiano e Zuza Homem de Mello concordam que a presença marcante dos "sambas de fossa" na década de 1950 colaborou para que, ao final do período, o público estivesse "saturado de boleros e sambas amargos" e pronto para "aceitar novidades mais amenas como a bossa nova e a Jovem Guarda"[40] (Severiano e Melo, 1997:243). Uma vez que bossa nova se consolidou como representação do "bom gosto", que seria confirmado pela estética da MPB, instaurou-se no mercado de música popular uma oposição (já identificada em outras artes como a música erudita e a literatura) entre *estilo romântico* e *qualidade musical*. Elizabeth Travassos identificou que "os textos vinculados à eclosão do modernismo no Brasil", por volta de 1922, adotavam em sua maioria forte conteúdo crítico à produção artística "sentimental" (1997:29). O "sentimentalismo romântico" se opunha a uma "sensibilidade moderna", que deveria conter os excessos e arroubos do primeiro (idem). Na música popular, analogamente, a expressão amorosa se vincula com freqüência a uma baixa

[40] A oposição entre samba-canção e bossa nova, associada às noções de excesso e contenção (mau gosto e refinamento), são contestadas pela pesquisadora Santuza Cambraia Naves, que destaca que autores importantes da bossa nova como Roberto Menescal e Carlos Lira afirmam terem sido influenciados pelos boleros de Lucho Garcia e Agustin Lara, respectivamente (Naves, 2000:37). Parece evidente que as músicas que circulam em larga escala em um determinado período sofrem influências recíprocas e que a adoção de elementos específicos de uma ou outra categoria musical ou mesmo a mistura deliberada de pensamentos musicais é um fenômeno intrínseco ao fazer música em qualquer sociedade. O que não anula os gestos prioritários e mais recorrentes de cada categoria.

qualidade musical, reflexo de um gosto menos evoluído e, exatamente por isso, mais "popular". Esse rebaixamento estético pode ter sua origem na modinha do século XIX que, criada a partir da aproximação de poetas cultos com compositores "populares", foi em seguida apropriada por setores de baixa instrução da sociedade e, transformando o "rebuscado" em "pernóstico" (Tinhorão, 1998:132).

A desvalorização estética deriva, segundo Eco, de uma ênfase sobre os efeitos e do emprego de fórmulas redundantes (Eco, 1993:70). Sendo assim, o rebuscado se torna pernóstico quando passa a valorizar a forma mais do conteúdo, tendendo ao exagero. Um determinado um livro, por exemplo, pode ser considerado *kitsch*[41] "não só porque estimula efeitos sentimentais, mas porque tende continuamente a sugerir a idéia de que, gozando desses efeitos, o leitor esteja aperfeiçoando uma experiência estética privilegiada" (Eco, 1993:75).

Uma canção romântica, cuja vocação é estabelecer uma cumplicidade entre ouvinte e cantor através da possibilidade de compartilhamento dos sentimentos do segundo, é um tipo de criação que vive continuamente sob o risco de ser classificada como de "mau gosto". O efeito e a ênfase na reiteração de elementos são aspectos constitutivos desse tipo de canção, que persegue o objetivo de provocar emoções e, com isso, estabelecer uma experiência estética. A música romântica se ressente da valorização estética das práticas elaboradas eruditas por ter a necessidade de ser redundante, pois os sentimentos amorosos são sempre os mesmos. Ao mesmo tempo, canções de amor são construídas a partir de uma experiência individual, e por isso não conseguem incorporar a valorização pela das práticas folclóricas, por exemplo, adquirida através da ênfase nos aspectos sociais da música.

É evidente que a dicotomia entre qualidade e romantismo aparece em maior ou menor grau de acordo com a legitimidade estética de cada cantor, compositor ou mesmo do gênero em que a canção se encontra classificada. Ninguém nos dias de hoje contesta, por exemplo, a qualidade de uma canção como *Último desejo*, de Noel Rosa. Na criação de Noel, o lamento da perda do amor vem acompanhado de sofisticada estrutura melódica e é finalizada com um pedido inusitado para que o ex-amor preserve a imagem do personagem. Gravada em 1937 por Aracy de Almeida, a música consegue atingir boa legitimidade estética, apesar de sua forte densidade romântica. Por outro lado, artistas como Wanderley Cardoso, Altemar Dutra, Nelson Ned e Waldick Soriano, altamente identificados com o repertório romântico, estão

[41] Segundo Eco, o termo *kitsch* deriva possivelmente do dialeto mecklemburguês com uma idéia de "vender barato". É possível que tenha surgido a partir do pedido de turistas americanos em Munique no século XIX que, querendo comprar quadros mais baratos dos artistas, pediam "esboços" (sketch). Teria vindo daí o termo alemão para indicar a "pacotilha artística destinada a compradores desejosos de fáceis experiências estéticas" (Eco, 1993:71).

relegados a um plano hierárquico inferior, classificados como cantores/compositores de menor valor artístico e cultural, artistas de música "brega". A separação se torna mais clara à medida que o mercado de música aumenta sua segmentação e determinados artistas e estilos musicais passam a ser associados estritamente com uma categoria de mercado.

Paulo César Araújo, em interessante visão sobre a historiografia da música popular brasileira, constata que tradição e modernidade são duas vertentes de consagração para a intelectualidade urbana com acesso ao sistema de ensino e aos setores de crítica. Nesse sentido, o repertório romântico, ao atravessar as duas vertentes e não se identificar com nenhuma das duas estaria relegado invariavelmente ao "limbo". Esse limbo se constata na ausência de referências a artistas identificados com a música romântica nos compêndios, livros e dicionários especializados em música popular.

> Observo que esta concepção da nossa música converteu-se numa quase obsessão entre os principais críticos musicais do país. Os trabalhos mais elogiados são justamente aqueles nos quais eles identificam uma dessas duas vertentes ou, melhor ainda, aqueles que, na percepção dos críticos, apresentam a mistura entre "tradição" e "modernidade", entre "passado" e "presente" (Araújo, 2003:350).

Assim, artistas de MPB, capazes de sintetizar samba, mercado e sofisticação, adquirem enorme prestígio enquanto os que se afastam da modernidade estética e mercadológica e não se encaixam na associação com a "tradição" são classificados como "bregas". Falar de amor, especialmente com ênfase na intensidade desse amor não remete a um passado coletivo e, por isso, não é tradicional. Ao mesmo tempo, não necessariamente evoca uma temporalidade presente, incorporando estéticas "modernas" e também não pode ser classificado como tal.

Convém, no entanto, analisar de perto uma exceção que, por sua incomparável projeção comercial e bom trânsito em diversas esferas dos circuitos musicais, foi capaz de conciliar uma boa legitimidade estética com uma impressionante circulação por toda a sociedade, tendo como eixo o repertório romântico. Trata-se do maior vendedor de discos do país, alçado à categoria de "rei": Roberto Carlos[42].

Tendo sido um dos principais responsáveis pelo movimento roqueiro da Jovem Guarda, o cantor e compositor Roberto Carlos iria aos poucos se especializar no repertório romântico. Em 1970, Roberto e seu parceiro Erasmo Carlos conquistam grande sucesso com a balada *Sentado à beira do caminho* e no ano seguinte, Roberto Carlos lança o nono disco de sua carreira (CBS) no qual assume de vez a mudança estética em suas composições e se torna o

[42] Em 1994, Roberto Carlos superou a marca de 70 milhões de discos vendidos, sendo o primeiro artista latino-americano a vender mais do que os Beatles (Dicionário Cravo Albin). Desde 1961, lança um disco por ano com vendagem média de 1 a 2 milhões de cópias *cada um* (CliqueMusic).

maior compositor romântico brasileiro. Gravado nos Estados Unidos com arranjos do americano Jimmy Wisner, "uma espécie de mago da musicalidade tipo Broadway" (Sanches, 2004:148), o disco sedimentaria o afastamento do Rei do ambiente rebelde-juvenil para tentar atingir uma outra faixa de público, mais "adulta".

> Menos rebeldia e mais romantismo, esta seria a tendência gradativamente adotada pelo repertório de Roberto Carlos a partir do final da Jovem Guarda. Tal tendência já se mostra bem acentuada no seu elepê de 71, quando o cantor aos trinta anos, casado e pai de família, procura conquistar um novo público, digamos, mais amadurecido. E o faz por meio da canção "Detalhes", uma das melhores de sua parceria com Erasmo Carlos (Severiano e Mello, 1998:163).

A guinada para o repertório romântico de Roberto é significativa sob vários aspectos. Em primeiro lugar, por sua capacidade de conciliar seu estilo vocal roqueiro com a suavidade do canto bossa-novístico e fundir a naturalidade do canto com a herança do rock romântico da Jovem Guarda. Ao mesmo tempo, o romantismo de suas canções recebe um tratamento radicalmente diferente das descrições pessimistas do samba-canção e das modinhas do século XIX. Nesse sentido, a canção *Detalhes* é emblemática e anuncia logo no primeiro verso uma abordagem do amor que aposta na sua força e em sua permanência: "Não adianta nem tentar me esquecer" [CD ANEXO: faixa 9].

Detalhes tão pequenos de nós dois
São coisas muito grandes pra esquecer
E a toda hora vão estar presentes, você vai ver.

O amor das canções de Roberto Carlos, ao contrário de parte do repertório seresteiro e do samba-canção, não é distante, inatingível ou frustrado, e sim real, concretizado, erotizado e feliz. Com isso, o romantismo deixa de ser representado como patologia para se transformar em aspecto positivo do amor feliz, se fortalecendo e conquistando grandes públicos. O estilo vocal de Roberto e o ambiente de sua música estavam embebidos de referências da cultura pop internacional e, mais especificamente, do rock, que era até então a principal forma de expressão do cantor.

No repertório consagrado do rock internacional constam diversas baladas românticas que nortearam a estética do romantismo de Roberto. Em 1956, Elvis Presley protagoniza o filme *Love me tender*, com a canção homônima que iria inaugurar uma estética musical internacional romântica. Durante os anos 1960, os Beatles atingiram seu apogeu comercial com canções que tematizavam o amor de forma simples e direta – jovem, sincero, esperançoso. *Love me do* (1962) e *She loves you* (1963), *All my loving* (1963) e *And I love her*

(1964) são exemplos de canções de estrondoso sucesso que circulavam pelas mentes e corações de jovens do mundo todo. Musicalmente, o grupo inglês iria adotar a mesma linguagem coloquial em canções de amor de andamento lento, pouca percussão e ênfase em saltos melódicos e prolongamentos de vogais que se tornaram clássicos do repertório da música popular mundial: *Yesterday, Something* e *Girl* (Tatit, 1996:24).

De acordo com Edgar Morin, durante o século XX, sobretudo a partir da década de 1930, a representação do amor nos produtos culturais sofreu modificações em relação ao imaginário da literatura, do teatro e dos folhetins de tempos passados.

> No antigo imaginário, com exceção dos contos de fadas, o amor não chegava, senão raramente, a superar os conflitos fundamentais que o opunham à família e à sociedade; chocando-se tragicamente com os grandes tabus, ele próprio se convertia em trágica fatalidade, pondo em jogo a própria ordem da existência. [...] Ora, a partir da década de 30, com o *happy end*, o amor se torna triunfal. (Morin, 1975:117).

Este amor vencedor aparece com muita freqüência nas letras e no ambiente musical-afetivo das baladas românticas veiculadas do repertório do rock e a mesma visão otimista do amor será encarnada no romantismo do cancioneiro brasileiro desde então, cujo maior representante é, sem dúvida, Roberto Carlos. O romantismo de sua obra concilia o amor com a modernidade, se afastando do rebuscamento, do sofrimento contínuo e insolúvel. Voltado para o presente ou para o futuro através do "final feliz", o repertório romântico podia celebrar o amor e não lamentar seu fim. Nesse sentido, *Detalhes* era uma música umbilicalmente identificada com o mercado mundial de bens de consumo e trazia para a cena musical brasileira de forma inequívoca todos os elementos estéticos da cultura internacional-popular romântica. A letra traz uma

> narrativa bem simples que retrata uma disjunção em nível pragmático (ou físico), coexistindo com uma indissolúvel conjunção em nível cognitivo (ou psíquico). Essa união é renovada a todo instante pela lembrança dos "detalhes" que marcaram a rotina da relação rompida. Tudo como se esses detalhes tivessem participado de um convívio tão profundo que sua escala de ampliação ainda não tivesse sido bem dimensionada pela ex-parceira (Tatit, 1996:204).

A idéia de um relato de separação que funciona na verdade como um elo entre os amantes é uma estratégia recorrente no repertório romântico, estabelecendo uma conexão entre passado e presente de um amor que se pretende, através da canção, permanente. Depois de *Detalhes*, Roberto lançou discos sucessivamente ancorados em canções românticas, muitas vezes descrevendo com detalhes as relações sexuais entre os amantes. Em *Os seus botões* (Roberto e

Erasmo Carlos, lançada em 1976), amor e sexo se fundem em uma declaração eloqüente e de enorme sucesso:

Nos lençóis macios amantes se dão
Travesseiros soltos, roupas pelo chão
Braços que se abraçam, bocas que murmuram
Palavras de amor enquanto se procuram

Capitaneado pelas canções e os discos super populares de Roberto, com reforço significativo das baladas românticas da música pop internacional que cada vez com mais desenvoltura e freqüência aportam nas emissoras de rádio, televisão e nas lojas de discos do país, o repertório romântico e seus elementos característicos começam a se espalhar por diversas outras categorias de classificação do mercado musical. A música romântica aparece no espaço legitimado da MPB, nas baladas roqueiras e, principalmente, na chamada música *sertaneja*.
A fusão dos elementos da música caipira (canto em terças, toadas em andamento lento, sotaque regional, uso sistemático da viola, pouca variação harmônica e melódica) com a estética do universo musical urbano já vinha se desenhando desde os anos 1930 com as gravações da Turma de Cornélio Pires e outros artistas da música rural que aportavam no mercado musical (Nepomuceno, 1999). Segundo Waldenyr Caldas, a partir desse momento a música caipira já sofria diversas alterações que se manifestavam sobretudo na temática das letras.

> O tema predominante, que antes era o viver no campo, alterna-se (não é substituído) agora com 'casos de amor' vividos na cidade, numa nítida demonstração que a música sertaneja já não pertence mais somente ao meio rural e ao interior; de que ela, agora, é urbana também (Caldas, 1977:5).

A partir do final dos anos 1950, a música sertaneja – identificada com o interior e o caipira – se tornou símbolo de um atraso na modernização do país. Com isso, jovens artistas do mundo sertanejo passaram a buscar influências de outras estéticas mais "atuais". A música caipira do interior do Sul e Centro-Oeste, que desde as primeiras décadas do século XX já recebera fortes influências da guarânia paraguaia e a habanera cubana, começa a trocar elementos com repertórios mais diversificados disponibilizados para consumo no mercado nacional. Neste processo, com vários personagens, idas e vindas, destaca-se a presença da dupla de irmãos paranaenses Chitãozinho e Xororó, que, influenciados pela Jovem Guarda, pelo romantismo de Roberto Carlos e pela eletrificação pop dos Beatles, iniciaram carreira no final dos anos 1960. Seu primeiro LP, de 1970, teve circulação restrita aos eventos do mundo rural, das feiras e do circuito mercadológico do interior. Progressivamente, passaram a ocupar espaços mais

prestigiados e, ao gravar pela então atuante gravadora Copacabana, atingiram um enorme sucesso comercial.

> Em 1982, os irmãos paranaenses provocaram um terremoto com *Fio de cabelo*, a guarânia de Darcy Rossi e Marciano, do disco *Somos apaixonados*, que inaugurou a marca de um milhão e meio de cópias vendidas. As baladas e rancheiras com roupagem pop cantadas em terças por Chitãozinho e Xororó criaram um abismo intransponível entre dois mundos: o da música tradicional e o da sertaneja moderna, que agora ganhava forma mais acabada (Nepomuceno, 1999:198).

Neste disco, a temática do amor aparece em quase todas as faixas e, diferente do amor otimista das canções de Roberto Carlos, a tônica é a desilusão, a separação, a saudade. Apesar desse aspecto e do uso ainda bastante presente do violão rasgueado característico das modas de viola caipiras herdadas das guarânias paraguaias em compasso ternário, a dupla faz uso sistemático de instrumentos como teclado, cordas e sopros, conferindo uma atmosfera pop evidente às canções [CD ANEXO: faixa 10]. Alguns elementos do mundo da música *country* norte-americana aos poucos também vão sendo incorporados (guitarras, estilos vocais, comportamento e vestuário), o que facilita sua circulação em espaços mais expressivos do mercado de música e confere ao *country brasileiro* maior legitimidade. No aspecto simbólico, a dupla inaugura no ambiente do mercado musical um novo imaginário do mundo rural, não mais identificado com o caipira atrasado, mas com o fazendeiro moderno e civilizado.

> A corrente musical liderada por Chitãozinho e Xororó veio traduzir esse interior brasileiro agora rico, farto, interligado *on line* ao primeiro mundo e ávido por novos ícones de cultura e comportamento. Para agüentar o tranco do peão que corcoveava na potente *pick-up*, do pecuarista que negociava em dólar e ia de jatinho de uma fazenda a outra, dos seus filhos universitários que falavam inglês e ouviam música internacional, e os colonos com *microsystems* na sala e antena no quintal, som sertanejo só bem acabado, com arranjos atuais, embalado por muitos *megawatts* de potência (Nepomuceno, 1999:203).

O sucesso da dupla no decorrer da década de 1980 inspirou outras formações semelhantes que, nos anos 1990 dominariam o grande mercado fonográfico. Em 1983, os irmãos goianos Leandro e Leonardo formaram uma dupla e conquistaram prestígio no mercado sertanejo. Em 1989, lançam o LP *Leandro e Leonardo vol. 3* (Continental) com a faixa *Entre tapas e beijos* (Nilton Lamas/ Antônio Bueno) e, no ano seguinte, batem recordes de vendagem com o disco *Leandro e Leonardo vol. 4* (Chantecler, 1990) que, apoiado pelas músicas *Pense em mim* (Douglas Maio/ Mário Soares/ Zé Ribeiro) e *Desculpe mas eu vou chorar* (César Augusto/ Gabriel), atinge a marca de 2,5 milhões de cópias vendidas. Todas essas canções, assim como parte significativa do repertório posterior de Chitãozinho e Xororó, representam o amor em

sua forma mais otimista, descrevendo situações nas quais o desejo e a crença na união é a maior motivação para a composição.

De acordo com a musicóloga Martha T. Ulhôa, a música sertaneja produzida a partir dos anos 1980 passou a cumprir todas as exigências para se tornar um grande produto de massa, com uma produção industrializada, distribuição nacional e consumo generalizado (Ulhôa, 2004:62). Sua temática, segundo a autora, desloca-se de um ambiente de sociabilidade rural e comunitária da música caipira para fundar-se em uma sociabilidade urbana e individualista, na qual o casal assume papel central na organização familiar e nas interações coletivas (idem:65). Para Morin,

> A personagem central e essencial do amor é o casal. O casal surge da dissolução da família, mas como fundamento do casamento. A futura família, a do casamento que deixa entrever o *happy end*, não tem sentido senão enquanto consagração do casal. A partir daí o amor é muito mais amor. É fundamento nuclear de existência, segundo a ética do individualismo privado. É a aventura justificadora da vida – é o encontro de seu próprio destino: amar é ser verdadeiramente, é comunicar-se verdadeiramente com o outro, é conhecer a intensidade e a plenitude (1975:119).

Em 1991, em seu disco de estréia, a dupla Zezé Di Camargo e Luciano (Copacabana) segue o caminho vitorioso aberto por Chitãozinho e Xororó e encarnado por Leandro e Leonardo e lança uma canção que representa de forma bastante clara a adoção do amor como principal tema do repertório romântico sertanejo. *É o amor* se tornou uma das músicas mais tocadas e cantadas da década de 1990, conferindo enorme prestígio a seu autor (Zezé Di Camargo) e projetando a dupla para o topo do *ranking* de vendas do mercado de música.

Eu não vou negar que estou louco por você
Tô maluco pra te ver, eu não vou negar
Eu não vou negar sem você tudo é saudade,
Você traz felicidade, eu não vou negar
Eu não vou negar você é meu doce mel
Meu pedacinho do céu, eu não vou negar
Você é minha doce amada, minha alegria
Meu conto de fadas, minha fantasia
A paz que eu preciso pra sobreviver
Eu sou o seu apaixonado de alma transparente
Um louco alucinado meio inconseqüente
Um caso complicado de se entender
É o amor que mexe com minha cabeça e me deixa assim
Que faz só pensar em você e esquecer de mim
Faz eu esquecer que a vida é feita pra viver
É o amor que veio como um tiro certo no meu coração
E derrubou a base forte da minha paixão
Fez eu entender que a vida é nada sem você

A letra está endereçada diretamente à pessoa amada, que é objeto de felicidade, alegria, paz e fantasia, apoiada em uma estrutura harmônico-melódica otimista, explorando o agudo, sem fixar por muito tempo as vogais mas demarcando claramente o clima afetivo-entusiástico do cantor-narrador. A apologia desse amor que enlouquece, que anula a individualidade, destrói a base do coração com um tiro é emblemática pois reflete uma visão altamente positiva não só do objeto do desejo e do amor, mas do próprio sentimento. A história descrita nos versos de Zezé Di Camargo sugere fortemente a presença de um grande *happy end*, conferindo leveza e credibilidade à canção. A felicidade individual passa a pertencer ao amor, ao casal, que nesse caso representa a totalidade da vida, agora a dois.

Esta visão positiva o amor é um dos eixos fundamentais de um novo perfil de canção romântica que, sem anular a intensidade dramática e emotiva das crônicas de amores impossíveis, interrompidos ou frustrados, aparece cada vez com mais freqüência no imaginário dos gêneros de música popular de maior vendagem e projeção popular.

No entanto, as duplas sertanejas não conseguiram boa posição nas instâncias de avaliação estética do mercado de música. O repertório romântico desses artistas buscava conciliar aspectos da música caipira com a modernidade tanto das narrativas românticas quanto da sonoridade de seus arranjos. Com isso, conquistaram grandes públicos mas sua legitimidade artística permaneceu contestada. Na verdade, a consagração pela quantidade e a adoção de uma estética musical baseada na incorporação de elementos da cultura internacional-popular se tornaram eixos de uma separação muito acentuada entre "consumo" e "prestígio". Ao se situarem nos espaços mais elevados da consagração pela quantidade, os artistas da nova música sertaneja se afastavam do prestígio da crítica com poder para atestar sua qualidade. O rebaixamento hierárquico das duplas na crítica musical sofria ainda com a associação de suas respectivas obras com a temática do amor, que ainda despertava (e desperta) sérias desconfianças quanto à qualidade estética.

Por outro lado, o sucesso comercial das duplas e do rock/pop internacional fez com que as narrativas de amores felizes e/ou esperançosos se tornassem constantes em vários produtos de circulação em larga escala lançados pela indústria fonográfica a partir da década de 1990. Mesmo as categorias musicais que tinham longa prática em descrever situações amorosas conflitantes e muitas vezes debochadas se curvaram em parte à necessidade mercadológica (e, porque não?, psicológica e geracional) da descrição do amor com final feliz. No repertório do samba, essa mudança foi notada com particular evidência.

3.6 - Samba e amor

O amor está presente no repertório do samba desde sua consolidação enquanto gênero musical. De forma recorrente, os sambistas compartilham através de suas criações situações amorosas vivenciadas por eles ou por pessoas próximas (vizinhos, irmãos, amigos). Para Claudia Matos, a partir das décadas de 1930 e 1940, o samba apresenta três veios temáticos e estilísticos: o que ela chamou de samba malandro, que é o objeto de seu trabalho, caracterizado por se utilizar uma linguagem "de fresta", fugidia, onde os temas da malandragem, do trabalho, vadiagem são recorrentes; o samba apologético-nacionalista, representado por uma apresentação mítica da nação, da cultura nacional e do próprio samba; e o lírico-amoroso, uma forma que tem como principais temas o amor e a mulher, "vistos numa perspectiva idealizante e fatalista, no mais das vezes com expressão pessimista e lamuriosa" (1982:46). A perspectiva romântica do samba produzido desde esta época, mais do que voltada à sedução, ao elogio e às felicidades do amor, prefere na grande maioria das vezes destacar uma condição de sofrimento, de separação, da impossibilidade do amor. O repertório identificado com o estilo samba-canção é o representante mais expressivo da passionalização do samba, com andamentos lentos, grandes saltos melódicos, vogais prolongadas e descrevendo com freqüência um amor já passado, impossível ou simplesmente não realizado.

> A paixão representada no samba lírico-amoroso parece inscrever-se exclusivamente nos domínios do coração. É um jogo de emoções quase sempre dolorosas, onde o prazer está ausente e a sexualidade sublimada, escamoteada do discurso idealizante. Este idealismo platônico leva o sujeito a estar constantemente no encalço da miragem do verdadeiro amor. Quando a miragem se materializa em seus braços, ela se degrada em mentiras: risonhas, sedutoras, femininas mentiras (Matos, 1982:138-139).

De fato, a imagem da mulher no samba é ao mesmo idealizada e demonizada. Produzido em um ambiente sócio-cultural machista e representante de uma visão masculina do mundo a partir desse referencial, muitas vezes a mulher no samba é agente de ações passionais que geram sofrimento e aprisionamento, angústia e, invariavelmente, dor. Um exemplo particularmente contundente são os versos iniciais do samba *Liberta meu coração*, de Geraldo Pereira:

Enquanto a Izabel, a Redentora
Aboliu a Escravidão
Outra Izabel, tão pecadora
Escravizou meu coração
Oh! Meu viver é tão cruel
Liberta meu coração, Izabel!

No samba *Mentia*, de Nelson Sargento, o homem sofre enganado pelas dissimulações de uma mulher mentirosa e dissimulada, se arrependendo de seu amor:

Pra que que eu fui acreditar
Em tudo que ela dizia
A razão do meu penar
Foi pensar que existiria entre nós
Mais que as palavras vãs que ela dizia
Quando ela jurava amor, mentia

É possível afirmar que grande parte do repertório romântico produzido no interior da categoria samba e veiculado no mercado manteve a visão pessimista do amor identificada por Matos nas décadas de 1930 e 1940. Traição, morte, separação e ausência são temas abordados em inúmeros exemplos. Salvo raras exceções, o samba romântico alcança sua densidade afetiva através do sofrimento, seja ele explícito ou manifestado apenas pela descrição de uma situação de separação, de disjunção. Às vezes o amor parece mesmo inexoravelmente fadado ao insucesso, como no samba *Lenço*, de Monarco:

Se o teu amor fosse um amor de verdade
Eu não queria e nem podia ter maior felicidade
Com os olhos rasos d'água me chamou
Implorando meu perdão mas eu não dou
Pega esse lenço, vai enxugar teu pranto
Já enxuguei o meu, o nosso amor morreu

Ou no belo *Tendência*, de Dona Ivone Lara:

Você entrou na minha vida usou e abusou fez o que quis
Agora se desespera dizendo que é infeliz
Não é surpresa pra mim, você começou pelo fim
Não me comove o pranto de quem é ruim e assim
Quem sabe essa mágoa passando você venha a se redimir
Dos erros que tanto insistiu por prazer pra vingar-se de mim
Diz que é carente de amor, então você tem que mudar
Se precisar pode me procurar

O compositor Paulinho da Viola, um dos mais legitimados representantes do samba na hierarquia de valoração da música brasileira, aborda o insucesso do amor em diversas de suas obras. Em poucas produções de sua autoria o amor é visto como algo positivo e feliz. Paulinho parece mesmo acreditar que o universo semântico do samba está associado a essa busca incessante por um amor completo, realizado, que nunca chega. Na canção *Quando bate uma saudade*, o autor explicita que a própria criação poético-musical no repertório do samba deriva dessa sensação de falta, de ausência:

Vem, quando bate uma saudade
Triste, carregado de paixão
Ou aflito quando o peito já não arde
No reverso inevitável da paixão
Quase sempre um coração amargurado
Pelo desprezo de alguém
É tocado pelas cordas de uma viola
É assim que um samba vem

Se o samba "vem" a partir do sofrimento e da saudade, não importa se o andamento é lento, se a base rítmica é incisiva ou se trata de uma música dançante. O imaginário do samba apresenta o amor muito mais como problema, impedimento ou frustração do que como satisfação, alegria, prazer. Nesse sentido, o amor no samba se assemelha à visão descrita por Morin de um amor dissociado de corpo, fundado no amante e contrário ao casamento.

> A tradição ocidental do amor colocava, sem dúvida como todas as grandes tradições históricas, mas talvez mais nitidamente que todas as outras, a partir do século XIII, a oposição do amor sexual e do amor da alma. Essa oposição não encobria senão parcialmente a oposição entre amor e casamento: ela radicalizava uma dupla polarização entre os temas da alma-irmã e os da posse carnal. Os temas espirituais era valorizados, os temas sexuais sofriam maldição pecadora (Morin, 1975:118).

É claro que essa oposição não é tão evidente no samba do século XX, até porque o contexto histórico se transformara radicalmente, colocando novas questões e novos elementos. No entanto, não podemos deixar de observar que o encalço de um amor ideal que nunca chega, irreversivelmente marcado pela frustração, se opõe à noção de um amor concreto e corporificado, como, por exemplo, no romantismo de Roberto Carlos onde "amantes se dão". Ao contrário, no samba lírico-amoroso, o casamento é uma "espécie de negócio, onde as vantagens materiais se convertem em valores afetivos" e representam, literalmente, um investimento (Matos, 1982:168). É o caso, por exemplo, de *Escurinha*, também de Geraldo Pereira:

Escurinha,
Tu tens que ser minha de qualquer maneira
Te dou meu boteco, te dou meu barraco
Que eu tenho no morro de Mangueira

Por outro lado, os sentimentos positivos estão, de um modo geral, associados à coletividade, aos eventos sociais, à música, e à orgia, onde o sexo não se acompanha de compromisso afetivo ou moral. A vivência social comunitária do samba é tão importante e gratificante, que o tema do amor desgraçado, infiel ou impossível muitas vezes aparece de forma bem

humorada, contado de maneira risível e descontraída. É o caso, por exemplo, de *Tá maluca*, de Wilson Batista:

Já observei: minha mulher tá maluca, tá maluca
Já brigou com toda a vizinhança
Tem prazer em me ver em sinuca
Quando o galo canta e o sol vai despontar
Ela se levanta, lava o rosto e vai brigar

O interlocutor do personagem-cantor raramente é a próprio foco do amor. O sambista está sempre dialogando com os seus pares, num ambiente social ou fazendo confidência. Sendo assim, é comum a inserção de versos bem-humorados ou a adoção de uma visão externa da narrativa do amor. O personagem do samba, ainda que sofra com as desventuras e com a impossibilidade deste amor, procura fazê-lo com pouca carga dramática, ridicularizando a si mesmo, à pessoa amada ou à própria situação de impossibilidade. A implicância do dia-a-dia conjugal, por exemplo, é o mote do pitoresco *Só pra chatear*, de Príncipe Pretinho:

Eu mandei fazer um terno, só pra chatear
Com a gola amarela, só pra chatear
Mandei botar na lapela, só pra chatear
Um nome que não era o dela, só pra chatear
Comprei um par de sapatos brancos
Mas sei que ela só gosta de marrom
Só pra chatear, só pra chatear
Cada pé de sapato tem um tom
Comprei um bangalô pra chatear lá na favela
Mas fui morar na Lapa perto dela

Em *SPC*, de Zeca Pagodinho, a vingança de um amor terminado é motivo pra mais um samba:

Precisei de roupa nova
Mas sem prova de salário
Combinamos, eu pagava,
Você fez um crediário
Nosso caso foi pra cova e a roupa pro armário
E depois você quis manchar meu nome
Dentro do meu métier
Mexeu com a moral do homem
Vou me vingar de você porque
Eu vou sujar seu nome no SPC

O aspecto da interlocução é fundamental para as estratégias de valorização do samba e sua inserção no mercado. Ao dialogar com sua comunidade, o sambista demarca uma atuação simbólica voltada para a coletividade, para os rituais de encontro (rodas, festas, Escola de Samba, carnaval), que comumente servem de cenário para essas narrativas. Com isso, a

temática do amor no repertório do samba reforça os elos de ligação de sua prática com a vivência amadora e coletiva do fundo de quintal, afastando-se dos ditames comerciais do individualismo do mercado. A felicidade, que se torna um objetivo perseguido pelo imaginário das músicas "de consumo" é de certa forma menosprezada na crônica desses amores impossíveis ou malsucedidos. Às vezes o sambista pode até ser feliz, mas esta felicidade não deriva de um amor verdadeiro, gratificante, mas de um "falso amor" que, no entanto, pode ser "sincero", como neste criativo refrão de Nelson Sargento [CD ANEXO: faixa 11]:

O nosso amor é tão bonito
Ela finge que me ama
E eu finjo que acredito

Na seqüência, o autor explica a situação e declara inequivocamente o seu bem-estar com o seu *Falso amor sincero*:

O nosso falso amor é tão sincero
Isso me faz bem feliz
Ela faz tudo o que eu quero
Eu faço tudo que ela diz
Aqueles que se amam de verdade
Invejam a nossa felicidade

No verso final, apesar do bom humor, a visão pessimista do amor fica evidente. Os amores "de verdade" não podem ser tão felizes, sendo a felicidade no amor atingida exclusivamente por um amor contratual, que envolve dissimulações e falsidade. O tratamento do amor no samba reforça o paradoxo do samba no mercado ao estabelecer um contraponto ao propagado *happy end* dos produtos culturais disponibilizados para consumo em larga escala. Ao mesmo tempo, a ênfase na narrativa comunitária implica em uma valorização deste ambiente, caracterizando com mais força a oposição entre tradição e mercado. Nesse sentido, através do amor, a categoria samba reafirma seus critérios próprios de valoração estética, ainda que nem sempre eles sejam compartilhados pelo conjunto da sociedade.

É claro que existem exemplos de sambas que, principalmente a partir dos anos 1980, manifestam uma certa esperança de felicidade. Sobretudo a partir do pagode, começa a surgir espaço no repertório prestigiado do samba para a celebração de um amor não tão impossível ou distante. Em *Quintal do céu* (Wilson Moreira/ Jorge Aragão), gravada em 1986 por Zeca Pagodinho, a amada é chamada para ouvir o poema feito pelo poeta, declarando seu amor iluminado:

Um bangalô no mais lindo canto da cidade
Um grande amor para completar a minha felicidade
Canção e poesia primazia, a inspiração toma conta de mim
Meu coração acendo o interior, a luminosidade é a luz do nosso amor

Em *Fogo de saudade*, de Sombrinha e Adilson Victor, gravada por Beth Carvalho em 1986, a saudade e o amor não anulam o desejo de um futuro melhor:

Dentro do meu ser arde uma paixão
Fogo de saudade que invade o coração
Foi sem perceber que o amor chegou
Sem nem mais porque a luz se apagou
E sendo assim a minha voz não voltará
Desejo sim que um novo sol venha a brilhar
Quem ama pra valer do amor se compadece
Não fiz por merecer a dor que me entristece

No pensamento musical do samba dos anos 1980, a dor do amor já não apresenta a mesma permanência de antes, devendo ser superada em busca da felicidade. O sambista planeja e busca o fim do seu sofrimento, conseguindo ter alguma esperança em um amor feliz e concreto. Em 1990, o Fundo de Quintal gravou o samba *Facho de esperança* (Moisés Santana/ Sereno/ Julinho), no qual desejo de felicidade é explícito:

Sorri pra mim
Porque preciso enganar a dor
Surpreender o mal interior
Qualquer motivo pra me libertar
Enxergar o facho verde da esperança
A luz que há de iluminar
Por onde eu tenho vontade de passar

Apesar dessa esperança, a forte ligação dos sambistas ligados ao movimento do pagode em torno do Cacique de Ramos com o repertório referencial do samba, com seus valores e suas formas de experiência musical e relação com o mercado determinou também uma certa desconfiança para com a temática do amor. Invariavelmente, esses compositores preferem tratar em sua obra, do próprio samba, de crônicas urbanas, inventar personagens e descrever situações embaraçosas ou engraçadas. O ambiente afetivo ainda é muito marcado pelo pensamento que norteou a sedimentação do imaginário do samba. Parece que essa geração ainda não conseguiria "entender o enredo desse samba":

Meu coração carnavalesco não foi mais
No adereço teve um dez na fantasia,
Mas perdeu em harmonia
Sei que atravessei um mar de alegorias
Desclassifiquei o amor de tantas alegrias
Agora eu sei desfilei sob aplausos da ilusão
E hoje tenho esse samba de amor por comissão
Finda o carnaval, nas cinzas pude perceber
Na apuração perdi você

Na verdade, a esperança de um amor positivo só iria se sedimentar a partir do surgimento de grupos de sambistas que produziram, no início da década de 1990, um fato novo na relação entre samba e mercado, abrindo espaço para as profundas modificações no paradoxo na última década do século XX.

Capítulo 4

O PAGODE ROMÂNTICO

O mercado de música no início da década de 1990 se caracterizou fortemente pela sedimentação de uma estética pop na canção brasileira. Tendo como eixo o que Luiz Tatit chamou de um "gesto de mistura", que se disseminou no mercado a partir do tropicalismo, o pop, ao final dos anos 1980, alcançou as mais difusas searas da criação musical popular (Tatit, 2004:213). É através desse gesto que podemos entender os fenômenos musicais mais importantes do período, que representaram, em última instância, a massificação, em termos nacionais, daquele que pode ser considerado o mais importante gênero de música brasileira popular: o samba. Nesse contexto, a categoria samba dividiu espaço com mais duas categorias no grande mercado de música, numa espécie de monopólio sonoro que se instaurou na virada para a última década do século XX.

A primeira delas é a "nova" música sertaneja, baseada no gesto de mistura iniciado em 1982 por Chitãozinho e Xororó e que conheceu uma verdadeira explosão anos mais tarde. A química entre o romantismo da música caipira e a eletrificação dos teclados e guitarras, somados a uma estrutura empresarial altamente sofisticada e um aparato técnico de última geração gerou um sucesso de proporções gigantescas. A performance das duplas sertanejas envolve alto investimento em luzes, figurinos, equipamentos de som, além de um minucioso planejamento estético do show enquanto um produto comercial. Os arranjos e sonoridades dos discos e das apresentações ao vivo passaram a evidenciar a modernidade desse interior que deixou de se identificar com o caipira atrasado e agora se baseava no *agro business*.

Paralelamente, um outro fenômeno musical comercial urbano crescia ano a ano no solo fértil do carnaval da cidade de Salvador. Sua nacionalização teve início a partir do final da década de 1980 e o estilo do gesto baiano da mistura carnavalesca ficou conhecido como *axé music*. De acordo com o jornalista Silvio Essinger, a *axé music* não é

> exatamente um gênero ou movimento musical, mas uma rotulação mercadológica muito útil para que uma série de artistas da cidade de Salvador, que faziam uma fusão de ritmos nordestinos, caribenhos e africanos com embalagem pop-rock, tomassem as paradas de sucessos do Brasil inteiro a partir de 1992 (Silvio Essinger, *site* Cliquemusic).

A data de 1992 escolhida pelo jornalista marca o lançamento nacional do LP *O canto da cidade*, da cantora baiana Daniela Mercury, pela multinacional Columbia/Sony. O sucesso da faixa-título deste disco amplificou por todo país uma estética pop altamente dançante, que

vinha fazendo movimentando o carnaval de Salvador desde meados da década anterior. A música trazia todos os ingredientes da vibração pop jovem e uma base rítmica apoiada basicamente no *padrão Benjor*, executado incessantemente pela guitarra e pela percussão (caixas). Ao mesmo tempo, a letra da canção se refere ao ambiente urbano e coloca em evidência o forte componente étnico da música e da cidade de Salvador, talvez mais visível e problemático do que em qualquer outra do país [CD ANEXO: faixa 12].

A adoção do *padrão Benjor* em parte da produção da chamada "música baiana" representa uma tradução para a música brasileira de elementos estéticos da cultura pop internacional. De certa forma, a *axé music* é um desdobramento da obra pop de Benjor, recriada na atmosfera dançante do carnaval de rua soteropolitano. Outro aspecto predominante nas músicas classificadas como *axé music* é o da sensualidade, representando muitas vezes um importante meio de sedução pela dança, com coreografias ousadas e muitas vezes até eróticas. Segundo Mônica Leme, em trabalho sobre a música do grupo *É o tchan*, um dos integrantes da moda nacional da música baiana, parte do repertório dos artistas dessa categoria se inserem numa "vertente maliciosa" da música brasileira que teria sido uma forma de expressão muito popular em todas as épocas (Leme, 77-102)[43].

Não faz parte do alcance deste trabalho discutir em detalhes o surgimento ou as características da *axé music*. É importante destacar que o rótulo inclui uma grande diversidade de ritmos e padrões, unificados pela origem geográfica (Salvador) e pela utilização de elementos da linguagem musical pop-jovem: teclado, muita percussão, metais, refrões fortes e sensualidade, ou seja, muita energia. A "música baiana" veiculada nacionalmente através do rótulo se tornará um dos três principais eixos de ponta no mercado de música na última década do século XX, todos eles caracterizados fortemente pelo gesto da mistura, pela adoção de elementos musicais da cultura pop jovem internacional.

[43] Um exemplo bastante interessante dessa "vertente maliciosa" é uma música atribuída ao compositor Laurindo Rabelo intitulada *A rosa do cume*, possivelmente datada do final do século XIX. Eis alguns de seus versos: "No cume da minha serra/ Eu plantei uma roseira/ Quanto mais as rosas brotam/ Tanto mais o cume cheira/ Á tarde quando o sol posto/ E o vento o cume adeja/ Vem travessa borboleta/ E as rosas do cume beija/ No tempo das invernadas/ Que as plantas do cume lavam/ Quanto mais molhadas eram/ Tanto mais no cume davam/ (...)/ Ah, porém se o sol brilhante/ Seca logo a catadupa/ O calor que a terra abrasa/ As águas do cume chupa" (citado em Tinhorão, 1998:144-145).

Se por um lado o romantismo da música sertaneja supria as demandas afetivas mais introspectivas do grande público, o axé respondia pela vibração jovem da música dançante, respondendo aos estímulos corporais de participação física deste público nas experiências musicais. Conciliando as duas tendências e se afirmando como uma nova categoria mercadológica, o terceiro segmento do grande mercado iria se concentrar no samba. Essa nova categoria de samba recebeu vários nomes pejorativos e julgamentos negativos, mas conquistou platéias numerosas e se sedimentou como um segmento de mercado altamente lucrativo e de grande importância estética. O marco da popularização do *pagode romântico* foi o grande fenômeno comercial que marcou o lançamento do grupo paulista Raça Negra.

4.1 - O fenômeno Raça Negra

O grupo Raça Negra surgiu em 1983, no bairro da Vilha Nhocuné, zona leste de São Paulo. A história do grupo passa irremediavelmente pelas mãos do compositor Luiz Carlos, cantor e principal organizador da banda. Até hoje, Luiz assume um posto de liderança na empresa que se formou em torno do grupo e é ele quem responde pelos companheiros, dá entrevistas e organiza suas atividades. Ele nos conta como foi o início do maior fenômeno comercial recente do samba:

> A gente morava no mesmo bairro, eu, Paulinho e o Fena e jogava bola num time. Depois do jogo, a gente ia pro bar do Coalhada, pegava o violão e ficava cantando. E o negócio foi pegando, todo domingo o pessoal jogava bola e ia pro bar e foi juntando gente, juntando gente até que chegou um determinado tempo que teve que botar um microfone porque fechava a rua de gente pra ficar vendo a gente cantar de brincadeira (entrevista concedida ao autor em 8/4/2005).

O início do Raça Negra, então, se assemelha ao início de diversas outras rodas de samba, que ocorrem em espaços de lazer, muitas vezes associadas a outras atividades coletivas. Messeder Pereira descreve assim uma roda de "pagode", tendo como modelo o ambiente do Cacique de Ramos, onde realizou sua pesquisa:

> Reunindo instrumentos como o violão de sete e seis cordas, o cavaquinho, o banjo, o repique, o pandeiro e o tantã, é freqüente que o pagode também se siga a uma comida, a um jogo de futebol, a um batizado, a um aniversário, enfim, a um sem-número de encontros e reuniões entre parentes, amigos ou entre iguais que se reconhecem através do samba (Pereira, 2003:96).

A própria roda de samba do famoso Cacique surgiu a partir de um jogo de futebol que ocorria às quartas-feiras na quadra do bloco (idem:135). O fato é que as rodas de violão do Coalhada em pouco tempo produziram um convite para uma atuação profissional em um lugar chamado Heliu's Bar. Luiz Carlos e os outros integrantes da banda começaram a perceber que o som

que eles estavam fazendo fazia sucesso e rapidamente apareceram convites para apresentações em outras casas noturnas. É importante destacar que a reunião musical após o futebol dominical era realizada em torno do violão de Luiz Carlos, o que acabava determinando uma certa liderança natural do cantor para escolha de repertório e, inclusive, para que ele cantasse suas próprias canções.

> Só que desde essa época eu já cantava minhas músicas, que eu fazia em casa, que gostava de fazer e as pessoas gostavam dessas músicas e a gente se preocupou em fazer um trabalho dentro das limitações, mas direito... Por que na realidade esse som, essa maneira de tocar que eu tinha é que as pessoas achavam que era diferente, que eu peguei meu jeito misturando o samba, com samba-rock, com swing (entrevista concedida ao autor em 8/4/2005).

Como podemos observar, há dois aspectos importantes na narrativa de Luiz Carlos que evidenciam uma proposta bastante clara de atuação musical. Primeiro, a intenção de "fazer direito" que, veremos, irá se manifestar posteriormente em uma sólida mentalidade empresarial que facilitará enormemente a progressão comercial do grupo. O segundo aspecto é a idéia de mistura. O sambista procura estabelecer uma diferença dentro da categoria samba, destacando que o caráter misturado era, na verdade, uma intenção estética bastante clara do grupo, que os fazia rejeitar o repertório mais estreitamente identificado com o gênero samba e sua "tradição".

> Nós nunca tocamos Fundo de Quintal. Eu sempre dizia que o Raça Negra está mais pra Tim Maia do que pra Fundo de Quintal. Então era essa mistura de samba com essas influências da *black music*, mais o samba-rock, o *swing* de Jorge Benjor e a gente misturava um pouco samba, mais pagode e samba. O samba do Fundo de Quintal, do Almir Guineto, do Zeca Pagodinho, da Jovelina Pérola Negra, da Beth Carvalho, esse samba nós nunca tocamos. Eu pessoalmente escutava, até hoje gosto, mas não influenciava na nossa levada, no nosso jeito de tocar (entrevista ao autor, 8/4/2005).

Podemos observar que o samba estava presente no universo sonoro do Raça Negra apenas como uma referência musical, mas a principal referência simbólica se encontrava em artistas que se aproximavam da música pop jovem dançante. Tim Maia e Jorge Benjor são os mais citados. O fato é que essa mistura conquistava as pessoas e o grupo passou a experimentar um sucesso que poderíamos chamar de orgânico, construído cara a cara com seu público. De acordo com o relato de Luiz Carlos, os jovens artistas "davam sorte" porque as casas costumavam aumentar a quantidade de freqüentadores após o início de suas apresentações, o que os encorajava a cada vez mais a fazer um investimento na carreira. O espaço múltiplo do *showbizz* comportava com facilidade um grupo iniciante como o Raça Negra e promovia a banda através de um marketing financeiramente precário, mas muito eficiente. Luiz Carlos

passou a inscrever o grupo em festivais de samba promovidos pelas Escolas de Samba de São Paulo e a música do Raça Negra era sempre muito aplaudida.

O samba nessa época aparecia com razoável intensidade na periferia da capital paulista. Contando com a importante colaboração do programa de rádio *O Samba Pede Passagem*, do radialista Moisés da Rocha (chamado eventualmente, de o "Adelzon Alves de São Paulo"[44]), artistas ligados ao gênero construíam um sucesso orgânico nos arredores da capital. Além dos artistas de grande projeção como Clara Nunes e Beth Carvalho, que chegavam através das grandes gravadoras em todas as capitais com enorme força, havia as rodas promovidas pelas Escolas de Samba de São Paulo – estruturadas à imagem das suas irmãs cariocas desde os anos 1930 – que organizavam concursos e revelavam sambistas. Em 1987, o grupo ganha o Festival da Escola de Samba Leandro de Itaquera e se projeta ainda mais no circuito paulistano. Nesta época, o grupo se apresentava todos os domingos no bar Chanel, de propriedade de Armando Santos. O dono do bar era um dos entusiastas da banda e aceitou ajudá-los a gravar uma fita *demo* que poderia servir de base para um primeiro LP do Raça Negra.

A sonoridade do grupo estava baseada na levada do violão de Luiz Carlos e em uma forte base percussiva, composta por bateria (Fininho), surdo (Fena), tantã (Fernando), pandeiro (Gabú) e tumbadora (Edson Café), além do baixista Paulinho. Foi esse universo sonoro que Luiz Carlos e seus companheiros levaram para o estúdio para gravar o primeiro disco do grupo. Chamaram, então, o tecladista Júlio Vicente e o saxofonista Irupê para fazer os arranjos e coordenar a gravação, já que nenhum dos integrantes tinha conhecimentos musicais aprofundados e com essa formação, o grupo instituiu a referência sonora do pagode romântico. O próximo passo era mostrar a *demo* para empresários e diretores de gravadoras. É claro que pra isso precisavam de mediadores.

> Até que esse demo foi parar na mão do Irupê que fazia nossos arranjos. O irmão dele era muito amigo do Antônio Carlos Carvalho, que era diretor da RGE e quando ele ouviu ele falou: "Pô, tem coisa interessante aqui! É diferente, no mínimo diferente". E o Irupê convidou ele pra assistir a gente tocar na Chanel. E ele chegou lá no domingo e na segunda-feira 8 horas da manhã nós estávamos na RGE assinando o contrato com ele. Ele falou "quero isso pra mim", que ele viu a empolgação do povo, todo mundo cantando músicas que ele nunca tinha ouvido e ele perguntava "de quem é essa música?" E a gente: "90% do repertório é nosso", que o povo já tinha na mente (Luiz Carlos, entrevista ao autor, 8/4/2005).

[44] Depoimento pessoal ao autor, em 10/4/2005.

O produtor confirma que ficou "impressionado ao ver que as meninas que iam à Channel subiam nas mesas e cantavam todas as músicas do Raça" (Veja, 22/5/1996). Estava atestada, portanto, a enorme capacidade de comunicação que o grupo já tinha, antes mesmo do lançamento do seu primeiro LP.

O primeiro disco lançado pela RGE em 1991 trazia apenas o nome da banda na capa e uma foto, dos integrantes portando seus instrumentos, sugestivamente em fundo preto. Uma produção extremamente simples (e barata) que conciliava estrategicamente uma redução dos riscos financeiros da gravação do LP e, por outro lado, uma deliberada intenção de ser acessível. De acordo com o produtor Antônio Carlos de Carvalho, a receita do sucesso foi exatamente fugir de qualquer sofisticação. "Com a gente não tem nada disso, nem fazemos encartes que é para não complicar", atesta (Isto é, 27/7/94). Nesta primeira experiência fonográfica, a RGE aproveitou as gravações da fita demo e simplesmente a colocou no mercado.

Ancorado na excelente repercussão da música *Caroline* [CD ANEXO: faixa 23], de Luiz Carlos, o disco chegou a quase 700 mil cópias vendidas, fazendo com que o segundo disco viesse logo em seguida intitulado simplesmente *Raça Negra 2*. Segundo matéria do jornalista Pedro Só, "o sucesso do segundo disco dos seis bambas desbancou sertanejos, roqueiros e até trilhas de novelas para se aboletar no topo da lista dos mais vendidos" (JB, 17/6/92). Com isso, espaços até então fechados para qualquer tipo de samba passaram a veicular as melodias simples e diretas da música do grupo e o Raça Negra abriu caminho para outros artistas do gênero inaugurando um novo movimento no mercado musical. Dentre os grupos que obtiveram maior destaque no início da década de 1990, podemos citar o Negritude Júnior (que lançou o primeiro disco em 1992), Exaltasamba (1992), Katinguelê (1992), Só Pra Contrariar (1993), Razão Brasileira (1993) e Grupo Molejo (1994), entre outros. No início de 1993, a Revista Veja notava o fenômeno:

> Os novos conjuntos vêm conquistando espaços no rádio e quebrando tabus da noite. A rádio Transcontinental FM, de São Paulo, que há nove meses mudou de receita e passou a dedicar 80% de sua programação ao samba, pulou do 24º para o 2º lugar entre as emissoras mais ouvidas da capital (Veja, 20/1/93).

Observando todo este movimento com a distância que o tempo impõe, Luiz Carlos faz um pequeno balanço da importância do sucesso do Raça Negra nesta época e das conseqüências para a ampliação do espaço de circulação do samba na sociedade:

> O Raça Negra foi um fenômeno musical e obrigou as FMs a tocarem samba. Até então não tocava samba em FM. O Raça Negra abriu essa porta pro samba. Logicamente, teve que tocar o Raça Negra e também outros grupos, outras

> bandas, outros cantores de samba. E também nós sofremos uma resistência tremenda quando nós fomos tocar no Canecão. Nunca vi nenhum sambista dentro do Canecão, e falamos: "Vamos entrar no Canecão!" Eles não queriam: "Não, isso não vai dar nada!" Até hoje é o recorde de bilheteria no Canecão. E também no antigo Metropolitan, e lá em São Paulo também no Olímpia. Foi a primeira banda a entrar nessas casas fazendo um grande espetáculo, como uma banda de fora que vinha pra cá pra fazer. Naquela época, o sertanejo tava fazendo grandes produções. "Vamos fazer também pra mostrar pra eles que o samba também faz espetáculo, com bailarinos, com cenário, direção". Fizemos isso e deu certo (entrevista ao autor, 8/4/2005).

Deu muito certo. Em 1996, uma reportagem na Revista Veja destacava o aspecto da ascensão social de seus integrantes:

> Antes de ser o compositor de sucessos que é hoje, Luiz Carlos passou por vários empregos. Foi desde diagramador de jornal até balconista de papelaria. Os demais integrantes do conjunto também tinham, antes do sucesso, as profissões típicas de quem mora em bairros populares. Edson Café, de 40 anos, que faz vocal e toca pandeiro, foi motorista de caminhão até 1990. Paulinho também de 40 anos, que toca contrabaixo, foi operador de empilhadeira numa fábrica de brinquedos. Fininho, de 31 anos, o baterista, era analista de sistemas. Gabu, de 38 anos, que também toca pandeiro, seguiu carreira na Volkswagen até começar a ganhar dinheiro com música. Antônio Fena, de 45 anos, que toca surdo, trabalhou dezessete anos como encarregado de manutenção de uma consultora internacional (Veja, 22/5/96).

É possível que a rigidez do trabalho assalariado tenha colaborado para a clareza comercial com que o grupo tratou a sua carreira desde o início. O Raça Negra dedicava uma atenção especial ao que se costuma entender como profissionalismo, ou seja, todos os aspectos ligados à produção dos shows, à apresentação e à imagem pública de seus integrantes. Sua estratégia de inserção no mercado era marcada por uma grande preocupação com o mercado, baseada na idéia de estabelecer boas relações entre empresários, artista e público.

> Você tem uma banda que você não tem um problema de droga. Dentro do Raça Negra, pra você ter uma idéia, o único que fuma cigarro, cigarro normal sou eu. Quem bebia também era eu, que tomava um *drink*. O restante não bebia, não fumava, são pessoas tranqüilas. E profissionais, sempre exigi isso. Chegar no horário, se marcavam televisão para às 10 horas, 9:30 nós estávamos lá. Marcavam show pra meia-noite, onze horas nós estávamos lá. Nós éramos artistas que não dávamos trabalho (entrevista ao autor, 8/4/2005).

Não davam trabalho e vendiam muito. Nas coberturas da imprensa sobre o grupo pipocam uma profusão de números contundentes que atestam a magnitude da circulação da música do Raça Negra. Em 1994, a revista Isto é noticiava o lançamento de mais um disco do grupo destacando a marca de 1,3 milhões de cópias do lançamento anterior (Isto é, 27/7/94). No ano seguinte, uma extensa matéria no Jornal do Brasil esmiuçava o patrimônio da *holding* Raça

Negra, com faturamento de US$ 3 milhões por ano, 180 funcionários e cobrando cachê de 30 mil dólares. A reportagem chega a detalhar o valor do automóvel do cantor Luiz Carlos: "BMW 325 conversível, vermelho, avaliado em US$ 100 mil" (JB, 22/4/95). Em 1996, o jornalista Xico Sá, da Folha de S. Paulo destaca que uma das canções do grupo chegou a ser executada até 47 vezes por dia em emissoras de rádio da capital paulista e que o grupo havia atingido a marca de 12 milhões de cópias vendidas em apenas 5 anos de carreira fonográfica (Folha,18/5/96). Já em 2001, comemorando 10 anos desde seu primeiro lançamento, o *site* da gravadora Universal destacava a superação da marca de 16 milhões de cópias vendidas pelo grupo (www.universal.com.br).

A ênfase com que jornalistas e até mesmo a própria gravadora noticiam as quantidades e valores que envolvem o grupo representa, no âmbito do mercado de música, uma valorização da quantificação que faz parte da estratégia de legitimação de determinado artista. Ter muitos discos vendidos significa "cair no gosto" de uma grande parcela dos consumidores de música, o que representa que os sentimentos e valores que envolvem o fazer musical do Raça Negra são compartilhados por *muita gente*. A música do Raça Negra tinha uma comunicação fácil e direta, cuja a idéia era ficar "na mente" do público e conquistar grandes contingentes de corações. Longe de ser unicamente reflexo de limitações artísticas ou manifestação de uma musicalidade sincera ou ingênua, a estratégia é absolutamente intencional e feita de acordo com uma estética conscientemente simples que prosperou e criou escola. Para Luiz Carlos,

> escutando a música do Raça Negra duas vezes você entende o que ele quer dizer. Agora se você pegar uma música excelente do Djavan, por exemplo, que eu adoro, que é um dos meus ídolos, uma pessoa um pouco menos culta demora quatro, cinco meses pra entender o que ele quer dizer. Nós fazemos *esse* tipo de música, que a pessoa entende rápido e assimila rápido, que é a linguagem dela que ela usa no dia a dia (entrevista ao autor, 8/4/2005).

O percussionista Gabu, ex-integrante do grupo, confirma a opção pelo estilo simples nas letras, na harmonia e no ritmo:

> Nosso som tem aquele *swing*. Nossa música é simples e vai de encontro a todo mundo, do excêntrico ao plebeu. Falamos de amor porque o público está carente disso. Não podemos abandonar uma idéia que deu certo. Não podemos magoar o povo que gosta de nós (Isto é, 15/12/93).

A secretária Rosineide Francisca de Barros, presidente do fã-clube paulista Cheio de Manias, confirma que o estilo do Raça Negra tem o mérito e o poder de cativar uma faixa grande do público consumidor. Rose começou a freqüentar os shows do Raça Negra através de uma amiga em 1992 e passou a acompanhá-los em quase todos os shows.

> Eu gosto muito do ritmo da música deles. É aquele *swing* bem romântico, como dizem. As letras são todas muito lindas, a maioria compostas pelo Luiz Carlos mesmo. Têm tudo a ver as letras das músicas deles. O que eu gosto, o que me atrai é o estilo da música, a letra diz tudo. Sei lá se é pagode ou se é *swing*, mas aquela coisinha mais leve, eu sempre gostei (Rose, entrevista ao autor em 7/2/2005).

Esse *swing* leve, "bem romântico" e estruturalmente simples foi incorporado ao repertório de elementos musicais de uma série de sambistas e grupos jovens que se assemelhavam em alguns aspectos à música do Raça Negra. O fenômeno de vendas fez com que as gravadoras utilizassem o estilo do grupo como modelo para lançar diversos artistas e alcançar o mesmo sucesso na esteira do grupo paulista, cujo eixo principal era o ambiente romântico. Estava inaugurado o *pagode romântico*.

4.2 - Ecos do Raça Negra: Negritude Júnior

A trajetória do Negritude Júnior começa na pequena cidade de Carapicuíba, região metropolitana de São Paulo, conhecida como cidade-dormitório. O município foi beneficiário no início da década de 1970 de um empreendimento mobiliário desenvolvido pela Companhia Metropolitana de Habitação do Estado de São Paulo – a Cohab. Criada em 1965, a Cohab tinha como objetivo construir moradias para a população de baixa renda e adquiriu em Carapicuíba uma área de cerca de 2 milhões e meio de metros quadrados onde ergueu o Conjunto Habitacional Presidente Castelo Branco (Plano Municipal de Habitação, 2003:9). Através do financiamento da Caixa Econômica, através recém-criado BNH (Banco Nacional de Habitação), suas unidades foram ocupadas por famílias de trabalhadores assalariados que se cadastraram no programa. A situação econômica relativamente estável, a compra recente de um apartamento próprio e a convivência entre vizinhos oriundos de partes diferentes de São Paulo e de todo o Brasil forneceu os ingredientes para a formação de um ambiente amigável de companheirismo entre os novos habitantes.

Nas palavras de Nenê, integrante do Negritude Jr., "na comunidade você conhece os vizinhos, bate na porta deles pra pedir açúcar, se preocupa e ajuda quando acontece algum problema ou quando um filho de alguém está doente". Para as crianças, o ambiente da Cohab era particularmente interessante, pois não só gozavam de uma certa liberdade característica de cidades de interior, mas também pela formação de amizades sólidas, fundadas nesses mesmos valores.

> Naquele tempo na Cohab tinha muito mato. Aí a gente entrava no mato pra caçar preá, ficava jogando bolinha de gude, futebol, fazia carrinho de rolimã, e outras brincadeiras na comunidade. Lembro que eu pegava lata de óleo Mazola (que era em lata) e cortava pra fazer de brinquedo. Era tudo muito simples e muito feliz porque a gente não tinha consciência que aquilo ali era por que a gente tinha pouco dinheiro (Nenê, depoimento pessoal ao autor em 31/1/2005).

A narrativa um tanto romântica de Nenê demonstra bem a força dessa experiência social, caracterizada por Ari como uma "convivência típica de gueto" (O Dia, 16/9/1997). Unidos por laços de vizinhança, parentesco, solidariedade e pela religião bastante presente, essa convivência iria ensinar para os jovens "o que é a vida". Esse ambiente seria posteriormente descrito no samba *Terra Prometida*, (Wagninho/ S. Procópio/ Nenegritude/ Netinho), gravado pelo grupo em 1997 [CD ANEXO: faixa 27]:

> Lá na Cohab aprendi o que é a vida
> Doce lar, terra querida
> Na batida do pandeiro
> Eu encontrei uma saída

O contato com a música ocorria prioritariamente através dos meios de comunicação. Desde meados da década de 1970, a televisão havia se instalado definitivamente em todos os cantos do país promovendo integração entre as várias localidades em torno da unidade nacional. Ao mesmo tempo, se consolida no Brasil um mercado de bens culturais integrado que colabora para esta unificação (Ortiz, 2001:113). Os lançamentos da indústria fonográfica buscam atingir os diversos segmentos do mercado investindo pesado em divulgação para atingir um amplo mercado consumidor, desde os grandes centros urbanos, com suas periferias, até o crescente interior do país.

Já no início dos anos 1980, os jovens da Cohab ouviam em casa discos que eram lançados com enorme sucesso pelas gravadoras. Cantores de samba como Clara Nunes, Beth Carvalho, Martinho da Vila, Luiz Ayrão, Agepê e Fundo de Quintal gozavam de razoável prestígio nas moradias populares e forneciam a "batida do pandeiro" que determinaria a estética musical principal do grupo. Mas a música desses artistas se misturava com outras influências do rádio de da televisão, também representadas com destaque na programação diária desses veículos: Jorge Benjor, Tim Maia, Blitz, Jackson Five, Earth, Wind and Fire, Madonna e Michael Jackson.

O contexto do samba na metrópole paulistana é de grande importância na estruturação do Negritude Júnior. Os concursos promovidos pelas Escolas de Samba movimentavam um

circuito de samba pelas periferias da cidade, fazendo circular o ritmo, o imaginário e os valores do gênero. Uma das mais concorridas era conhecida como "Botequim do Camisa" realizada na quadra da Escola de Samba Camisa Verde e Branco. Um outro local de grande importância é conhecido como "Praça do Samba", no bairro "Km 18", em Osasco onde uma roda organizada pelo músico Baptista Júnior servia de ponto de partida para uma caravana de sambistas pela cidade.

> Na realidade estas caravanas que se apresentavam em toda grande São Paulo foram em grande parte responsáveis pelo sucesso de artistas sempre de SP e Rio (sem a idiotice de bairrismo), tais como: Zeca Pagodinho, Almir Guineto, Leci Brandão, Capri (do Baixinho Injuriado), Boca Nervosa, Dona Ivone Lara, Mestre Talismã, Mestre Marçal, Tobias da Vai-Vai, Oswaldinho da Cuica etc. O Negritude Junior (garotada com idade entre dez e quinze anos, mais ou menos) fez nessa Praça suas primeiras participações para grande público, nas aberturas dos shows. (Moisés da Rocha, depoimento pessoal em 18/05/2005).

De fato, toda essa movimentação do gênero na Grande São Paulo influenciava os meninos da Cohab que passaram a freqüentar alguns desses espaços e a arriscar seus primeiros acordes e divisões nos instrumentos característicos do samba. Na Praça do Samba o grupo começou sua profissionalização.

> Era uma praça mesmo em Osasco, com shows patrocinados pela prefeitura aos domingos e a gente era novo e ouvia os grupos se apresentarem lá. Beth, Fundo de Quintal... Aí a gente levava os instrumentos e tocava antes e às vezes depois dos shows. Às vezes a gente fazia isso também entre a gente, na Cohab, em festas mas só pra se divertir (Nenê, depoimento pessoal em 31/1/2005).

O samba dos meninos gerou curiosidade, pois se tratava de músicos então bastante jovens e, segundo Nenê, "era bonitinho" vê-los tocar. Em uma dessas tardes, um dos organizadores da Praça do Samba convidou os meninos para se apresentarem no palco do evento. Surpresos, os jovens Netinho, Wagninho, Chambourcy, Lino, Claudinho, Nenê, Fabinho, Feijão e Ari, declararam que eram um grupo que se chamava "Negritude *Júnior*"[45].

Deste início de carreira "por acaso", os jovens do grupo enxergaram uma possibilidade comercial concreta e decidiram se organizar para tentar viabilizar sua carreira. O primeiro passo para a profissionalização foi a elaboração de um conjunto de "regras" que deveriam

[45] A pouca idade e a "convivência de gueto" do grupo se revelam nos nomes artísticos adotados, que são resultando ou de diminutivos (Netinho, Waguininho, Fabinho, Nenê) ou de brincadeiras entre colegas (Chambourcy, Feijão). Esse processo de nomeação é bastante comum no universo do samba, se constituindo uma marca de identidade entre os músicos e sambistas. No entanto, no ambiente consagrado do samba é freqüente o acréscimo, ao nome, de algum termo que caracterize a origem ou, no caso de músicos, o instrumento dos sambistas. Os exemplos são infinitos: Nelson Cavaquinho, Paulinho da Viola, Carlinhos Sete Cordas, Mano Décio da Viola, além de apelidos como Monarco e Cartola, ou nomes que identifiquem filiação geográfica como Xangô da Mangueira, Serginho Meriti, Marquinhos de Oswaldo Cruz, etc...

nortear a carreira do grupo. As regras eram indicações de conduta pessoal e coletiva cujo objetivo era estabelecer critérios e parâmetros para os integrantes do Negritude atuarem no mercado musical. Nas palavras de Nenê:

> A primeira regra era que todo mundo tinha que terminar pelo menos o Colegial, porque a gente estava querendo um outro tipo de inserção na música e se tudo desse certo a gente ia ter que falar e não queríamos falar errado: "nóis é", "nóis vai", tínhamos que eliminar isso. Depois ninguém poderia beber bebida alcoólica e nem fumar – nem cigarro! – por que se as pessoas vissem a gente fumando cigarro iam achar que a gente fumava maconha também e não era essa imagem que nós queríamos passar (depoimento pessoal, 31/1/2005).

A opção pela elaboração dessas regras torna as intenções do grupo bastante claras. "Falar certo" e "não fumar nem beber" são atitudes que revelam uma preocupação com a imagem pública artística do samba. Os jovens estavam atentos ao preconceito da sociedade em relação à prática do samba e buscavam neutralizá-lo eliminando aspectos de linguagem e imagem que colaboravam para acentuar a posição hierárquica dúbia do gênero.

> A gente ficava ouvindo todo aquele repertório e via letras maravilhosas, melodias lindas e não concordávamos com o preconceito em relação ao samba. Queríamos nos apresentar como sambistas, mas sem esse estigma (Nenê, depoimento pessoal, 31/1/2005).

A estratégia era bastante inteligente e demonstra o grau de preocupação comercial que o grupo já possuía, mesmo com tão pouca idade. Mas o aspecto mercadológico não se restringia às regras de comportamento. A sedimentação dos parâmetros comerciais do Negritude foi apoiada na organização de uma identidade visual para o grupo.

Logo no início da carreira, Nenê e sua mãe, que era costureira, elaboraram uma espécie de "uniforme" para suas apresentações que consistia em um mesmo tecido para todos os integrantes ao qual foram acrescentados paetês. Esses apliques, segundo Nenê, foram inspirados nas vestes coloridas e brilhantes da banda americana *Earth, Wind and Fire* e, ao se apresentarem em palcos pequenos, contando apenas com uma precária mesa de som e um canhão de luz, iluminavam o palco e davam dinamismo e beleza à música do grupo.

O que é interessante observar é que o Negritude criou um modelo de vestuário que, ao alcance dos seus limitados recursos, já estava em grande sintonia com o grande mercado musical da época. No final dos anos 1980, apesar de o rock brasileiro começar a dar sinais de cansaço comercial, o pop internacional freqüentava as paradas de sucesso trazendo na bagagem uma aposta definitiva na *performance* musical de grande porte. Canções e videoclipes de artistas como Madonna e Michael Jackson, além de megashows promovidos no Brasil – como o *Rock in Rio* em 1985 – forneciam experiências musicais concretas que estabeleciam uma

associação entre música e imagem na esfera da circulação comercial dos produtos musicais. De certa forma, a opção do Negritude correspondia a uma escolha intencional e deliberada de integrar o mundo do *showbizz* utilizando sua linguagem específica: o espetáculo.

Em sua incisiva crítica à "sociedade do espetáculo", Guy Debord aponta o espetáculo como uma forma de "relação social". "O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real" (Debord, 2003:§6). Onde lê-se "irrealidade", podemos entender "fantasia" ou "imaginário". De fato, o espetáculo tem papel preponderante na cultura internacional-popular por permitir um acesso universal aos códigos dessa cultura através da imagem. A preocupação com a "apresentação" representada no figurino calculado do Negritude Júnior é uma aceitação da imagem como norteadora de hierarquias e ao mesmo tempo um reconhecimento na capacidade do visual de facilitar o trânsito e romper os preconceitos.

Na verdade, a preocupação dos sambistas com o "visual" é antiga. Desde os tempos de Paulo da Portela que a "apresentação" dos sambistas passou a ser exigida nos círculos internos do samba como forma de obter respeitabilidade e transitar em outros espaços sociais (Lopes, 2003:68). Ainda hoje é relativamente comum encontrarmos sambistas ligados às Escolas de Samba do Rio de Janeiro impecavelmente vestidos de calça social quase sempre branca, sapato de bico fino, camisa de botão de seda ou linho e com freqüência utilizam acessórios como anéis, colares ou chapéus. A utilização do vestuário como forma de legitimar o acesso de sambistas a determinados espaços públicos e midiáticos não é nova nem é um fenômeno da década de 1990. O que o investimento do Negritude trazia de diferente, manifestado não só na indumentária mas também nas regras, era uma certa visão de que o samba precisava de "roupa nova". A inspiração de uma banda americana representa uma apropriação bastante singular de elementos estéticos da cultura internacional-popular por uma prática musical periférica e profundamente associada a uma cultura nacional. Sua influência na formação musical dos jovens da periferia paulista se manifestava em uma aposta consciente na adoção de uma estética (musical-visual-comportamental) "moderna", adequada aos elementos globalizados.

> Porque tem uma coisa de época, de geração. Meu pai, por exemplo, gosta do trabalho do Negritude mas ele fica mais saudosista com relação à música da Clara Nunes, da Beth Carvalho. Mas é da mesma forma como eu fico saudosista com relação a jogar bolinha de gude na rua. Mas eu não posso exigir que meus sobrinhos ou meu filho joguem bolinha de gude porque hoje tem videogame. Veja bem: eu *adoro* o Fundo de Quintal e a música do Fundo de Quintal, acho que eles são o melhor grupo de samba, mas eu não posso fazer uma música igual a deles, é uma coisa de geração (Nenê, depoimento pessoal, 31/1/2005).

"Ser moderno" significava, então, se adequar ao ritmo do videogame e aplicar uma visão comercial à música do grupo, agora transformada em trabalho. A opção representava ainda uma organização empresarial e num certo tipo de mistura musical capaz de conciliar os elementos do samba com a música e os desejos da "geração anos 1990". O Negritude fez parte de um ambiente onde uma nova forma de tocar e pensar o samba estava em curso, transcendendo os circuitos restritos no qual o gênero circulava desde sua origem estabelecendo uma posição mais vantajosa no mercado fonográfico.

No final dos anos 1980, o Negritude já tinha uma carreira musical consolidada nos circuitos de rodas de samba de São Paulo. Se apresentavam regularmente no prestigiado Botequim do Camisa, onde venceram um dos festivais, além de outros pontos da cidade. Segundo depoimento de Nenê, a música do grupo era diversificada.

> Lá, nós tocávamos de tudo: músicas da moda, os sambas que a gente conhecia, tocávamos até Titãs. A gente fazia a introdução igual ao original e aos poucos ia caindo pro samba. Toda nossa base é samba. Na época tinha o programa do Moises da Rocha "O Samba pede passagem", que a gente ouvia e ficava tirando as músicas pra tocar em nossas apresentações. O Botequim do Camisa era um ponto ótimo do samba aqui em São Paulo, ia muita gente as pessoas conheciam a gente (depoimento pessoal ao autor, 31/1/2005).

No repertório, a inclusão de músicas não exatamente identificadas com a categoria samba demonstra que o gesto da mistura estava presente no imaginário do grupo, ainda que suas referências aos artistas do gênero fosse muito mais evidente do que as declaradas pelo Raça Negra. O Negritude tinha uma sólida vivência em eventos de samba e construiu sua música a partir do imaginário sedimentado do gênero, só que com "roupa nova".

Através do Botequim do Camisa, as portas do mercado fonográfico se abriram para o Negritude com o convite da pequena gravadora Zimbabwe para o lançamento do primeiro LP. A Zimbabwe, dirigida por William Santiago, era conhecida na capital paulista como uma empresa de sonoridade de bailes e festas, semelhante à carioca Furacão 2000, e, na época, estava se estruturando como uma gravadora ligada à valorização da cultura negra. Seu interesse pelo Negritude vinha em um momento em que novos protagonistas do samba começavam a ocupar espaços no grande mercado fonográfico.

Em 1991, o mercado de samba seria sacudido pelo sucesso do primeiro disco do Raça Negra. A estética do grupo passou, então, a servir de modelo para gerações de jovens sambistas, como o Negritude, que, atentos aos movimentos deste mercado e com uma opção bastante clara de se adaptar ao seu perfil para ocupar um espaço nele, incorpora alguns elementos do trabalho do Raça Negra à sua sonoridade. Trata-se de um processo natural, onde as idéias

musicais de uma determinada época circulam e são reutilizadas por artistas com um perfil musical semelhante. Em 1992, o grupo reúne uma coleção de 11 canções e lança seu primeiro LP, intitulado *Jeito de seduzir*, e, em pouco tempo, vendeu 300 mil cópias, uma marca excelente para uma gravadora pequena.

É evidente que parte do sucesso colhido pelo Negritude em sua primeira incursão fonográfica deriva da grande difusão da estética do pagode romântico (leia-se Raça Negra) nos circuitos do mercado musical, que se aproximava da sonoridade do grupo. Num procedimento recorrente na indústria fonográfica, o estouro do Raça Negra na RGE deveria ser seguido por outras gravadoras. Sendo assim, em pouco tempo, o Negritude recebeu um convite para se transferir para a poderosa transnacional EMI, então dirigida por João Augusto. Aconselhados por William Santiago, dono da Zimbabwe, o Negritude montou uma estrutura empresarial e de divisão de tarefas que, ao final dos anos 1990 foi assim resumida pelo então cantor do grupo, Netinho:

> O Chamburcy e o Wagninho cuidam da harmonia, do repertório, de como vai ser no ano, se nós mesmos vamos produzir o nosso disco, o que é uma novidade para o nosso grupo. O Lino produz discos de outros grupos e assina Negritude Junior Produções, nossa empresa é de produções artísticas. O Nenê continua sendo quem toma conta do visual do grupo. O que a gente vai vestir? Como será a capa do CD? Os videoclipes ficam por conta do Claudinho, que sempre dirige e escreve os roteiros. O Fabinho, o Ari e o Feijão são os caras que tomam conta da qualidade musical, percussiva (Netinho, Revista Raça, fev/2000).

A mudança para a EMI representou para o grupo algo mais do que uma simples troca de selo. Ao serem lançados por uma *major*, o Negritude tem a possibilidade de atingir um público muito amplo e diversificado, característico dos produtos veiculados em larga escala. Por outro lado, para a gravadora EMI, o Negritude era um grupo que deveria se encaixar no segmento aberto pelo Raça Negra, desenvolvendo uma linha estética análoga capaz de abocanhar as vendas estratosféricas que a banda conseguia na RGE. Apesar de ser possível identificar afinidades estilísticas entre os dois grupos, a EMI tratou de fazê-los ainda mais parecidos e isso representava alterar alguns aspectos dos arranjos do grupo e incluir algumas canções em seu repertório. Para nenhum artista essa ingerência sobre sua criação é algo absolutamente simples e sem conflitos. No entanto, a ótica empresarial implementada no grupo permitia uma conciliação pouco traumática entre os objetivos artísticos e comerciais.

> Muita gente não tem noção do que é gravar um disco: a gravadora investe muito dinheiro e tem que se preocupar com a comercialização, com o mercado. Quando a gente foi pra EMI teve uma música que o produtor impôs, que era uma música sertaneja [*Contos de fadas*, de Pagom e Beto Correa] [CD ANEXO: faixa 26], que era pra a gente fazer em ritmo de samba. A música era até

> bonita, mas não tinha *nada* a ver com o nosso trabalho. Isso deu muita discussão entre a gente, eu e o Wagninho chegamos até a chorar porque a gente não queria gravar aquela música. Mas depois nós conversamos e no voto decidimos gravar aquela música pra no resto do disco colocar as músicas que a gente gostava. Não foi fácil, mas depois, com a maturidade a gente adquiriu essa consciência, de que tem que colocar no disco músicas que a gravadora vai trabalhar. A proporção é assim: 80% do repertório dos discos é de nossa escolha e 20% deles. Parece desigual, mas esses 20% é que vão ser mais divulgados em rádios e televisão, aí equilibra (Nenê, depoimento pessoal, 31/1/2005).

É interessante observar que Nenê utiliza o termo "imposição", mas narra "com maturidade" os eventos que envolveram o lançamento do segundo disco do grupo como se estivesse em curso, na verdade, uma *parceria*. De um lado, um trabalho artístico relativamente sólido, mas protagonizado por jovens com pouca experiência no mundo dos negócios. Do outro, um gigante da indústria fonográfica mundial. Essa aparente discrepância de poder entre as duas partes não aparece destacada na narrativa de Nenê, que coloca o poder econômico e a estética musical lado a lado com um objetivo comum. O fato é que a partir do lançamento do LP *Natural*, em 1993, o Negritude alcançou uma projeção nacional no mercado de música, conquistando sucessivos discos de ouro e platina a cada lançamento.

4.3 - Ecos do Raça Negra: Só Pra Contrariar

Contrariando a centralidade da Grande São Paulo no mercado de samba dos anos 1990, o principal grupo de pagode romântico da segunda metade dos anos 1990 surgiu em Uberlândia, Minas Gerais. Disposto a alardear aos quatro cantos que "o samba não tem fronteiras", o Só Pra Contrariar ocupou espaço no mercado nacional e bateu recordes sucessivos de vendagens. O sucesso retumbante do grupo fez com que, no final da década, o cantor Alexandre Pires iniciasse uma carreira internacional com excelente projeção no mercado latino-americano.

O início do Só Pra Contrariar, diferentemente tanto do Negritude quanto do Raça Negra não se deu prioritariamente através de laços de vizinhança de bairro, de futebol ou de condomínio. O grupo de Uberlândia começou a se estruturar na casa dos irmãos Alexandre e Fernando Pires, um reduto de músicos da noite local. Alexandre e Fernando são filhos da cantora Maria Abadia Pires e do baterista João Pires, atuantes em bailes e bares da cidade durante as décadas de 1960 e 1970. Em casa, promoviam encontros musicais que forneceram as primeiras experiências para os filhos e para seu primo, Juliano. Segundo Alexandre, a musicalidade da família era um fator de união da casa, que se refletia em um ambiente bastante agradável.

> Meus pais tocaram mais de 28 anos na noite, nos bailes, nos bares e eu vivi toda essa trajetória dos meus pais a coisa da dificuldade de ser músico que não é fácil. Nasci ouvindo música. Quase nasci no palco, minha mãe tava grávida de sete meses ainda cantava. É uma história muito bonita dos meus pais, sempre cantando, a família muito musical, os avós, todo mundo, é uma família super afinada, todos cantam (Depoimento no CD *Minha vida minha música*, BMG, 2002).

A partir desse ambiente musical que circulava na casa dos Pires, a aproximação dos jovens com a música era um caminho natural. Desde criança, Alexandre se interessava pelo cavaquinho e aos 13 anos resolveu chamar seu irmão e seu primo para formarem um grupo. Completando o conjunto, convidaram ainda os amigos Luiz Antonio, Popó, Serginho, Hamilton, Rogério e Luiz Fernando e batizaram o novo grupo com o nome da primeira música que Alexandre aprendeu a tocar: *Só Pra Contrariar*, de Almir Guineto, Arlindo Cruz e Sombrinha, gravada em 1986 pelo grupo Fundo de Quintal no LP *Mapa da mina*. Nascia, em 1989, um dos maiores fenômenos comerciais do samba.

A música do grupo era diversificada, reflexo do repertório eclético dos pais de Fernando e Alexandre e também das variadas influências musicais ouvidas, sobretudo, através de rádios nacionais e locais. Segundo Alexandre, além do samba e da MPB, que eram ouvidos nacionalmente, a música sertaneja era muito forte em Uberlândia.

> Antes mesmo de eu pensar em ser um músico profissional eu sempre ouvia muita música sertaneja. Eu sempre tive um pezinho no sertão. Tem duas músicas que me marcaram muito quando eu fui pra Goiatuba no interior de Goiás. Nós moramos dois anos lá, uma época de mudança na nossa família que os meus pais não tavam mais fazendo música porque tava muito difícil, foram vender roupa. E eu ouvia música sertaneja e duas músicas que me marcaram bastante foi uma música do Milionário e José Rico e outra do Alan e Aladin (Depoimento *Minha vida, minha música*, BMG, 2002).

Misturando o romantismo sertanejo com o balanço do samba carioca e a versatilidade estilística da MPB, Alexandre, Fernando e os outros integrantes do "SPC" (sigla carinhosa e irônica utilizada pelo grupo em encartes e capas de discos que remete a outra música do repertório do pagode dos anos 1980, de autoria de Zeca Pagodinho) colocaram o pé na estrada. Apesar de ser o mais jovem, a liderança de Alexandre Pires começa a se desenhar nos palcos mineiros, resultado de sua desenvoltura como cantor e compositor. O início da carreira, como sempre, é descrito pelos integrantes como uma época de muito trabalho e pouco reconhecimento. De acordo com Luiz Antonio,

> as dificuldades são aquelas básicas que todo artista quando começa um trabalho enfrenta, que é a de conseguir uma boa gravadora, um selo que possa te representar nacionalmente, onde você possa levar tua música nos quatro cantos do país. Então a gente batalhou bastante, fizemos três anos de baile em Uberlândia, nossa terra natal, à procura de um selo que pudesse levar o grupo adiante (entrevista concedida à Lília Araújo, para o *site* sambando.com.br, em set/2004).

Neste período, circulavam pelos bares de Uberlândia: Tribuna, Coliseu e Black Chic eram os que eles mais freqüentavam. Apresentavam-se cantando sambas da moda e também músicas próprias, principalmente de Alexandre. O crescente sucesso na cidade fez com que o grupo fosse convidado diversas vezes para "abrir shows" de grupos famosos como o próprio Raça Negra. A estratégia de organizar pequenas apresentações de grupos estreantes antecedendo o show principal é muito utilizado no *showbizz*. Ela representa, para o público, uma ampliação na duração do evento e, para os novos artistas, uma possibilidade ímpar de apresentar seu trabalho para grandes audiências. Neste momento, o SPC conta um pouco com a sorte.

Com o estouro comercial do Raça Negra a partir de 1991, seguido pelo Negritude Júnior, o mercado fonográfico colocava em campo seus "olheiros" para descobrir talentos que pudessem ser lançados nacionalmente. A RGE lançou o Raça Negra, a EMI respondeu com o Negritude, faltava a BMG disponibilizar no mercado o *seu* grupo de pagode romântico. Não demorou muito para encontrarem no repertório do Só Pra Contrariar todos os ingredientes necessários para ocupar o filão de mercado recém-inaugurado. Foi assim que o empresário artístico João Carlos Ribeiro, conhecido como Joca, ao assistir a uma apresentação do grupo em 1992, antes do show principal do Grupo Raça, intermediou o contato entre o grupo e a gravadora. No ano seguinte, o Só Pra Contrariar iria lançar seu primeiro disco, que levaria na capa apenas o nome do grupo. Para minimizar os riscos comerciais, a gravadora emplacou três regravações que garantiriam as vendas do LP: *Você*, de Tim Maia, *Retratos e canções* e *Um dia de domingo*, as duas de autoria da dupla de compositores profissionais Michael Sullivan e Paulo Massadas.

No entanto, a música que iria se acomodar rapidamente no topo das paradas de sucesso seria o pagode romântico *Que se chama amor*, de José Fernando, alçando o SPC ao estrelato. Apesar disso, no mesmo ano de 1993 uma outra faixa do mesmo disco iria ser responsável por uma projeção ainda maior do grupo de sambistas mineiros. Trata-se de uma música que não guardava absolutamente nenhuma semelhança com a estética do pagode romântico e nem mesmo com o samba dos anos 1980. Uma música cheia de duplo sentido, beirando a pornografia, que reproduzia o ambiente gozador de parte da música de carnaval baiana, a famosa *A barata*, de Alexandre Pires [CD ANEXO: faixa 29].

Toda vez que eu chego em casa
A barata da vizinha está na minha cama
Diz aí Luiz Fernando o que cê vai fazer
- "Eu vou comprar um chicote pra me defender"
Ele vai dar uma chicotada na barata dela (...)

Segundo Mônica Leme, essa canção é uma representante atual da "vertente maliciosa" da música popular brasileira, presente no cancioneiro popular com enorme sucesso desde pelo menos o século XVIII (Leme, 2003:102). O bom humor da letra se completa com uma interpretação que valoriza a participação coletiva do grupo, com expressões, comentários e sonoplastias que percorrem a gravação. Através da sonoridade, o grupo se aproximava bastante da estética prestigiada do samba. Por outro lado, o componente malicioso da canção reforçou tanto o preconceito contra o samba quanto a oposição entre qualidade e quantidade. Para a antropóloga Letícia Vianna, por exemplo, a canção evidencia a violência como "polarização do amor na dimensão da sexualidade", considerando seu conteúdo "aviltante" (Vianna, 1998:136). O pensamento da pesquisadora é compartilhado por grande parte da intelectualidade urbana, que condenou de imediato a música do SPC a um baixo patamar hierárquico, classificando-a como representante do setor menos prestigiado do samba.

O fato é que o sucesso rápido e um tanto inesperado d'*A barata* divulgou no Brasil e até mesmo na Argentina e em Portugal a música do SPC, mas acabou se tornando uma espécie de cartão de visitas do grupo, que incomodava seus próprios integrantes. Quando começavam a preparar o novo disco, já no ano seguinte, Alexandre tratava de "exorcizar a identificação com o inseto nojento" e declarava: "Nós estávamos sendo chamados de 'grupo da barata', mas também somos o grupo de *Domingo*, de *Outdoor* e de vários sambas românticos. Por isso resolvemos não fazer nada na linha d'*A barata* no novo trabalho" (O Dia, 13/9/1994).

De certa forma, o sucesso da "barata" obrigou o SPC a reafirmar nos discos seguintes sua identificação com o pagode romântico, sob pena de se isolar do mercado sem conseguir respaldo dos sambistas mais antigos. Nesse sentido, os três discos seguintes (*Só Pra Contrariar,*de 1994; *O samba não tem fronteiras,* de 1995 e *Só Pra Contrariar Futebol Clube,* 1996; todos com vendagens em torno de um milhão de cópias) vão adotar com bastante ênfase a temática romântica, que se concretizará definitivamente em 1997, quando se inicia um terceiro momento em suas carreiras. É Alexandre quem nos conta o processo de gravação deste disco:

> Em 97 nós estávamos produzindo o quinto disco do SPC e eu pedi pros meus empresários e pra minha gravadora "eu gostaria de produzir esse disco". Era uma grande responsabilidade pra mim porque eu tava assumindo uma coisa muito séria mas eu tinha segurança no que eu tava fazendo. Fizemos o disco. Aí

> eu fiz uma promessa que esse disco fizesse muito sucesso e se a gente ganhasse um disco de diamante, com um milhão de cópias eu ia lá a pé (depoimento *Minha vida minha música*, BMG, 2002).

Com uma ênfase ainda mais evidente no repertório romântico, o CD *Só Pra Contrariar* (BMG, 1997) não atingiu apenas a marca esperada pelo jovem produtor. Apoiado no sucesso radiofônico de várias músicas (*Depois do prazer* de Chico Roque e Sergio Caetano [CD ANEXO: faixa 30], *Amor verdadeiro*, de Alexandre Pires e Marquinhos e *Mineirinho*, também de Alexandre, em parceria com Lourenço), o quinto disco do SPC vendeu a então inédita quantidade de 3,3 milhões de cópias! A repercussão deste feito foi imediata.

Em abril do ano seguinte, a Revista Veja dedicava uma longa reportagem aos novos "milionários do samba", com destaque para o patrimônio do cantor e também para o seu namoro com a dançarina do grupo baiano *É o tchan*, Carla Perez. Ainda segundo a revista, nesta época o SPC fazia 170 apresentações por ano e já acumulava 6 milhões de discos vendidos, desde o primeiro LP (Veja, 1/4/1998). No final do ano, participaram do especial de Roberto Carlos na TV Globo, uma espécie de resumo musical dos mais importantes acontecimentos musicais do ano e atestado de prestígio midiático. O jornalista Mauro Ferreira, bastante crítico com relação ao pagode romântico, reconhece, em matéria intitulada "Os magnatas do pagode", que o SPC era o grupo "mais interessante" em atuação no mercado (O Dia, 17/8/1998).

É interessante notar que o grupo triplicou sua média anual de vendas exatamente em um disco produzido por um de seus integrantes. Com esse feito, o argumento de que os produtos veiculados em larga escala são resultado de um planejamento frio e numérico realizado pelos "escritórios" das gravadoras se inviabiliza. O SPC atingiu um sucesso ainda mais incisivo exatamente no momento em que os tais "escritórios" concederam ao cantor e compositor Alexandre Pires maior autonomia artística. Vale destacar que esse disco, diferente das produções anteriores, contou com a participação de dezenas de músicos de cordas e sopros, em arranjos de Jota Moraes, o que revela um grande investimento da BMG no produto. Esteticamente, a ênfase no romantismo foi o resultado de uma opção artística e mercadológica *pensada* e *realizada* por Alexandre e seus parceiros do grupo. Isto é, o aumento da autonomia representou uma decisão comercialmente acertada da multinacional, que colheu rapidamente os louros dos três milhões.

De acordo com o diretor de marketing da gravadora, "a filial brasileira da BMG ficou conceituada no mercado fonográfico mundial graças às 3 milhões de cópias vendidas do álbum" (Folha de S. Paulo, 2/5/1998). E o Só Pra Contrariar deixou de ser um grupo local

para ocupar o catálogo internacional da gravadora. Em 1998, o grupo recebeu um disco de ouro em Portugal em uma festa na qual se apresentaram para "artistas, jogadores de futebol e o presidente mundial da BMG, além de 80 executivos da gravadora no mundo todo" (idem). Em Mônaco, receberam o World Music Awards e as atenções de artistas internacionais como Mariah Carey e Gloria Estefan.

A carreira internacional começa a se transformar em realidade. Ao mesmo tempo que negociam com a BMG a gravação de um disco em espanhol, lançado ainda em 1997 com vistas ao enorme mercado latino-americano – e norte-americano –, o SPC recebe o convite de Gloria Estefan para gravar um *single* com a música *Santo, Santo*. O disco teve enorme sucesso e os convites não paravam de chegar: Argentina, Espanha, Porto Rico, Portugal, Estados Unidos. O SPC alcança vôos globais. Dois anos depois, Alexandre resumia a carreira internacional e dos planos do grupo:

> O Só Pra Contrariar hoje é o maior nome da música brasileira fora do país. Existe um respeito muito grande com o trabalho da gente pelos profissionais da imprensa lá fora [...]. Se eu falar pra você que não posso sair na rua na Argentina, você vai rir na minha cara, mas é verdade, cara. A gente não gravou em espanhol por gravar. Gravou pra ir trabalhar lá. A gente está com um produtor da música latina, o Emílio. [...] Nossa meta é dar um espaço a mais para a carreira internacional. Aqui vamos continuar trabalhando, fazendo shows. Não vamos acomodar, achar que está tudo bom, seguir a fórmula. Com a gente não é assim (Folha de S. Paulo, 17/9/1999).

Realmente não! Ainda em 1999, o SPC atinge 1,5 milhão e cópias vendidas no mercado nacional com seu novo CD em português (*Só Pra Contrariar*, BMG, 1999), puxado pela música *Interfone* (Altay Veloso). No ano seguinte, o sétimo disco do grupo, intitulado *Bom astral* (BMG, 2000) alcança 600 mil cópias vendidas, investindo menos no filão romântico e mais em "sambas suingados e alegres, coerentes com o título do CD" (O Dia, 18/7/2000).

Apesar da crise na indústria fonográfica mundial, o SPC ainda iria gravar mais um disco em espanhol e conquistar mais prestígio. Porém, o caminho natural de Alexandre Pires era o trabalho solo. Foi assim que, em 2001, Alexandre se afasta de seus companheiros de Uberlândia e lança, em espanhol, seu primeiro CD. Dois anos depois, seu segundo disco, *Estrella Guia*, atinge 1,8 milhão de cópias vendidas no mercado latino-americano, recebendo sucessivos prêmios por vendas e execução em rádios norte-americanas (Revista Época, 7/7/2003), dentre estes, destaca-se o prêmio de "artista latino do ano" (Hot Latin Track) da respeitada revista americana Billboard, conquistado em maio de 2003.

No SPC, Fernando Pires assume o vocal e o trabalho do grupo continua, mesmo sem a mesma projeção alcançada na década de 1990. Segundo Luiz Antônio,

> com a saída do Alexandre obrigatoriamente a responsabilidade aumenta. "Puxa o cabeça do grupo saiu e agora o que vai ser? Não, eu vou ter que participar mais, vou ter que dar um pouco mais de mim". Cada um vai ter que dar um pouco mais de si para a gente conseguir manter o trabalho. O Popó é um exemplo vivo disso, resolveu entrar numa dieta, se cuidou, está bem. Isso é auto-estima, isso é uma coisa que vem naturalmente, você trabalha, corre atrás e colhe os frutos (entrevista ao *site* sambando.com.br).

Mas o fato é que as vendas do pagode romântico chegaram ao ápice em 1997 e depois disso encolheram ano a ano, como reflexo da própria retração do mercado no final do século. Como alternativa, diversos cantores dos grupos de maior projeção se arriscaram em carreiras solo, nem sempre bem sucedidas. Em 2000, a Revista Veja apontava para as quedas nas vendas (Veja, 29/3/2000) e, no ano seguinte, o Jornal do Brasil dava os números mais modestos atingidos pelos grupos Exaltasamba, Soweto, Kiloucora, Negritude Júnior e Só Pra Contrariar, levantando a hipótese de o "movimento" ter encerrado seu ciclo (JB, 27/2/2001).

4.4 - É o amor!

Ao adotar como eixo principal de expressão a temática do amor feliz, bem sucedido e fundado na concretude do casal, o pagode romântico estabelece em seu conteúdo verbal uma afinidade bastante grande com os signos da cultura internacional-popular. Ao mesmo tempo, essa opção produz um afastamento em relação ao imaginário do samba até então produzido, cuja expressividade encontra-se na narrativa de um amor impossível, frustrado ou arrependido.

Na produção do Raça Negra, por exemplo, a pessoa amada é reiteradamente exaltada ou está associada à felicidade do cantor-narrador. Nas declarações de amor, não há uma distinção entre o casamento e o amor carnal e feliz encontrado na amante, sendo o sentimento do amor associado à sua concretização física, como na música *Somente você* (Luiz Carlos), gravada no primeiro disco do grupo, em 1991:

Somente você pode me fazer feliz
É minha mulher, esposa, amante pra variar

O sexo se funde com o amor e a mulher amada aparece simultaneamente como "amante, companheira, alma-irmã, mulher-criança e mulher-mãe" (Morin, 1975:119). A mesma idéia é utilizada no ano seguinte na música *Só com você,* de Peninha em parceria com o produtor Antonio Carlos de Carvalho:

Eu não quero mais fazer amor à toa
Tô afim de amor com uma só pessoa
Só com você, só com você
Só espero que o seu modo de vida
Se afine com o meu jeito de ser

A idéia de fazer amor com a amada aparece, invertida, na música *Depois do prazer* (Chico Roque/ Sérgio Caetano), gravada em 1997 pelo Só Pra Contrariar:

Estou fazendo amor com outra pessoa
Mas meu coração vai ser pra sempre teu
(...)
Vou falar que é amor, vou jurar que é paixão
E dizer o que eu sinto com tanto carinho pensando em você
Vou fazer o que for e com toda emoção
A verdade é que eu minto não sei te esquecer
(...)
Dá pra ver nessa hora que o amor só se mede depois do prazer

Neste caso a simbiose entre sexo e amor se desfaz, mas através da dissimulação, da mentira, de um ato físico dissociado do sentimento real. A conclusão da letra deixa evidente que o desejo do personagem é ter a amada de volta e conciliar amor e prazer. Em *Doce paixão*, de Gabu, gravada no terceiro disco do Raça Negra, assim como em muitas canções do paradigmático Roberto Carlos, o amor se concretiza em uma relação sexual, cantada e evocada através de sinais físicos e simbólicos evidentes.

Escute o que eu tenho para lhe dizer, meu bem
Um amor tão lindo igual a você não tem
Vai ficar suspenso o cheiro do nosso amor no ar
Eu quero estar na sua pele, me embriagar em seu perfume
Por que seu corpo sedutor passou a ser o meu costume
Onde viajo toda noite pra outra dimensão

Na música do Raça Negra, contudo, a descrição do ato sexual não é muito freqüente. Só Pra Contrariar e Negritude Júnior são, neste aspecto, muito mais explícitos em associar o sentimento do amor ao sexo. Um bom exemplo é o refrão do samba *Nossa cama é uma loucura* (Chico Roque/ Paulinho Rezende), gravada pelo Negritude em 1998, no qual os autores descrevem um "amor feito de corpo, de alma, doçura e tesão":

Nossa cama é uma loucura
É segura de beijos, abraços e gritos no ar
Nosso amor dá de mil no do cine privê
Nem pergunto afinal, meu amor, se foi bom pra você
Uma confusão de línguas nós dois
Usamos palavras calmas depois

Mais uma vez, você me fez, você me faz feliz demais

Do mesmo Chico Roque, desta vez em parceria com Carlos Colla, o samba *Fazendo paixão*, gravado originalmente por Benito de Paula em 1990 e nove anos depois pelo Só Pra Contrariar segue e mesma linha:

Depois da loucura total sua respiração
Pouco a pouco se acalma eu te peço perdão
Violento demais quase que te arranhei
Você abre os olhos e diz coisas do coração
Nosso corpo é um só uma só sensação
Outros fazem amor, nós fazemos paixão

O repertório do grupo mineiro é repleto de associações entre sexo e amor. Em *Machuca demais* (Marcos Macio/ Waldir Luiz), de 1999, a reconciliação do casal se viabiliza através do sexo:

Tira a roupa, fica louca
Você nos meus braços
Do jeito que Deus concebeu, você e eu
Tira a roupa, fica louca
Eu sempre perdôo você,
Eu te amo demais

Em todos esses casos, o amor é apresentado como algo altamente positivo, concentrado em uma pessoa concreta para a qual a canção está endereçada e que compartilha o mesmo sentimento, que deve durar "a vida inteira". Sendo assim, ele cimenta o caminho à felicidade e a canção comemora esse encontro, essa "*Maravilha*" (Luiz Carlos/ Elias Muniz), gravada em 1995:

Foi bom te encontrar, foi bom tem conhecer
Procurava alguém assim, eu vou amar você
Você é o que eu preciso, é tudo que eu sempre quis
Maravilha nossas vidas, você e eu, que bom amar

Mas, também no pagode romântico, nem tudo são flores. Uma parcela significativa das canções faz menção ao fim de um relacionamento ou mesmo à saudade e à solidão. *Você faz falta* (Paulo Sérgio Valle/ Augusto César), gravada em 1995 pelo Negritude Jr.:

Falta alguma coisa no ar
Faz tempo que eu não vejo brilhar a lua de prata
Falta alguma coisa em mim, você me faz falta
Tá faltando estrela no céu
Aquela que você deu pra mim está sempre apagada
Onde estão os raios de sol, você me faz falta

No entanto, o sofrimento no amor normalmente é apresentado como uma situação transitória, da qual o cantor-narrador deve "se livrar" para poder ser "*Feliz de novo*" (de Gabu e Edson Café, lançada pelo Raça Negra em 1995):

Está difícil conviver com a solidão
Se você voltar quero te abraçar
Quero ser feliz de novo

Da mesma forma, a saudade é uma idéia recorrente, estando presente como tema central de diversas composições. Sob este tema, é interessante comparar a abordagem consagrada no repertório do samba com a nova perspectiva da década de 1990. O sentimento de saudade evoca uma relação temporal entre passado e presente, normalmente com uma ênfase no primeiro através da descrição de uma vida feliz anterior ao momento atual. A saudade pode ser genérica, manifestada apenas pelo componente temporal, como em *Quantas lágrimas* (Manacéa), gravado no LP *Portela Passado de Glória*, em 1970:

Ah, quantas lágrimas eu tenho derramado
Só em saber que não posso mais
Reviver o meu passado
(...)
Só melancolia os meus olhos trazem
Ai quanta saudade que a lembrança traz
Se houvesse retrocesso na idade
Eu não teria saudade da minha mocidade

Em outros casos, os compositores descrevem coisas e situações das quais têm saudade, mas a sensação de um sentimento generalizado permanece, como em *Morrendo de saudade*, de Wilson Moreira e Nei Lopes.

Estou morrendo de saudade
De um tempo feliz que passou e eu não vi
Gosto de manhã de sapoti
Carícias no ar, um colibri
Samambaias na varanda
Tudo isso passou, perdi

A saudade pode ser ainda endereçada a uma pessoa ("Amélia") ou mesmo a um lugar específico (saudades "da Bahia" ou "da Guanabara"), mas muitas vezes aparece como personagem principal da narrativa, como em *Vai saudade.*

Vai saudade,
Vai dizer àquela ingrata
Vai dizer àquela ingrata
Que a saudade quando é demais, mata

Personificada, a saudade é com freqüência associada à morte, atingindo o coração de sua vítima. Neste caso, a única alternativa que resta é *fugir* da saudade, entendida aqui como uma estratégia de sobrevivência como em *1800 Colinas* (Gracia do Salgueiro):

Subi mais de 1800 colinas
Não vi nem a sombra de quem eu desejo encontrar
Oh Deus eu preciso encontrar esse amor, oh oh
Pra matar a saudade que quer me matar

A narrativa da saudade costuma evocar uma imobilidade, uma falta de perspectiva diante do mundo e da vida. Por isso, no repertório do samba costuma ser tratada como "uma rua sem saída", associada à solidão, dor e morte (*Pra fugir da saudade*, de Paulinho da Viola). A relação com o passado é distante, idealizada e por isso altamente dramática. No pagode romântico, a saudade também é vivida como sofrimento, mas esse sentimento se reveste de uma espera, voltado para o futuro, onde a dor irá ser resolvida. A saudade tem uma causa específica, que é o fim do relacionamento do casal e a reconciliação é quase sempre o caminho para (re)encontrar a felicidade. O samba *Sempre assim* (Gabu), gravado em 1995 pelo Raça Negra, é emblemático:

Na sua ausência eu sofro muito
Foi sempre assim e sempre será
Eu sinto saudade, mas sei esperar
Meu bem, eu te amo!

Do repertório do Raça Negra, a famosa *Estou mal* (Antonio Carlos de Carvalho/ Luiz Carlos), lançada em 1993, usa a saudade como um argumento para implorar a volta da pessoa amada.

Eu pensei que fosse fácil te esquecer...
Mas descobri não é assim
Minha vida não é nada sem você
Preciso de você, estou cansado de sofrer
Estou com medo de não agüentar
Estou perdendo a razão de viver

Perder a razão e enlouquecer são as conseqüências mais imediatas para a dor da saudade. Na famosíssima *Que se chama amor*, de José Fernando, primeiro sucesso do SPC em 1993 (ao lado de *A barata*), não há consolo para a carência e a solidão:

Como é que uma coisa assim machuca tanto
E toma conta de todo o meu ser
É uma saudade imensa que partiu meu coração
É a dor mais funda que a pessoa pode ter
É um vírus que se pega com mil fantasias, um simples toque de olhar
Me sinto tão carente em conseqüência dessa dor
Que não tem dia nem tem hora pra acabar
Aí eu me afogo num copo de cerveja, que nela esteja minha solução
Então eu chego em casa todo dia embriagado
Vou enfrentar o quarto e dormir com a solidão
Meu Deus não, eu não posso enfrentar essa dor
Que se chama amor, tomou conta do meu ser
Dia a dia, pouco a pouco já estou ficando louco
Só por causa de você

O arrependimento e o pedido de desculpas são recursos para uma reconciliação que trará a tão esperada felicidade, como em *Me perdoa* (Wagninho/ Serginho Procópio/ L. C. Picolé), gravada em 1997 pelo Negritude Júnior.

Eu errei sem maldade, mas chorei de saudade
Quando vi que era amor de verdade
Pedir desculpa é tudo o que eu mais preciso
Pro nosso amor se transformar num paraíso
Pra a gente nunca mais pensar em se perder
Tens que me perdoar mas nem que seja agora
Confesso não sabia que um homem chora
Assim como em pranto choro por você

Ainda mais explícita é a letra de *Quanta saudade* (Luiz Carlos/ Gabu) (Raça Negra, 1991), que descreve uma saudade doída, mas reitera a esperança de reconciliação.

Ah, quanta saudade, saudade do meu amor
Não descanso um só momento com você no pensamento
A saudade me maltrata o meu corpo sente a falta
Sente a falta de você
Eu preciso de você sempre comigo
Minha vida sem você não tem sentido
Não consigo viver sem você

Em algumas canções, a dor da saudade sufoca tanto que a volta da amada se torna uma necessidade para a própria sobrevivência do personagem que reitera sua vontade e sua crença absoluta no retorno e na volta da formação do casal. Em *Vem cá menina* (Alexandre Pires/ José Fernando), esse sentimento é evidente:

Já tentei de tudo um pouco
Mas eu não consigo te esquecer
Traz de volta o meu sorriso
Que eu preciso pra sobreviver

Quando o sofrimento se torna intolerável, o fim se torna a opção para reencontrar a felicidade e essa decisão explode na verbalização-entoação de um sonoro "*Chega*" (Luiz Carlos/ Ênio):

Chega!
vou procurar felicidade
quero um amor de verdade
Tô cansado de chorar

A mesma idéia aparece em *O sonho terminou* (Luiz Carlos/ Elias Muniz):

Chega de sofrer, chega de chorar
Já tentei de tudo mas não dá
Acabou, vou me libertar
Cansei de me entregar sem nada receber
Preciso te esquecer
Foi só desilusão, machucou meu coração
Mas um novo amor vou encontrar"

Com razoável freqüência, a impossibilidade do amor conduz a um sentimento de vingança como em *Não quero mais sofrer* (Luiz Carlos/ Edson Café):

Agora é você que chora
E todo meu amor implora
Não quero mais você, chega de sofrer

Assim como em boa parte do repertório do samba e da própria música brasileira, a perspectiva de quem canta o pagode romântico é masculina. Segundo Letícia Vianna, neste repertório, o amor

> assume contornos da universalidade, podendo ser cantado por homens e mulheres em paixão homo e heterossexuais, posto que é sentimento centrado no indivíduo e há suspensão de referência a qualquer papel social. Mas, nas letras, as relações homossexuais não são mencionadas, em geral, fala-se da paixão de um homem por uma mulher (1999:132).

A universalidade é quase sempre atingida através de uma ênfase no aspecto individual do sentimento. Enquanto no repertório consagrado do samba o sofrimento do amor frustrado está sendo compartilhado com uma coletividade ou a linguagem sugere um desabafo – uma atitude que envolve uma sociabilidade e um ouvinte exterior à relação –, as canções dos grupos de pagode romântico falam quase sempre direto à pessoa amada, estando ou não em sua presença. A restrição do ambiente afetivo da canção ao casal pode ser notada pelos títulos de

diversas canções, que estabelecem a relação verbal eu-tu: *Pensando em você, Somente você, Quero ver você chorar, Só com você, Sem você, Quanto te encontrei, Não quero que você vá embora*, (todas do repertório do Raça Negra), *Te amo princesa, De mim pra você, Eu e você, Vê se volta pra mim,* (do Negritude), *Volta meu amor, O amor você e eu, Vem cá menina, Você virou saudade, Graças ao teu coração* (do SPC). Mesmo quando a relação direta entre o casal não está explícita no título, a construção dos versos indica esse interlocutor direto como em *Caroline* ("A vida te fará feliz/ Vou te amar até o infinito"), *Carência* ("Eu preciso de você para aquecer meu corpo, vem me fazer feliz"), *Olhos vermelhos* ("pensei que fosse fácil te esquecer"), *Sabor morango* ("eu espero por você, morena") ou *Dora* ('eu amo você e não vou negar").

A interlocução direta se transforma em um elemento determinante do estilo do pagode romântico, caracterizando uma narrativa na qual a música é o vetor de uma *mensagem* endereçada à pessoa amada. Enquanto mensagem, a canção popular adquire carga dramática intensa pois passa a representar as esperanças de reencontro do personagem-cantor com sua amada e, assim, (re-)encontrar a felicidade. A música encarna a *verdade* do sentimento, produzindo no público identificações igualmente diretas e intensas.

No pagode romântico, o amor é único caminho possível para a felicidade. A associação entre os dois sentimentos está presente em parte significativa da obra gravada dos principais grupos e algumas idéias são particularmente recorrentes. A alta taxa de recorrências, bastante presente sobretudo na obra do Raça Negra, pode ser reflexo de uma estratégia intencional de facilitar a compreensão imediata do público ou, se apoiar na adoção de um "modelo" estético do qual os seus integrantes nunca quiseram (puderam?) se afastar. O fato é que este modelo de composição estreitamente identificado com o imaginário do amor na cultura internacional-popular, tornou-se o eixo de uma estética, que, ao ser transposto para as criações de outros artistas, desencadeou um processo de unificação estilística que tomou ares de "movimento" durante a década de 1990. A construção de um novo modelo estético "moderno" para o samba não se restringiu ao ambiente das letras e melodias coloquiais, tendo se completado com a adoção de uma certa sonoridade e no uso sistemático de um outro tipo de padrão rítmico, menos comprometido com o imaginário do "fundo de quintal".

4.5 - Sonoridade

Um gênero musical é caracterizado por uma combinação complexa de elementos musicais, simbólicos, sociais e mercadológicos. Sua determinação, como vimos, se dá em relação a outros, num jogo de semelhanças e diferenças entre seus elementos característicos. Musicalmente, uma das formas mais evidentes de caracterização de um gênero musical é a *sonoridade*. Uma vez que a sonoridade é um elemento que estabelece uma associação com o samba e com seus elementos distintivos – incluindo aí sua ênfase na prática amadora e comunitária –, é a partir deste elemento que o pagode romântico vai estabelecer uma distinção mais evidente com relação ao imaginário do gênero.

A nova sonoridade começa a se desenhar já em gravações da década de 1980, de alguns artistas ligados ao pagode como Fundo de Quintal e Zeca Pagodinho, mas é no início dos anos 1990 que ela se estabelece no mercado e passa a ser reproduzida por diversos grupos. Mais uma vez, a sonoridade do pagode romântico tem como referência o som do Raça Negra, o primeiro a fazer sucesso na década.

O samba do Raça Negra não tem cavaquinho, sendo o acompanhamento harmônico-rítmico feito exclusivamente pelo violão de Luiz Carlos e pelo baixo. Em algumas músicas, o violão é substituído pela guitarra, mas a execução é bastante semelhante. A percussão está centrada na bateria, sendo pandeiro e tantã instrumentos que atuam apenas para estabelecer uma variação timbrística. Sobre o tantã, convém destacar que sua execução não explora seus diversos timbres em improvisos incessantes. Nas gravações do Raça Negra o instrumento se limita à marcação, com pouca variedade de acentos e padrões rítmicos.

Mas a principal característica do som do grupo é a utilização sistemática de teclados e do saxofone. A maioria das introduções e dos contracantos está a cargo do saxofonista, e o teclado é utilizado "ao fundo", fazendo o que os arranjadores chamam de "cama", com acordes "parados" em notas longas. Nas músicas mais animadas, o timbre do teclado é alterado para simular um naipe de metais, às vezes acompanhando o saxofone, outras vezes respondendo às suas intervenções melódicas. O teclado está sempre presente. Por vezes, é ele que se encarrega de iniciar as canções, em caráter recitativo, sem nenhum padrão rítmico, estabelecendo uma atmosfera ainda mais próxima das baladas românticas da música pop internacional. Sobre este instrumento, cabem algumas observações.

Os teclados eletrônicos surgiram em gravações comerciais no final da década de 1960, sendo sua invenção atribuída a Robert Moog. O "sintetizador" Moog se popularizou na década de 1970 em gravações de artistas da música pop internacional como Beatles, Stevie Wonder e o

grupo The Monkeys. Veiculado como instrumento moderno, capaz de imitar o som de vários instrumentistas, os sintetizadores se multiplicaram e aos poucos foram se sofisticando. O som sintético se tornou símbolo de uma determinada estética musical internacional e as facilidades práticas do uso desses instrumentos – barateamento na contratação de músicos pela possibilidade de uma única pessoa realizar uma gravação completa – fizeram com que os sintetizadores se tornassem uma "mania" nos estúdios do mundo inteiro. Seu uso mais recorrente é ao fundo da mixagem, com som análogo ao de um órgão de igreja, mas claramente sintético, instaurando um "clima" à canção. Tanto em músicas animadas quanto em canções românticas, a "cama" de teclado funciona como um elemento de continuidade harmônica, tendo se tornado uma característica da estética pop internacional.

A partir da década de 1970, grupos de sucesso como The doors e U2 fizeram uso constante de teclados como demarcadores de suas sonoridades e, nos anos 1980, o instrumento esteve presente na música pop internacional representada nos mega-astros Madonna e Michael Jackson. Na gravação de *Like a virgin* (1984), que iniciou a carreira internacional de Madonna, o acompanhamento é feito exclusivamente por teclados e bateria, sendo que seu uso é ritmado [CD ANEXO: faixa 13]. O disco *Thriller*, de Michael Jackson, lançado em 1982, a estética do teclado aparece de forma contundente em praticamente todas as faixas, sempre "ao fundo", dando o clima [CD ANEXO: faixa 14].

A sonoridade do teclado chegou rapidamente ao repertório romântico brasileiro, que desenvolveu uma especial predileção pelo timbre das "cordas" fazendo a "cama". A ambientação do teclado ao fundo, ao mesmo tempo de ampliava a sensação de afetividade, de introspecção, forja um clima de sofisticação à canção e estabelece uma associação direta com a "modernidade" do repertório da música pop internacional e seu ambiente simbólico. Na música sertaneja, sobretudo a partir do sucesso de Chitãozinho e Xororó em 1982, o teclado passou a aparecer com bastante freqüência.

Símbolo de uma certa modernidade internacional-popular, o teclado foi usado com parcimônia no samba até os anos 1990. Até então, havia uma certa desconfiança dos sambistas com relação à incorporação de elementos da estética pop à sonoridade do samba que, apesar de sua variedade timbrística, continuava fiel ao referencial do cavaquinho, pandeiro e tamborim. Afinal, a "tradição" se afirmava como negação da "modernidade", sobretudo da modernidade comercial representada pelo teclado. Apesar disso, diversos sambistas fizeram uso esporadicamente do instrumento, sobretudo nos anos 1970. Em 1973, Benito di Paula lança *Retalhos de cetim*, de sua autoria em seu LP *Um novo samba*, que usa teclados ao fundo. Dois anos depois, Alcione grava teclados na música *É amor deixa doer*, de

Mita, mas não fazendo a "cama" e sim intervenções melódicas. Mesmo quando o teclado aparecia em sambas românticos, por exemplo, de artistas ligados ao que convencionou chamar de "sambão-jóia", como Luiz Ayrão e o próprio Benito di Paula, seu uso não é constante nem configura uma estética.

Na década de 1980, o teclado passa a assumir o papel de representante da estética pop e seu uso no samba é progressivamente deixado de lado. O instrumento ainda iria aparecer em gravações de Zeca Pagodinho (*Cheiro de saudade*, de Sereno e Mauro Diniz, gravada em 1986 e, no ano seguinte, *Termina aqui*, de Zeca, Arlindo Cruz e Ratinho), Alcione (*Qualquer dia desses*, de Reginaldo Bessa, lançada em 1985) e em diversos outros exemplos isolados, mas sua utilização era mais um elemento de variação sonora do que uma opção conceitual recorrente.

No repertório do Raça Negra, ao contrário, o uso do teclado é estrutural na montagem de sua sonoridade. Sem cavaquinho, com o acompanhamento feito basicamente pelo violão e pelo teclado, com incursões de saxofone e ritmo conduzido pela bateria, o grupo sedimentou um som que aparece em *toda* sua obra. A estética do grupo prima pela clareza da melodia entoada pelo cantor, que deve ser ouvida sem ruídos, interferências ou comentários. A percussão é leve, colocada ao fundo da mixagem, apenas para conduzir o padrão rítmico, que por sua vez realiza poucas variações. A intenção de "não complicar" através de contracantos ou surpresas (rítmicas, poéticas, melódicas ou harmônicas) é uma estratégia para atingir o maior número de pessoas e a insistente repetição deste modelo de arranjo é digna de nota. A opção do Raça Negra por esta sonoridade é radical, sendo recorrente em praticamente todas as músicas gravadas pelo grupo.

A pouca variedade sonora pode ser pensada em diversos aspectos. Em primeiro lugar, a estruturação de um modelo composicional e de interpretação vitorioso leva naturalmente à sua repetição tanto pelo risco comercial da mudança quanto pela demanda de um público que espera reconhecer a sonoridade de *seu* grupo. O sucesso dos sambas românticos gravados no primeiro disco conduziria, neste aspecto, a uma repetição do "modelo" nos trabalhos posteriores. Porém, a partir de um grande sucesso, os artistas costumam obter uma certa autonomia perante as gravadoras e não é raro que arrisquem pequenas alterações estéticas em sua obra. No caso do Só Pra Contrariar, por exemplo, o sucesso de discos anteriores permitiu até que o cantor Alexandre Pires assinasse a produção do disco que, como vimos, representa uma função de diálogo entre os componentes artístico e mercadológico do produto. Assim, a insistência com que Luiz Carlos e seus companheiros gravaram músicas com base neste mesmo modelo deve ser entendida, então, não apenas como uma estratégia comercial, mas

como uma preferência estética do grupo. Essa recorrência terminou por sedimentar o modelo que acaba se transformando em uma fórmula de samba romântico, pronta para ser adotada por outros artistas que a ela se filiem com objetivos estéticos e/ou mercantis.

De qualquer forma, ouvir os discos do Raça Negra em seqüência coloca em debate o conceito adorniano de estandardização. As idéias de "produção em série", "imitação", "repetição de clichês e protocolos" aparecem involuntariamente a partir da audição da obra do grupo (Adorno e Horkeimer, 1982). Por outro lado, a recorrência é uma forma de identificação do público e dos fãs com o estilo do grupo. A importância estética do grupo deriva exatamente na adoção desta fórmula e da divulgação de sua paternidade, uma forma de aumentar seu prestígio e legitimidade no mercado musical.

Essa evidência se torna mais clara se compararmos o uso da sonoridade do pagode romântico em outros grupos, como o SPC e o Negritude. Em ambos, o teclado aparece em destaque sobretudo nas músicas românticas, mais lentas, eventualmente fazendo a "cama" ou tecendo contracantos melódicos. Neste último caso, normalmente o timbre é de piano (ou similar), que por vezes inicia as canções em andamento lento, sem a batida do samba. Nas músicas mais animadas, os arranjos do Negritude utilizam a "cama" de teclado com mais freqüência que o SPC, onde a opção se desloca para o timbre de naipe de metais, imprimindo uma atmosfera festiva. Vale destacar que, mais do que o Raça Negra, ambos os grupos utilizam o coro fazendo vocalizações ao fundo, muitas vezes dobrando os teclados, numa referência bastante explícita à música romântica internacional.

Nos dois grupos, a estética do pagode romântico não elimina a utilização de outras combinações instrumentais. De acordo com o "clima" da música, eventualmente os teclados são abandonados e a ênfase recai sobre violões, cavaquinho e pandeiro. Aliás, o cavaquinho é utilizado com certa freqüência, especialmente nas músicas mais animadas, onde a percussão assume uma importância relativamente grande na mixagem. Em *Quem dera*, do SPC, o há inclusive um solo de cavaquinho e o início da letra tem um acompanhamento de tamborim. Da mesma forma, na auto-biográfica *Terra Prometida*, o Negritude utiliza violão de 7 cordas, cavaco e pandeiro numa sonoridade que corresponde perfeitamente ao imaginário sambista até então.

Em comparação com o Raça Negra, Negritude e Só Pra Contrariar estabelecem um diálogo bem mais estreito com a sonoridade do samba produzido até a década de 1980, e em diversas gravações fazem referências diretas a este elemento. No entanto, no jogo das semelhanças e diferenças, a inserção dos dois grupos no mercado de música se deu a partir de aproximações com a sonoridade da música internacional-popular e, mais especificamente, com a sonoridade

pop nacional que havia sido gestada desde a Jovem Guarda, passando pela tropicália, pelo repertório romântico, pelo sertanejo e que agora alcançava enorme projeção e sucesso com o samba romântico do Raça Negra.

Trata-se de uma sonoridade específica do pagode romântico, que contribuiu para que grupos em princípio distantes fossem agrupados em uma mesma categoria de classificação comercial, ocupando um lugar de destaque no cenário musical nacional. Digo *contribuiu*, pois essa sonoridade esteve associada à adoção de outros elementos musicais como a abordagem concreta e bem sucedida da temática do amor e a utilização de um outro padrão rítmico, diferente do até então hegemônico *paradigma do Estácio*.

4.6 - Uma outra batida

Ao lado da sonoridade, um dos elementos musicais que tornam mais evidentes a classificação de uma canção em uma determinada categoria é o ritmo. Cada gênero musical possui um padrão rítmico básico, que caracteriza sua prática e define seu ambiente simbólico, sua gama de referências, seu imaginário, suas formas de experiência musical e, como conseqüência mercadológica, seu público potencial. É possível reconhecer os modelos rítmicos em grande parte do repertório musical que circula pela sociedade disponibilizado (ou não) pelos meios de comunicação de massa.

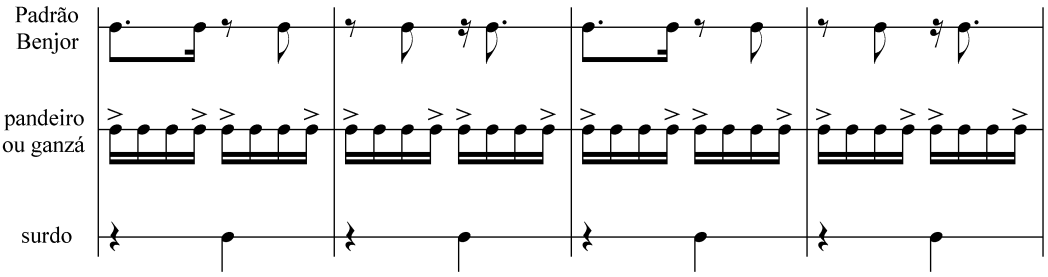
Como vimos no Capítulo 2, o samba se torna claramente identificável enquanto gênero musical não exatamente através de um padrão rítmico, mas de um padrão *polirrítmico*, caracterizado por uma simultaneidade de ritmos na qual a continuidade do pandeiro e os ataques do surdo se completam com o que o etnomusicólogo Carlos Sandroni chamou de *paradigma do Estácio*. Este modelo referencial, responsável por estabelecer entre os ouvintes uma associação imediata com o imaginário do samba, esteve no decorrer das décadas em constante diálogo com outros padrões e outras formas de pensamento musical veiculadas através do mercado de música, principalmente em contextos urbanos. A música é um fenômeno vivo, sempre em contato com outras tendências, estilos e gêneros, produzindo fusões, citações e misturas que muitas vezes resultam em transformações estéticas e estilísticas nas próprias categorias de classificação.

No repertório do samba, esse movimento se torna bastante intenso a partir dos anos 1960/70, quando novas sonoridades passam a habitar o então grande universo de gravações do gênero, quase sempre com implicações na levada e com graus de variação em torno do poli-ritmo característico. Em 1963, Jorge Ben propõe um “esquema novo” para o samba, baseado

ritmicamente na levada do seu violão que executava um outro padrão rítmico, misturando acentos e elementos de outras searas musicais. A gravação de *Ive Brussel*, em 1979, é uma referência na utilização deste padrão.

No início da década de 1990, o Raça Negra iria ocupar as primeiras posições nas vendas do mercado nacional de discos fazendo uso, desde seu primeiro disco, do *padrão Benjor*. Na faixa *Quero ver você chorar,* sucesso do disco Raça Negra 1, Luiz Carlos, líder e violonista da banda irá executar exatamente o padrão rítmico encontrado em diversos exemplos da obra de Benjor como *Balança Pema*, *Taj Mahal* e *Ive Brussel*. No arranjo, o grupo mantém os outros dois elementos da polirritmia referencial do samba: o pandeiro e o surdo. Com isso, apesar da sonoridade do teclado, da ausência do cavaquinho e da levada básica emprestada de Jorge Ben, o reconhecimento do gênero é imediato, mesmo se distanciando do modelo estabelecido [CD ANEXO: faixas 15 e 16].

PADRÃO POLIRRÍTMICO DO PAGODE ROMÂNTICO



Em relação à polirritmia do modelo referencial do samba, baseada no *paradigma do Estácio*, o padrão da levada de Jorge Ben representa a eliminação da antecipação do tempo forte que ocorria a cada dois compassos. Com isso, o segundo compasso passa a apresentar uma fórmula rítmica acéfala e o padrão geral se torna mais cométrico do que o do modelo do samba ou, se preferir, do "esquema antigo". Sandroni afirma que o *paradigma do Estácio* foi o resultado de uma negociação entre práticas culturais de setores marginalizados da população e a sociedade "oficial", uma forma de incluir discursos e práticas que estavam recalcadas na identidade brasileira (2001:222).

Analogamente, a eliminação da antecipação deste paradigma e a redução da quantidade de ataques fora da métrica representa a adoção de uma estética mais aproximada da clareza da música urbana internacional. Trata-se, sem dúvida, de uma opção por uma música com menor taxa de deslocamentos, mais coincidente com a regularidade, com a permanência, com a estabilidade. Uma música que tinha o claro objetivo de conquistar público, dialogar com a

música internacional, adquirir legitimidade comercial e ocupar uma posição de destaque no mercado musical brasileiro. Uma música moderna, com menos referências às especificidades da cultura brasileira, de sua trajetória no decorrer do século, e mais preocupada em adotar modelos estéticos atualizados. Uma música, enfim, voltada para o futuro, na qual o passado é uma lembrança residual pouco importante.

No mesmo disco de estréia do Raça Negra, o *padrão Benjor* será utilizado em mais duas canções: *Somente você* e *Chega*. No disco seguinte, Raça Negra 2, apenas 3 das 10 músicas não estão baseadas nessa levada. Todas as outras sete gravações do grupo são acompanhadas pelo violão de Luiz Carlos executando a batida cunhada por Jorge Ben. Entre elas, podemos destacar *Desculpe mas eu vou chorar* (César Augusto/ Gabriel) e *É o amor* (Zezé Di Camargo), sucessos sertanejos gravados respectivamente pelas duplas Leandro e Leonardo (1990) e Zezé Di Camargo e Luciano (1991).

A gravação de *É o amor* evidencia uma proximidade entre o ambiente estético-afetivo do pagode romântico e as outras duas categorias que ocupavam as posições mais privilegiadas comercialmente no mercado de música. Através do amor, o samba se aproximava do repertório e da visão de mundo da nova música sertaneja, adotando inclusive sua sofisticação empresarial e performática. Afinal, a música sertaneja estava "vindo forte" e o Raça Negra queria demonstrar que o samba poderia também se apresentar no mercado com este mesmo padrão profissional. Ao mesmo tempo, essa simbiose estética era produzida através do mesmo padrão rítmico amplamente utilizado em boa parte do repertório da chamada *axé music*.

Originalmente composta, gravada e divulgada massivamente como parte do repertório romântico sertanejo, a canção *É o amor* ultrapassa as fronteiras entre as categorias musicais de maior evidência no mercado e se transforma em um samba [CD ANEXO: faixa 17]. O reconhecimento do gênero é possível através da referência ao padrão polirrítmico do pagode romântico, apoiado na continuidade do pandeiro, no surdo no segundo tempo do compasso e da execução (variada) do *padrão Benjor*. Desenvolve-se assim, no interior da categoria samba, uma outra possibilidade de definição rítmica, estabelecendo relações estreitas com o mundo até então relativamente distante das músicas "da moda".

Este caso evidencia ainda um outro fenômeno interessante que pode em parte ser atribuído à adoção um modelo rítmico mais cométrico: as “importações” de outros gêneros musicais. A estratégia de gravar sucessos de artistas pertencentes a outras categorias musicais irá aparecer

em diversos discos. Segundo Luiz Carlos, a idéia na verdade partiu do produtor, inspirado por uma "brincadeira" sua.

> Eu brincava muito de cantar rock no ritmo do Raça Negra. Então o Antônio Carlos de Carvalho teve uma sacada no segundo disco e falou "Pô, porque vocês não gravam essa música sertanejo que tava vindo forte do Zezé Di Camargo, *É o amor*"? E aí nós gravamos e tocamos e ficou muito legal, ficou na divisão certinha, não ficou nada forçado, ficou legal. Isso foi uma idéia do Carvalho. No outro disco gravamos *Será* do Legião Urbana, gravamos música do Cazuza, *Pro dia nascer feliz*, tudo idéia do Carvalho, de passar tudo pro nosso ritmo (entrevista ao autor, já citada).

Repare que Luiz Carlos se refere ao "nosso ritmo", isto é, a uma maneira peculiar do grupo de executar o samba, inspirados, conscientemente ou não, no swing de Jorge Benjor. Esse "ritmo" peculiar permitiria ao grupo uma série de importações, principalmente de sucessos do rock e da música sertaneja. Além das músicas citadas por Luiz Carlos, o Raça Negra regravou *Ciúme de você*, de Luiz Ayrão, lançada em 1968 por Roberto Carlos no bojo do movimento da Jovem Guarda e *Gostoso sentimento* do sertanejo Zezé Di Camargo em parceria com Fátima Leão. Como sempre, também neste aspecto do repertório o Raça Negra abriu as portas para que outros grupos seguissem a mesma linha. Em julho de 1993, o Jornal do Brasil publica uma longa matéria intitulada "Tem Beatles no samba", na qual comenta a nova moda de gravar sucessos do rock "em ritmo de pagode" (JB, 18/7/93).

A adoção de um padrão rítmico mais cométrico permitiu um diálogo amplo com outras práticas musicais disponibilizadas no mercado de música. E a utilização desta levada baseada no *padrão Benjor* não foi uma iniciativa isolada do Raça Negra. Sua repetição em outros grupos de samba na década de 1990 configura um modelo rítmico referencial para o gênero, ou, pelo menos, para determinados artistas do gênero. O primeiro grande sucesso do grupo Só Pra Contrariar, em 1993, a famosa *A barata* (Alexandre Pires), faz uso desta mesma levada. No segundo disco do grupo, o mesmo padrão reaparece em *É bom demais* (Jorge Cardoso - Lourenço). Mais emblemático ainda é o disco lançado em 1995, sob o sugestivo título *O samba não tem fronteiras*, no qual o grupo grava a própria *Ive Brussel*, de Jorge Ben, eliminando quaisquer dúvidas quanto à referência da levada utilizada pelos protagonistas do pagode romântico dos anos 1990. Um ano antes, o Negritude Júnior lança o disco *Deixa acontecer* com a faixa *Beijo geladinho* (Wagninho/ Netinho) na qual o mesmo padrão rítmico aparece. Este modelo seria ainda repetido pelo grupo em *Amor no elevador* (Charles André/ Job Jr/ Marcelo Magal, de 1995), *Paixão nua e crua* (Arlindo Cruz/ Jorge David/ Acyr Marques, lançada em 1998) [CD ANEXO: faixa 28] e *Periferia* (Wagninho/ Netinho, 2000).

Apesar de ser possível encontrar o *padrão Benjor* em algumas gravações de praticamente todos os grupos de pagode romântico dos anos 1990, seu uso pelos artistas é variável. Enquanto o Raça Negra o adota com alta taxa de recorrência, sucessivamente em seus discos, o Só Pra Contrariar faz uma utilização menos abundante, presente em menor porcentagem de gravações. A idéia de eliminação de fronteiras no caso do SPC é bastante ampla e comporta, inclusive, no seu disco de 1994, gravações de sambas referenciais de compositores ligados à Mangueira num *pot-pourri* em homenagem à Escola de Samba carioca[46]. Nesse sentido, o *paradigma do Estácio* está mais presente em seus discos, demonstrando um diálogo – ainda que discreto – com o histórico do samba até os anos 1990.

No Negritude Júnior, o uso do *padrão Benjor* é ainda mais escasso, não sendo definitivamente característico do estilo do grupo, que desenvolve o elemento rítmico de sua sonoridade a partir de uma referência muito mais evidente no padrão polirrítmico do samba, baseado no *paradigma do Estácio*. No grupo de Carapicuíba, a levada de Jorge Benjor funciona como um elemento de contraste, de variação rítmica de suas gravações, eventualmente aproximando a sonoridade do grupo do movimento do pagode romântico que passava por um estouro comercial no início da década.

Mesmo com essas ressalvas, Negritude e SPC estão categorizados no mercado de música no mesmo movimento musical iniciado pelo Raça Negra, numa associação que deriva do reconhecimento de elementos comuns em suas músicas. Raça Negra, Só Pra Contrariar, e Negritude Júnior estão agrupados mercadologicamente a partir de semelhanças entre eles e, ao mesmo tempo, através de diferenças entre sua prática musical (especialmente a parte mais difundida dela) e o imaginário estabelecido do samba. Nesse jogo classificatório, três elementos sedimentam a categoria.

Em primeiro lugar, o tratamento que os grupos de pagode romântico dos anos 1990 dão à temática do amor, que deixa de ser um amor inatingível ou pessimista para se tornar um amor concreto e feliz, mesmo quando a narrativa evoca a dor, a saudade e os sentimentos de perda. O tratamento otimista do amor é estrutural nos três grupos analisados e se configura em um elo de aproximação com o imaginário da cultura internacional-popular, sobretudo com as práticas musicais mundializadas das duas últimas décadas do século XX. Em seguida, Raça

[46] Neste pot-pourri, intitulado *Mangueira de todas as gerações*, foram gravadas as músicas *Exaltação à Mangueira* (Enéias/ Aluísio Augusto), *Fala Mangueira* (Milton de Oliveira/ Mirabeau), *Folhas secas* (Nelson Cavaquinho/ Guilherme de Brito), e o samba-enredo do desfile de 1994 *Atrás da verde rosa só não vai quem já morreu* (David Correa/ Bira do Porto/ Paulinho Carvalho/ Carlos Sena). A gravação tem ainda participação da mangueirense Alcione, numa clara intenção de reduzir as fronteiras. Vale destacar que as músicas *Exaltação à Mangueira* e *Folhas secas* gozam de altíssimo prestígio no repertório consagrado do samba, sendo executadas e reverenciadas freqüentemente nas mais variadas rodas de samba.

Negra, Negritude e SPC adotam uma nova sonoridade para os arranjos de samba, representada principalmente pelo uso abundante de teclados em suas gravações. Ao teclado, somam-se eventualmente introduções e contracantos em sopros (quase sempre metais ou saxofones), que conferem um clima dançante e animado, a trilha sonora do amor bem-sucedido. Essa sonoridade também estreita o diálogo com a música pop internacional e com os movimentos recentes em voga no mercado de música: o axé e o sertanejo. Por último, podemos destacar que, no aspecto rítmico, o *paradigma do Estácio* deixa de ser o principal demarcador da categoria, dividindo espaço com uma levada menos contramétrica tomada de empréstimo da obra de Jorge Benjor.

Ao lado desses três elementos musicais (letra, sonoridade e ritmo), que foram analisados mais de perto, os grupos de pagode romântico apresentam características mais sutis que também auxiliam na definição da categoria e, de certa forma, os distanciam do samba praticado até então. O estilo vocal de seus cantores e o tipo de estrutura harmônica, os arranjos e a relação letra-música encontrada em parte significativa do repertório são alguns exemplos. Apesar disso, acredito que a demarcação de fronteiras estilísticas entre o pagode romântico e o imaginário do samba produzido até os anos 1990 tenha ficado evidenciada a partir da análise desses três elementos.

Somadas, estas características credenciam o Raça Negra, Negritude e Só Pra Contrariar, entre outros, a estabelecerem um outro tipo de contato com o mercado musical, abrindo possibilidades de fusões de estilos que por sua vez permitiram descolar o samba do ambiente amador, doméstico e informal que o caracterizava até então e que estabelecia uma relação paradoxal com as instâncias profissionalizadas do mercado. Ao se aproximarem do imaginário da cultura pop-jovem, os grupos de Uberlândia, Carapicuíba e da Vila Nhocuné abandonam a desconfiança que sempre marcou a relação entre o samba e o mercado, manifestada em oposições do tipo "tradição" e "modernidade" ou "prestígio" e "consumo" para conciliar os dois aspectos em uma parceria estética e comercial. As instâncias do mercado passam a ser vistas como aliadas na busca por uma expressiva circulação de suas músicas pela sociedade e, com isso, o samba deixava de ocupar o mercado com discursos e posicionamentos paradoxais. O pagode romântico representou o ocaso deste paradoxo.

As diferenças estilísticas entre os três grupos analisados não eliminam a identificação entre eles, que é reforçada por esta construção de uma relação profissional com o mercado de música. Com isso, compartilham não só alguns símbolos musicais, mas também casas e eventos onde se apresentam, espaços de divulgação (rádio, programas de televisão, videoclipes) e também boa parte do público. Isto é, o mercado de música na década de 1990

os aproxima não só através do componente estético, mas também comercial e simbolicamente, ao categorizá-los como novos protagonistas do samba, agora com patamares de vendas e penetração popular incrivelmente potencializados.

4.7 - O mercado de música nos anos 1990

Durante a década de 1990 o mercado de música passou por sucessivas e significativas transformações que alteraram seu perfil, sua forma de relacionamento com os artistas, e sua própria segmentação. As mudanças se referem a aspectos tecnológicos, empresariais, econômicos e estéticos, todos eles vinculados à conjuntura político-econômica nacional e à progressiva integração internacional conhecida como globalização.

No campo empresarial, as duas décadas finais do século XX representam um momento de reorganização da estrutura interna das grandes gravadoras. Segundo Márcia Dias, neste período ocorreu o que ela chamou de "fragmentação na produção fonográfica", isto é, uma ênfase empresarial nos setores chamados de Artistas & Repertório (A&R), Marketing e Vendas, em detrimento das áreas de gravação, fabricação, distribuição e estoque, que foram terceirizados (Dias, 2000:111). Os três setores, subordinados diretamente às respectivas presidências locais são responsáveis pela escolha dos lançamentos, elaboração de estratégias de divulgação e planejamento de capacidade comercial do produto. O produtor Carlos de Andrade, o Carlão, dono da pequena gravadora Visom e atuante no mercado fonográfico há mais de 20 anos, fornece detalhes sobre o funcionamento e a articulação entre as três diretorias, simulando uma reunião comercial:

> O diretor artístico pega uma música e faz a apresentação dele. Porque no mundo corporativo tudo gira em torno da apresentação. Aí você apresenta: "Tá aqui: pá!" O cara das Vendas fala: "Cara, isso vai vender muito! Duzentos e cinqüenta mil eu boto na praça agora, vendo tanto pra Americanas, tanto pra Fnac, Carrefour, Pão de Açúcar". Aí o presidente diz: "Bom, 250 mil dá pra a gente investir uns 500 mil reais de marketing, o que dá pra fazer, Marketing?" Aí o Marketing: "Vamos fazer acordo com a MTV, tocar no Fantástico, botar jabá na rádio tal, tal e tal pra tocar cinco vezes por dia na [Rádio FM]98 e etc e tal". Então você tem um cálculo aproximado desse ponto de equilíbrio: Vendas acha que coloca tanto; Produção [A&R] apresentou um produto vendável, Marketing tem sua estratégia previamente definida. Aí começam as liberações de verba pras ações (entrevista ao autor, 14/02/2005).

A concentração nos três setores, mais do que uma adaptação à realidade do mercado mundial, representava uma posição estratégica das matrizes das grandes empresas do ramo. Em uma entrevista concedida à Folha de São Paulo, André Midani, ex-diretor da Philips/Polygram

aponta que neste período houve uma mudança nas expectativas de lucro das matrizes das gravadoras.

> Nos anos em que trabalhei na Philips, uma vez por ano ia à Holanda e dizia: "O ano foi assim". Quando muito a cada três meses a gente mandava um relatório. As companhias naquela época eram uma brincadeira gostosa do dono de cada conglomerado. A coisa começou a degringolar quando as companhias de discos e seus conglomerados foram comprados por megainvestidores que tinham suas ações no mercado de Wall Street. Paulatinamente a indústria fonográfica, que era talvez uma indústria de relações públicas, de imagem, passou a ser um centro de lucro completo. Na medida em que o mercado de Wall Street começou a encurtar os prazos, os investidores começaram a ficar mais sedentos. Isso impossibilitou aos presidentes dos conglomerados de terem políticas de compaixão com seus negócios. Cada vez Wall Street foi mais nervosa quanto aos resultados semestrais, depois trimestrais, depois mensais. Se deu uma variação, por pequena que fosse, as ações já ficavam nervosas. Dali então foi: "Dá lucro! E já!". Na medida que isso foi penetrando na indústria fonográfica se instalou uma pressão sobre os dirigentes locais, daqui e do resto do mundo, cada vez mais feroz. O cara que está sentado aqui recebe telefonemas a cada três dias: "Como é que está esta semana?". Ele pira daqui. É "não quero saber, eu quero os números". Eu estive do outro lado, sei bem como é esse negócio (ri) (Folha de São Paulo, 21/05/2003).

É evidente que devemos suavizar algumas cores do depoimento de Midani, visivelmente frustrado com os rumos da indústria fonográfica no final do século. Possivelmente nunca houve uma “brincadeira gostosa” e a “compaixão” com os negócios é algo vago e discutível demais para ser comentada mais profundamente. Mas o fato é que, financiadas pelo capital especulativo da Bolsa de Valores de Nova York, as matrizes das multinacionais do disco passam a pressionar as filiais locais e a condicionar os lançamentos anuais realizados nos diversos países à obrigação do lucro imediato. Marcos Maynard, importante executivo da antiga Polygram, confirma essa mudança:

> Na época do romantismo tudo é possível. O mundo teve várias eras românticas, esta de agora não é. As multinacionais ganhavam tanto dinheiro lá fora que podiam perder dinheiro aqui. Perderam todo dinheiro que queriam aqui, jogaram dinheiro fora. Aí acabou a era bonita, fecharam a torneira. Dos 70 para os 80 disseram: "Agora vocês têm que ganhar dinheiro, parem de perder dinheiro". A crise foi mundial, tudo foi aumentando. Vai fazer o quê? Lança menos artistas, menos marketing, menos tudo, para dar conta do óbvio (entrevista à Folha, 25/7/2001).

Para “dar conta do óbvio”, as multinacionais do disco progressivamente reduzem o espaço da “experiência”, “romantismo” ou “compaixão”, investindo suas energia na busca de lançamentos capazes de responder às novas demandas de suas matrizes. A partir desse momento, a indústria musical instaura as modas musicais, enfatizando lançamentos destinados ao público “jovem”, cujo modelo estético seria definido pelo pop-rock

internacional. A partir de meados da década de 1980, contudo, a redefinição empresarial das gravadoras tem estreita relação com a mudança da base tecnológica de produção, venda e circulação de produtos musicais, que passa a adotar o formato digital. Segundo dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), a produção mundial de discos compactos digitais (CDs) cresce exponencialmente durante os anos 1980, chegando a triplicar entre 1988 (400 milhões de unidades) e 1993 (1400 milhões)[47].

No mercado brasileiro, no entanto, as multinacionais do disco enfrentavam uma grande instabilidade econômica que marcava a virada dos anos 1980 para a década de 1990. O sucesso do Plano Cruzado, que havia aquecido o consumo de bens duráveis e também de LPs em meados da década se mostrou enganoso e circunstancial e, em pouco tempo, a inflação retornou ao cenário brasileiro chegando a níveis altíssimos entre 1989 e 1993[48]. A retração no consumo atingiu todas as indústrias, especialmente os setores de entretenimento, como o fonográfico.

No consumo de discos, a conseqüência desta instabilidade é facilmente verificável. Se em 1989 a indústria fonográfica nacional totalizou 76 milhões de unidades vendidas, esse número cai para 45 milhões nos dois anos seguintes, sendo ainda mais reduzido em 1992, com 30 milhões de cópias comercializadas (citado em Dias, 2000:106). Essa redução promoveu um freio significativo na popularização dos CDs no país, pois o novo suporte de comercialização de músicas prescindia a compra de um outro aparelho de execução, o que, em tempos de redução salarial e inflação descontrolada, se torna impossível para a maioria da população economicamente ativa. O mercado brasileiro de música vivia uma espécie de compasso de espera para sua expansão.

A redução de vendas verificada nos primeiros anos da década de 1990 trouxe ainda imediatas conseqüências estéticas para o mercado. Num período em que as vendas globais não iam bem, as grandes gravadoras apostaram todas suas fichas nos segmentos musicais menos arriscados e mais lucrativos. Como o rock nacional começava a diminuir seu volume total de vendas, fixando apenas alguns artistas, os empresários do setor promoveram o que poderia ser chamado de nacionalização de sucessos locais. Do interior do Centro-Sul do país, viria a música sertaneja, capitaneada por Chitãozinho e Xororó e seguida de perto pelos novos ídolos dos anos 1990: Leandro e Leonardo e Zezé Di Camargo e Luciano. Diretamente do carnaval

[47] Dados da IFPI (International Federation of the Phonographic Industry), citado em Dias, 2000:107.

[48] O IPC-DI (Índice de Preços ao Consumidor – Distribuição Interna), medido pela Fundação Getúlio Vargas, que reflete a variação dos preços no varejo, alcançou em 1989 um total acumulado anual de 1759%. Quatro anos depois, esse índice chegaria ao topo de 2850%, caracterizando uma inflação média mensal de 50% (www.portalbrasil.net/ipc_di.htm).

da Bahia artistas como Daniela Mercury, Luiz Caldas, Netinho, Banda Cheiro de Amor, Gerasamba (É o tchan), Ivete Sangalo, entre outros inauguram o "movimento *axé music*". Desterritorializando o samba de sua matriz carioca, o pagode romântico gestado principalmente na periferia da Grande São Paulo viria a elaborar uma espécie de síntese entre as duas tendências estéticas, suprindo tanto as demandas românticas e introspectivas das canções de amor sertanejas quanto a animação entusiástica da música de carnaval da Bahia.

Com o Raça Negra, Negritude Júnior e Só Pra Contrariar, entre muitos outros, estava construído o tripé principal sobre o qual a grande indústria fonográfica nacional se apoiou firmemente nos anos iniciais da década de 1990. As gigantescas vendas dos artistas de maior projeção dos três gêneros produziram uma ampliação da porcentagem das vendas de música brasileira em território nacional, que se fixaria, durante a década, em torno dos 75%.

No campo político-cultural, vale destacar a eleição do presidente Fernando Collor em 1989 inauguraria uma fase democrática no país, mobilizando grandes esperanças populares na solução dos problemas sócio-econômicos nacionais. Collor se elegeu com um discurso de combate à inflação e à corrupção, implantando logo nos primeiros meses de seu governo um rigoroso e infrutífero plano econômico e uma brusca e ampla abertura comercial, que permitiria a modernização tecnológica do país[49]. Acusado de corrupção, o presidente foi destituído do poder e, ao seu *impeachment,* sucedeu-se um governo de consenso do mineiro Itamar Franco que, em 1993 lançou mais um plano econômico. O Plano Real atingiu rápido respaldo popular e sucesso metodológico resultando no ano seguinte na vitória eleitoral do seu ministro da fazenda, Fernando Henrique Cardoso. Representou ainda para o mercado brasileiro, um novo momento de explosão de consumo – semelhante à euforia de 8 anos antes do Plano Cruzado – que, como sempre, aumentou o consumo de discos. Com uma "moeda forte" no bolso, a população sai às ruas para adquirir o tão sonhado aparelho de CD e começa a montar sua CD-teca. Em 1994, o consumo de CDs dobra para 40 milhões de unidades, enquanto as vendas de LPs são progressivamente reduzidas (14 milhões em 1994 e apenas 7 milhões no ano seguinte).

Com a estabilização econômica e progressiva popularização dos CDs, as *majors* abocanham vendas estratosféricas. Os CDs fornecem um elemento comercial altamente lucrativo para as empresas do setor, que é a possibilidade de relançar títulos antigos no novo suporte. Com isso,

[49] O novo presidente buscava se filiar ao "Consenso de Washington", um documento de inspiração política neoliberal que enumerava ações que deveriam ser tomadas pelos países latino-americanos para superar suas respectivas crises, que envolvia privatizações, reforma tributária, abertura comercial e disciplina fiscal, entre outros.

as vendas de discos no mundo todo aumentam vertiginosamente a partir de meados da década de 1990, impulsionando a indústria fonográfica mundial, que dribla crises políticas e econômicas sazonais e regionais através desses relançamentos (Dias, 2000:108). Nesta época, o mercado brasileiro se inunda de relançamentos em CD de títulos antigos lançados em LP e de compilações do tipo *A arte de..., O melhor de, O essencial de...,* etc. Altamente lucrativos, pois não envolvem pagamentos de estúdios, músicos, marketing, arte gráfica, esses títulos se apóiam no prestígio acumulado dos artistas e podem ser comercializados a preços baixos, movimentando o mercado de música e os caixas das gravadoras (idem).

Esteticamente, os relançamentos fomentam uma re-circulação de músicas que estavam fora de catálogo. As facilidades de acesso popularizam – ainda que em doses relativamente moderadas – a obra de compositores que estavam esquecidos e, com isso, geram novos elementos de intercâmbio entre elementos musicais do passado e do presente. Um bom exemplo deste fenômeno no âmbito da categoria samba é o ressurgimento de diversas canções de Noel Rosa, que, através de uma intensa presença midiática em livros, discos e homenagens diversas, tornou-se novamente um compositor de muita popularidade. Mas essa ampliação na facilidade de acesso a repertórios antigos somente iria trazer conseqüências estéticas diretas na música popular brasileira no final da década.

Desde a abertura comercial de Collor, o Brasil vivia uma nova noção de modernidade, associada padrões de consumo de uma elite jovem, dinâmica e globalizada, que se afinava com os teclados e com a estética da música pop. Assim, os lançamentos também são beneficiados deste novo momento comercial favorável à indústria fonográfica. Discos de platina duplos e diamante (respectivamente representativos de vendas de 500 mil e 1 milhão de cópias) são distribuídos a um contingente relativamente grande de artistas. Entre 1994 e 1998, o sucesso é medido em milhões. As *majors* promoveram no período uma ênfase intensa na circulação e nos lançamentos dos três gêneros massivos.

Por outro lado, parte do público consumidor de música popular foi cultivando uma crescente demanda por variedade estética. Essa demanda iria escoar através das pequenas gravadoras e selos, que a cada ano se multiplicavam, estabelecendo um contato estreito com o público, artistas e músicos. A digitalização dos processos de gravação vai promover um progressivo barateamento nos custos de produção e fabricação de discos e, ao final do século, chega-se à possibilidade de realizar todo o processo de produção e gravação em estúdios caseiros. No Brasil, já nos anos 1980, a viabilidade de financiar lançamentos "independentes" vinha sendo testada em diversos estúdios pequenos em todo o país, alguns com razoável êxito. Neste período, as *majors* começam a se associar a essas produtoras de pequeno porte estabelecendo

parcerias. De um lado, uma produção pulverizada e mais próxima dos movimentos musicais das cidades e, de outro, o poderio de distribuição em larga escala e a penetração das grandes nas instâncias de divulgação do mercado de música (rádio e TV). Os discos gerados no forno das pequenas gravadoras gozavam de uma certa autonomia de produção e diversificavam o cenário musical. Alguns artistas de grande expressão no mercado brasileiro na última década do século como o Negritude Júnior (Zimbabwe) e o grupo baiano É o tchan (WR), foram lançados a partir desses estúdios (Leme, 2003:102). Márcia Dias não exita em afirmar que a proliferação das pequenas gravadoras produziu um fato novo no mercado musical do final do século XX (2000:123), permitindo uma diversificação estética na disponibilização de músicas para consumo.

Com vendas incomparavelmente mais modestas, essas empresas se beneficiam da popularização dos CDs e aos poucos se viabilizam comercialmente. Vários artistas ligados às Escolas de Samba, mas com pouca projeção no mercado de música, têm seus discos lançados nesta época, muitas vezes depois de anos sem registrar suas vozes. Monarco (*A voz do samba*, Kuarup, 1992), Moacyr Luz (*Vitória da ilusão*, Caju Music, 1995), Elton Medeiros (*Mais feliz*, Leblon Records, 1996), Nei Lopes (*Zumbi 300 Anos*, Saci, 1996) e Nelson Sargento (*Só Cartola*, com Elton Medeiros, Rob Digital, 1998) são exemplos de sambistas que voltaram a atuar no mercado fonográfico no período. A diversificação abriu portas ainda para artistas de samba ainda sem uma carreira consolidada, alguns ligados ao samba das escolas e rodas como Walter Alfaiate (*Olha aí*, gravadora Alma, 1998), e outros inteiramente desconhecidos como os grupos cariocas Família Roitman (*O samba nas regras da arte*, Dubas Música, 1995) e Arranco de Varsóvia (*Quem é de sambar*, Dubas Música, 1997). Ao mesmo tempo, sambistas consagrados têm a chance de ampliar o seu público, vendendo acima de sua média anual. Martinho da Vila (*Tá delícia, tá gostoso*, 1995, 1 milhão de cópias*)* e Zeca Pagodinho (*Samba pras moças*, 1995, 800 mil cópias) são alguns exemplos de sambistas que, lançados por *majors*, se equiparam às marcas de vendagens do período.

Neste ambiente, a categoria samba será o palco de intenso debate e de disputas simbólicas. Sendo um gênero altamente representativo no imaginário nacional, dotado de forte historicidade e repleto de auto-referências, as transformações estilísticas operadas pelos protagonistas do pagode romântico tornaram-se alvo de inúmeras críticas. Coloca-se então, no âmbito do mercado, uma questão crucial: *o que é* samba?

Trata-se, na verdade, de uma disputa simbólica pelo direito de utilizar a nomeação da categoria samba e ao mesmo tempo de legitimar sua prática musical. As oposições entre modernidade e tradição, profissionalismo e amadorismo, mercado e roda aparecem como

pano de fundo para um debate que, em última instância, circunda os elementos legitimadores de qualidade estética. De um lado, a valorização da capacidade de organização comercial, a comunicação direta, a modernidade e a atualidade do gênero, o nacionalismo musical globalizado. Do outro, os critérios de qualidade que destacam uma temporalidade longa, a permanências das práticas comunitárias, a tradição como visão de mundo, o fundo de quintal, o nacionalismo folclorizado. Duas visões dicotômicas atrás das quais dois grupos sócio-musicais vão se encaixar e disputar o direito de ocupar o mercado com o samba.

Capítulo 5

SAMBA "*DE RAIZ*" X PAGODE ROMÂNTICO:

a legitimidade em disputa

5.1 – "Raiz" e "pagode"

O sucesso dos grupos de pagode romântico na década de 1990 fez surgir, aos poucos, uma nova classificação de mercado no interior da categoria samba: a "raiz". Não é possível precisar quando o substantivo passou a ser incorporado ao sistema classificatório, mas é fácil notar que ele vai ganhando força no decorrer da década através de notícias em jornais e revistas, publicidade de shows, rodas e informalmente, no cotidiano das práticas musicais urbanas brasileiras. Em um primeiro momento, buscava-se simplesmente estabelecer uma distinção, explicar *que tipo* de samba estava sendo referido. Aos poucos, o termo passou a nomear uma categoria de classificação, trazendo informações sobre aspectos estéticos, estilísticos, sobre visões de mundo, pensamentos e valores associados a ela. A utilização do termo evidencia que designar uma música como "samba" não era mais suficiente, tornando-se necessário explicar mais, associar a prática musical a um conjunto mais específico de elementos semelhantes e característicos do gênero. Na prática, significava a criação de uma demanda por um maior refinamento na classificação da categoria samba.

A noção de raiz evoca a idéia de um mito de origem, uma vez que a raiz é uma "base" sobre a qual algo brota ou cresce. Seja uma árvore, uma planta, uma montanha, um prédio, um dente, um órgão do corpo, uma palavra ou um gênero musical, a idéia de "base" fornece simultaneamente ancestralidade e de sustentação, de algo que surge e se estabelece antes da coisa em si e que a apóia. Sobre esta base que sustenta, que nutre, da qual se nasce, a árvore, palavra ou música irá se desenvolver, se ramificar, se transformar e ocupar o espaço, gerando significações. O conceito que permeia a categoria "samba de raiz", portanto, procura estabelecer um vínculo com o passado, que seria formador de uma base musical, ideológica, estética e afetiva para o desenvolvimento do samba. O "samba de raiz" seria um samba que procura se referir a esse passado, estabelecendo sua legitimidade através desta "tradição". Para Eduardo G. Coutinho, a tradição pode ser entendida como uma "reinterpretação de mensagens ancestrais", estabelecendo uma "comunicação intergeracional não-dialógica" (2002:24).

> Assim, a comunicação intertemporal é a reelaboração de um traço que nos foi legado pelas gerações passadas. Ao reinterpretá-lo, a partir de dados e perspectivas presentes, estamos afirmando valores e idéias que por sua vez irão demandar respostas das gerações futuras. [...] Diferente da comunicação

> dialogal – a comunicação no espaço com emissor e receptor presentes – a comunicação intertemporal constitui um processo em que o sujeito histórico, a um só tempo emissor e receptor, responde às gerações futuras questões propostas pelas gerações passadas (idem).

Musicalmente, essa interpelação do passado perante o presente aparece através de elementos musicais utilizados em obras de autores do passado, reforçados por sua recorrência em novos sambas e atualizados em cada momento de experiência musical em torno do gênero. Entre esses elementos, podemos destacar a referência nas letras ao universo semântico do samba, ao amadorismo das rodas, à dinâmica do fundo de quintal e uma certa abordagem da temática do amor como "sentimento perdido"[50]. Ao mesmo tempo, a utilização da sonoridade característica do gênero (cavaquinho, pandeiro, violão e surdo) e a adoção do padrão polirrítmico baseado na célula do *paradigma do Estácio* em gravações e rodas reforça a idéia de uma prática fundada em uma longa temporalidade, sendo cada realização sonora uma atualização de uma experiência musical duradoura, dotada de uma historicidade, originária em tempos imemoriais, distantes, que vem diretamente da *raiz*.

Na verdade, a associação entre a prática de samba e a ancestralidade representada na raiz não foi criada na década de 1990. Em 1978, o sambista Candeia lança com Isnard Araújo o livro "Escola de Samba: árvore que esqueceu a raiz", no qual criticavam as transformações nas Escolas rumo à profissionalização e à espetacularização dos desfiles. Sobre a composição de sambas-enredo, os autores são bastante incisivos:

> As deformações e os descaminhos no meio musical da Escola de Samba têm apresentado problemas os mais variados. Gostaríamos de denunciar (com o objetivo de conscientizar) o comportamento de grande número de compositores que pedem ajuda a grupos de intelectuais. [...] O fato é que grande número [de intelectuais] faz a letra [do samba-enredo], tirando do compositor a criatividade e a autenticidade do samba. Por esta razão encontramos atualmente verdadeiros poemas com palavras nunca dantes navegadas no meio do samba. [...] Tudo isso em nome de uma falsa cultura que não se identifica com nossas raízes (Candeia e Isnard, 1978:65).

Para os autores, o elemento "letra" se coloca como demarcador da autenticidade do samba. A inclusão de "palavras nunca dantes navegadas no meio do samba" significa a adoção de características externas ao universo semântico do gênero, causando as "deformações e descaminhos". No contexto da prática do samba nas Escolas na década de 1970, a noção de raiz se opõe à descaracterização dos desfiles carnavalescos, representando, mais uma vez, a idéia de permanência temporal dos elementos característicos do samba e sua valorização

[50] *Sentimento perdido* é o título de um samba de Paulinho da Viola, lançado em 1978.

frente a algo que viria a eliminar essa "base". Essa oposição aparece de forma bastante clara no prefácio do livro de Candeia e Isnard, assinado por Sérgio Cabral.

> O samba é a mais expressiva linguagem musical do povo carioca. Hoje enriquece os donos do mercado musical, enquanto as escolas de samba são utilizadas pelo seu potencial turístico, sugadas pelo que oferecem de supérfluo e desprezadas pelo fundamental. Há tantos interesses em torno do samba e das escolas que fica muito difícil saber onde é a fronteira entre a manifestação espontânea do povo e a ganância (Cabral, prefácio de Candeia e Isnard, 1978:vii).

Já comentei no Capítulo 2 a antagonia comumente evocada entre samba e mercado. A noção de um samba "do povo", fundado nas "raízes" disputa espaço nesta época no interior das Escolas de Samba com as influências externas, com a "ganância", com a "descaracterização". Ao mesmo tempo, os sambistas começam a ocupar lançamentos fonográficos, casas de espetáculos e espaços alternativos onde são formadas concorridas rodas. A partir de então, o samba "de raiz" – que ainda não tinha esse nome – vai disputar espaço também com outros gêneros musicais.

A metáfora da raiz simbolizando ancestralidade, tradição, vínculo com o passado vai aparecer em letras de canções, discos e em textos na imprensa como estratégia de legitimação da prática do samba, a "mais expressiva linguagem musical do povo brasileiro". Em 1971, o segundo disco de Candeia tem como título *Raiz* (Equipe, 1971), que traz um de seus sambas mais conhecidos, *Filosofia ao samba*. Cinco anos mais tarde, a cantora Elza Soares grava um samba de Dona Ivone Lara e Délcio Carvalho, intitulado *Samba, minha raiz*.

Como agradeço por nascer
O samba é minha raiz
Minha herança, meu viver
Me consola a beleza que ninguém deseja achar
Me guia na minha incerteza, não me deixa tropeçar

A legitimidade da prática do samba se reafirma como uma "herança" que não deixa tropeçar. Um gênero musical que reconstrói e atualiza seus elementos característicos e sua historicidade através de constante referência às suas origens, seu passado, à obra de sambistas de outras gerações anteriores. Na década de 1980, a idéia de raiz volta a habitar o repertório em títulos de canções lançadas comercialmente[51]. O samba, assim, se legitima e adquire prestígio

[51] Em 1985, Roberto Ribeiro lança seu 11º LP individual com a faixa *Raiz e flor,* dos jovens compositores Sombrinha e Jorge Aragão. No ano seguinte, Sereno e Arlindo Cruz registram *Força, fé e raiz*, no disco *O mapa da mina*, do Fundo de Quintal. Ainda em 1986, Alcione grava um LP cuja faixa-título, de autoria de Franco e Lourenço se intitula *Fruto e raiz.*

simbólico por caracterizar essa tradição brasileira, em oposição a outras práticas musicais que não apresentavam a mesma temporalidade longa e a mesma relação com o passado.

No entanto, a "raiz" só começa a se caracterizar como uma classificação de mercado quando essa historicidade se opõe a uma outra estética que busca negar, *dentro* do âmbito da categoria samba, a relação reverencial com o passado, dialogando de forma mais intensa e recorrente com o presente e com os símbolos da modernidade.

Nesse momento, a reverência ao passado através de uma categoria de classificação reforça a legitimidade daqueles que nela se enquadram e, paralelamente, desqualifica o samba que não é "de raiz". Esse alcance duplo da categoria *samba de raiz* no jogo das valorações do mercado de música é percebido pelo sambista Luiz Carlos, cantor e líder do Raça Negra.

> Eu não entendo o que é samba de raiz. O samba tem vários ritmos, a maneira de jogar com isso é que varia. Quando eles falam que tocam samba de raiz nem eles mesmo sabem que raiz é essa. Se falar de amor não é raiz eu não sei o que é. [...] Antigamente ninguém conseguia namorar ou dar uma letra de samba de presente para a namorada. Hoje em dia eu vejo muitos namorados falando que tudo o que o Raça Negra canta é o que eles sentem. Samba pra mim é Tom Jobim, Fundo de Quintal, Agepê, etc. Existem diversas maneiras de se fazer o samba (Revista Domingo, JB, 10/9/1995).

A "raiz" como algo valorizado é particularmente nítida nesse trecho de Luiz Carlos, que contesta a atribuição de qualidade a esta música, da qual seu grupo estava, obviamente, sendo excluído. Essa estratégia fica evidente quando, do outro lado do "samba de raiz", nomeia-se os grupos de samba de sucesso na década de 1990 como "grupos de pagode". O termo "pagode", emprestado do movimento do samba no mercado musical na década de 1980 representa um rebaixamento hierárquico com relação ao samba mais prestigiado.

O "movimento dos pagodes" que girou em torno do grupo que freqüentava a quadra do Cacique de Ramos, sobretudo o Fundo de Quintal, experimentou grande sucesso comercial. No entanto, apesar dos esforços de seus protagonistas em afirmar a sinonímia entre o seu "pagode" e o "samba", sua veiculação no mercado foi realizada através de uma nomeação alternativa. As razões para isso são várias, entre elas, algumas diferenças estruturais no ritmo, na sonoridade e na distância com relação às Escolas de Samba, o que acabou beneficiando comercialmente esses sambistas (Pereira, 2003:102).

Por outro lado, o pagode da década de 1980 recuperava parte da trajetória do samba identificada com o "fundo de quintal", incorporando inclusive uma certa sujeira sonora e um grande e notório descompromisso com o mercado e sua profissionalização. Com isso, a prática do pagode esteve associada a um consumo musical com menor taxa de valorização estética, realizado principalmente por camadas mais humildes da população e estreitamente

relacionada às práticas comunitárias desse amplo grupo social. A ênfase na polirritmia, nos instrumentos de percussão e no canto coletivo ajudavam a manter essa música em um patamar hierárquico ainda mais baixo do que o da categoria samba, que, ao menos, se legitimava por sua temporalidade longa e pelo prestígio de alguns sambistas renomados.

Até hoje, ser classificado como "pagodeiro" é altamente pejorativo no contexto da música popular urbana brasileira, e essa categoria está associada a barulho, incômodo, baixa qualidade musical e pobreza, além do aspecto étnico que perpassa como pano de fundo todo o universo da canção brasileira (veremos com mais detalhes adiante). A cantora Beth Carvalho observa uma escala de valores nos termos, que sedimenta uma "discriminação":

> Eu acho muito engraçada essa separação entre MPB e samba, quando samba é MPB. A mesma discriminação que existe em relação a "pagodeiro" por oposição a "sambista". Eu acho engraçado. Todo sambista é pagodeiro. E todo pagodeiro é sambista. É a mesma coisa. E todo sambista é parte da música popular brasileira (citado em Pereira, 2003:144).

Um exemplo disso pode ser verificado em reportagem publicada no Jornal do Brasil intitulada "Invasão no território emergente", assinada por Bráulio Neto, na qual descreve os incômodos gerados por um *pagode* no bar Escriptório do Chopp, na Barra da Tijuca:

> No meio da semana, cerca de duas mil pessoas batem ponto no Escriptório na mesma noite, tendo como mote o *pagode*. Engarrafamento, superlotação, indignação dos vizinhos nobres do local não afugentam essa massa que, literalmente, interrompe a circulação nas ruas próximas. Veículos são arranhados, ônibus têm de dar marcha a ré e quando um carro da polícia se aproxima, sua única função é decorar este carnaval com as cores da sirene. Sem som (JB, 6/8/1995).

Como se pode notar, o jornalista se refere ao evento que causa transtornos "no meio da semana" como "pagode" e não como "samba". Em outro ponto da matéria, o autor enumera os inconvenientes dos dias em que ocorre o pagode aplicando o subtítulo "Samba atravessado". Na hierarquia das categorias musicais, apesar de todo o preconceito de sua posição dúbia, o termo "samba" ainda goza de certa legitimidade, enquanto que a noção de "pagode" é mais facilmente associada a tumulto, engarrafamento, superlotação, delinqüências. Quando a música romântica do Raça Negra, Só Pra Contrariar e Negritude Júnior passou a ser veiculada pelas gravadoras em larga escala e conquistar audiências gigantescas, a adoção do termo pagode para caracterizá-la foi imediata. Buscava-se, antes de tudo, estabelecer uma faixa de consumo associando sua prática aos sambistas-pagodeiros que fizeram sucesso meia década antes. Com isso, se firmava também uma posição hierárquica para esses novos grupos, que nitidamente estavam sendo lançados no mercado para atingir o mesmo público potencial.

Apesar das enormes diferenças estilísticas entre as práticas dos novos grupos e dos artistas identificados com o pagode dos anos 1980, a categoria se estabeleceu no mercado e acabou se cristalizando, apesar de seus protagonistas a rejeitarem com veemência.

> Eu não considero o SPC um grupo de pagode. O pagode, se perguntar pra Lecy Brandão, Almir Guineto e Beth Carvalho eles respondem o que é. [...] Pagode é Zeca Pagodinho, Jovelina Pérola Negra, Fundo de Quintal, violão de sete cordas, uma mesa, cavaco, banjo e repique. É um movimento. [...] Mas o Só Pra Contrariar é samba porque tem pandeiro, surdo, percussão, cavaquinho. A roupagem é diferente da do pagode (Alexandre Pires, Folha de S. Paulo, 17/9/99).

Indiferente aos protestos, a publicidade dos discos e shows dos principais grupos, as apresentações de suas músicas nas rádios e na televisão e a crítica na imprensa sedimentaram o termo pagode para classificar sua música, acrescentando a noção de *romantismo* como estratégia para diferenciá-lo do pagode da década anterior e, ao mesmo tempo, estabelecer uma associação com outra música igualmente pouco reconhecida esteticamente. A crítica do disco Raça Negra 3, assinada por Tárik de Souza e publicada no Jornal do Brasil em 1993 esclarece uma visão compartilhada por parcela significativa da classe jornalística e musical. Mesmo sem utilizar a nomeação de pagode, Tárik elabora um ácido juízo de valor sobre a música do grupo e reforça a associação com o segmento pejorativamente conhecido como "brega".

> De volta às paradas, ele [o samba] foi invadido pela tecladeira brega. Mordido por terças sertanejas, anda na cola do suingão de Bebeto, uma segunda via da levada sacundin de Jorge Ben Jor. Na comissão de frente dessa (de)formação desfila o Raça Negra, que a cada disco - como no mais recente, Raça Negra (RGE) - arrocha mais sua linha de montagem. Além da semelhança de melodia e arranjos, as letras viajam num curto circuito entre a dor de corno (*Não quero mais sofrer, Estou mal*) e a mulher maravilha (*Estrela guia, Doce paixão*), sem concessões à criatividade. Até os textos são recorrentes, como o de *Não vou aceitar* e *Tempo perdido*. ´´Nosso amor foi tempo perdido pra você``, diz a primeira usando o título da segunda. ´´Sem você eu não sou nada``, reclama *Estou mal* logo depois da faixa *Sem você*. Nem o *hit* da Jovem Guarda, *Ciúme de você*, de Luis Ayrão - pilar do sambão-jóia dos 70 - escapou ao escalpo do sambanejo. É o metabrega em ação (JB, 09/11/1993).

É evidente que, para contrastar com o "metabrega", seria necessário um novo rótulo capaz de designar o estilo de samba que permanecia imune à invasão da "tecladeira" e fiel à sua relação com o passado, com sua história. Nesse sentido, a raiz dá pé e torna facilmente compreensível a relação com a "base" do gênero. Ao mesmo tempo, isola a prática do pagode das referências legitimadas pelo tempo.

No entanto, a utilização da categoria "samba de raiz" não é consensual nem mesmo entre os sambistas a ela vinculados que, em tese, seriam beneficiados por essa associação. Para Nei Lopes (sempre ele!),

> samba de raiz não existe. Samba é samba. A minha discussão quanto a isso é exatamente sobre essa rotulação. O samba tem várias formas, umas boas outras más. O importante é a gente distinguir as formas que nos interessam.(...) O que me incomoda é querer transformar o samba num híbrido pra pasteurizar em nível internacional. Eu vejo nesse rótulo (samba de raiz) uma forma da indústria cultural dizer que o samba tradicional é uma forma passadista e inventa novas fórmulas (Nei Lopes, 19/9/2002, em entrevista para o *site* Clicknotícias – www.clicknoticias.com.br).

Para o autor, a oposição que se estabelece é entre samba "bom" e samba "mau", ou seja, uma diferença de qualidade musical que ultrapassa os rótulos. É claro que os adjetivos "bom" e "mau" resumem a questão à opinião pessoal e não resistem a uma análise mais aprofundada[52]. Ao mesmo tempo, o sambista esclarece que é necessário distinguir "o que interessa", deixando claro que a "pasteurização" do gênero é um aspecto altamente maléfico.

No contexto da década de 1990, o gênero samba esteve dividido no mercado por duas correntes estéticas, com nomeações específicas. De um lado, o "samba de raiz", representando a "tradição", a prática comunitária, amadora, no fundo do quintal; e do outro, o "pagode romântico", fazendo referências a um samba num mundo moderno, profissional, mercadológico. A legitimidade comercial e a legitimidade estética em conflito, em disputa.

5.2 - Juízos de valor e valor dos juízos

A consagração pela popularidade e a legitimidade estética são buscas constantes de todo aquele que trabalha direta ou indiretamente com música popular. Músicos, produtores, donos e gerentes de gravadoras, técnicos de som, empresários, artistas, compositores, sociedades arrecadadoras de direitos, patrocinadores, enfim, *todas* as pessoas e empresas envolvidas com a comercialização de música desejam que seu produto artístico seja reconhecido como de alto valor estético e consumido pelo maior número possível de pessoas. Não basta um e nem basta o outro. Todos querem os dois.

---

[52] Vale destacar que o adjetivo "mau" indica, além de uma oposição ao "bom", uma reprovação moral, associada à idéia de maldade. Talvez sem querer, o julgamento de Nei Lopes vazou de um âmbito estético – que seria representado pela oposição entre "bom" e "*ruim*" – para o conteúdo moral, relativo a uma índole perversa,má. O "ato falho" revela que a discussão sobre samba de raiz e pagode romântico tem alta carga emotiva, transbordando da questão musical para formas inconscientes de desvalorização pessoal.

No entanto, os principais critérios de valoração estética da música popular são derivados da prática musical erudita, cujo paradigma é a complexidade e, inversamente, a conquista de popularidade tende a ser alcançada a partir de elementos musicais que se afastam deste referencial. Com isso, a consagração em música popular ocorre a partir de uma mescla de critérios que estão continuamente sendo discutidos e reelaborados.

Na oposição entre "samba de raiz" e "pagode romântico", diversos desses critérios são arrolados para justificar a valorização de um e a desqualificação de outro, dependendo da posição do interlocutor. Do lado da "raiz", um time expressivo de jornalistas, pesquisadores e sambistas com razoável destaque em jornais e revistas manifesta de forma recorrente um amplo leque de julgamentos negativos com relação aos grupos de pagode romântico. Esses músicos e críticos, com acesso privilegiado aos meios de comunicação de massa, amplificam suas opiniões sobre o samba, sempre tendo como modelo o conjunto de representações que se enquadram na categoria "de raiz", reconhecida como de maior valor estético. A partir dessa posição, o julgamento de valor sobre o gênero é construído com omissões, exaltações e adjetivações muitas vezes excessivas. Tudo é feito para desqualificar a música dos grupos que obtiveram sucesso comercial no final do século XX e, em contrapartida, legitimar o imaginário e os elementos sedimentados na história do samba. É assim, por exemplo, que Nei Lopes descreve o pagode dos anos 1990 no seu livro *Sambeabá*:

> [Nos anos 1990] a indústria internacional do entretenimento apropriou-se da denominação pagode. Aí, o que era uma revolucionária forma de compor e interpretar o samba, fruto de um movimento estrutural, passou a ser apenas uma diluição, expressa em um produto sem a malícia das síncopes, sem as divisões rítmicas surpreendentes, de melodias e harmonias intencionalmente primárias, letras infantilmente erotizadas, com arranjos sempre previsíveis, e cada vez mais próximo da massificação do *pop* (Lopes, 2003:111).

Um aspecto que ressalta na definição do autor é que essa diluição é protagonizada pela "indústria internacional do entretenimento", isto é, os sambistas estão alijados do processo. As grandes gravadoras seriam responsáveis pela música desses grupos, que, segundo essa visão, funcionariam apenas como propagadores de fórmulas de sucesso elaboradas nos tais "escritórios" dessas empresas. A mesma idéia aparece no texto do pesquisador Luiz Tatit, que afirma que "os verdadeiros sujeitos" do mercado musical do final do século XX

> foram os representantes das empresas (diretores, produtores e homens e mídia) que respondiam pelo perfil artístico dos grupos e pelos acordos com os veículos de divulgação. Os artistas em sua maioria eram tratados como peças de uma engrenagem que poderiam ser substituídas a qualquer instante sem causar prejuízos significativos à carreira do grupo (Tatit, 2004:107).

Apesar de destacar que essas substituições não representavam ausência de talento individual, Tatit corrobora a idéia de que os grupos de sucesso no período tinham pouca ou nenhuma autonomia artística e que não respondiam esteticamente por seus trabalhos. Essa afirmativa, como vimos no Capítulo 4, não condiz com os relatos e os dados das trajetórias dos grupos, que desenvolveram sua estética *antes* de sua grande visibilidade mercadológica. Trata-se, a meu ver, do reflexo de uma visão que enxerga a relação entre música e mercado como uma oposição e não como setores complementares.

O mesmo se aplica à teoria da diluição. A noção é interessante e, numa interpretação literal, a diluição representa a progressiva perda de uma essência, de um elemento estruturador, característico. Segundo o texto de Lopes, a proximidade da música dos grupos de samba da década de 1990 com a música pop seria, também, um instrumento de diluição. A mesma idéia ressurge na declaração do reconhecido compositor de MPB Chico Buarque, ainda que o autor declare não ter antipatia nenhuma pelos grupos de pagode romântico:

> Acho que a música popular, o samba e mesmo a música sertaneja estão sujeitas à diluição, estão sendo diluídos o tempo todo. Eu não vou comparar esses grupos a João Gilberto ou ao Paulinho da Viola. O problema é que a diluição da diluição da diluição acaba numa coisa muito rala. E cansativa também. As pessoas sempre perguntam por que a minha geração continua. Eu acho que naquela época não havia essa velocidade toda na substituição de um produto por outro. Não havia nem mesmo a noção de música como produto. Era um trabalho bastante amador. Não existia essa visão de mercado que existe hoje (Folha de S. Paulo, 10/3/94).

Chico destaca o aspecto da velocidade e do mercado, observando o nível de profissionalismo do momento, distinto do encontrado por sua geração no início de carreira, trinta anos antes. Sobre os critérios de qualidade, o compositor se exime da comparação com artistas legitimados da MPB ou mesmo do samba que conseguiram trafegar na categoria da prestigiada sigla. É como se os parâmetros de avaliação aplicados à música popular consagrada esteticamente não pudessem ser utilizados para as práticas "diluídas" do mercado de música. O mercado, nesse caso, tende a representar uma antítese à qualidade, repetindo a oposição que permeia a teoria da diluição. Mas, a rigor, *quais são* esses critérios de qualidade e de que forma eles podem ser eleitos e reconhecidos como legítimos?

Uma das críticas mais recorrentes à música dos grupos de pagode romântico é com relação à temática das letras. A sambista Dona Ivone Lara, personagem central da Escola de Samba Império Serrano, é categórica: "Você vê perfeitamente em que os pagodes estão pecando hoje: é a qualidade da letra. Tem umas letras que não querem dizer nada, umas letras de

apelação, repetitivas, enquanto que os grandes mestres não tinham isso" (out 99: Revista Palavra).

Dona Ivone menciona não só o rebaixamento da "qualidade", representado em discursos vazios e apelativos, mas aborda também a relação com as obras dos "grandes mestres". As letras dos grupos de pagodes estariam "pecando" por não estabelecerem um contato com o passado do gênero e seus elementos característicos. Evidencia-se uma crítica que diz respeito não à música em si, mas à relação que os grupos de pagode romântico mantém com os elementos consagrados do samba e com o mercado. Leci Brandão, também ligada às Escolas de Samba do Rio de Janeiro, tem opinião semelhante:

> Isso se chama trabalho de gravadora. Elas resolveram investir nos grupos, depois do estouro do Raça Negra, com 2 milhões de discos. E isso não adianta discutir. Foi o sucesso deles que abriu caminho para os que vieram depois. Isso porque cada gravadora resolveu ter o seu próprio Raça Negra. Veja, por exemplo, a questão da temática. Só se fala de amorzinho ... Porque o Raça Negra estourou falando de amor. Quem não fala de amor está falando de sacanagem. Está todo mundo indo na aba da Bahia, depois que se viu que essa sacanagem que o baiano sempre teve, a sexualidade, dá pé. Então eles falam de uma coisa ou de outra (Revista Raça, março/1998).

Mais explícita, Leci cita o componente mercadológico que induz a uma repetição de temática. Seja na referência à música do Raça Negra ou na inspiração da música do carnaval baiano, é o mercado que favorece a recorrência da temática do "amorzinho". A idéia de que "cada gravadora resolveu ter seu Raça Negra", apesar de não se distanciar da verdade, reflete a mesma noção de que os principais agentes da cena musical da década não foram os artistas, mas os empresários do setor. O lançamento comercial de Negritude Júnior e Só Pra Contrariar, de fato, foram derivados desse movimento de cópia entre as *majors*, mas não se pode ignorar que esses grupos já vinham fazendo sucesso regional desde o final dos anos 1980, o que invalida a noção de uma clonagem estética planejada.

Em uma crítica escrita para o *site* Cliquemusic sobre o lançamento do CD *Bom astral* (BMG, 2000), do Só Pra Contrariar, o pesquisador Silvio Essinger é ainda mais incisivo ao afirmar a "precariedade" das letras:

> O problema de *Bom Astral* é que, por mais que se capriche nos balanços, com um time de arranjadores e músicos de estúdio de primeira, resta a completa precariedade das letras, fartas em clichês e de rimas *ilusão-solidão-emoção-paixão-sedução* (Silvio Essinger, Cliquemusic).

A menção à utilização de clichês guarda estreita semelhança com a teoria da estandardização defendida por Adorno. A recorrência de determinados padrões poéticos, melódicos e

harmônicos é elemento estrutural em qualquer música popular, sendo utilizada em maior ou menor grau de acordo com as necessidades expressivas e com a função da música nos momentos de experiência musical coletiva. Para Essinger, a repetição de fórmulas seria, no entanto, um indicativo de rebaixamento de qualidade, pois se afastaria da possibilidade de inovação, de combinação inédita de elementos. Trata-se, novamente, de um critério importado das práticas musicais eruditas, nas quais espera-se do compositor uma manipulação sempre inovadora dos parâmetros sonoros – timbre, harmonia, desenvolvimento melódico, textura, acompanhamento, tratamento rítmico, etc. No mesmo *site*, escrevendo sobre o disco Raça Negra (Universal, 2001), Marco Antonio Barbosa carrega ainda mais nas tintas:

> Mas se o embrulho ficou tinindo, o presente decepciona. Letras paupérrimas ("Nosso amor, essa coisinha maluca/ É gostoso e não machuca... Sou o seu queijinho, você é meu doce", pérolas tiradas de *Gostoso Demais*), melodias idem, tudo nivelado pelo baixo patamar estabelecido por Vavás e Alexandres Pires da vida (Marco Antonio Barbosa, Cliquemusic).

O julgamento da qualidade da letra evidencia o mesmo critério erudito de análise. Uma boa letra seria aquela que trouxesse em sua estrutura figuras de linguagem, rimas ricas, metáforas, e que, ao mesmo tempo, recusasse repetições de fórmulas textuais vulgarizadas. A percepção de sambistas e jornalistas é que a utilização recorrente de determinadas palavras e figuras poéticas elimina a inventividade, a criatividade das canções. Por isso, a utilização de clichês confere à criação poético-melódica uma baixa qualidade, situando-se comparativamente em patamar inferior à obra de compositores que buscam soluções com menor taxa de recorrência e, portanto, mais inovadoras. Na mesma direção, o crítico Mauro Ferreira, do jornal O Dia, desqualifica a música do grupo Negritude Júnior, exatamente por adotar uma "receita de sucesso":

> Bem, não convém esperar do Negritude Jr. melodias e letras consistentes. O grupo se firmou justamente pelo estilo popularesco, que passa ao largo da criatividade de nomes como Martinho da Vila e Paulinho da Viola. Pegam-se algumas letras safadas, uma música de toque social, uma brincadeirinha e misture tudo com baladas açucaradas. Eis a receita do sucesso e, nesse quesito, o Negritude Jr. é mestre-cuca (O Dia, 15/8/1998).

Um teor semelhante é possível encontrar no texto de Tárik de Souza, que já em 1993 criticava a suposta baixa qualidade do samba praticado pelos grupos que ocupavam as primeiras posições do mercado musical. O jornalista se refere a "assassinatos sonoros" cometidos pelo iniciante Muleke Travesso e emite uma opinião bastante negativa sobre o disco de estréia de um dos mais importantes grupos de samba da década.

> Mas o desembarque de Só Pra Contrariar (BMG) atesta que a praga ganhou plagas mineiras. De Uberlândia, o sexteto com idades entre os 17 aos 24, fuzila *Go back* (Titãs), *Você* (Tim Maia) e investe no metabrega, piorando os Sullivan & Massadas de *Um dia de domingo* e *Retratos e canções* (JB, 9/11/1993).

Para Pedro Alexandre Sanches, jornalista da Folha de S. Paulo, a receita pouco criativa do sucesso não se restringe ao universo do samba, mas se torna uma característica de todas as músicas de sucesso comercial.

> No Império Unificado do Brasil Popular, todo mundo tem a mesma cara. O tripé em que se finca atualmente o mercado musical nacional - e não a música nacional, se se puder diferenciar - todos se reconfiguram num exército de mutantes descarados. Axé, pagode e música sertaneja, as pernas do tripé, se alimentam e se retroalimentam com reciprocidade. Até a Carla Perez se pendura na aba do moço desta banda, SPC. Mas é mais gosmento que a coluna social de "Caras". Quando quer ser romântica, essa "banda de pagode" fica sertaneja; quando namora uma rumbinha, parece o Latino; para "abrasileirar" o *rhythm`n`blues* norte-americano, faz versão de *pop* negro melado - e fica parecido com Ivete Sangalo querendo cantar *soul music* com voz de pomba-gira (Folha de S. Paulo, 17/9/1999).

Em seu desabafo, Sanches reconhece um "ar de semelhança" em todos os artistas de sucesso da música nacional. A inspiração adorniana é evidente, como também um grande preconceito contra as músicas de sucesso. O jornalista propõe ainda uma obscura separação entre o mercado de música e a própria música brasileira, nitidamente conferindo ao primeiro um nível hierárquico inferior. Em sua adjetivação abundante, o crítico afirma uma posição estética elitizada, refletindo um juízo de valor altamente negativo com relação a todas as músicas de sucesso no mercado. Mais uma vez aqui mercado e qualidade parecem incompatíveis.

Dois anos antes, ao redigir a crítica do disco *Sedução na pele* (EMI, 1997), do Negritude Jr., Mauro Ferreira menciona a atuação negativa das instâncias de mercado na prática musical, em detrimento da qualidade.

> O grupo repete em *Sedução na pele* sua rala receita de sambalanço. Falta consistência, criatividade e tudo o mais que sobra no Fundo de Quintal, por exemplo. Mas a melosa *Que dure para sempre* mostra que o departamento de marketing da EMI tem faro certeiro para o sucesso. A ordem é fazer o Negritude manter seu alto patamar de vendagem, superado apenas, no gênero, por Raça Negra e Só Pra Contrariar. A julgar pela audição do disco, não vai ser difícil (O Dia, 16/9/1997).

Aqui podemos observar novamente que quem dá as cartas não são os músicos, cantores, arranjadores, produtores e compositores que atuam no disco, mas o "departamento de marketing", que profere uma "ordem" para fazer o grupo vender muito. "Consistência" e "criatividade" são parâmetros vagos, abordados comparativamente em relação à música do

Fundo de Quintal. E depreende-se do texto de Mauro Ferreira que uma vendagem expressiva é fator incompatível com um samba menos "ralo".

Mas o que seria um samba mais espesso, consistente e criativo? Para o sambista Monarco, da Portela, o bom samba é

> o samba do coração, que vem pelo sentimento do artista e não pressionado pelo mercado ou por uma linguagem mais comercial. De uma forma geral, os sambas que enaltecem o amor e a natureza. [...] Eu pretendo continuar fazendo o samba que eu sempre fiz, conforme eles surgirem no meu coração, sem ligar para o mercado. Quero continuar fazendo o samba de verdade. Muita coisa que se toca na rádio é de mentira. O samba de verdade é aquele que aparece. Que vem do coração (entrevista no *site* ClickNotícias, em 4/10/2002).

Eis aqui um outro critério de valorização. A idéia de uma "verdade", ou de um samba que nasce do "coração" é recorrente no imaginário e no repertório do samba e se transforma em um critério que norteia o julgamento de sua qualidade. Por outro lado, para o sambista da Portela, os sambas que tocam no rádio são "de mentira", assim como seus autores e intérpretes. Verdade e mentira se tornam demarcadores de qualidade ao simbolizarem as noções de tradição (natureza, coração, anti-mercado) e mercado (comércio). Novamente neste aspecto, a referência de valoração remete à noção de *raiz*, dos elementos comumente empregados na composição de sambas, legitimados por compositores consagrados do passado em suas obras mais famosas. Nesse sentido, o sambista Nei Lopes resume, com grande poder de concisão, a necessidade do samba ser produzido por pessoas ligadas ao universo simbólico do gênero para adquirir um bom nível qualitativo: "Um bom samba é feito, principalmente, de conhecimento do universo do samba. Tem gente que pensa que está fazendo samba e não está. Isto porque não conhece o segredo, os fundamentos" (Folha de S. Paulo, 21/12/2000).

A opinião de Nei Lopes toca no âmago da questão. O que se discute, a rigor, não é tanto *o que é* o samba, mas, no fundo, e *quem* pode (ou não) utilizar essa denominação e se apropriar da categoria com toda sua simbologia, seu histórico e sua legitimidade. A clareza do compositor exprime a visão de setores da sociedade ligados à prática do samba comunitária, às rodas, às escolas, à história do samba como reafirmação de um ambiente cultural construído à margem do grande mercado, dos circuitos reconhecidos da alta (e média) sociedade. Só pode dizer que faz samba e que é sambista quem pertence a este universo, quem transita por esses espaços e domina seus códigos e referências simbólicas.

"Assassinatos sonoros", "receitas ralas", "estilo popularesco", "melodias inconsistentes", "letras paupérrimas": a profusão de termos pejorativos na análise crítica da música dos grupos de pagode romântico denota um sentimento de desprezo pelo seu trabalho que, por sua vez,

reflete a intenção de separá-los do segmento consagrado da categoria samba e deslegitimar o uso desta nomeação. Uma estratégia cuja finalidade é exatamente determinar que esses grupos *não estão fazendo samba*. E *não podem* fazer samba pois não compartilham essa vivência comunitária, "os segredos e o fundamento" do imaginário do gênero.

Neste ponto podemos recuperar a tese de Paulo César de Araújo, que afirma que a tradição e a modernidade configuram dois eixos de valoração da música popular brasileira (2003:339). Isso é verdade no que tange ao que pode ser chamada de modernidade *estética*, nos moldes utilizados pela bossa nova, pela MPB e, mais recentemente, pela nova música pop brasileira. Ao se aproximarem de uma modernidade *comercial*, voltada para o consumo, os grupos de pagode romântico produziram um afastamento da "tradição" que vinha se constituindo desde os anos 1960 como eixo de valoração do samba e não incorporaram o prestígio estético da modernidade. Essa "tradição", apesar de ocupar um patamar hierárquico inferior em relação aos parâmetros de aferição de qualidade da música erudita e, por conseqüência, da bossa nova e da MPB, tem sido valorizada por setores da intelectualidade urbana e se constituiu em um objeto privilegiado de análises sobre música popular. Segundo Araújo, esse setor social é responsável pelo "enquadramento da memória" coletiva, ao determinar personagens e músicas do passado que mereçam ser eternizadas em livros, compilações, reedições de discos e por isso elogiadas em críticas.

> A análise específica de preferência musical do público de classe média é fundamental porque é deste segmento da população que saem os críticos, pesquisadores, historiadores, musicólogos, enfim, os "enquadradores" da memória da nossa música popular. E isto ajuda a explicar por que a quase totalidade do que existe hoje publicado sobre música popular brasileira – biografias, ensaios, estudos acadêmicos e coleções em fascículos – se refere a gêneros e compositores identificados com a "tradição" ou com a "modernidade" (2003:343).

Sendo assim, a importância da "classe média" intelectualizada para a determinação dos critérios de valoração em música popular é bastante grande. É como se o valor de seus juízos de valor assumisse uma condição de verdade e pudesse, por isso, reverberar através dos meios de comunicação para toda a sociedade. A violência com que alguns críticos se referem à prática musical dos grupos de pagode romântico é reflexo de sua aspiração de determinar, efetivamente, os critérios de qualidade musical, segundo a sua ótica.

Do outro lado deste ringue, os músicos e cantores dos grupos de pagode enumeram motivos e razões para legitimar sua prática e serem reconhecidos como sambistas. Na verdade, reivindicam o direito de serem incluídos na categoria samba e de utilizarem o gênero como forma de expressão cultural, mesmo que não se adequando inteiramente ao seu ambiente

simbólico legitimado. O cantor Wagner, do grupo Os Morenos, defende a música do grupo, reivindicando a utilização da categoria:

> Acima de tudo somos sambistas, já que todas as nossas canções são na cadência do surdo, do pandeiro e do tamborim. Fazemos a fusão da música jovem, do nosso tempo, com o samba mais tradicional. [...] O samba vem mudando desde os tempos do Donga e do Pixinguinha. O tradicional foi o de 60 anos atrás. A música evoluiu e nem por isso o que fazemos deixará de ser samba (O Dia, 30/4/96).

O argumento do sambista para legitimar sua música é o da modernidade. A partir dessa visão, o samba praticado pelos grupos de pagode romântico é um samba atualizado, feito a partir de matrizes do final do milênio, incorporando elementos característicos do samba em alguns aspectos e não em outros. E, mesmo não se referindo ao passado do gênero, continua sendo samba porque é uma música "na cadência do surdo, do pandeiro e do tamborim". O elemento sonoridade é escolhido como eixo de comparação para a determinação da classificação musical e como porta de entrada para o conjunto de significações e a posição hierárquica da categoria samba no mercado de música.

Atento à importância das classificações do universo da música popular e da significação que essas categorias assumem nas disputas por prestígio no mercado musical, o sambista Nelson Sargento, integrante da ala de compositores da Mangueira, afirma que

> a música que caracteriza o país é o samba. O samba é a música popular do Brasil. Então tem que estar sempre em destaque. Isso não impede a existência de outros ritmos como o samba pagode, o samba bossa, o samba hip hop, porque todo mundo inventa mas ninguém cria. O samba é uma instituição. Por isso que ninguém tira o nome samba (entrevista para o site ClickNotícias, em 18/10/2002).

Mas as nomeações não são escolhidas ao acaso, de acordo com a vontade pessoal de cada artista ou grupo. Há fatores que determinam e orientam musical e socialmente a classificação de uma música como samba, como rock, como baião. Por outro lado, é fato que existem zonas de misturas, de interseções, de fusões, onde a mescla de elementos é tão intensa que acaba sendo nomeada também com uma mistura de termos classificatórios. Mas esse não é o caso do samba nos anos 1990.

Apesar de adotar elementos da música pop internacional, tomar emprestado levadas e sonoridades do cancioneiro romântico e do já misturado samba-rock de Jorge Benjor, o samba veiculado no mercado de música nos últimos anos do século XX não se afasta demasiadamente de alguns elementos característicos da prática do samba (como fragmentos do padrão polirrítmico característico e a sonoridade do pandeiro, que todos os grupos

utilizam) e têm razão ao reivindicar sua inclusão na categoria. Como estratégia de afirmação e valorização de sua música, o sambista Nenê, do Negritude Júnior, desqualifica a crítica de alguns jornalistas:

> Tem muita gente que não devia escrever. A gente acha que tem muita gente que quer que o samba fique sempre marginalizado, mas quando vê numa grande gravadora, vendendo bem, tocando nas melhores casas, com um estrutura profissional acha ruim e fala mal. Tem jornalista que não sabe das coisas que rolam e fica escrevendo bobagem. Esses caras vão entrevistar sambistas antigos, de outra geração, que têm uma outra visão do samba. Porque tem uma coisa de época, de geração (entrevista ao autor em 31/1/2005).

Em sua linha de raciocínio, o samba do Negritude e dos outros grupos seria "moderno", enquanto os sambistas "antigos" teriam uma outra visão sobre o gênero. A idéia de que o samba dos grupos da década de 1990 provoca uma espécie de conflito geracional é corroborada por Alexandre Pires:

> Alguns sambistas largados criticam a nova geração, mas nós tiramos o samba da coisa marginalizada. Agora os mauricinhos curtem, as crianças curtem e o samba entra no Canecão, no Palace, nas maiores casas de show do Brasil (O Dia, 13/9/1994).

Mais incisivo e direto, o ex-cantor do Só Pra Contrariar aposta na valorização pela popularidade, legitimando a música de seu grupo através do argumento da quantidade e, conseqüentemente, da penetração do gênero em espaços anteriormente fechados a ele. Alexandre Pires toca ainda em outro ponto, da marginalização do samba, ou seja, na zona hierárquica imprecisa que o gênero se situa, sendo utilizado em nichos de mercado fechados representando práticas comunitárias restritas. Nesse sentido, a música do SPC e dos outros grupos de pagode romântico estaria promovendo um aumento do prestígio comercial e no alcance do samba na sociedade, devendo ser valorizada por isso.

> O Raça Negra abriu essa porta pro samba, logicamente teve que tocar o Raça Negra e também outros grupos, outras bandas, outros cantores de samba. E também nós sofremos uma resistência tremenda. Nunca vi nenhum sambista dentro do Canecão, aí falamos: "vamos entrar no Canecão". Eles não queriam: "não isso não vai dar nada!" Até hoje é o recorde de bilheteria no Canecão. E naquele também o antigo Metropolitan, e lá em São Paulo também no Olímpia. Foi a primeira banda a entrar nessas casas fazendo um grande espetáculo (Luiz Carlos, entrevista ao autor, 8/4/2005).

Nenê confirma a importância do Raça Negra na valorização do samba enquanto produto no mercado de música e seu conseqüente sucesso comercial.

> O Raça Negra foi o responsável pela explosão do samba em um outro nível. Eles já começaram com uma equipe, uma estrutura diferente, mais condizente com todo o profissionalismo que estávamos buscando. Depois deles até as gravadoras mesmo, até a EMI já passou a ver o samba com outros olhos e querer lançar sambistas (entrevista ao autor em 31/1/2005).

Na estratégia de aumento de cacife simbólico e prestígio social, os sambistas dos grupos de pagode romântico dedicaram atenção especial ao vestuário. Com isso, um outro foco de disputas se abriu, caracterizando esses sambistas como "mauricinhos" ou, ainda mais pejorativamente, "mauriçolas". Silvio Essinger, em sua descrição de "pagode" para o *site* Clique Music é taxativo:

> Esse *pagode suingado*, também conhecido como *samba mauriçola* (por causa da opção dos músicos pelos símbolos de *status* da classe alta – roupas finas, telefones celulares e namoradas louras) foi um dos grandes sucessos ao longo da década, com músicas de refrões fáceis e romantismo deslavado (não raro encomendadas a *hitmakers* profissionais), predominância de instrumentos eletrônicos e coreografias de gosto duvidoso. Como se houvesse uma linha de montagem, os grupos se multiplicaram por todo o país.

O jornalista elege os bens de consumo como argumentos para uma desvalorização estética. Note que na preocupação de desqualificar o texto reforça preconceitos e estereótipos associando "namoradas louras" a "telefones celulares". É como se os símbolos de *status* da classe alta não pudessem ser utilizados por cantores de samba, caracterizando um rebaixamento estético e social. Ora, os músicos desses grupos, de fato, *pertencem* à classe alta e a utilização de símbolos de consumo não é nenhuma incongruência e nem pode ser tomada como critério de desvalorização.

Por outro lado, é verdade que, ao ascenderem social e comercialmente, os protagonistas dos principais grupos de pagode romântico passaram a cultivar uma grande preocupação com os figurinos e com sua imagem. Porém, como vimos, essa preocupação deriva muito mais de uma opção comercial de inserção no mercado do que em um símbolo de ostentação. Em entrevista ao jornal O Dia, Alexandre Pires conta que a opção de vestuário adotada pelo grupo (terno e gravata) "virou sinônimo de elegância e *respeito ao público*" (grifo meu).

Na mesma reportagem, a jornalista Márcia Disitzer comenta o trabalho de figurinistas que passaram a atuar nesse mercado, identificando detalhes estéticos que norteiam a relação entre roupas, *showbizz* e pagode romântico. Segundo a reportagem,

> conter o uso excessivo de roupas coloridas e brilhosas, evitar peças de gosto duvidoso e criar um estilo próprio são algumas tarefas dos figurinistas que cuidam do visual dos pagodeiros. O exemplo mais feliz dessa união é o trabalho feito pela estilista pessoal Fabiana Kherlakian com o grupo Só Pra Contrariar: o

> visual luxuoso do grupo lançou o vocalista Alexandre Pires como símbolo do pagode elegante (O Dia, 21/10/1998).

O vestuário é um símbolo de posição social que se completa com outros bens de consumo (carros, casas, celulares), conferindo legitimidade e credibilidade aos artistas. Ao adotarem terno e gravata e contratar estilistas profissionais, os grupos estão investindo em imagem com a certeza de que o retorno midiático se reflete em maior respeitabilidade social e, por que não?, estética. Ao mesmo tempo, sucesso comercial em música popular representa um excelente retorno financeiro e o enriquecimento dos artistas do pagode romântico é assunto sempre abordado (muitas vezes central) em diversas reportagens em revistas e jornais. Nessas matérias, nota-se um certo desprezo artístico pelo trabalho dos grupos ao enfatizar valores e futilidades dos artistas em detrimento da apreciação estética de sua obra. Alguns títulos se dedicam exclusivamente ao fator imagem ou à listagem de práticas de consumo dos grupos, dando ênfase exagerada ao aspecto financeiro ("Os bonitões do sambalanço", Pagode S/A", "Milionários do pagode", etc.). Temos, portanto, uma situação ambígua sobre o patrimônio adquirido dos artistas que, ao mesmo tempo, serve para desqualificá-los em matérias que conferem um ar pitoresco a seus hábitos de consumo, mas também funciona como símbolo de *status* social, conquistado através de suas músicas.

Dentre as estratégias de legitimação, a ampliação do mercado – que resulta em compensações financeiras – integra um argumento de cunho mais econômico do que exatamente estético:

> As pessoas que criticam o samba devem querer ouvir essas Madonna da vida. Deviam procurar saber que quem está tocando no violão música popular brasileira dá emprego para muita gente. Quem critica só pode estar ganhando lá fora para poder criticar um trabalho que é a nossa língua, a nossa cultura. O Michael Jackson paga salário pra elas, a Madonna paga salário para elas (Luiz Carlos, Revista Domingo, JB, 10/9/1995).

A oposição nacional x estrangeiro é central na argumentação de Luiz Carlos. O samba do Raça Negra teria sim uma qualidade musical conquistada a partir de seu mérito comercial e ocuparia uma faixa de mercado anteriormente preenchida por artistas da música pop americana. O argumento corresponde a uma noção de que a área estética na qual o Raça Negra atua não comporta práticas musicais muito diferentes da por eles praticadas. Isto porque se trata de uma música que deve ser comprada por milhões de consumidores, devendo por isso ter fácil comunicabilidade. A legitimidade desta música estaria exatamente em seu potencial comercial e no fato de ter nacionalizado o mercado, "dando emprego pra muita gente". O jornalista Celso Masson, da Revista Veja, compartilha da mesma opinião, confirmando o critério da quantidade como determinador de qualidade:

> Se no princípio o som do Raça Negra irritou os defensores do samba de museu, aqueles que se contentam em espanar o busto dos ídolos do passado mas não fazem nada de novo, hoje já conquistou até alguns sambistas tradicionais (...). Parte do respeito conquistado pelo grupo se deve à qualidade das músicas do compositor Luiz Carlos. Elas estão sempre entre as mais tocadas e com isso ele se tornou um dos maiores arrecadadores de direitos autorais no país (Veja, 22/5/96).

Antônio Carlos de Carvalho, produtor responsável pelo lançamento do Raça Negra afirma, sem falsa modéstia, que o sucesso do grupo produziu um fato novo no mercado musical brasileiro, o que também se caracteriza como uma estratégia de legitimação.

> Os intelectuais acham lindo o Jorge Ben usar três acordes para dizer que a chuva chove. Essas pessoas confundem brega com pobreza. Eu revigorei toda a MPB através do Raça Negra. Sedimentei o sucesso para a volta do chefão Jorge BenJor (Isto é, 15/12/93).

Em sua particular versão da história recente da música popular brasileira, o produtor traz para a discussão a questão da complexidade harmônica e da originalidade da letra. Na visão direta de Carvalho, se Jorge Benjor pode falar de coisas banais com três acordes e ser reconhecido como artista de grande prestígio na MPB, porque o mesmo não ocorre com o Raça Negra, que segundo ele é um divisor de águas no mercado nacional? E mais: se é legítimo falar de uma chuva que chove sem parar, porque não falar de "amorzinho"? Luiz Carlos minimiza a importância das críticas a seu trabalho:

> Nunca fui de prestar atenção em crítica. Não vai ser agora, com dois milhões de discos vendidos que vou passar a prestar. Samba é samba em todo o Brasil. O nosso só é mais reto, com uma batida diferente. Demos uma roupa nova ao samba. E cem por cento das nossas músicas falam de amor, paixão (O Dia, 30/6/94).

Apoiados em vendas expressivas de seus grupos, os sambistas da nova geração recorrentemente desdenham e desqualificam as críticas que recebem. Segundo a visão dos protagonistas desses grupos, as críticas derivam de um setor da intelectualidade e do samba que permanece à margem do mercado, cultuando o passado e deixando de se posicionar frente ao futuro: os "defensores do samba de museu". Porém, não se pode ignorar o peso das análises críticas, derivado principalmente de onde elas partem, isto é, qual do grau de legitimidade que determinados jornalistas, sambistas e pesquisadores gozam para fazerem essas críticas reverberarem. O reconhecimento estético desse setor não é desprezível no mercado de música, sendo continuamente buscado por todos os artistas, mesmo os de maior sucesso comercial.

É fato que a imprensa possui o poder de formar opiniões e a publicação de uma crítica positiva tem um enorme potencial de incrementar as vendas de certos produtos culturais. Peças de teatro, filmes e espetáculos de dança tendem a obter maior sucesso comercial se receberem críticas positivas. Mas isso não funciona exatamente assim para o mercado de música e para programas de televisão. O grau de alcance dos produtos audiovisuais televisivos e das canções populares supera em muito as vendas de jornais e revistas, atingindo uma percentagem bem maior da população nacional. Isso significa que um crítico de jornal pode declarar um CD como de baixíssima qualidade, pouco criativo e de conteúdo ralo (e vimos que, de fato, isso é feito) e, ainda assim, esse disco atingir vendagens estratosféricas. Analogamente, um artista ou grupo musical pode mobilizar enormes platéias em suas apresentações, vender milhares e até milhões de discos e se ressentir de pouco prestígio no quadro de valores compartilhados nas instâncias de crítica do mercado nacional de música. Essa dicotomia revela um descompasso entre o valor que cada julgamento de qualidade possui no conjunto da sociedade, ou seja, que instâncias e pessoas são reconhecidas como detentoras de um saber tal que sua opinião sobre um determinado disco ou artista adquire peso simbólico e colabora para fixar uma posição hierárquica para este produto.

Uma vez que "pagode romântico" e "samba de raiz" ocupam o mesmo segmento estético e categoria mercadológica – o "samba" – tanto a crítica negativa quanto a positiva colaboram para associar as duas correntes estéticas no mercado de música. Através do sucesso comercial dos grupos de pagode romântico e da ferrenha crítica dos setores legitimados da sociedade, o gênero samba ampliou consideravelmente sua penetração no cenário da música nacional, resultando em uma valorização de artistas de samba reconhecidos como de boa qualidade que voltaram a ocupar espaço de destaque no mercado. O jornalista Carlos Rennó observa esse fenômeno:

> Há momentos em que, na coexistência de variantes estilísticas de um mesmo gênero, a mais pobre, redundante e portanto mais acessível pode até contribuir para a continuidade daquela mais rica e original, com maior taxa de informação estética, em vez de substituí-la no mercado. É o que ocorre hoje de certo modo, com o samba tradicional e com aquilo que estamos chamando de pagode (Revista Época, 22/6/1998).

Apesar de deixar clara sua posição sobre os parâmetros de qualidade estética, Rennó reluta em aceitar simplesmente a denominação de "pagode" e reconhece a possibilidade de simultaneidade entre as duas práticas. A mesma opinião é compartilhada pelo veterano sambista Martinho da Vila, que em 1995 atingiu a impressionante marca de 1,5 milhão de

cópias vendidas de seu CD *Tá delícia, tá gostoso*, explorando uma estética musical bastante aparentada com o chamado pagode romântico.

> O *boom* desses grupos ajudou, indiretamente, pois acordou o departamento de marketing das gravadoras para o samba. As vendas sempre foram expressivas, mas não como agora. Aconteceria a mesma coisa se alguns brasileiros fizessem música italiana. Isso abriria o mercado para bons artistas da Itália também (JB, 3/2/97).

A comparação com a música italiana é instigante porque remete a um critério de valoração geograficamente determinado, como se músicos brasileiros não pudessem gravar músicas italianas com qualidade, ou grupos de samba de São Paulo e Minas não pudessem fazer um samba de bom nível estético. A mensagem implícita nessa declaração de Martinho é que existe uma prática legitimada *a priori* e uma outra que, por utilizar elementos musicais externos aos praticados em sua localidade, se ressente de menor valor simbólico. Esse pensamento abre brecha para uma rixa muito intensa que brotou em alguns momentos na valorização do samba na década de 1990: a velha disputa simbólica entre Rio e São Paulo.

Se o samba surgiu no Rio de Janeiro e teve suas referências estéticas construídas em torno dos bairros, morros e Escolas de Samba da então capital federal, a cidade é continuamente evocada e valorizada no repertório e no imaginário do gênero. Lugares específicos da cidade como Mangueira, Madureira, Estácio, Praça Onze e Lapa, além de nomearem espaços públicos, fornecem uma alta dose de representação simbólica ao serem tomados como lugares de samba e de sambistas. A partir da desterritorialização do samba, as referências geográficas cariocas transitam em todo o território nacional e conferem ainda maior legitimidade a esse circuito físico do gênero. É claro que, ao assumir a ponta do mercado musical no início da década, o samba do grupo paulista Raça Negra mexeu com os brios do bairrismo carioca.

No imaginário caricato das distinções entre as duas capitais, a cidade de São Paulo é uma cidade profissionalizada, sede de empresas endinheiradas do capital internacional, onde as pessoas são sérias, trabalhadoras, e mais "duras" seja no molejo físico, seja no trato pessoal. O carioca, ao contrário, é um ser alegre, sensual, pouco afeito ao trabalho, feliz com sua deslumbrante cidade e se esmera em seu constante "jeitinho" para resolver as coisas. Uma cultura do trabalho e uma cultura do botequim. As distinções de lazer são ironizadas no anedotário carioca, que afirma que os paulistas, não tendo a beleza natural e democrática das mais belas praias a seu dispor, passam os finais de semana lavando carros e indo ao aeroporto "para ver avião subir e descer".

Musicalmente, o Rio é a principal cidade do mercado de música, onde foi gestado o mais importante gênero musical do país. A música carioca seria, portanto, ritmicamente interessante, própria para manifestação coreográfica coletiva, para o *swing*, para a festa, uma vocação da cidade. Ao mesmo tempo, segundo o poeta carioca Vinícius de Moraes, a cidade de São Paulo seria o "túmulo do samba", vista apenas como um ótimo mercado para shows – pelo alto poder aquisitivo de sua população de elite e pela própria demanda da cidade por opções de lazer.

De fato, até a década de 1990, apesar de um intenso movimento do samba na capital paulista em torno das Escolas de Samba locais e também estimulado pela circulação nacional de artistas ligados ao gênero (cariocas ou radicados no Rio), o único sambista paulista que conquistou alguma notoriedade foi Adoniran Barbosa. A prática do samba veiculada nacionalmente continuava sendo exclusiva de artistas cariocas e tudo parecia confirmar a sentença irônica de Vinícius. No entanto, o sucesso do Raça Negra e o posterior lançamento de outros grupos paulistas (Negritude, Art Popular, Soweto, Katinguelê, Karametade, etc.) alterou esse quadro. No momento em que esses grupos passam a conquistar públicos numerosos, a legitimidade comercial do samba de São Paulo adquire visibilidade nacional e, no âmbito do mercado, ocupa casas de espetáculos – inclusive em praias cariocas, como o Canecão.

No entanto, na hierarquia estética de consagração da música popular brasileira o Raça Negra e os outros grupos de pagode romântico não conseguiram grande projeção e sua origem geográfica se tornava mais um determinante de pouca qualidade musical. No Rio, o samba desses grupos era classificado pejorativamente como "paulista", representando aqui o avesso do conjunto de representações simbólicas do samba – identificado com a cultura popular carioca, com fundo de quintal, com o amadorismo, com o botequim.

João Freire Filho observa ainda que a rejeição estética expressa por setores da intelectualidade carioca não se dirigia apenas ao pagode romântico, mas a todas as práticas musicais massivas produzidas fora das redondezas do Cristo Redentor (2001:172). Nesse sentido, o pagode (da capital paulista), o sertanejo (do interior paulista) e o axé (de Salvador) se tornavam alvo de reações violentas de escritores e jornalistas que condenavam – estética e geograficamente – a "invasão popularesca" que ocupou o mercado de música nos anos 1990 (idem:168).

Luiz Carlos se defende, contestando a distinção geográfica:

> Não existe essa rivalidade entre Rio e São Paulo. Os grupos de samba tocam nas duas cidades e nunca houve problema. Os que tentam criar esse clima ruim são artistas que não fazem nada de bom e querem aparecer. Tenho pena desses caras, não vale citá-los (O Dia, 11/3/97).

Para Silvio Rodrigues, então produtor do grupo Negritude Júnior, a diversidade geográfica é um dado positivo no mercado, colaborando para o surgimento de novas estéticas:

> Os pioneiros são do Rio, mas o estouro aconteceu em São Paulo, onde surgiram grupos como o Raça Negra. Grande parte dos artistas mais populares não são cariocas. Isso é um estímulo pois abre novos espaços. Em Minas, por exemplo, há também grupos de samba locais vendendo bem e criando novos consumidores (JB, 3/2/97).

É como se a oposição entre samba de raiz e pagode romântico fosse uma atualização da antiga rivalidade entre paulistas e cariocas. Apesar disso, com o decorrer da década e entrada em cena de diversos outros grupos como o Só Pra Contrariar, de Minas e o Grupo Molejo, do Rio, essa distinção deixou de ser importante e se tornou superficial. Grupos cariocas como o Raça e Swing e Simpatia seguiram o mesmo padrão estético do Raça Negra e colaboraram para que essa divisão geográfica ficasse irrelevante.

Nas discussões sobre a consagração estética do pagode romântico e do samba de raiz, independentemente de sua origem geográfica, percebe-se que o primeiro tende a ser legitimado comercialmente pelo público consumidor, que lota shows e esgota lançamentos fonográficos, enquanto a prática "de raiz" tende a ser valorizada esteticamente em opiniões de jornalistas e sambistas, mas seu impacto quantitativo no mercado de música é pequeno. A separação entre as duas correntes estilísticas funcionou no mercado para dar visibilidade a essa disputa em torno da legitimidade comercial e estética, mas ofuscou a percepção de que o samba voltou a ocupar um lugar de destaque no mercado de música. Para Nenê, a oposição (e as críticas recebidas) não correspondia à prática musical do grupo e apenas serviram para dividir o universo do samba no mercado.

> Foi duro [receber as críticas] porque a gente era fã de alguns artistas, como a Beth, que a gente decorava a ficha técnica, pra saber quem era quem, quem tocava, quais eram os compositores. Com as críticas como a dela a gente se decepcionou um pouco. Porque na época o certo era a gente do samba se juntar pra ter mais força e não ficar criticando (entrevista ao autor, 31/1/2005).

De fato, o momento de mercado era propício para o samba e a disputa em torno de posições prestigiadas tanto nos parâmetros comerciais quanto estéticos evidenciou ainda mais o gênero no mercado. No meio das discussões sobre *o que* era samba e *quem* tinha legitimidade para afirmar pública e mercadologicamente que fazia samba, algumas questões que historicamente dificultavam a projeção comercial do gênero e mantinham a posição simbólica dúbia no imaginário nacional estavam brotando e sendo re-elaboradas. Dentre essas, o tema mais visível e que aparece de forma mais contundente não só na música mas em toda a sociedade

brasileira, é a questão étnica. O sucesso de grupos formados principalmente por negros e com nomes tão explícitos como Raça Negra, Grupo Raça, Negritude Júnior, Raça Brasileira, Só Preto Sem Preconceito, Os Morenos, entre outros, trouxe à tona, de forma evidente, o grande debate em torno da posição social do negro na sociedade brasileira.

5.3 - O negro e o samba

No final do século XX, intensos debates em torno do preconceito racial no Brasil ocorriam em várias esferas, promovendo uma "conscientização" da população para suas manifestações. Diversos movimentos populares passam a denunciar o racismo da sociedade brasileira, numa atuação que culmina na fundação do Movimento Negro Unificado em 1978 e, onze anos mais tarde, na regulamentação da Lei 7.716/89, que pune com reclusão e multa os crimes resultantes da "discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional". Institui-se o Dia Nacional da Consciência Negra, posteriormente reconhecido como feriado nacional e comemorado pelos quatro cantos do país no dia 20 de novembro, data do aniversário do assassinato de Zumbi, o mais importante líder do referencial Quilombo dos Palmares. O centenário da Abolição reforça os debates. A baixa representação de negros em programas e novelas de televisão, na política e nas diretorias de empresas começa a ser questionada e são criados produtos destinados ao público negro (linhas de cosméticos, hidratantes e protetores solares, revistas, penteados, etc.).

Todo esse movimento tinha (e ainda tem) um alvo bastante claro: o forte racismo camuflado que habita até os dias de hoje o imaginário compartilhado da cultura nacional. Nesse sentido, a valorização das práticas culturais trazidas pelos africanos escravizados em solo brasileiro se constitui em uma importante estratégia de aumento do prestígio da influência negro-africana na sociedade brasileira e, conseqüentemente, de eliminação progressiva do racismo. O samba, sendo um gênero valorizado da cultura nacional e reconhecidamente uma manifestação musical criada em ambientes majoritariamente freqüentados por negros, se torna um dos pilares dessa luta.

Segundo José Jorge de Carvalho, os principais modelos de construção identitária de uma cultura musical afro-brasileira derivam dos cultos religiosos trazidos pelos escravos e adaptados às duras condições sociais do regime escravocrata. Esses modelos (fundados nas práticas do candomblé, das congadas e da umbanda) têm como característica uma estratégia de *inclusão*, isto é, de estabelecimento de um pertencimento ampliado capaz de abranger não

só os negros africanos e seus descendentes, mas também brancos, mulatos ou imigrantes de várias localidades.

> Do ponto de vista da identidade étnica, o *candomblé* não estabelece distinção de cor, racial ou social: todo mundo é um membro em potencial, uma vez que todo ser humano tem seu orixá; então, pretos ou não-pretos, brasileiros ou não-brasileiros, são oposições que não fazem sentido no mundo dos orixás; eles são apenas africanos no nível mitológico; e no nível da identificação individual, eles são simplesmente universais (Carvalho, 1992:188).

É evidente que esse caráter inclusivo foi estratégico para que as práticas religiosas fossem toleradas pela elite branca europeizada. O sentido de inclusão foi ainda fundamental para o samba no momento de sua fixação como gênero nacional, driblando os fortes preconceitos raciais para sedimentar seu espaço no mercado musical (ver Cap. 2).

Por outro lado, a estreita identificação do samba com setores marginalizados da população, formados principalmente por negros, era evidente. Assim, as estratégias de legitimação do gênero no incipiente mercado musical da primeira metade do século XX procuravam, sempre que possível, neutralizar essa óbvia identificação recorrendo a metáforas e omissões, cujo eixo principal era a valorização do próprio samba (representado como forma ideal), de seus elementos característicos (pandeiro, violão) e de seus lugares específicos (morros, botequins, terreiros). Com o passar dos anos, o gênero passou a ser valorizado também por sua história, através de obras e sambistas consagrados, continuamente revisitados, homenageados e cantados em rodas e shows de samba. Entre mestres do passado, elementos musicais recorrentes, espaços comunitários referenciais e obras regularmente cantadas, os protagonistas da categoria samba valorizavam não só o gênero, mas também sua ancestralidade que, é claro, incluía referências às culturas africanas que lhe serviram de inspiração, mas que foram quase sempre apresentadas de forma indireta ou apenas presumida.

Nas últimas décadas do século XX houve uma mudança nesse padrão, tornando mais explícita a caracterização do samba como uma música criada por negros tanto em canções quanto em textos de sambistas e pesquisadores, que começam a utilizar o gênero como um exemplo para a valorização da cultura negra. No início de seu livro *Escola de samba, árvore que esqueceu a raiz*, Candeia e Isnard são categóricos: "para se falar de samba temos que falar de negro, para se falar de negro temos que contar sua árdua luta através de muitas gerações, erguendo seu grito contra o preconceito e raça e de cor herança da escravidão" (1978:5). No mesmo ano, Muniz Sodré publica a primeira edição de seu livro *Samba, o dono do corpo*, no qual afirma:

> Na realidade, os diversos tipos de samba (samba de terreiro, samba duro, partido-alto, samba cantado, samba de salão e outros) são perpassados por um mesmo sistema genealógico e semiótico: a cultura negra. Foi graças a um processo dinâmico de seleção de elementos negros que o samba se afirmou como gênero-síntese, adequado à reprodução fonográfica e radiofônica, ou seja, à comercialização em bases urbano-industriais (1998:35).

A valorização da contribuição dos negros na sociedade brasileira através do samba estava, de fato, na ordem do dia. Três anos antes do lançamento do livro de Sodré, o sambista Candeia, insatisfeito com o já irreversível processo de espetacularização profissionalizada da Portela, funda Escola de Samba Arte Negra Quilombo, cujo principal objetivo seria o de "desenvolver um centro de pesquisas de arte negra, enfatizando sua contribuição à formação da cultura brasileira" (Última Hora, 7/1/76, citado em Vargens, 1997:75). Em 1978, a Quilombo desfila com um samba de Wilson Moreira e Nei Lopes intitulado *Ao povo em forma de arte*, cuja letra, apesar de extensa, merece transcrição:

Quilombo
Pesquisou suas raízes
E os momentos mais felizes
De uma raça singular
E veio pra mostrar essa pesquisa
Na ocasião precisa
Em forma de arte popular
Há mais de quarenta mil anos atrás
A arte negra já resplandecia
Mais tarde a Etiópia milenar
Sua cultura até o Egito estendia
Aí o legendário mundo grego
A todo negro de etíope chamou
Depois vieram os reinos suntuosos
De nível cultural superior
Que hoje são lembranças de um passado
Que a força da ambição exterminou
Em toda cultura nacional
Na arte e até mesmo na ciência
O modo africano de viver
Exerceu grande influência
E o negro brasileiro
Apesar de tempos infelizes
Lutou, viveu, morreu e se integrou
Sem abandonar suas raízes
Por isso o Quilombo desfila
Devolvendo em seu estandarte
A História de suas origens
Ao povo em forma de arte

A letra deste samba contextualiza muito bem a noção que norteava o movimento negro no final do século: uma revisão histórica para reafirmar a força da colaboração africana na cultura nacional, na arte e "até mesmo na ciência". De acordo com José Jorge de Carvalho, neste período ocorre uma "mudança real no modelo de construção estética da identidade negra no Brasil, apresentada em certos estilos de música popular (entendida como comercial) [...], que de forma explícita e consciente procura se identificar como 'negra'" (1992:197).

Os exemplos são diversos e passam pela importação do *reggae* jamaicano, do *blues* e da *soul music* norte-americana, e, posteriormente, do *funk* e do *rap*, todas manifestações musicais profundamente identificadas com a etnia negra. O samba, evidentemente, acompanhava este processo e começava a ser explicitamente tratado como uma manifestação artística de negros, instrumento de valorização do orgulho de "uma raça singular" no país. Dez anos depois de *Ao povo em forma de arte*, a temática iria ser abordada novamente no samba-enredo da Escola de Samba Vila Isabel intitulado *Kizomba, festa da raça* (Rodolpho/ Jonas/ Luis Carlos da Vila), que venceu o desfile carioca:

Valeu Zumbi
O grito forte dos Palmares
Que correu terra, céu e mares
Influenciando a Abolição

É nesse contexto que devemos entender o surgimento comercial de grupos de samba cujos nomes faziam, direta ou indiretamente, referências à questão étnica. A adoção de nomes politicamente implicados com a luta contra o racismo e com a afirmação do orgulho negro pertence a um conjunto de ações e elaborações do pensamento social que, de fato, têm promovido uma mudança no modo da sociedade absorver seu passado escravista. Nesse sentido, a "causa" negra estava presente no imaginário da população e aparecia de forma evidente nas práticas populares historicamente identificadas com as populações negras das cidades. Grupos de música popular compostos por jovens negros habitantes das periferias das grandes cidades e, sintomaticamente, criando sua linguagem musical a partir do samba, estavam em uma posição sócio-política particularmente sensível a esse pensamento.

O percussionista Gabu, ex-integrante do Raça Negra, fornece uma explicação bem direta para o nome do grupo: "Sete negões, né? Não tinha outra!" (O Dia, 30/6/94). A simplificação da frase do músico revela uma relação direta entre toda essa ambientação política e a prática musical desses jovens. Parece que não havia mesmo outra opção: a "festa da raça" se impunha. No início da carreira, antes de se chamar Raça Negra, o grupo se apresentava com nome "A cor do samba".

No entanto, a identificação do samba com sua origem negra não deriva exclusivamente de uma aproximação filosófica, hereditária e social previamente determinada. Há elementos característicos na prática do samba que favorecem essa identificação com o "modo africano de viver" e reforçam a ancestralidade da música dos ritos africanos e sua influência na prática sócio-musical do samba. A utilização do *paradigma do Estácio*, por exemplo, revela um traço reprocessado da contrametricidade da música africana e aproxima a prática do samba deste passado referencial, auxiliando no estabelecimento de sua origem étnica. Ao mesmo tempo, a ênfase e a valorização do fazer musical amador, cujo modelo é a prática de "fundo de quintal", associa a música-samba ao contexto étnico e social de sua criação, intensificando a identificação do gênero com as populações negras marginalizadas do início do século XX.
Porém, paradoxalmente, a música do Raça Negra evita de forma intencional esses elementos e associações, o que gera uma espécie de descompasso entre a música e o nome do grupo, numa posição pouco clara frente à questão do preconceito racial. Talvez a frase de Gabu esclareça a idéia: apesar de não apresentar em sua prática musical nenhuma referência mais explícita ao tema da etnicidade, a evidente identificação entre os integrantes pela cor da pele, inserida em um contexto sócio-cultural de afirmação do orgulho negro e somado à utilização do samba como forma de expressão direcionavam o grupo para uma espécie de *obrigatoriedade* de engajamento na luta contra o preconceito racial. Reforçando esta noção, o cantor Luiz Carlos afirma que o nome do grupo não tinha conotação "nem social, nem racial, nem de levantar bandeira, nada disso".

> Acho que a melhor coisa pra você defender a sua etnia, a sua cor é você agindo nas suas atitudes [SIC]. Não adianta você levantar a bandeira do negro no país e ser um mau-caráter... Pra você levantar bandeira você tem que levantar bandeira da forma correta. Musicalmente falando eu acho uma besteira, uma tolice, a não ser que você esteja num local propício pra isso. Eu não ia entrar na casa de umas pessoas com músicas de conotação racista ou defendendo alguma bandeira, sei lá se a pessoa quer saber disso. O público do Raça Negra não é o negro, o branco; é todos eles: o branco, o negro, o amarelo, o vermelho (entrevista ao autor, 8/4/2005).

De fato, a música do Raça Negra é absolutamente universal, abrindo possibilidades múltiplas de identificações: homem, mulher, branco, negro, "amarelo ou vermelho". O tema é o amor e o amor não tem cor. Nesse sentido, Nei Lopes critica a posição adotada pelo grupo e seguida por alguns outros que obtiveram sucesso no período. Segundo o autor, no final do século XX o samba se transformou em um produto "fútil e imediatista".

> E isto talvez por conta do conjunto de estratégias de desqualificação que ainda sustentam as bases do racismo antinegro no Brasil. E esse racismo que, no nosso entender, vai cada vez mais separando coisas indissociáveis como o samba e a macumba, a ginga e a mandinga, a música religiosa e a música profana, desafricanizando, enfim, a música popular brasileira. Ou 'africanizando-a' só na aparência, ao sabor das modas globalizantes *made in* Jamaica ou Bronx (Lopes, 2004:55).

Ao separar "samba e macumba", os grupos de pagode romântico da década de 1990 estariam eliminando elementos característicos do gênero que remeteriam à sua ancestralidade africana e à própria formação do gênero. O processo de desafricanização descrito por Nei Lopes seria, portanto, representado por uma progressiva perda de referências às raízes da música brasileira e, com isso, promoveria ambiente cultural cuja valorização da contribuição da cultura negra estaria camuflada. Em outras palavras, ao incluir referências musicais exógenas à prática consagrada do samba e eliminar alguns de seus elementos simbólicos mais expressivos (o cavaquinho, o *paradigma do Estácio*, a reverência aos mestres do passado, a estreita simbiose com a religião), este samba se aproximaria da música pop internacional e, com isso, se afastaria de sua origem afro-brasileira. Para o autor, o "pop milionário, sem pátria e sem identidade palpável (mesmo quando pretende ser étnico), é exatamente aquela parte da música dos negros americanos que a indústria do entretenimento desafricanizou" (idem).

A tese de Nei Lopes é coerente e contundente. Sobretudo se pensarmos (e ouvirmos) os 10 discos lançados pelo Raça Negra entre 1991 e 2000. Na obra do grupo, a utilização recorrente de elementos da música pop internacional e a ênfase insistente na temática do amor concreto e realizável, de fato, escondem propositadamente uma aproximação com a questão étnica. O grupo desenvolve seu samba com a intenção evidente de evitar associações com sua etnicidade, tão acentuada em seu nome. É como se, na música do Raça Negra não existisse a raça negra.

No entanto, mais uma vez, nem todos os grupos de pagode romântico rezam pela mesma cartilha inaugurada pelo grupo paulista. Adotando a temática da etnia no nome, assim como seu conterrâneo Raça Negra, o Negritude Júnior inclui sistematicamente em sua obra um componente de crítica social e, em entrevistas, manifesta indignação com a situação do negro nas periferias das grandes cidades. Essa opção já se evidencia a partir do primeiro disco do grupo, lançado pela gravadora Zimbabwe, voltada para o lançamento de artistas negros. A gravadora surgiu como um desdobramento de uma empresa de bailes que já apresentava uma ênfase na atuação social-racial. Segundo William Santiago, um de seus sócios,

> na época em que começamos, a gente só fazia bailes para a comunidade. Lembro que, na época, investimos o lucro de todos os nossos bailes. A nossa proposta era trabalhar com artistas negros. E acredito que conseguimos. Tem de ser assim, nosso povo tem menos oportunidade (Revista Raça, agosto de 1999).

Imbuídos do espírito politicamente engajado de William, os integrantes do Negritude, no decorrer de sua vitoriosa carreira, abordaram em diversas oportunidades a temática do preconceito racial e da exclusão social. Na música *Sr. Presidente* (Wagninho/ Netinho), lançada em 1996, esse teor é bastante evidente:

Senhor Presidente espero que se encontre bem
Pois a nossa gente ainda anda esmagada no trem
Idosos vendendo pipoca e amendoim
Que país é esse, meu Deus, o que será de mim
Senhor Presidente, a semana passada quem viu
A nossa cidade de tanta água quase que sumiu
No Posto de Saúde não tinha ninguém pra atender
A pobre da moça que estava pra ganhar neném
Acabou nascendo um menino forte e bonitão
Que a gente faz votos pra que não vire ladrão
A mãe só tem quinze e o pai foi preso na boca
E nas faculdades o *crack* é a nova onda (quem diria!)

Essa letra, impensável no repertório do Raça Negra, apesar de não ser explícita quanto à questão étnica, a aborda de forma implícita no quadro dramático da crônica social. Para o Negritude, o componente étnico se funde com a crítica das condições de vida da população das periferias. Neste aspecto, apesar de ter ocupado o mercado de música através de seus sambas românticos interpretados pela voz suave e quase infantil do cantor Netinho, o conteúdo crítico de algumas de suas canções permite ao grupo se aproximar, por exemplo, do *rapper* Mano Brown, dos Racionais MC (também lançado pela Zimbabwe), que participa da gravação da faixa-título do disco *Gente da gente*, de autoria de Wagninho e Netinho:

Esse samba é pra gente da gente
Que vive a pegar no batente
Com sol ou com chuva ou doente
Sabe que tem que trabalhar
(...)
Essa gente é na gente que crê
Negritude é lição de viver
Juventude drogada pra quê
Ai meu deus o que posso fazer
Essa gente já sofre demais
São tratados como animais
E só querem um pouquinho de paz
E precisam ouvir Racionais

Em todas essas músicas, há uma relação clara entre exclusão social, preconceito racial, drogas e criminalidade, muitas vezes se configurando como uma relação de causa e efeito contra a qual é necessário resistir e encontrar uma alternativa. Em *Terra prometida*, os autores são bem explícitos:

Se liga no assunto, pivete
Pra que assaltar lanchonete
A massa já está de olho em você
Aí vê se entende o recado
Você está no caminho errado
Ficar nesse embalo de drogas pra quê

Ao mesmo tempo, o Negritude se coloca uma função social ao patrocinar programas sociais na Cohab de Carapicuíba e promover, através de sua música, uma valorização da "negritude". O refrão da música *Periferia* (EMI, 2000), também de Wagninho e Netinho, demonstra claramente essa opção:

Honre sua cor
Mostre seu valor
Periferia é amor
Negro é luz, calor

Netinho, ex-cantor do grupo, manifesta com freqüência em entrevistas sua indignação com a discriminação racial no Brasil: "Queremos mostrar para os diretores de dramaturgia que existem negros no Brasil. Sinto dificuldades de ver negros na televisão. Contam-se nos dedos os negros que trabalham em novelas" (O Dia, 15/8/1998). Sobre o sucesso dos grupos de pagode romântico e a valorização implícita da auto-estima dos negros, atesta: "O cara vê o Só Pra Contrariar na televisão e diz: 'Olha, o Alexandre Pires é bonito, então eu também sou bonito!' Faltava isso. Esse cara não tinha referência. Não tinha no país ninguém com uma história como a nossa" (idem).

A ação política de valorização da negritude não se restringe, no caso do grupo, ao aspecto simbólico de sua prática musical. Em entrevista à Revista Raça, Netinho fornece detalhes sobre o funcionamento empresarial das empresas que funcionam em torno do Negritude Júnior e de sua atuação diversificada no mercado. Na ocasião, descreve uma ampliação nos negócios, sem perder o foco da questão étnica:

> Nos últimos anos, houve uma exploração da beleza negra por parte dos brancos. Eu não acho isso justo. Se meu povo tem que pagar pela beleza, que esse dinheiro vá para as mãos de gente de nossa comunidade. Então eu resolvi montar um salão classe A para negros, com o mesmo padrão de um Jacques Janine. Fiz acordo com os fornecedores, de forma que meu preço não precisa ser igual ao daquele salão, porque a maioria do meu povo não tem o mesmo

> dinheiro que os clientes de lá. Os salões que eu via por aí, dedicados ao público negro, tinham ótimos profissionais, mas com espaço muito indigno, muito feio, sujo, muito deteriorado. O que estou fazendo aqui na região de Osasco e também em Santana, onde abrimos a primeira franquia, é seguir o exemplo branco: pegamos os melhores funcionários e os trazemos para trabalhar aqui. Agora estamos nos unindo à Wagner Company, um dos melhores salões de São Paulo (Revista Raça, fevereiro/2000).

Nesta narrativa, podemos observar que o engajamento do grupo na valorização do negro na sociedade não é intuitivo ou secundário, mas uma intenção política, cultural e empresarial, com ramificações em diversas áreas (projetos sociais, músicas, produtos de beleza, camisetas e shows).

É verdade que, ao mesmo tempo em que a temática surge com força em parte do seu repertório, em declarações à imprensa e em atitudes práticas, a obra do Negritude de uma forma geral tem poucas referências musicais e simbólicas à prática do samba comunitário, fundado no referencial étnico-sócio-cultural do fundo de quintal e das relações comunitárias. Nesse sentido, a idéia de Nei Lopes que se trata de uma música "desafricanizada" ganha força e pertinência.

Por outro lado, é possível entender que a abordagem que o Negritude dá ao tema é mais sintonizada com o momento cultural, no qual a valorização do orgulho negro se tornou eixo principal da atuação dos movimentos que lutam contra o preconceito racial. Há, de fato, uma diferença de estratégias entre a "pesquisa de raízes" que a Escola de Samba Arte Negra Quilombo desenvolvia na década de 1970 e a abordagem direta de quem recomenda "honrar a cor" para uma gente que ainda anda "esmagada no trem" e precisa "ouvir Racionais". No entanto, ambos são modelos de construção de identidade negra através da música popular que convergem em ações práticas e simbólicas de valorização do negro na sociedade e na luta contra a discriminação. No caso do samba, esses dois modos de enxergar a questão se unem na denúncia e nas disputas para aumentar o valor simbólico da categoria no quadro hierárquico da música popular e, com isso, conquistar reconhecimento estético e mercadológico.

5.4 - Um traço de união: o preconceito

A noção de que o samba é uma categoria tratada com preconceito é compartilhada pela esmagadora maioria das pessoas que trabalham e convivem com essa prática musical. Desde sua fixação enquanto gênero nacional e, principalmente, a partir da década de 1960, quando a MPB assume um lugar de maior prestígio hierárquico no mercado de música, os sambistas denunciam e lutam para reduzir esse preconceito. Trata-se de uma batalha difícil pois não há clareza nem sobre as razões dessa discriminação e muito menos sobre quem seriam os agentes desse preconceito. No entanto, não é raro perceber que, em diversas ocasiões, o gênero é relegado a um plano de prestígio inferior e qualificado como prática subalterna, protagonizado por sujeitos de menor legitimidade na sociedade. Nesse sentido, há uma inter-relação notória e muito estreita entre a questão étnica e a questão social.

Umbilicalmente identificado como música criada por setores marginalizados da sociedade, no seio de uma população majoritariamente negra ou mulata, o samba percorreu, no decorrer do século XX um longo caminho de idas e vindas para se afirmar no mercado e conquistar prestígio. O preconceito contra o samba é, portanto, obviamente, uma face do grande preconceito que as classes sociais de maior poder econômico nutrem com relação aos setores mais humildes da sociedade. Um gênero musical que traz a marca de um contingente populacional de menor poder aquisitivo é, inevitavelmente, diminuído em seu valor cultural por setores da elite econômica. Completando o quadro que caracteriza sua valoração inferiorizada no mercado, o ambiente cultural representado na utilização de determinados elementos estéticos no repertório do samba (rítmicos, sonoros, poéticos, estilísticos, etc.) reforça o pertencimento do gênero ao fundo de quintal, à prática comunitária e amadora do fazer musical, rechaçando elementos e pensamentos estranhos a esse espaço cultural. Com isso, o preconceito se acentua.

Por outro lado, esse mesmo samba ocupa espaços legitimados do mercado de música e é praticado e defendido por parcelas intelectualizadas da classe média, com acesso privilegiado a determinadas instâncias de decisão de políticas culturais e aos meios de comunicação – sobretudo rádio e imprensa em geral. Ao mesmo tempo, muitos sambistas conquistaram razoável legitimidade estética no mercado musical, compartilhada inclusive pelos setores mais preconceituosos da elite econômica. Paulo da Portela, Cartola, Nelson Cavaquinho e Paulinho da Viola são exemplos de sambistas que obtiveram um bom reconhecimento cultural no mercado e colaboraram para legitimar o samba enquanto música de alto valor na sociedade.

Todo esse contexto de disputa colaborou para o desenvolvimento da noção de que o samba é uma prática de *resistência* das populações marginalizadas. E essa resistência se caracteriza pela a adoção de valores perenes, provocando muitas vezes um certo fechamento estético a influências externas. O samba deve resistir à cultura internacional-popular, ao mercado, à influência americana, à ganância dos proprietários de gravadoras e meios de comunicação, ao rock, ao *pop*, enfim, deve sobreviver em meio a um ambiente hostil.

A noção de um samba que se coloca em oposição a outras práticas musicais levou, no decorrer dos anos, a uma outra idéia bastante presente no imaginário do samba, que diz respeito ao "fim" do samba, à sua morte. Essa morte anunciada é revisitada com impressionante freqüência nas letras de samba e funciona, mais uma vez, como uma afirmação da permanência temporal do gênero, que por sua vez extrai sua força e sua renovação exatamente da sua proximidade e comunicação estreita com a "raiz".

Em 1975, Alcione grava um samba de Edson e Aloísio que implora já no título: *Não deixe o samba morrer*. Três anos depois, no famoso disco *De pé no chão*, Beth Carvalho lança o clássico *Agoniza mas não morre*, de Nelson Sargento. Em 1983, um samba de Jorge Aragão e Dida, protagonistas da "nova morada" do samba nos anos 1980 afirmava que, "se alguém disser que o samba acabou, dia que se enganou, se enganou" (*Questão de fé*, gravado por Alcione no disco *Almas e Corações*). A mesma idéia ressurge em *Eu canto samba* de Paulinho da Viola, em 1989, mas nesse caso, o autor a classifica como um "papo furado", desdenhando o suposto fim do samba e afirmando sua atualidade:

Há muito tempo
Eu escuto esse papo furado
Dizendo que o samba acabou
Só se foi quando o dia clareou

Quatro anos depois, já no auge da explosão do pagode romântico, o grupo Fundo de Quintal lança um LP que dizia em sua faixa-título que "fazem de tudo pra silenciar *a batucada dos nossos tantãs*". Neste caso, a resistência é contra um sujeito oculto, que deseja efetivamente impor o silêncio ao samba. Pensar nesses termos em 1993, ano que marca a entrada no grande mercado de Só Pra Contrariar e Negritude Júnior, depois de dois discos de vendagem milionária do Raça Negra pode ser um tanto estranho, mas evidencia uma preocupação constante dos sambistas, que acaba se tornando um tema prestigiado do repertório do samba. Ao mesmo tempo, reforça uma separação entre a prática musical do pagode romântico e a "raiz" do samba do Fundo. Mas porque querem silenciar essa batucada?

Segundo Neoci, importante sambista do Cacique de Ramos, a resposta se encontra no fato de o samba ser "uma manifestação de preto e de pobre" (Afinal, 28/4/1987). Na década de 1980, com a explosão do pagode, a discussão em torno da discriminação do samba no mercado foi tema recorrente. Para Marcos Silva, então gerente da RGE – gravadora que mais lançou sambistas no período –, o sucesso foi uma vitória da persistência de todos os agentes envolvidos.

> Fomos tombando obstáculos. Antes, nos restaurantes e bares existia uma plaqueta: 'É proibido batucar'. Hoje, eles mesmos contratam pagodeiros. Mas tivemos que trabalhar com muitas barreiras porque o pagode era considerado coisa de malandro e as rádios não queriam tocar também por causa do medo (Afinal, 24/4/87).

Com o sucesso do pagode, o preconceito passava a ser administrado no mercado e conseguia furar alguns espaços. Na mesma época, Ubirany, do Fundo de Quintal, observa:

> O samba ainda é um pouco discriminado. É claro que houve progressos. Os meios de comunicação passaram a divulgar mais, as gravadoras se interessaram e o público atualmente compra mais discos. Além disso, algumas rádios passaram a tocar o pagode diariamente. Mas em compensação, nas FMs quase não se ouve samba. Quando muito, eles fazem um programa exclusivo de samba com dia e hora marcada (O Globo, 1/6/87).

No entanto, a ênfase no amadorismo da prática do samba e o grande prazer que alguns dos protagonistas do pagode dos anos 1980 tinham dessa vivência comunitária dificultou uma maior projeção do gênero em uma conjuntura de mercado que buscava, cada vez com mais afinco, uma otimização das carreiras e profissionalização de todos os aspectos que circundavam o *showbizz*. Luiz Carlos, do Raça Negra, conta que o grupo teve dificuldades, antes do lançamento do primeiro disco, em 1991.

> Quando cheguei na Copacabana, antes da RGE, pra mostrar nosso demo ele nem quis atender. "Não quero negócio de samba aqui não, essa cambada de maconheiro". Até hoje eu me lembro, foi isso que ele falou. Então o samba tinha essa coisa por ter estourado, ter virado um produto de mercado e eles não souberam aproveitar na época. O samba na realidade nesse momento estava marginalizado porque estava vindo o sertanejo com Chitãozinho e Xororó e os caras com profissionalismo e uma produção enorme em cima do sertanejo. E estava todo mundo de olho no sertanejo, que era o grande mercado (entrevista ao autor em 8/4/2005).

O cantor e compositor Luiz Carlos aponta um outro aspecto que tange o preconceito contra o samba: a falta de profissionalismo e a associação com drogas e marginalidade. Pudemos observar que a estratégia comercial de todos os grupos de samba que surgiram no contexto dos anos 1990 buscava estabelecer uma relação profissional com o mercado que queriam

ocupar, elaborando "regras" de conduta e se posicionando como aliados dos agentes de gravadoras e empresários de shows. Com isso, conseguiram, de fato, alcançar vôos mais expressivos no mercado profissional de música, ocupando rádios FM, prestigiadas casas de espetáculos de grande porte e as primeiras colocações em listas de mais vendidos e mais tocados. Não é exagero afirmar que os grupos de pagode romântico dos anos 1990, ao compatibilizarem samba com comunicação de massa, samba e mercado, produziram uma diminuição no preconceito comercial que alguns agentes de empresas de entretenimento tinham com relação ao gênero.

Por outro lado, ao se afastarem esteticamente de alguns elementos característicos da prática legitimada do samba, esses grupos perderam o respaldo da crítica especializada e a identificação com sambistas prestigiados no cenário musical, o que os relegou a um plano hierárquico inferior nas categorias de classificação do mercado. A conseqüência é que não foi possível, em um primeiro momento, vencer outros preconceitos que ainda circundam o fazer samba, esses relacionados às questões étnicas e sociais. O samba – e, mais especificamente, o *pagode* – continuaram associados negativamente às populações negras das periferias. O experiente produtor Rildo Hora confirma que os artistas de samba, especialmente os que estão em início de carreira sofrem um certo preconceito:

> Existe uma espécie de uma coisa muito disfarçada assim um pouco de racismo. Não digo por parte das gravadoras, não, digo da sociedade de um modo geral, de ver a ascensão de um cara de uma classe menos privilegiada; isso cria um certo problema pra quem esteja chegando. Mas depois que o cara consegue botar o bloco na rua começam a achar bonitinho. Isso existe mesmo no mundo inteiro, principalmente contra os negros, acho existe um certo preconceito (RildoHora, entrevista ao autor em 8/4/2005).

Acostumado com a instabilidade do mercado e com as resistências dos diretores de gravadoras, Rildo não acredita que o preconceito seja responsável por uma diminuição do espaço do samba no mercado.

> As gravadoras encontram um caminho que tá dando pé e vão naquilo. Se por acaso for samba muito bem. Se for outra coisa, eles também vão ganhar. Eles não têm essa preocupação com 'aspectos e cores' da paisagem brasileira. Não acho que haja má vontade (RildoHora, entrevista ao autor em 8/4/2005).

É verdade que, de tempos em tempos, o mercado fonográfico brasileiro vivencia um grande sucesso de samba, ora configurando um movimento ou uma moda, ora representando êxito isolado de algum artista mais legitimado comercialmente. No entanto, a percepção de que os sambistas sofrem uma certa discriminação, mesmo quando ocupam os lugares mais altos nas

listas dos "dez mais" é comum a quase todos os músicos. Para Luiz Carlos, este preconceito é mais social do que racial (JB, 10/9/95):

> Até hoje, logicamente, existe um preconceito muito grande em cima do samba. Tem muita gente que adora, no carnaval se veste de baiana e quando você vai entrevistar ele diz que detesta esse ritmo. Mas no carnaval ele tava cantando, todo suado, com sua roupinha, sambando e tudo. Existe um preconceito social. É muito mais fácil eu falar que escuto todo dia *A Hora do Brasil,* que vão dizer: "Esse cara é culto", do que dizer que escuto a FM O Dia ou a Transcontinental [que tocam samba] (Luiz Carlos, entrevista ao autor).

Alexandre Pires observa ainda que existe um preconceito nos profissionais da imprensa, que relutam em divulgar e comentar positivamente as conquistas dos grupos de pagode romântico.

> O Só Pra Contrariar hoje é o maior nome a música brasileira fora do país e aqui ninguém fala. Existe um respeito muito grande com o trabalho da gente pelos profissionais da imprensa lá fora. Aqui acho que acontece o famoso preconceito contra o samba. Se fosse outro gênero não seria assim (Alexandre Pires, Folha de S. Paulo, 17/9/99).

Comparando com outros gêneros, o cantor Salgadinho, do grupo Katinguelê resume de forma bem direta a sensação de que os sambistas são sempre preteridos nas instâncias de mercado, mesmo quando atingem públicos mais expressivos: "Um grupo de rock vende 250 mil cópias e consegue um contrato com a Coca-Cola. O pagode vende pelo menos 700 mil e não consegue isso e, quando fica em 300 mil, dizem que é um fracasso" (JB, 27/2/2001).

É claro que a situação descrita pelo músico não pode ser explicada somente pelo viés comercial. A música popular é repleta de simbologias e identificações que se manifestam nas categorias do mercado, conferindo faixas de gosto e graus de legitimidade estética compartilhados. O samba, apesar de ter rompido diversas barreiras mercadológicas durante a década de 1990, ocupando espaços de consagração máxima no mercado de música e superando vendas de artistas anteriormente considerados imbatíveis, ainda não foi capaz de aumentar significativamente seu *status* hierárquico neste mercado. No entanto, a legitimidade comercial que os grupos de pagode romântico conquistaram favoreceu uma nova configuração na categoria samba e sua inserção no mercado de música, que transbordou para todos os artistas envolvidos com sua prática, novos e antigos.

Apesar do Raça Negra, Negritude Júnior, Só Pra Contrariar entre outros não terem adquirido reconhecimento estético pelos agentes legitimados das instâncias de crítica e também pelos sambistas mais consagrados no mercado, seu sucesso promoveu um intenso debate em torno da categoria samba, de sua prática e de seus protagonistas. Desse intenso ambiente de disputas simbólicas, comerciais e estéticas, houve efetivamente uma transformação no mercado de

samba que possibilitou o surgimento de novos artistas capazes de lutar por um melhor posicionamento hierárquico do gênero no mercado de música, agora a partir de sua valorização estética.

Capítulo 6

NOVOS RUMOS E UM MERCADO EM MOVIMENTO

6.1 - Zeca Pagodinho

É impossível pensar na relação entre samba e mercado de música nas duas últimas décadas do século XX sem comentar a carreira de Jessé Gomes da Silva Filho. Carioca do Irajá, Zeca nasceu em 1959 e desde cedo freqüentava rodas de samba e blocos carnavalescos. Seu apelido deriva exatamente do nome de uma ala do famoso bloco Boêmios do Irajá, a ala do "pagodinho", por ele freqüentada. O primeiro momento de grande notoriedade de Zeca Pagodinho no mercado se deu no bojo do movimento do pagode dos anos 1980, sendo ele um de seus principais protagonistas. Mas vale a pena percorrer sua trajetória artística desde o início.

Zeca era freqüentador assíduo das rodas do Cacique de Ramos, logo se destacando como exímio improvisador. Em 1983, a convite do produtor musical Rildo Hora, grava uma participação no disco *Suor no Rosto*, de Beth Carvalho, na qual demonstra seu carisma e sua enorme potencialidade mercadológica. Seu samba *Camarão que dorme a onda leva*, em parceria com Arlindo Cruz e Beto Sem Braço, revelava um compositor com especial talento para crônica cotidiana, dono de um toque de humor e de um linguajar característico dos subúrbios cariocas que apresentava grande capacidade de identificação popular.

Não pense que meu coração é de papel
Não brinque com o meu interior
Camarão que dorme a onda leva
Hoje é dia da caça, amanhã do caçador

A partir desta primeira experiência de estúdio, Zeca participa, ao lado de Jovelina Pérola Negra, Mauro Diniz, Pedrinho da Flor e Elaine Machado, do "pau de sebo" *Raça Brasileira*, produzido por Milton Manhães em 1985, na RGE. O LP em pouco tempo conquista o "disco de ouro" e potencializa comercialmente o movimento orgânico do pagode.

> Depois das 100 mil cópias do quase artesanal "Raça Brasileira", Milton podia falar grosso com a diretoria da RGE. Queria investir na carreira solo dos cinco. O primeiro da lista era o garoto de vinte-e-poucos-anos Zeca Pagodinho. Lançado em 1986, "Zeca Pagodinho" chegou arrebentando a boca do balão. Emplacou uma série de sucessos que faz parte do repertório do cantor até hoje, como "Coração em Desalinho", "Quando Eu Contar (IáIá)", "Judia de Mim" e "Brincadeira tem Hora". Sozinho, Zeca ultrapassou a marca de vendas de "Raça Brasileira" com a humilde quantia de um milhão de cópias vendidas. Nem nos seus sonhos mais otimistas, o rapaz de Irajá imaginou isso – ainda mais fazendo a mesma música que sempre fez e com as mesmas pessoas (retirado do *site* do artista).

O primeiro disco solo de Zeca teve a sorte de ser lançado em um momento de grande efervescência no mercado fonográfico e na vida econômica brasileira, no auge do curto sucesso do plano Cruzado. As vendas de discos aumentaram consideravelmente no período e o samba – através do "pagode" – vivia um momento de grande exposição midiática[53]. Mas, esse momento logo passou e o pagode perdeu força, o mercado perdeu consumidores e Zeca lançou seu segundo LP, *Patota do Cosme*, sem o mesmo sucesso comercial do primeiro. A conseqüência imediata deste momento de retração do pagode na carreira de Zeca seria a mudança de gravadora, passando para a RCA, pela qual lançou seis discos entre 1988 e 1993. Segundo a biografia em seu *site*, esse período marcou uma "fase estranha" na carreira do artista, na qual o seu sucesso em palcos e rodas pelo país não se refletia em vendas e discos. Na verdade, com exceção do biênio 1986/87, diversos artistas ligados ao samba tiveram dificuldades de vender discos e até mesmo de lançar novos trabalhos durante a década de 1980[54].

No início dos anos 1990, o grande mercado fonográfico brasileiro esteve concentrado nos produtos que atingiam altíssimos índices de vendagem, centrados nas três categorias (axé, sertanejo e pagode romântico) que movimentaram o caixa das *majors* no período. É a partir de 1994 que, em um novo momento de estabilização econômica, ocorre a consolidação da mudança tecnológica do LP para o CD, permitindo um maior fluxo de caixa nas gravadoras e a volta de investimentos em artistas consagrados. Era o início da era dos CDs e da digitalização do mercado musical, que traria mudanças significativas na configuração deste mercado, sobretudo através do aumento da diversidade dos lançamentos. Para a categoria samba, que já nessa época aparecia muito bem representada pelos grupos de pagode romântico, a diversificação estilística começa a surgir em 1995, através das mãos do produtor Rildo Hora. Neste ano, Rildo produz dois discos que alteraram o panorama do mercado de samba a partir de então: *Tá delícia, tá gostoso*, de Martinho da Vila (Sony) e *Samba pras moças*, de Zeca (Polygram).

---

[53] A partir de dados coletados junto à ABPD e ao IFPI, Márcia Dias constata um crescimento de mais de 150% entre as vendas de 1985 (45,1milhões de unidades) e 1986 (74,3 milhões), índice que se manteve estável em 1987 (72,6) e que voltou a cair no ano seguinte (56 milhões em 1988) (citado em Dias, 2000:78).

[54] Assim como Zeca, os mais importantes artistas de samba do mercado fonográfico brasileiro tiveram dificuldades comerciais no período. Entre 1983 e 1996, Paulinho da Viola lançou apenas disco em 1989, intitulado *Eu canto samba*. Beth Carvalho, depois de 12 discos na RCA, se muda para a Polygram em 1988, onde lança 3 discos e se transfere novamente para a Som Livre (2 discos). Durante a década de 1990, e cantora passaria ainda por 5 gravadoras, lançando um ou dois títulos em cada uma. Martinho da Vila, apesar de seus lançamentos anuais, não conseguiu a mesma projeção comercial que marcou sua carreira na década de 1970. Com a morte de Clara Nunes em 1983, pode-se dizer que todo o time de frente do samba no mercado vivenciou, de uma forma ou de outra, uma "fase estranha" a partir do início dos anos 1980.

O sucesso estrondoso de Martinho (1,5 milhão de cópias) não era nenhuma novidade. Com o nome sedimentado no panorama nacional há quase três décadas, o compositor de Vila Isabel acumulava prestígio e potencial comercial suficiente para, a qualquer momento, conquistar novamente posições de destaque no grande mercado. Além do mais, a chave do sucesso desse disco de Martinho era a música *Mulheres*, de Toninho Geraes, construída numa estética bastante aparentada com a do pagode romântico, de vendagem milionária. A novidade do ano, sem dúvida, foi o "ressurgimento" de Zeca para o grande mercado, que se iniciou com a mudança para sua nova gravadora, a Polygram.

A alquimia do sucesso do CD *Samba pras moças* resulta de uma série de fatores. Em primeiro lugar, pode-se destacar a qualidade de produção do disco, acompanhada em todos os lançamentos posteriores de Zeca assinados por Rildo, que unia elaborados arranjos de sopros e cordas com uma vigorosa base percussiva, intencionalmente colocada "à frente" durante a mixagem, imprimindo uma atmosfera animada e intensa às músicas de maior projeção. Em matéria intitulada "O som da Era Zeca", o jornalista Hugo Sukman fornece detalhes sobre a sonoridade:

> Rildo Hora e Paulão 7 Cordas[55] [...] inventaram um novo som para o samba. E seu laboratório, desde o disco *Samba pras moças* (1995), foi Zeca Pagodinho. Tal som, que podemos chamar de – vá lá – samba sinfônico, consiste em percussão pesada, mais calcada em instrumentos graves como surdo e caixa do que nos leves tamborim e agogô (embora sem dispensá-los); cordas e sopros consistentes, e não apenas como cama; e introduções e solos supertrabalhados de violões, cavaquinhos e demais instrumentos de cordas dedilhadas, além da marca registrada, a gaita de Rildo (O Globo, 11/11/2003).

Apesar do jornalista atribuir esse "samba sinfônico" aos arranjadores e produtores, essa determinação estética representa antes de tudo, uma escolha do artista. Sobre a sonoridade de seus discos, Zeca declara: "Eu acho legal o negócio que o Rildo faz, o negócio de cordas e orquestra porque eu digo sempre que a gente não pode perder a batucada. Pode botar o que quiser, mas a batucada tem que estar presente" (DVD Acústico MTV, 2003). Muita batucada com orquestra. Essa mistura representa um custo alto para as gravadoras, e o fato do produtor ter conseguido essa verba generosa evidencia que a Polygram estava mesmo em busca de um grande retorno comercial. Rildo explica a opção:

[55] Paulão é violonista e diretor musical dos shows de Zeca e, trabalhando junto com Rildo em algumas produções ajudou a sedimentar a sonoridade que atualmente é apresentada na obra do artista.

> Eu luto pra conseguir mais verbas pras minhas produções. As minhas produções não são as mais caras do mercado, não. Talvez o Zeca seja no momento. Mas eu fico ali no meio, não sou aquele que tem a verba menor nem me preocupar em ter verba muito grande, ter lanche, aquelas badalações: uva, uísque, vinho, isso não. Eu prefiro mandar comprar um sanduíche ali na esquina pro meu artista e gastar a verba investindo nos músicos. Minha grande arma é ser amigo dos músicos de gravação. Eu trabalho com gente muito boa e muito querida. [...] Às vezes os músicos colaboram, eu peço que trabalhem por um preço mais baixo. Porque meu disco tem muita gente tocando, eu não faço disco de pouca gente. Eu gosto de colocar cordas, sopros. Então um disco com um orçamento de 150 mil, tendo muita gente pra tocar, o preço tem que ser um pouco menor individualmente. [...] Mas é melhor que você coloque muita gente pra trabalhar, porque é muita gente envolvida naquele projeto e a falar sobre aquilo. Isso cria uma força impressionante, o cara leva o disco pra casa e tá falando. Acho que é meu *marketing*, sei lá, é meu jeito de agir e de pensar (entrevista ao autor em 8/4/2005).

É interessante notar que o produtor menciona a qualidade dos músicos e sua relação afetiva como ingredientes do disco, ao lado da participação de "muita gente". A idéia que um disco com muita gente tem mais força pode ser entendida em um plano metafísico espiritual, mas também num plano concreto através da noção de *massa sonora*. A sonoridade de muitos instrumentos juntos recria um fazer coletivo de grande impacto nos ouvintes, colaborando para a comunicação da música e para o estabelecimento de um ambiente animado, festivo. O caráter "animação" foi fundamental, por exemplo, para conquistar um público jovem que desconhecia Zeca e tinha pouca relação com o samba. Ao mesmo tempo, a gravadora investiu pesado na divulgação do disco, que chegou às lojas com uma bem montada estratégia de marketing, centrada não só na música mas, principalmente, em seu carisma.

A sofisticação estética do produto disco e o investimento em divulgação se completavam com a espontaneidade do artista, que passou a representar uma posição simbólica extremamente forte no imaginário da música nacional. Em 1994, casado e pai de três filhos, sustentando a família com uma rotina intensa de shows e viagens, Zeca adquire um sítio em Xerém procurando sossego e tranqüilidade. Lá, promove concorridas rodas de samba e se dedica àquilo que mais gosta: família, amigos, festa e à sua cervejinha. Essa combinação encontrou eco no imaginário de um tipo de juventude urbana para quem o estilo de vida de Zeca se tornou sinônimo de simplicidade, alegria e prazer. Num sentido mais amplo, a mesma juventude que buscava o amor realizado do pagode romântico encontrou, no artista Zeca (mais até do que em sua música), um referencial para a idealização de uma estabilidade afetiva associada a um comportamento social descompromissado, vivido entre amigos em constante festa.

A declarada adoração de Zeca pela cerveja, que inclusive representou polêmicas incursões do artista no mundo publicitário[56], contrastava com a propagada abstinência dos grupos de pagode romântico, para os quais o samba seria diminuído simbolicamente ao se associar a quaisquer drogas, lícitas ou ilícitas. Zeca, ao contrário, construiu sua imagem pública a partir dessa relação entre samba e prazer muito presente em sua música, que não envolvia diretamente o prazer sexual, mas a paquera, o flerte, o namoro, e, ao mesmo tempo, o convívio social, movido, principalmente, a cerveja. Em interessante artigo sobre o artista, João Batista Damasceno observa uma associação entre o imaginário brasileiro-malandro e a imagem pública do artista Zeca.

> No Brasil da pessoalidade e da sensualidade é que o tipo Zeca Pagodinho se criou. Zeca tem a cordialidade que nos caracteriza. Tem a ginga brasileira. E, por isso, o público se identifica com ele, se encanta com ele. Foi a ética do malandro carioca vivida pelo artista Zeca Pagodinho, com imenso talento, que o transformou no símbolo que é. Suas músicas retratam a boemia, a sedução, a conversa mole do malandro para "ganhar" a mulher desejada ou ainda a superioridade do esperto diante do "mané" (Damasceno, /2004).

De certa forma, sua projeção recuperou uma parte idílica e positiva do imaginário do malandro, mais próxima à do *bon vivant*, capaz de, ao mesmo tempo, garantir seu ganha-pão com responsabilidade e competência, em uma carreira que se tornou altamente profissionalizada. Em suas palavras:

Provei pra você que não sou mais disso
Não perco mais o meu compromisso
Não perco mais uma noite à toa
Não traio e nem troca a minha patroa[57]

Mas não foi sempre assim. Essa nova postura adquirida a partir do lançamento de *Samba pras moças* contrastava profundamente com o descompromisso com que Zeca tratou sua carreira quando, em 1986, experimentou sucesso semelhante. Na época, assustado com o sucesso, o

[56] No verão de 2003/2004 a cerveja Schincariol estréia uma agressiva campanha de marketing para lançamento de seu novo sabor, a Nova Schin. O lema das peças publicitárias era a "Experimenta" e o principal *spot* televisivo tinha um fechamento de gala: Zeca Pagodinho, conhecido bebedor da concorrente Brahma, experimentava e aprovava o sabor. Deu certo. A cervejaria dobrou sua participação no mercado e ampliou seus pontos de venda. No entanto, em março de 2004 estréia, em horário nobre, sem maiores explicações, uma nova campanha da Brahma cuja estrela é o próprio Zeca. O mercado publicitário entrava em litígio numa acirrada disputa entre Eduardo Fisher (da Nova Schin) e Nizan Guanaes (da Brahma), com direito a processos judiciais e representações no Conar (Conselho de auto-regulação publicitária). No meio disso tudo, popularizou-se a idéia de que Zeca traiu o contrato com a Nova Schin e mudou para a concorrente por dinheiro. Em entrevistas, o artista declarou que estava "muito velho" para beber Brahma escondido e que agora poderia volta à sua vida normal (O Globo, 14/3/2004). É difícil precisar se houve prejuízo para a imagem de Zeca nesse episódio, mas é fato que o artista se expôs a um grande desgaste midiático que nada tinha a ver com sua bem montada imagem no mercado de música.

[57] *Não sou mais disso*, parceria de Zeca com o "cacique" Jorge Aragão.

cantor se esquivava dos compromissos profissionais e buscava se estabelecer no mercado sem se adequar às suas obrigações. Ele mesmo descreve a relação amadora com o sucesso que dominou seu início de carreira:

> Camarada, eu abria a porta do meu quarto e tinha um monte de repórter na minha sala. E dali pro Chacrinha. Não é à toa que eu faltei uns quatro Chacrinhas, o que era um pecado. A produção vinha me buscar e eu ficava em cima do telhado só olhando o que acontecia. A avó da minha mulher dizia; "mas ele não está. Eu vou fechar a porta, com licença." E os caras xingava: "Não vou com os cornos dessa velha...". E eu falava pra Neném: "Os caras te xingaram pra caramba" [...] Aí levei uma chamada do Bira Presidente, que pediu pra eu não fazer mais isso, que prejudicava o pessoal todo. Teve uma vez que eu pulei o muro e fui embora da TV Manchete. Eles tiravam muita onda com samba em televisão. O samba sempre teve esse negócio, parecia que estavam te fazendo um favor. Você perguntava a que horas ia começar e o cara respondia "Ah não sei não, agüenta aí". Como quem diz: "Não tem que estar reclamando de porra nenhuma" Mudou porque nós botamos pé firme (O Globo, 6/6/2005).

Além do "pé firme" e da "chamada" de Bira Presidente (integrante do Fundo de Quintal, atuante no mercado desde 1980 e mais acostumado com os trâmites profissionais), é indiscutível que o próprio mercado de samba se alterou. Não podemos esquecer que Zeca passou por uma "fase estranha" na carreira, possivelmente potencializada por sua postura paradoxal frente ao mercado. Essa postura amadora, já mal recebida em meados nos anos 1980, seria simplesmente inaceitável na década seguinte.

Principalmente a partir da explosão do pagode romântico, samba e mercado se tornaram cúmplices, eliminando o paradoxo e o descompromisso descrito no relato de Zeca. A nova fase na carreira do sambista só pôde ser efetivamente vitoriosa porque o astro provou que "não é mais disso". Desta forma, o descompromisso amador, lúdico e malandro do personagem Zeca Pagodinho se restringe à sua imagem pública e ocupa *apenas* o espaço simbólico de sua projeção midiática. Trata-se, agora, de um artista profissional, responsável pai de família, trabalhador e bem sucedido, que, ao mesmo tempo, se identifica e projeta identificações com a imagem do "malandro", com os momentos de festa, prazer e liberação nas suas (muitas) horas livres. Há, em sua imagem pública e na sua postura artística uma certa apologia ao ócio, passando a impressão de que sua vida é uma *constante* festa, vivida em família e cercado de amigos. Em sua música, o artista sedimenta esse imaginário ao cantar e se colocar publicamente como um artista do grande mercado que *prefere* estar entre amigos, tomando cerveja. No palco de seus shows, há sempre uma mesa com a bebida.

Nos discos de Zeca Pagodinho, a sonoridade das canções representa muito bem esse intercâmbio entre mercado e fundo de quintal ao associar uma complexa rede de polifonias de instrumentos em tratamento sinfônico (cordas e grande variedade de sopros) com uma forte

batucada, com alta taxa de contrametricidade, polirritmias e variações de acentos e levadas. Isto é, de um lado, as harmonias trabalhadas, as polifonias melódicas formando um intrincado jogo de perguntas e respostas, contracantos e timbres executados com rigor milimétrico e, do outro, o improviso da batucada livre, contramétrica, variada, vigorosa e coletiva. Orquestra e fundo de quintal em simbiose, disciplina e improviso, precisão e informalidade; mercado e roda.

No repertório de Zeca, pode-se notar ainda uma certa variedade estilística que se unifica não só através da sonoridade, mas também de sua interpretação. O cantor Zeca Pagodinho, apesar de não ser dono de grande voz ou de técnica apurada, domina inteiramente as nuances rítmicas da interpretação de samba, realizando deslocamentos nos acentos das palavras, ora meio falando meio cantando, sempre fazendo parecer que a voz brota das demandas expressivas de cada música. O swing do canto de Zeca remete ao ambiente malandro do gênero, num contínuo exercício de flutuação rítmica, pontuado pela sonoridade da fala e pelo conteúdo semântico das letras. A cineasta Denise Moraes, autora do filme *O Jaqueirão do Zeca*, confirma:

> No caso de Zeca Pagodinho certamente entre as razões [do sucesso] deve figurar lá no alto a absoluta qualidade do seu trabalho: Zeca, além de um compositor de mão cheia, é um intérprete muito especial, que faz divisões rítmicas imprevisíveis, criativas, muito pessoais, ninguém faz igual. Não bastasse isso está sempre cercado de bambas. Tanto entre os compositores (sempre grava a Velha Guarda da Portela, gente da categoria de um Monarco e contemporâneos e autores sensacionais como Arlindo Cruz, Serginho Meriti, Trio Calafrio, que estão no filme) quanto entre arranjadores e músicos: Rildo Hora, Paulão 7 Cordas, Mauro Diniz, Esguleba,... Ih, um montão de gente fera (29/9/2004, entrevista concedida para o site www.cineminha.com.br).

As canções de maior sucesso de seus discos, depois de *Samba pras moças*, são quase todas centradas na temática do amor, retratado a partir de duas visões. De um lado, alguns sambas que partem da noção de que o amor rima com a felicidade, e narram uma relação bem sucedida ou com fortes possibilidades de ocorrer em futuro próximo. Nestes casos, a amada é presenteada, recebe elogios e declarações, como no partido *Faixa amarela*, composto em pareceria com seu pai, Jessé, Luiz Carlos e Beto Gago e lançada em 1997:

Eu quero presentear
A minha linda donzela
Não é prata nem é ouro,
É uma coisa bem singela
Vou comprar uma faixa amarela
Bordada com o nome dela
E vou mandar pendurar
Na entrada da favela

Em *Verdade* (Nelson Rufino/ Carlinhos Santana), lançada em 1996 no CD *Deixa clarear*, a declaração é o mote [CD ANEXO: faixa 18]:

Descobri que te amo demais
Descobri em você minha paz
Descobri sem querer a vida
Verdade!

Essa letra, que poderia muito bem integrar o repertório do Raça Negra, é uma declaração direta de amor, fundada principalmente na possibilidade concreta de sua realização. Ao declarar a "verdade" desse amor, o autor afirma que não pode "pensar em perder" sua amada e busca a felicidade a partir desse encontro. Mais interessante, contudo, é a adoção, nesta obra, de forma camuflada, do *padrão Benjor*, executado pela percussão (caixas). Apesar do padrão não estar em evidência, os apoios rítmicos destacam com recorrência os pontos cruciais da levada de Jorge Benjor, utilizada com freqüência pelos grupos de pagode romântico. Trata-se de uma canção dotada de enorme potencialidade comercial que, sendo lançada por um artista com nome consagrado, tinha tudo para se consolidar como um grande sucesso. A animação, o amor verdadeiro e feliz, a levada "da moda".

Por outro lado, há uma parte do repertório de Zeca que retrata o amor de forma bastante conflituosa, como arena de frustrações, desentendimentos e tristeza, análoga à que o repertório do samba havia sedimentado no imaginário do gênero até os anos 1990. Um ótimo exemplo disso é o samba *Vai vadiar* (Monarco/ Alcino Corrêa), gravado em 1998 com enorme sucesso no CD que leva seu nome na capa.

Eu quis te dar um grande amor
Mas você não se acostumou à vida de um lar
O que você quer é vadiar
Vai vadiar, vai vadiar
Vai vadiar, vai vadiar

Ao mandar a amada "ir vadiar", os autores tentam se livrar do inconveniente deste amor, mas adotam uma postura incrédula sobre "quem gosta da orgia", não havendo nenhuma dose de otimismo para um reencontro ou um novo amor. A base rítmica que acompanha essa música, obviamente, está centrada no padrão polirrítmico clássico do samba, baseado no *paradigma do Estácio*. O mesmo pessimismo com relação ao amor descrito com humor semelhante pode ser encontrado no partido *Ninguém merece* (Arlindo Cruz/ Jorge David/ Acyr Marques), gravado no mais recente CD de Zeca, *À vera* (Universal, 2005) [CD ANEXO: faixa 19]:

Ninguém merece sofrer, ninguém merece
E nem ficar com você, ninguém merece
Tô tranqüilo e você vem me zoar, ninguém merece
Só almoço na hora do jantar, ninguém merece
Você torce pro meu time perder, ninguém merece
E me nega o teu olhar de prazer

Através de uma atuação em duas áreas, cantando tanto o amor bem sucedido quanto gravando canções que descrevem um amor que "ninguém merece", a obra recente de Zeca consegue transitar por públicos variados, que encontram em sua imagem pública diversos elementos de identificações. O denominador comum entre "as idades, os dois sexos, as classes sociais" (Morin, 1975:42) é atingido pelo artista através de uma competente articulação entre o ambiente amador das relações afetivas e encontros sociais domésticos, e o altíssimo nível de profissionalismo de todas as esferas de sua vida artística. É claro que sua posição no mercado se torna possível, também, por sua simpatia e seu forte carisma, construído na sinceridade de um sambista que conhece o estrelato há muitos anos, mas que foi capaz de atravessar períodos "estranhos" e atingir postos cada vez mais elevados no mercado de música, sem perder sua espontaneidade. Deve-se destacar que o Zeca personagem midiático não difere muito do homem Zeca Pagodinho, numa vitoriosa proximidade que cativa os seus fãs e os consumidores de sua música[58].

Por outro lado, não podemos deixar de registrar que o fenômeno Zeca Pagodinho só pôde ocorrer em um mercado pelo qual já haviam passado grupos de samba que, de fato, romperam barreiras de preconceito e ocuparam espaços nos primeiros lugares das listas de sucesso. Não se trata de estabelecer uma relação de causa e efeito, mas de observar que já existia um público que não se identificava exatamente com o imaginário do samba, mas que consumia sambas desses grupos, abrindo espaço para conhecer outros artistas.

A aposta inteligente da Polygram (depois adquirida pela Universal) foi potencializar as características mercadológicas de Zeca em um mercado que já não se apresentava tão fechado para o gênero quanto na década anterior e que, ao mesmo tempo, manifestava uma demanda reprimida por maior diversidade estética. Em fevereiro de 1996, o Jornal do Brasil publica uma reportagem sobre o sucesso do samba e reproduz uma lista dos discos mais vendidos:

[58] Em 2005, a gravadora Universal o presenteou com uma placa e uma festa comemorando os 10 anos de *Samba pras moças* e os 7 milhões de discos vendidos desde então.

Os campeões:
1º) *O samba não tem fronteiras* – Só Pra Contrariar [BMG]
2º) *Tá delícia, tá gostoso* – Martinho da Vila [Sony]
3º) *É o tchan* – Gerasamba [Polygram]
4º) *Mamonas assassinas* – Mamonas assassinas [EMI]
5º) *Samba pras moças* – Zeca Pagodinho [Polygram]
6º) *Gente da gente* – Negritude Júnior [EMI]
Fonte: JB, 3/2/1996.

Através dessa lista podemos observar que o espaço do samba no grande mercado estava, de fato, passando por uma reordenação. Negritude Júnior e Só Pra Contrariar iniciavam as melhores fases de suas carreiras, com vendas que chegariam a 500 mil discos no caso do grupo paulista (em 1995 e 1996) e mais de 6 milhões de unidades vendidas dos quatro discos lançados pelos mineiros entre 1995 e 1998. Ao mesmo tempo, a disputa e o debate em torno do samba e o surgimento da noção da categoria "samba de raiz" criava no mercado uma demanda por artistas capazes de se identificar com essa nova categoria. Era como se o público, ou pelo menos parte dele, estivesse esperando uma "resposta" do mercado para o sucesso dos artistas de pagode romântico, que haviam dominado a cena musical do grande mercado até então. Essa demanda começou a ser atendida a partir dos discos de Martinho da Vila e de Zeca Pagodinho, que desencadearam um processo de diversificação no mercado de samba provando, ironicamente, que o mercado de samba também não tinha fronteiras.

Numa espécie de síntese do momento e da relação do samba com o mercado, Paulinho da Viola lança, em 1996, seu CD *Bebadosamba,* cujo trocadilho da faixa-título funcionava como uma elegante resposta de um dos mais importantes representantes da categoria "samba de raiz". No início do disco, Paulinho cita os nomes de 38 sambistas falecidos, que são "chamados" para a seqüência da canção, instaurando um passado simbólico que deveria ser "bebido", ou no qual se deveria "embebedar" para celebrar a prática do samba no século XXI que se avizinhava [CD ANEXO: faixa 20]. Paulinho, que 20 anos antes recomendava "não alterar o samba tanto assim", e que em seu último disco, em 1989, havia afirmado que cantava samba "porque longe dele não podia viver", agora voltava à cena com outro conselho: "beba do samba!"

Mais do que um aviso aos jovens sambistas que assumiam lugares de destaque no mercado, *Bebadosamba* parecia se dirigir ao próprio mercado, recomendando diversificação de estéticas, e, simultaneamente, se despindo de "saudades do passado, remorso ou mágoas menores". Vale observar que o disco saiu alguns meses após a polêmica do Reveillon e funcionou ainda como um posicionamento pessoal artístico diante das críticas ao "fundo de quintal" e ao "amadorismo" de sua carreira. Tendo freqüentado o centro de caloroso debate

sobre música, estética e mercado, Paulinho dobrou a expectativa de vendas de sua gravadora, ganhando, pela primeira vez um disco de ouro (que na época equivalia a 100 mil cópias vendidas).

Como se pode observar na lista dos mais vendidos em 1996, a oposição pura e simples entre o "samba de raiz" e o "pagode romântico" no mercado vai perdendo a força à medida que ambas as categorias começam a vender muito bem. Mas o embate permanece. Em novembro de 1997, Tárik de Souza descreve assim os novos lançamentos do mercado:

> Com as vendas monumentais de *Tá delícia, tá gostoso*, de Martinho da Vila (o iniciador do ciclo de ouro, na virada dos 60 para os 70), e a volta de Zeca Pagodinho aos níveis de consumo da era pagode/cruzado, o samba de raiz recuperou o fôlego. Mas sua margem de manobra ainda é exígua. Entre os requebros do Tchan, a choradeira do sertanejo *mauriçola* e *sambanejo* diluidor há que ter jogo de cintura para evitar a tentação do lucro rastaqüera. Daí a importância dos novos discos de Martinho da Vila (*Coisa de Deus*, Sony) e Pagodinho (*Hoje é dia de festa*, Polygram) na manutenção desse oxigênio para os que não batucam o samba apenas na caixa registradora (JB, 4/11/97, reproduzido em Souza, 2003:279).

O preconceito contra a "tentação do lucro rastaqüera" impede o jornalista de enxergar que estava em curso uma transformação no mercado, que passava a comportar cada vez mais diversidade em seus lançamentos de samba. É fato que em 1997 o pagode romântico ainda gozava de vendas muito superiores às do samba "de raiz" (é o ano, por exemplo, dos 3,3 milhões do SPC), mas os números vão progressivamente se alinhando à medida que o mercado vai ampliando sua variedade estética. Em 2000, mesmo sem esconder um juízo de valor pré-determinado, o jornalista João Máximo identificava uma estreita relação entre os sucessos emplacados sucessivamente pelos grupos de pagode romântico e a "descoberta" do "samba de raiz" por jovens:

> O importante é que o ritmo, a essência, a alma do bom samba estejam embutidos no que se ouve. Porque, afinal, quem aprende as primeiras lições ouvindo Negritude Jr, ou o Só Pra Contrariar talvez acabe descobrindo Paulinho da Viola, Nélson Sargento, Noca da Portela, Nei Lopes, Martinho da Vila, Zeca Pagodinho, Luís Carlos da Vila, Arlindo Cruz,os bambas de verdade, (...) possibilidade que não existe para aqueles cujo be-a-bá foi, por exemplo, o rock da vez (O Globo, 7/11/2000).

A questão é que a categoria samba, neste período, ia aos poucos atraindo mais e mais consumidores. Aliás, a indústria fonográfica vivia um momento de efervescência e euforia pela estabilidade do Plano Real, que ampliou consideravelmente a capacidade de compra de grande parte da população. Até o ano 2000, o mercado de discos viveu uma época muito próspera, tanto no balanço financeiro das *majors* quanto nos índices de vendagem e

intensidade de shows dos artistas que conseguiam participar das altas esferas comerciais. Esse momento favorável motivou o surgimento de gravadoras de pequeno porte que passaram a atuar em circuitos mais modestos, com sucessivos lançamentos de que a cada ano chegavam ao mercado com muita dificuldade, disposição e pouco dinheiro. São essas gravadoras que serão responsáveis, na virada do milênio, por uma efetiva ampliação na diversidade estética do mercado de música.

6.2 - *Majors* em crise e diversidade no mercado

A década de 1990 foi profundamente marcada pela tecnologia. No âmbito do mercado de música, o processo de digitalização dos estúdios e dos suportes comerciais de circulação de músicas no início do período transformou radicalmente as condições de produção de discos e reduziu consideravelmente seu custo. Em meados da década, esse processo representou um lucro significativo para as finanças das grandes gravadoras, apoiado em um consumo crescente e na possibilidade de relançamentos em CD de discos de vinil já consagrados. Entre 1997 e 2000, os dados da ABPD apontam para uma vendagem média de 103,5 milhões de discos por ano[59], mais que o dobro das vendas de 1993 (44 milhões) e quase 50% acima do ótimo índice atingido em 1995 (71 milhões)[60]. Não foi à toa que nesta época o samba sedimentou o seu espaço prestigiado no mercado através, principalmente, do Raça Negra (média anual de 2 milhões), Martinho da Vila (1,5 milhão em 1995), Zeca Pagodinho (1 milhão em 1996) e Só Pra Contrariar (3,3 milhões em 1997).

Mas a euforia não durou muito. No mesmo período, os microcomputadores pessoais se popularizaram e verificou-se um vertiginoso crescimento da Internet que, aliado ao barateamento dos custos de produção de músicas iria, em pouco tempo, afetar drasticamente a economia e os balanços das gravadoras transnacionais. Em 2002, o então presidente da Sony, José Antonio Eboli, declara que a retração do mercado havia se tornado irreversível.

> Essa é uma indústria muito competitiva, e a competitividade às vezes leva para coisas boas e às vezes para coisas ruins. Quando você vê um artista que vende um milhão de cópias, não se importa se esse um milhão vai ser por um ano e depois vai acabar. Hoje, disco de ouro (100 mil cópias vendidas [na época]) tem de ser comemorado como se fosse disco de 1 milhão. Antes, disco de ouro era obrigação. [...] Os anos 90 foram a época do dinheiro fácil. Posso te dizer que

[59] Dados obtidos no relatório Mercado Brasileiro de Música, produzido para a ABPD em 2001. Os números detalhados são: 107,9 milhões de unidades vendidas em 1997; 105,3 em 1998; 96,9 em 1999 e 104,2 em 2000. A partir de 2001, a indústria inicia um processo de queda anual registrando 78,2 milhões de discos vendidos no ano.

[60] Dados da ABPD e da IFPI citados em Dias, 2000:106.

> acabou a época de vender 1 milhão de CDs. Hoje não espero isso de ninguém (IstoÉ Gente, 2/9/2002).

Essa mudança de configuração e de expectativas de vendas do mercado teve dois eixos tecnológicos fundamentais: a popularização dos gravadores de CD, que puderam ser adquiridos a um custo baixo e instalados em qualquer computador; e a invenção do formato de áudio conhecido como mp3. O mp3 é a sigla de uma forma de compressão digital de áudio que permite que os arquivos gerados tenham um tamanho até dez vezes menor do que de outros formatos como o wav e o aiff. A conseqüência direta disso é que a transmissão de arquivos mp3 se torna compatível com a velocidade de comunicação da Internet, possibilitando vendas e trocas de arquivos de áudio *on line*. A partir de 1999, uma empresa chamada Subpop passou a disponibilizar músicas de discos em formato mp3, inaugurando uma nova fase do comércio e na circulação de músicas pela sociedade. No mesmo ano, foi criado o Napster, um programa de computador capaz de realizar trocas de arquivos (principalmente músicas) entre computadores pessoais através da internet. A partir de então, músicas puderam ser vendidas e trocadas através da grande rede, prescindindo o formato sólido do disco. Simultaneamente, empresas de equipamentos eletrônicos e de informática passam a fabricar "tocadores de mp3" portáteis, aparelhos capazes de tocar um número extenso de músicas no formato, agora fora do computador.

Pela primeira vez desde sua implementação, a indústria fonográfica passou a enfrentar, de fato, a circulação imaterial de música. Até então, a necessidade do suporte era uma garantia da demanda pelo seu produto – o disco. Mesmo quando o rádio se sedimentou, eram as gravadoras que forneciam o material para ser tocado e a programação sempre foi de controle relativamente fácil, tanto que estabeleceu-se uma relação estreita de cumplicidade (ainda que corrompida) entre as duas instâncias. Ao inaugurar um momento de trocas indiscriminadas de músicas através da internet, o formato mp3 colocou em xeque os modelos empresariais de comércio de músicas, centrados no suporte sólido. Por outro lado, os fonogramas ganharam autonomia em relação às gravadoras, permitindo uma circulação intensa de músicas que haviam se tornado inacessíveis por constarem de discos fora de catálogo. De certa forma, a digitalização permitiu uma democratização do acesso às músicas, retirando parte do poder das gravadoras de determinar qual o repertório disponível para consumo em um determinado momento. Atualmente, as músicas circulam através das demandas dos consumidores e de trocas interpessoais que fogem ao controle das empresas.

O cenário assim descrito parece altamente democrático e positivo, uma vez que o consumidor conquistou autonomia e as grandes gravadoras internacionais perderam parte seu monopólio

sobre a circulação de músicas. Mas não é exatamente assim. Na verdade, a digitalização trouxe um grande crescimento do comércio ilegal de músicas, uma vez que o acesso às gravações e as facilidades de cópia popularizaram a prática da "pirataria". No Brasil, onde o percentual de consumidores de música que têm acesso à internet ainda é pequeno, o suporte CD continua a ter grande importância no mercado musical. Ao mesmo tempo, o custo de cada unidade tem aumentado muito acima das reposições salariais nos últimos anos o que provocou uma queda de vendas de discos em lojas. Paralelamente, os discos piratas, gravados domesticamente a partir de um CD legal ou mesmo de arquivos baixados pela internet, são vendidos nas ruas por camelôs a preços módicos. A situação é complexa, uma vez que as demandas pelas músicas são criadas em um mercado musical corrompido e praticamente dominado por quatro empresas transnacionais (em 2005 a Sony e a BMG se fundiram na maior gravadora do mundo, a Sony-BMG), que centralizam as decisões sobre a circulação de músicas em larga escala e a disponibilidade comercial de discos e artistas. O custo final do produto disco inclui todos os custos de fabricação, do pagamento de profissionais (músicos, técnicos, programadores visuais, vendedores, lojistas, etc), tributos e direitos autorais, mas inclui também a grande verba publicitária de sua promoção – que inclui o jabá. Nesse sentido, algumas iniciativas de produção de discos a preços reduzidos poderiam minimizar os prejuízos causados pela ação dos piratas.

Mas, por outro lado, é impossível competir com discos produzidos ilegalmente, sem regulação e praticamente sem custo. O fato é que, ao circularem livremente sem regulação, sem pagamento de tributos e direitos, as músicas dos CDs piratas deixam de se caracterizarem enquanto produto e, com isso, deixam de gerar dinheiro para seus produtores. Em outras palavras, todas as pessoas e empresas envolvidas com a produção e o comércio de músicas (gravadoras, empresários, estúdios, produtores, divulgadores, lojistas, e também músicos e artistas) são prejudicadas. A Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD) calcula que, no Brasil, a pirataria corresponde a cerca de metade da circulação de músicas. A ação dos pirateadores é diversificada e envolve máfias de crime organizado internacional e falsificadores experientes. Em uma entrevista publicada na Folha de S. Paulo, Luis Oscar Niemeyer, da BMG, relata uma das modalidades de extravio de discos para o comércio ilegal:

> Houve agora o caso do cantor Leonardo. Cinco dias antes do lançamento o pirata estava na rua. Mandamos fabricar 500 mil discos, e descobrimos uma caixa que havia sido aberta. Tiraram quatro discos, fecharam e lacraram de volta. Esse disco chegou com capa e tudo, então foi pirateado a partir da fábrica (Folha de S. Paulo, 25/7/2001).

A indústria fonográfica brasileira, que terminou o ano de 2000 contabilizando 104,2 milhões de discos vendidos sofre, a partir de então, reduções significativas ano a ano, tendo vendido em 2004 apenas 52 milhões de unidades. Como conseqüência, em 2003 a ABPD reduziu à metade o número de cópias vendidas necessárias para obtenção de discos de ouro, platina e diamante, evidenciando essa retração nas vendas. A pirataria se transformou no mais importante problema da indústria fonográfica mundial e as grandes empresas internacionais têm cobrado duramente dos governos e polícias que repreendam os pontos de venda de discos ilegais e retirem do ar *sites* que permitem *download* gratuito de músicas[61].

No entanto, apesar da redução nas vendas globais de discos, os números da ABPD e do IFPI não refletem uma outra importante característica do mercado atual de música, que é sua diversidade. Ao baixar os custos de gravação e disponibilização de músicas, a digitalização permitiu a consolidação de um setor do mercado que tinha pouca participação na circulação de músicas pela sociedade: os chamados "independentes".

Desde os primórdios da fonografia brasileira, é possível arrolar exemplos de iniciativas fonográficas realizadas em pequenas empresas, ou mesmo através do financiamento dos próprios artistas (Dias, 2000:131-132). No final da década de 1970 e início do período seguinte, algumas iniciativas bem sucedidas motivaram o mercado de circulação restrita, através de músicos ou apaixonados que se dispuseram a bancar discos de forma independente[62]. As iniciativas, contudo, eram isoladas e não se pode dizer que criaram espaço no mercado musical para sedimentação de um núcleo permanente para a produção "independente". A sobrevivência das pequenas e médias gravadoras sempre esteve ameaçada pelas dificuldades de distribuição e divulgação de seus produtos. No primeiro caso, pelo próprio custo operacional de construção de uma rede de vendedores ampla, capaz de colocar os produtos nos mais variados pontos de venda. Na questão da divulgação, o crescimento e a popularização dos produtos das pequenas gravadoras esbarram na corrupção nas rádios e televisões (o "jabá"), impedindo a criação de demanda para aquele disco ou artista. Segundo Roberto Carvalho, dono da gravadora Rob Digital, o mercado brasileiro é muito "viciado".

---

[61] Atualmente, o próprio Napster, que já foi símbolo da troca gratuita de arquivos musicais, é regulado e fornece músicas mediante pagamento. Porém, a Internet é um ambiente de difícil controle e a cada instante surgem novos programas e *sites* que se popularizam e permitem troca de músicas sem pagamento de direitos.

[62] Dentre os mais famosos, podemos citar as iniciativas de Antônio Adolfo, Marcus Pereira, Itamar Assumpção, Aluysio de Oliveira, responsáveis pelo lançamento de artistas que, de fato, conquistaram espaço no mercado como Boca Livre, Cartola, o próprio Itamar, além dos grupos paulistas Premeditando o Breque, Língua de Trapo, entre outros (Dias, 2000:140). No mercado de samba, pode-se destacar os discos lançados (e pagos) pelo japonês Tanaka em 1986, que incluíam LPs de sambistas como Wilson Moreira, Nelson Sargento e Velha Guarda da Portela.

> Você não tem acesso às rádios comerciais, no máximo entra numa MEC – isso no eixo Rio-São Paulo. Música é rádio. Você não entra no rádio e nos programas de grande audiência, só em programas pequenos, pouco vistos. Os jornais ainda dão alguma coisa, ainda não tem muito jabá. É óbvio que tem trocas, se você divulga, paga coisas, você ganha uma primeira página (Roberto Carvalho, entrevista ao autor em 26/5/2004).

Por este motivo, até meados da década de 1990, era comum a associação entre selos independentes e grandes gravadoras, num acordo que envolvia produção dos primeiros e distribuição das *majors*. A distribuição era garantida pela inclusão dos lançamentos das pequenas gravadoras nos catálogos das grandes, possibilitando a chegada do produto nos mais afastados pontos de venda. Entretanto, essa associação não se mostrou muito benéfica, pois em grande parte dos casos, os vendedores das *majors* buscavam apoiar seu marketing nos artistas de grande visibilidade o que, na prática, representava uma venda efetiva muito baixa para os produtos dos selos[63]. Integrar o catálogo das grandes gravadoras só se torna comercialmente interessante se o artista e a pequena gravadora forem capazes de realizar uma extensa divulgação do disco, o que esbarra, invariavelmente, no jabá. Como a venda de discos das pequenas gravadoras depende dos shows dos artistas, a distribuição da multinacional muitas vezes se torna irrelevante. Segundo Márcia Dias, as pequenas gravadoras em atuação na década são

> expressão das microempresas terceirizadoras de serviços, tão peculiares deste tempo de globalização, atuando no setor fonográfico. Nesse sentido, elas podem ser qualificadas como independentes se consideradas as condições de produção, cada vez mais favoráveis. As nuanças são fundamentais, mas o fato é que, autônomos, independentes ou alternativos, todos buscam concorrer no grande mercado (2000:151).

É importante destacar que essas gravadoras trazem de forma mais explícita para o mercado uma valorização do componente estético dos lançamentos, sendo muitas delas movidas pelo gosto e desejo pessoal de seus donos. Nesse sentido, ao se desobrigarem de atingir vendas muito altas, essas empresas podem se concentrar em produtos mais sofisticados e/ou destinados a um público menor, mais segmentado. Por isso, apesar de experimentarem dificuldades operacionais, as pequenas gravadoras gozam de ótima legitimidade estética e podem, a partir do final do milênio, construir canais de divulgação e distribuição que

[63] Márcia Dias cita um acordo entre o selo Tinitus para distribuição com a Polygram que não atingiu aos objetivos e foi desfeito em apenas 3 anos (2000:147). Tive a oportunidade de participar de um grupo de samba (Família Roitman) que lançou em 1995 um disco pelo selo Dubas e distribuição da Warner e verifiquei que as mesmas dificuldades ocorriam. O disco não aparecia em lojas com bom potencial de vendas como cinemas e livrarias especializadas, pois os vendedores não tinham interesse em atualizar as compras desses estabelecimentos. Ao mesmo tempo, as lojas de alto giro não se interessavam em comprar um disco de um grupo desconhecido que chegou ao mercado com pouco investimento em divulgação massiva.

contemplem seu público alvo. Diversos selos conquistaram fama e prestígio no mercado nacional, alguns através de atuação em nichos específicos, onde a divulgação é mais restrita e por isso eficiente. Nomes como a própria Rob Digital, Kuarup, Zimbabwe, Baratos Afins, Visom, Cid e Eldorado atuam no mercado desde o início da década de 1990 (algumas até antes disso), sendo responsáveis por lançamentos de músicas não contempladas pelas *majors*, envolvendo categorias como instrumental, rock, samba, música sertaneja, jazz e MPB. Muitas dessas empresas nasceram e se apóiam em outros ramos de negócios e a entrada no mercado fonográfico deriva em muitos casos de um desejo de seus donos. A Rob Digital surgiu a partir da Rob Filmes, empresa que atua em sonorização de cinema e publicidade; a gravadora Eldorado é um braço da Rádio Eldorado; a Zimbabwe era uma empresa de sonorização de bailes e festas; o selo paulista Baratos Afins foi criado a partir de uma famosa loja de discos homônima (Dias, 2000:144), e assim por diante.

Durante a década de 1990, contudo, há uma novidade no pequeno mercado fonográfico, que é a participação de profissionais experientes oriundos das *majors*, que resolvem abrir seus próprios negócios. João Augusto (Deckdisc, criada em 1998), Marco Mazzola (MZA, 1998) e Pena-Schimit (Tinitus, 1992), ex-diretores artísticos da EMI, Polygram e Warner, respectivamente, e o produtor musical Líber Gadelha (Indie Records, 1997) são alguns exemplos de grande destaque.

No final do milênio, a crise de vendas e de gerenciamento das grandes transnacionais do disco, paradoxalmente, movimentou o pequeno mercado musical, formado por gravadoras de pequeno porte e alcance restrito, que vislumbraram a possibilidade de se estabelecer comercialmente, aproveitando a queda dos custos de produção na última década e o aumento da disponibilidade de caixa para investir em distribuição. Veiculando um conteúdo estético legitimado e buscando alternativas comerciais viáveis, as pequenas gravadoras passaram a atuar também como distribuidoras e se associaram, fundando, em 2002, a Associação Brasileira de Música Independente, a ABMI, que reunia a princípio 30 selos de "empresas brasileiras dirigidas por residentes no Brasil e atuantes na produção de distribuição musical" (retirado do *site*). A ABMI conta atualmente com 90 associados e tem conquistado importantes vitórias que facilitaram o gerenciamento das pequenas gravadoras, sobretudo em seu relacionamento com editoras, fábricas, lojas, meios de comunicação, além de *sites* de comércio legal de música pela internet. Através da ABMI, o espaço de produção e circulação de músicas pelo mercado através de gravadoras de alcance restrito pode, de fato, ser caracterizado como "independente", pois ganhou uma autonomia em relação às *majors*, ainda

em busca de sucessos de massa num contexto econômico de estagnação do poder de compra da população e enfrentando a pirataria.

Nesse contexto, surge no mercado musical duas das mais poderosas gravadoras de médio porte atualmente em atividade no país: a Trama e a Biscoito Fino. Ambas resultam da associação entre pessoas ligadas ao mundo da música com milionários empresários, donos de grandes grupos empresariais que, motivados por interesses acima de tudo estéticos, resolvem investir no mercado fonográfico[64]. O poderio financeiro associado a uma certa sensibilidade musical bastante distinta dos moldes clássicos de gestão das multinacionais logo transformam essas duas empresas em referências para lançamento de novos artistas. Em pouco tempo, o mercado fonográfico brasileiro alcança grande diversidade nos lançamentos, principalmente através da atuação de gravadoras pequenas e, sobretudo, das médias, capazes de competir em excelentes condições com as *majors*.

No meio desse processo todo, como sempre ocorreu em momentos de ebulição do mercado de música, a categoria samba ocupa um espaço de destaque no cenário musical brasileiro. Foi assim quando se iniciaram as primeiras experiências fonográficas (Sinhô, Donga), na fase de implementação e popularização do rádio (Noel Rosa, Francisco Alves, Orlando Silva, Mário Reis, a "Época de Ouro"), na consolidação da MPB (com a bossa nova de Tom Jobim e o samba "autêntico" de Paulinho da Viola, Martinho da Vila e Clara Nunes), no sucesso do Plano Cruzado (Zeca Pagodinho, Fundo de Quintal, Jovelina Pérola Negra), no momento de passagem de LP para CD e estabilização da economia do Plano Real (com Raça Negra, Negritude Júnior e Só Pra Contrariar) e, agora, no início do século XXI, quando o mercado musical passa por uma fase de inédita diversidade.

[64] A gravadora Trama nasceu de uma associação entre o músico João Marcelo Bôscoli, filho do compositor Ronaldo Bôscoli com a cantora Elis Regina, e os irmãos André e Cláudio Szajman, controladores do Grupo Szajman, formado por empresas do ramo de comércio eletrônico, financeiro e tickets refeição, cuja mais conhecida é a VR Vales. A Biscoito Fino, por sua vez, nasceu de um encontro entre a cantora Olívia Hime e sua amiga, Kati Almeida Braga, dona da *holding* Icatu Hartford, controladora de diversas empresas com atuação há mais de vinte anos no ramo financeiro (a seguradora Icatu e a financeira Fininvest são as mais famosas).

6.3 - Novos sambas e sambistas

A partir de 1995, motivadas pelo intenso debate entre pagode romântico e "samba de raiz", as grandes gravadoras aumentaram a diversidade estética dos lançamentos de samba produzindo os sucessos de Zeca Pagodinho, Martinho da Vila e Paulinho da Viola, que voltaram a atuar com destaque no mercado ao lado de Raça Negra, Negritude Jr. e Só Pra Contrariar, entre outros. Analogamente, as pequenas e médias gravadoras tiveram no gênero um forte aliado em seu processo de sedimentação mercadológica. O fato é que, "nas esquinas, botequins e terreiros" o samba estava sendo redescoberto por jovens de todas as origens sociais, que vinham lotando algumas concorridas rodas de samba. Um movimento orgânico do mercado de música, que atingiu simultaneamente todas as esferas de circulação de músicas, possibilitando o surgimento de novos artistas ligados ao gênero. Dentre estes, podemos destacar o nome de Teresa Cristina e o grupo que a acompanha, o Grupo Semente.

A aproximação entre a cantora e o grupo se deu quando juntos resolveram ensaiar um show em homenagem ao sambista Candeia. No meio do processo, ficaram sabendo através do violonista Guaracy, integrante da Velha Guarda da Portela, que havia um restaurante natural na região da Lapa carioca precisando de atração musical. A cantora e o grupo se dispuseram a ocupar o palco da casa e, em pouco tempo, se tornaram uma atração de enorme sucesso na cidade. A partir do minúsculo bar Semente e do samba que esses protagonistas lá faziam, a vida noturna do bairro passou por uma grande intensificação com a abertura de outros espaços destinados à música brasileira e, principalmente, o samba[65].

É interessante observar que todo o início de carreira e a opção pelo samba do Grupo Semente e de Teresa Cristina deriva exatamente de um momento do gênero no mercado em que crescia uma demanda pelo redescobrimento do passado; no caso, através da obra de Candeia, que servirá de inspiração para montagem do repertório do grupo. Vale destacar também que o Grupo Semente era, neste início de carreira, composto por quatro jovens de classe média que tocavam surdo, pandeiro, cavaquinho e violão[66]. Ou seja, a sonoridade do grupo foi construída em sintonia absoluta com o som mais característico do imaginário do samba, que viria a ser representativo da recém-inventada categoria "samba de raiz".

---

[65] A lista de bares com música ao vivo é imensa. Ao mesmo tempo em que o Semente se sedimentava bem embaixo dos Arcos, na Rua do Lavradio os bares Coisa da Antiga e Empório 100 ampliavam o circuito. Em seguida, o Carioca da Gema inaugura com forte ênfase no samba. Atualmente, há dezenas de casas em atividade na Lapa entre as quais podemos citar o Sacrilégio, o Rio Scenarium e o Centro Cultural Carioca.

[66] João Callado (cavaquinho), Bernardo Dantas (violão), Pedro Miranda (pandeiro e voz) formam o grupo desde o início, que contava ainda com Ricardo Cotrim (surdo), que deixou o grupo após a gravação do segundo CD *A vida me fez assim* (Deckdisc, 2003).

Repertório de mestres do passado, sonoridade característica e, é claro, batida baseada no *paradigma do Estácio*, a projeção de Teresa Cristina e do Grupo Semente se consolidou com o lançamento de seu primeiro CD, em 2002. O disco, duplo, intitulado *A música de Paulinho da Viola* (Deckdisc) é inteiramente dedicado à obra do compositor portelense, evidenciando o referencial estético da cantora e sua inserção no mercado através da reverência aos mestres do passado. A gravadora Deckdisc, que depois de experimentar sucessos com lançamentos de rock (Ultraje a Rigor e Ira!) e forró (Falamansa e Rastapé), havia entrado no mercado de samba através do grupo Revelação, cuja estética se assemelha bastante à sonoridade do Fundo de Quintal, agora realizava um lançamento estratégico que refletia a diversidade do gênero no início do novo milênio. Teresa Cristina e o Grupo Semente cantando Paulinho da Viola era uma receita ao mesmo tempo esteticamente respeitável e comercialmente interessante, que contemplava uma demanda específica do mercado de música, resultado do intercâmbio entre o forte movimento orgânico do samba nas rodas e o sucesso já antigo de grupos de pagode romântico, agora acompanhados de artistas do segmento "samba de raiz", já caracterizado então como uma categoria de mercado. Segundo João Augusto, dono da gravadora, o sucesso dos lançamentos das pequenas gravadoras tem relação com um certo descaso das *majors* pelos movimentos musicais orgânicos.

> Apesar de ser dono de uma gravadora, continuo indo a todos os lugares. Estou sempre atrás de novidades, mas não encontro mais as pessoas das [grande] gravadoras. Nem olheiros eles mandam mais. Sigo o que Paulinho da Viola cantou num samba: 'as coisas estão no mundo só que preciso aprender'. O sucesso do grupo Revelação é uma prova disso. Ele estava encostado na BMG mas sempre teve apelo popular. As 570 mil cópias vendidas foram importantes para atestar a qualidade do trabalho deles e porque um disco best-seller nos ajuda a investir em coisas novas. A indústria virou imediatista e esse não é o nosso caso. Sei que não vou fazer dinheiro com a Teresa Cristina agora, mas sei que estou lançando uma das maiores cantoras de samba (O Globo, 21/2/2003).

O fato é que ambas as vertentes estéticas da categoria samba haviam conquistado públicos que formavam um contingente grande de consumidores potenciais, à espera dos produtos disponibilizados pelo mercado fonográfico. Apostando neste público é que, cinco anos antes da estréia fonográfica de Teresa na Deckdisc, a Indie Records contrata Jorge Aragão e lança *Sambista a bordo*, que atinge a marca de 100 mil cópias vendidas (na época representava disco de ouro). Em matéria para o *site* Cliquemusic, o jornalista Rodrigo Faour comenta o sucesso da gravadora e do sambista:

> Um dos maiores vendedores de discos do Brasil hoje e maior fenômeno comercial da Indie, Jorge Aragão foi alvo de um longo trabalho – uma sementinha regada dia após dia. Alexandre Martins, diretor de produção e marketing da Indie, explica que Jorge foi favorecido pela onda de samba de raiz, desencadeada pelo sucesso de Martinho da Vila e de Zeca Pagodinho, mas ressalta que a gravadora suou para trabalhar o disco e vencer o bloqueio das emissoras de rádio e de TV (Cliquemusic, 19/7/2000).

Realmente, havia uma "onda" que favorecia enormemente os artistas ligados à nova categoria "de raiz". Depois de Jorge Aragão, a Indie ainda iria lançar diversos outros artistas ligados ao samba como Beth Carvalho, Leci Brandão, Fundo de Quintal e, mais recentemente, Alcione. Até janeiro de 2005, Jorge Aragão já havia alcançado a incrível marca de 2,5 milhões de discos vendidos pela Indie, revelando o acerto comercial da escolha de Gadelha.

Em caminho semelhante, a Biscoito Fino surgiu no início do ano 2000 a partir de uma série de shows organizados por Olívia Hime intitulada *Compasso Samba e Choro*, que originou os primeiros lançamentos da gravadora e sua entrada no mercado, através dos dois gêneros. Do catálogo da Biscoito Fino, atualmente representante comercial de selos como Acari e Quelé, especializados em samba, constam diversos lançamentos do gênero como Elton Medeiros, Marcos Sacramento, Roque Ferreira, Marcelo Vianna e Zé Renato, entre outros[67].

Mas não é só na área "alternativa" das gravadoras pequenas e médias que o mercado de samba encontrou maior diversidade estética. Em 1999, apadrinhado por figuras do calibre de Zeca Pagodinho e Rildo Hora, o cavaquinista e compositor Dudu Nobre lança seu primeiro disco pela multinacional BMG, com enorme repercussão. Dudu, ex-integrante da banda de Zeca, já havia emplacado sucessos como compositor em discos do cantor e se confirmava como uma aposta de baixo risco, uma vez que seu perfil estético é bastante assemelhado com o de seu padrinho ilustre. No samba *Quase que o bicho pegou* (Dudu Nobre/Luisinho SP), de seu disco de estréia, o compositor reforça a estética de crônica social bem humorada de Zeca, embalada pelos arranjos sofisticados de Rildo Hora:

Quase que me machuquei no pagode do Cacique
Eram três namoradas na festa, a Dadá, a Neném e a Edith
E como se não bastasse ingrediente pra tal confusão
A Dadá me chegou com o pai, o Neném com a mãe e a Edith com o irmão
Que terror, quase que o bicho pegou
Que terror, de repente a chapa esquentou
E o meu sogro, que é pai de Dadá foi chegando mais perto

[67] Numa atuação arrojada no mercado, com distribuição ampla e projetos sofisticados, a Biscoito Fino tem seduzido artistas de alta legitimidade do segmento MPB para seu catálogo, como Maria Bethânia, Paulinho da Viola, Leila Pinheiro e, recentemente, o prestigiadíssimo Chico Buarque (O Globo, 6/8/2005). A inclusão de nomes de alto prestígio em seu catálogo colabora não só para ampliação nas vendas mas também para sedimentação da gravadora no cenário musical brasileiro, numa inteligente (e bem financiada) estratégia de marketing a médio e longo prazo.

E veio gritando “garoto esperto pra mim nessa roda é o melhor tocador”
E a minha sogra que é mãe de Neném, foi chegando também
Dizendo que genro igual ninguém tem, é, “dessa vez minha filha acertou”
E o meu cunhado, irmão da Edith, de braço cruzado
Olhando meio desconfiado com jeito de quem vai armar bololô, que terror, que terror
Que terror, quase que o bicho pegou

Contextualizando a roda no Cacique, incorporando linguajar característico e descrevendo situação com toque de humor peculiar, o samba revela não só o talento do compositor, mas sua filiação musical, sua referências simbólicas e, com isso, define sua inserção no mercado, a partir do sucesso de Zeca. Na virada dos anos 1990 para a década seguinte, o samba identificado com essa “raiz” experimentou um período de grande projeção no mercado de música, que permanece com a mesma intensidade até hoje.

Por outro lado, apesar dos grupos de pagode romântico verificarem uma redução em vendas de discos, os principais artistas deste segmento também mantém índices invejáveis em qualquer ocasião neste mercado. No início de 2001, o Jornal do Brasil publicava uma reportagem intitulada “Náufragos do pagode”, que refletia a nova configuração do mercado:

> Estão aí a onda rock e de samba de raiz, além dos números de vendagem, para comprovar a decadência do pagode romântico. O Só Pra Contrariar, por exemplo, grande ícone da explosão do ritmo que se escorava em coreografias e terninhos, vende hoje só 600 mil cópias, marca que está a anos-luz dos 3,3 milhões do trabalho de 1997. É claro que seis centenas de milhares de discos ainda são de dar água na boca de qualquer companhia, ainda mais em época de pirataria, mas a redução é enorme (JB, 27/2/2001).

A indiscutível queda nos números pode ser atribuída não só à pirataria, mas à toda nova distribuição do mercado de música, na qual os lançamentos das grandes gravadoras passaram a disputar espaço com as pequenas, as médias, a internet, a tv a cabo, e diversas outras formas de lazer que surgiram em virtude de mudanças tecnológicas. Ainda assim, os principais atores do pagode romântico asseguraram lugar de destaque no mercado, reafirmando sua música como uma estética de circulação ampla em vários setores da sociedade. O Raça Negra, por exemplo, mantém contrato com a Universal e lança anualmente discos de grande sucesso. Seu escritório foi transferido para o Nordeste (com base em Fortaleza), onde, segundo Luiz Carlos, há diversas casas noturnas nas quais o grupo se apresenta para “20, 30 mil pessoas” (entrevista ao autor em 8/4/2005). Em 2005, foi lançado o primeiro DVD do grupo, também pela Universal.

O Só Pra Contrariar e Negritude Júnior, apesar de se ressentirem comercialmente da saída de seus cantores, permanecem em atuação no mercado, mantendo público fiel, mas perderam

contrato com suas respectivas gravadoras, que mantiveram os ex-integrantes. Alexandre Pires foi contratado pela BMG latina, partindo para uma curta e bem sucedida carreira internacional como cantor romântico. Em 2005, voltou ao Brasil e ao samba com o lançamento do CD *Meu samba* (BMG). O ex-líder do Negritude Júnior, Netinho de Paula, depois de um desentendimento com o restante do grupo, passou a apresentar o programa de televisão "Domingo da Gente" pela Rede Record e lançou 3 discos pela EMI, intitulados respectivamente *Coração aberto* (2001), *Sou eu* (2002) e *Paixão ardente* (2003). A categoria pagode romântico ainda aparece muito bem representada no mercado musical com grupos como Art Popular, Soweto, Exaltasamba, Katinguelê, Terrasamba, e artistas individuais que se destacaram de seus grupos como Belo (ex-cantor do grupo Soweto), Délcio Luiz (com passagem pelo Grupo Raça e Kiloucura), Salgadinho (ex-Katinguelê) e Vavá (ex-Karametade) entre outros.

Ao mesmo tempo, ao contrário do que ocorria no início dos anos 1990, a categoria "samba de raiz" demonstra sua força no mercado e sua permanência, não só em rodas cada vez mais disputadas, mas também nos lançamentos fonográficos e até "furando o bloqueio" das rádios. A partir do sucesso de Zeca (Universal, 1995), Martinho (Sony, 1995) e Fundo de Quintal (BMG, 1997), o redescobrimento de Jorge Aragão (Indie, 1997) e surgimento de novos artistas como Dudu Nobre (BMG, 1999), o grupo Revelação e Teresa Cristina (Deckdisc, 1998 e 2002, respectivamente), além da valorização de sambistas ligados às escolas que lançaram discos no período (Elton Medeiros, Nei Lopes, Luiz Carlos da Vila, Marquinhos de Osvaldo Cruz, entre muitos outros), o samba que reforça seus vínculos com a trajetória do gênero e se associa a um passado referencial também conquistou boa projeção no mercado.

Um reflexo deste momento é a presença assídua de artistas de samba na prestigiada casa de shows Canecão. Localizado na zona sul do Rio de Janeiro, com cerca de 2800 lugares, o Canecão é um espaço que, por seu tamanho e história, tem papel importante na vida cultural da cidade, abrigando shows dos maiores artistas da música popular brasileira desde o início dos anos 1970. Cantar no Canecão significa pertencer a uma seleta galeria de celebridades da música, bons vendedores de discos. Durante esses anos, a programação da casa oscila entre nomes de grande projeção midiática, com detentores dos primeiros lugares nas listas de mais vendidos das gravadoras e mais tocadas das rádios e, ao mesmo tempo, artistas consagrados da categoria MPB, que emprestam legitimidade estética à casa. Se até uma década e meia atrás era relativamente raro o palco do Canecão ser ocupado por sambistas, atualmente a situação se inverteu: são raros os meses em que não há pelo menos um artista estreitamente identificado com o gênero na grade de programação da casa. Paulinho da Vila, Beth Carvalho,

Martinho da Vila, Fundo de Quintal, Raça Negra, Alexandre Pires, Jorge Aragão, Dona Ivone Lara e Alcione, entre muitos outros, têm se revezado como atrações da legitimada casa de Botafogo. No dia 30 de novembro de 2005, a cantora Teresa Cristina e o Grupo Semente fizeram sua estréia no palco, atestando que o gênero se tornou inesgotável fonte de artistas para a casa. Mais do que isso, a programação do Canecão é um indício inconteste de que o samba, no início da década de 2000, está *na moda.*

6.4 - O samba na moda

Estar na moda representa pertencer ao cotidiano das práticas de consumo de uma parte significativa das populações urbanas, sobretudo os jovens, e, ao mesmo tempo, ocupar um espaço no imaginário compartilhado dessa população. Afirmar uma "moda" do samba significa atestar que alguns elementos que compõe os referenciais simbólicos do gênero estão sendo compartilhados por um universo amplo de pessoas, atravessando as fronteiras sócio-econômicas, as diferenças entre idades, sexos, locais de moradia e graus de escolaridade. O samba está presente nos lares, nas práticas coletivas, no rádio e no imaginário de grande parte da população nacional.

A moda do samba pode ser verificada a partir de dois exemplos que confirmam sua ocorrência. Em primeiro lugar, não é difícil constatar que um número bastante grande de artistas ligados ao gênero tem ocupado lugares de destaque no mercado de música. E isso envolve não apenas o grande mercado, cujo maior representante é o estrelato de Zeca Pagodinho, mas também áreas mais circunscritas deste mercado, com uma profusão de disputadas rodas e shows de samba em inúmeras casas noturnas no Rio de Janeiro e em outras capitais como São Paulo, Belo Horizonte e Brasília. Em alguns desses espaços, as rodas chegam a abrigar públicos de 500, 1000 e até 2000 pagantes, que se identificam e consomem a experiência musical samba, confirmando sua moda e, principalmente, o crescimento de seu público. Segundo o jornalista Roberto M. Moura,

> esse crescimento trouxe uma possibilidade realista de sobrevivência profissional para músicos e autores que eram semi-amadores [...]. Foi como se, de repente, o som do Candongueiro, fazendo as vezes de sino da matriz, começasse a atrair mais gente. Aí, o que era uma semente, germinou, chamando para a roda as damas da noite, os cariocas da gema ou não, os que são capazes o sacrilégio de desafiar os templos do consumo e se juntar em empórios ou antiquários (Moura, 2004:249).

Um exemplo ainda mais contundente e de penetração midiática expressiva dessa moda tem sido a presença do gênero nas trilhas sonoras das novelas de maior audiência da Rede Globo. Até pouco tempo, o samba constava com razoável freqüência nos discos anuais das novelas, mas representado por uma ou outra faixa, através de artistas consagrados. Muitas trilhas sonoras nacionais não apresentam nenhum samba ou sambista e, mesmo quando a categoria esteve presente, raramente ocupou lugar de destaque nas trilhas. Essa situação começa se alterar em agosto de 2003, quando entra no ar, às 21 horas, a novela Celebridade, escrita por Gilberto Braga. O argumento da trama se centra no questionamento sobre o papel que a fama e o mundo das celebridades ocupam no mundo atual, sendo a maioria dos personagens, de uma forma ou de outra, envolvidos com a conquista ou manutenção da fama. Um breve resumo da história da novela será relevante para esta análise:

A trama da novela gira em torno da personagem Maria Clara Diniz (Malu Mader), musa inspiradora de uma canção de sucesso que a tornou famosa. Com a fama, Maria Clara inicia uma bem sucedida carreira de empresária musical, agenciando artistas e produzindo shows. A empresária é associada ao magnata Lineu Vasconcelos (Hugo Carvana), dono de um conglomerado de empresas entre as quais se destaca uma revista de celebridades chamada Fama, que conta com uma casa de shows, o "Espaço Fama". Parte da trama da novela ocorre no bairro pobre do Andaraí, onde vivem simpáticos personagens como Darlene (Débora Secco) e Jaqueline (Juliana Paes), sempre em busca do estrelato, além do bombeiro Vladimir (Marcelo Faria), que, contra sua vontade, acaba vivendo momentos de fama repentina. Em determinado momento da novela, após maquiavélicas investidas da invejosa vilã Laura (Claudia Abreu), inimiga de Maria Clara, a personagem central perde sua fortuna e é obrigada reiniciar sua carreira de empresária. Para tal, inaugura, com sócios do Andaraí, uma casa de samba no bairro, batizada de "Sobradinho". O sucesso da casa abre espaço para o re-enriquecimento de Maria Clara e sua "volta por cima" no final da novela (escrito a partir de dados retirados do *site* www.teledramaturgia.com.br).

Como se pode observar, o mercado musical serve de pano de fundo para a história (uma canção de sucesso, a empresária de shows, duas casas de espetáculos), servindo de mote para a participação de diversos artistas consagrados da música brasileira e internacional em vários capítulos durante os meses de sua exibição. Roberto Carlos, Lulu Santos, Rita Lee, Gilberto Gil, Julio Iglesias e Alanis Morissette foram alguns cantores que apareceram na novela em shows produzidos por Maria Clara no "Espaço Fama". A partir da inauguração do

"Sobradinho", o samba começa a aparecer com bastante destaque na trilha da novela, com apresentações de sambistas como Zeca Pagodinho, Dudu Nobre e Teresa Cristina. Num movimento cíclico, o sucesso orgânico do samba nas rodas e no grande mercado possibilita a entrada do gênero no horário nobre do canal de maior audiência, e, com isso, potencializa sua penetração popular e sua permanência numa posição de destaque neste mercado.

A simbiose entre as duas instâncias se reflete no lançamento de um CD inteiramente dedicado ao gênero como trilha sonora complementar da novela. Além das tradicionais trilhas sonoras nacional e internacional, a Som Livre lança, pela primeira vez, um disco de novela destinado a uma só categoria musical. O CD *Celebridade Samba* (Som Livre, 2004) reunia gravações de artistas ligados ao gênero que se apresentaram no Sobradinho, contemplando os diversos estilos de samba no mercado musical. Além dos óbvios Zeca Pagodinho, Martinho da Vila, Fundo de Quintal, Jorge Aragão, Raça Negra e Só Pra Contrariar, o disco ainda conta com a presença de artistas em início de carreira fonográfica como Dudu Nobre, Teresa Cristina e a cantora Nalanda, egressa do programa de revelação de talentos Fama, da mesma Rede Globo. O repertório tem grande ênfase no prestigiado "samba de raiz", com a gravação de sambas de compositores legitimados como Cartola (*Alvorada*), Monarco e Walter Rosa (*Tudo menos amor*), Nelson Sargento (*Falso amor sincero*) e Manacéia (*Quantas lágrimas*), mas abre espaço também para o pagode romântico com *Cigana* (de Luiz Carlos, cantada pelo Raça Negra) e *Encaixe Perfeito* (Luis Carlos Picolé e Serginho Procópio, gravada pelo grupo Swing & Simpatia) e até mesmo para aproximações com a música pop, através da participação de Pedro Luís e A Parede em parceria com Ney Matogrosso (*A ordem é samba,* de Jackson do Pandeiro e Severino Ramos). A proporção desigual entre samba de raiz e as outras estéticas revela o momento de grande exposição comercial que a categoria passa, tendo se tornado critério de valor do segmento samba. Ao mesmo tempo, a diversidade estética da grande categoria samba expressa no disco colabora para uma diversidade de usos e de públicos capazes de interagir com suas simbologias e seu imaginário.

Ao representar diferentes levadas, sonoridades e imaginários, o samba no mercado se torna capaz de transitar por públicos com demandas específicas e distintas. Um exemplo disso são as duas visões dicotômicas do amor representadas nas canções *Encaixe perfeito* e *Tudo menos amor,* que integram o repertório do CD. Na primeira, o autor vive a sonhar com a amada e acorda suado ao se lembrar do encontro – sexual – do casal. Já em *Tudo menos amor*, o

personagem declara viver um romance "com lances sensacionais" e que dará tudo à sua amada, "menos amor"[68].

O lançamento de um CD de novela inteiramente dedicado ao samba reflete o novo momento do samba no mercado, no qual o gênero se apresenta como parte do repertório cotidiano da população e interage com diversos setores da sociedade, ou seja, caracteriza uma "moda de samba". Depois de *Celebridade*, a Globo estréia a novela *Senhora do Destino*, de Aguinaldo Silva, cuja trama principal gira em torno dos bastidores da Escola de Samba Unidos de Vila São Miguel. Apesar de não ter gerado nenhum CD temático, *Senhora do Destino* foi recorde de audiência da emissora, e o ambiente do samba nas escolas estava retratado – ainda que de forma caricata – e participava da caracterização do bairro Vila São Miguel. Após o final de Senhora do Destino em março de 2005, com a cinematográfica morte da vilã Nazaré (Renata Sorrah), estréia no mesmo horário a novela *América*, cuja trilha sonora também iria incluir CDs temáticos, um dedicado à música sertaneja, com o título de "América Rodeio" e o outro ao samba, intitulado "América, berço do samba". Novamente em América, o samba serviria para representar o bairro de Vila Isabel, zona norte do Rio de Janeiro, onde moravam alguns de seus principais personagens[69]. Desde 2003, a moda do samba, de fato, ocupou o horário nobre.

Por outro lado, apesar da forte exposição midiática, o gênero aparece nas novelas como representação sonora e simbólica de bairros pobres, personagens populares e situações engraçadas ou embaraçosas. A caracterização do Andaraí, de Vila São Miguel ou Vila Isabel

---

[68] Vale a pena comparar o início das duas canções, que demonstram as diferenças na visão do amor entre as duas categorias. Em *Encaixe perfeito*, a ótica do pagode romântico sobressai inteiramente, manifestando a felicidade do amor e sua realização concreta e feliz:

"Toda vez que eu venho a sonhar com você, linda
Eu acordo suado de tanto prazer
Só não consigo esquecer de uma vez
O amor gostoso que a gente faz
É o bastante pra me envolver com você cada vez mais"

Já no "samba de raiz" de Monarco e Walter Rosa, o personagem se declara incapaz de amar mais do que uma vez e, ao invés do sentimento, oferece à sua amada um contrato:

"Tudo o que quiseres te darei oh flor
Menos meu amor
Darei carinho se tiveres a necessidade
E peço a Deus para te dar muita felicidade
Infelizmente só não posso lhe entregar a mim
Coisas da vida, é mesmo assim"

No entanto, apesar das óticas opostas, não se pode imaginar uma separação indissolúvel entre os estilos "pagode romântico" e "samba de raiz", sobretudo no que tange aos seus intérpretes: essa canção foi gravada no CD *Celebridade Samba* pelo Só Pra Contrariar, que parece desenvolver sua carreira inteira buscando provar que, acima de tudo, "o samba não tem fronteiras".

[69] Entre eles podemos citar Feitosa (Aílton Graça), Islene (Paula Burlamarqui) e Creuza (Juliana Paes), que fizeram enorme sucesso ao protagonizarem um curioso triângulo amoroso com ares de chanchada. Também nascida no bairro, a personagem principal, Sol (Débora Secco) movimenta a trama da novela – inspirando-lhe o próprio título – ao realizar seu sonho de conhecer e morar na "América".

sempre prioriza as cenas externas, onde boa parte dos diálogos ocorre em bares, esquinas, ou em portões das casas. Há um ambiente de interação social que ocorre nas ruas, diferindo radicalmente dos outros núcleos das novelas, onde os apartamentos são os cenários preferenciais. Muitas vezes os personagens são caricaturas de tipos sedimentados no imaginário suburbano, retratados quase sempre de forma bem humorada. Sintomaticamente, são esses núcleos pobres que abrigam os poucos atores negros que participam das telenovelas da Rede Globo, cristalizando uma associação entre populações pobres, negros e samba. O ambiente cultural do gênero parece indissociável desse estereótipo. Mesmo quando é tratado com carinho pelos personagens e valorizado em diálogos elogiosos (o Sobradinho de Celebridade foi cenário de muitas cenas que buscavam legitimar o gênero e seus artistas), a prática do samba ainda tem um lugar muito específico no imaginário oficial da nação, compartilhado através das novelas da Globo. Trata-se de uma prática musical de negros, pobres, moradores de subúrbios e bairros nos quais as relações sociais comunitárias prevalecem.

Nesse sentido, é possível pensar na moda do samba como uma nova forma de administração do paradoxo entre samba e mercado. Os valores comunitários e amadores do fazer musical que compõe o imaginário do gênero permanecem enraizados e não foram anulados pelo sucesso dos grupos de pagode romântico. O samba continua a ser representado como uma música comprometida com esse ambiente, produzida por habitantes de periferias, morros e subúrbios, de baixo poder aquisitivo e fortes laços sociais. Por outro lado, o mercado de música absorve com naturalidade novos e antigos artistas ligados ao gênero, sem temer o amadorismo ou a falta de compromisso dos artistas. Este mercado altamente profissionalizado não parece ameaçado pela apologia de valores amadores e comunitários, e, a partir das grandes transformações tecnológicas da última década, tem sido capaz de fazer circular taxas crescentes de variedade estética.

De um lado, o pagode romântico cumpre uma função de representar o imaginário contemporâneo do amor feliz e realizado, utilizando elementos musicais de sonoridade e acompanhamento rítmico que permitem uma assimilação direta da comunicação musical e contato estreito com sentimentos e identificações do público jovem. Do outro, o "samba de raiz" estabelece uma ligação entre passado e presente que mostrou satisfazer a uma demanda de parte dos consumidores de música na virada do milênio, ansiosa por reatar vínculos identitários fundados em práticas musicais amadoras, valorizando as relações sociais, a coletividade, a festa.

Apesar da representação do samba no imaginário nacional ainda estar vinculada ao seu ambiente de origem e, por isso, ainda evocar vários tipos de preconceitos (raciais e sociais), a dicotomia entre samba e mercado que sempre produziu uma relação paradoxal entre sambistas e instâncias de promoção da circulação de músicas se enfraqueceu, tornando-se, em parte, uma relação de complementaridade. Há espaço no mercado hoje para artistas como Zeca, que, mesmo representando no plano simbólico alguns valores anti-mercado, atua profissionalmente com responsabilidade nas altas esferas do circuito profissional. Este mesmo mercado abriga com sucesso estrelas como Alexandre Pires e o perene grupo Raça Negra, que a cada trabalho reforçam uma forte identificação com valores da cultura internacional-popular, em ritmo de samba.

Se não é possível afirmar que o paradoxo entre samba e mercado se extinguiu, ao menos parece indiscutível que, atualmente, a relação entre os dois se tornou mais próxima e íntima. Nos dias de hoje, o samba ocupa todas as esferas do mercado brasileiro de música, desde pequenas rodas de samba afastadas dos centros urbanos até disputados shows no Canecão e palcos semelhantes; desde lançamentos restritos de pequenas gravadoras até amplas campanhas comerciais agressivas dos discos de Zeca Pagodinho pela Universal e Dudu Nobre pela BMG; desde programas de baixa audiência em redes de televisão educativas até recordistas de ibope como o Domingão do Faustão e as novelas do horário nobre; desde obscuros programas noturnos de emissoras de rádio AM até rádios FM líderes de audiência inteiramente dedicadas ao gênero. O samba hoje circula pelo mercado e pela sociedade de forma diversificada e intensa, minimizando a rígida oposição que norteava a categoria, imprensada entre o *showbizz* e o fundo de quintal.

CONCLUSÃO

A valorização estética do samba foi construída no decorrer do século XX (e principalmente na década de 1960) a partir da idéia de *tradição*. Como vimos, essa tradição tem dois componentes principais: a reafirmação do gênero enquanto prática de populações marginalizadas da sociedade, formadas majoritariamente por negros e mulatos; e a construção de uma relação íntima e reverente ao passado do gênero, ao seu repertório, compositores, lugares e símbolos que demarcam sua origem e identificam seus referenciais. A roda de samba enquanto evento informal funciona como fator de coesão de um determinado grupo social em torno das referências do repertório e se tornou um símbolo fundamental para a consolidação da noção de tradição e para a própria definição do gênero.

Ao mesmo tempo, o mercado de música passou no mesmo período por intensas mudanças que culminaram num alto grau de profissionalismo, que no ramo empresarial significa a busca incessante por produtos capazes de gerar lucros imediatos e volumosos. Para isso, a indústria fonográfica internacional se concentrou na distribuição e divulgação de músicas voltadas para a juventude, capazes de cativar corações jovens em todo o planeta. O ideal da juventude expressa uma valorização da modernidade, de um tempo de curta duração, voltado para o presente, para o aqui e agora. Sendo assim, o mercado se volta para o "moderno", para o "novo", para o "jovem".

Com isso, a relação entre o samba e o mercado durante boa parte do século XX foi marcada por um paradoxo. Ao mesmo tempo em que lutam para ocupar os espaços mais prestigiados comercialmente do mercado profissional moderno, os sambistas apóiam suas referências simbólicas em valores anti-mercado, baseados nas rodas amadoras e na valorização do passado e da história do gênero.

Até a década de 1990, a oposição entre tradição e modernização ocorreu entre o samba e as outras músicas do mercado. A idéia de modernização na música popular tem, na verdade, duas vertentes. A primeira, a modernidade *estética*, representa um núcleo de bom gosto e de qualidade e tem como referência a obra de compositores e cantores da chamada MPB. Construída a partir da criação individual desses artistas e destinada a um público de classe média e alta, a estética da MPB prima pela utilização de elementos sofisticados e de alta complexidade. Assim, sua valoração ocorre a partir de critérios aparentados com os critérios de qualidade aplicados à música de concerto clássico-romântica européia, representada nas obras referenciais de Bach-Mozart-Beethoven. Uma segunda vertente modernizadora, mais

comercial, se constitui a partir da utilização de elementos da música pop internacional, baseada na estética jovem que, de certa forma, teve como marco inicial o enorme sucesso mundial do rock and roll de Elvis Presley e Beatles. A estética musical jovem está associada a uma sonoridade derivada de invenções tecnológicas como a guitarra elétrica e o teclado, funcionando como representantes deste modelo moderno de valorização musical.

O samba, então, ocupava o mercado como uma categoria relativamente coesa que representa a música nacional e estabelece contrapontos à "invasão" de elementos da cultura internacional-popular e, ao mesmo tempo, às práticas sofisticadas e "modernas" da produção musical nacional. No campo estético, a categoria samba se opunha à MPB, lutando para legitimar seus critérios específicos de valoração e atingir o mesmo padrão hierárquico da famosa sigla. O episódio do Reveillon de 1996 revela que ainda há um longo caminho a percorrer até que os artistas identificados com o samba consigam o mesmo grau de consagração e valoração de seus colegas da MPB.

Comercialmente, a oposição do samba sempre foi com a música pop internacional, cujo símbolo mais contundente é o rock. As noções de "modernidade" associada ao rock e "atraso" vinculada ao samba são, na verdade, representações musicais de uma oposição entre nacional e estrangeiro que, como vimos, é um dos eixos principais de estruturação da cultura nacional. É por isso que o samba, há mais de 70 anos é a trilha sonora mais representativa do Brasil e sua manifestação artística mais contundente. Até a década de 1990, o gênero funcionou como representante desse ideal nacionalista ameaçado pelo rock e, ao mesmo tempo, disputou legitimidade com a modernidade cosmopolita da MPB. O embate foi, portanto, até o surgimento do pagode romântico, *externo* à categoria.

A partir do sucesso do Raça Negra, essa disputa entre tradição e modernidade passou para *dentro* do universo do samba, instaurando uma distinção entre um tipo de samba identificado com o passado, a "raiz", e uma outra estética voltada para o presente, o novo "pagode". O pagode romântico estava imbuído do desejo concreto de modernizar a prática do samba aproximando-a dos referenciais de modernidade da cultura pop internacional. Com isso, afastou-se ainda mais dos critérios de qualidade musical moderna tomados de empréstimo da música erudita e representados nos elementos característicos da MPB. Instaurou-se, então, um eixo de modernização do samba que funcionava também como argumento para sua desqualificação estética, uma vez que o pagode romântico se afastava tanto do referencial do "bom gosto" quanto dos elementos característicos da "tradição". Por outro lado, atingia níveis de consagração comercial altíssimos, públicos fiéis e cada vez mais amplos.

Com a estabilização monetária do Plano Real e o aquecimento da economia, a base de consumidores de música se ampliou, o que aumentou consideravelmente as vendas e os lucros da indústria fonográfica brasileira[70]. A legitimação pela quantidade se fortalece à medida que ela vai ficando mais numerosa e abrangendo amplas parcelas dos consumidores de música. Ao mesmo tempo, a ampliação da base de consumo colabora para o início de um processo de diversificação estética, que vai se confirmar na virada do milênio. Neste período, os lançamentos de Zeca Pagodinho e Martinho da Vila acentuam a divisão do grande mercado de samba entre "raiz" e "pagode". O meio da década é ainda um momento de grande riqueza na luta para a categoria samba aumentar seu prestígio simbólico e melhorar sua posição no *ranking* hierárquico de qualidade musical.

Dois lançamentos fonográficos resumem bem o panorama do samba da época e as disputas em torno de gênero. O primeiro é uma produção da Polygram, lançada em 1996, cujo objetivo era promover um encontro de sambistas com outros artistas do cenário musical. A idéia era fazer uma simulação de uma "casa de samba", onde diversos artistas ligados ao gênero recebem convidados, numa espécie de festa de confraternização. Essa atmosfera se evidencia na gravação "ao vivo"[71] e faz com que o disco passe a sensação de uma grande roda-show de, caracterizado pela atmosfera informal, de festa, de alegria. O produtor Rildo Hora fornece detalhes sobre a elaboração do disco:

> O *Casa de samba* é um projeto da gravadora Universal [antiga Polygram], que me chamou pra ver se eu aceitava fazer um disco, uma produção com cantores de samba ou compositores cantando com outras pessoas que não fossem sambistas Não era um disco de sambistas cantando com sambista. Como às vezes a gente não consegue, eventualmente a gente coloca sambista com sambista, mas o ideal era que fosse, por exemplo, Dona Ivone Lara com Zélia Duncan, Elza Soares com Lobão; essa é a idéia do projeto. Eu achei polêmica a idéia quando me foi apresentada. Eu pensei muito, tem muita gente que não vai gostar, porque eu sou um cara do samba fazendo isso, imagina! E pra me liberar um pouco dessas patrulhas eu resolvi fazer (depoimento pessoal, 8/4/2005).

No CD, diversos sambistas fazem duetos com artistas consagrados dos segmentos MPB (Zizi Possi, Nana Caymmi, Ivan Lins, Elba Ramalho, Simone e Caetano Veloso), rock (Lobão), axé (Ivete Sangalo) e da música pop (Zélia Duncan)[72]. Como previa Rildo, de fato, "as patrulhas"

---

[70] Neste período verifica-se um aumento na compra de televisões e aparelhos de CD (Freire Filho, 2001:151) e a indústria fonográfica dobra sua média anual de unidades vendidas.

[71] Na verdade do disco foi parcialmente gravado ao vivo, "nos jardins da Polygram" tendo recebido diversas "gravações complementares" no estúdio da Cia. dos Técnicos, no Rio de Janeiro. A tecnologia de gravação de discos altamente informatizada da época já permitia uma grande facilidade de inclusão de instrumentos após a gravação da "base", além de inúmeros acertos e "correções" possibilitadas durante a mixagem.

[72] As classificações de artistas em determinadas categorias musicais são arbitrárias e podem se mostrar equivocadas. A categoria MPB, por exemplo, por ser reconhecida como eixo do bom gosto e da qualidade musical eventualmente pode ser freqüentada por artistas que, teoricamente, estariam em outros segmentos como

atuaram e ele foi criticado intensamente pela formação de algumas duplas que, de acordo com alguns sambistas, não correspondiam ao perfil estético do samba. O produtor se defende:

> Só tenho pena deles não entenderem a parada qual é. Eles metem o pau no projeto por que acham que eu tô tirando a "virgindade" do samba misturando Dona Ivone com alguém do rock. [...] Eu não tenho direito de falar em nome do samba, eu faço o convite aos sambistas, pra ver se o cara quer cantar com o roqueiro, se eles topam aí deixa de ser problema meu (idem).

O que interessa aqui não é tanto a discussão em torno da suposta "virgindade" do samba, mas analisar qual era a intenção do disco. O *Casa de samba* era um projeto polêmico, de difícil realização (por necessitar de um encontro de diversos artistas), relativamente caro para a gravadora (necessitando contratação de pessoal, arranjos, músicos, estúdios, mídia, jabá, etc...) e, principalmente, de retorno incerto. Qual a vantagem em sua realização?

A meu ver, estava em curso uma alteração estética no mercado que aos poucos incorporava uma gama maior de tendências musicais. No interior do segmento samba, o sucesso de Zeca na própria Polygram, de Martinho na Sony, além do Só Pra Contrariar na BMG, Raça Negra na RGE (ainda em atividade) e Negritude Júnior na EMI revelava um embate cujo foco era o aumento de prestígio do gênero no mercado. Associar samba e MPB era uma ótima receita para promover esse intento e provocar uma espécie de revisão da posição hierárquica ambígua do gênero no mercado. Para isso, era preciso alargar as fronteiras estilísticas. Neste sentido, o *Casa de samba* buscava destacar a diversidade do gênero e suas várias possibilidades interpretativas, além de contar com presença de algumas estrelas da música popular brasileira. A diversidade parecia ocupar um lugar de destaque no grande mercado de música. Um ano antes do *Casa de samba* chega no mercado um outro lançamento altamente significativo, o CD *O samba não tem fronteiras*, do SPC, cuja faixa-título (de Alexandre Pires, Regis Danese e Luiz Cláudio) confirma a nova situação do mercado.

Assim como semente que cai na terra
Brotando linda flor
Nascia no mundo do samba
Um grupo do interior
Amigos, filhos de filhos do sertão
O *swing* corre nas veias
De uma nova geração

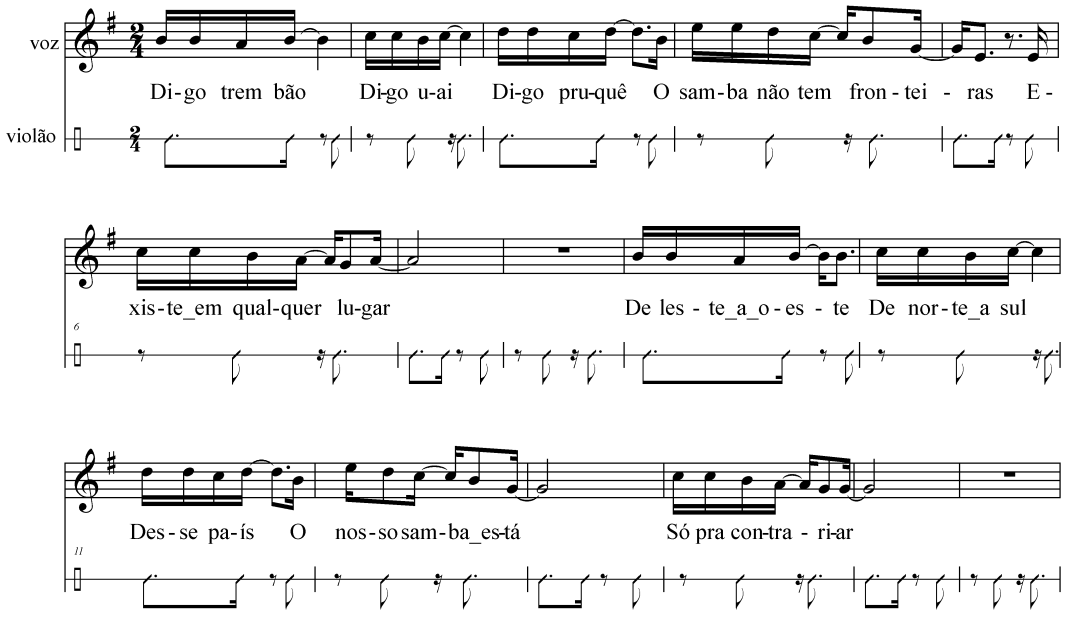
---

o pop, o rock e até mesmo o samba. Da mesma forma, cantores e cantores de linha romântica reivindicam o pertencimento à sigla através de alguns lançamentos com maior afinidade com a estética do segmento. É o caso, por exemplo, de Zizi Possi e Simone. Como observamos no capítulo 1, há uma certa zona imprecisa na demarcação entre os gêneros que dá margem a muitas discussões e disputas. Convém salientar que as influências recíprocas dificultam a definição de algumas fronteiras e tornam até a formação dos duetos às vezes um tanto complicada. No entanto, é fácil observar a opção básica do disco, de formar duplas entre artistas de samba e de "não-samba". A classificação pela negação é muitas vezes mais eficiente do que pela afirmação.

Nascia ali no Triângulo Mineiro
Um samba de Rio de Janeiro
Só assim se descobriu
Que não há fronteiras para o samba
Pois o samba, com certeza
Está em cada canto do Brasil

Digo *trem bão*, digo *uai,* digo *pruquê*
O samba não tem fronteiras
Existe em qualquer lugar
De leste a oeste, de norte a sul desse país
O nosso samba está
Só Pra Contrariar

As fronteiras geográficas do gênero sevem de eixo temático para contestar os próprios limites estéticos da categoria samba. Ao associar a desterritorialização com o surgimento de "uma nova geração" que também tem *swing* "nas veias", os autores produzem um novo critério de valorização, desvinculado da prestigiada matriz carioca do gênero e identificado com a modernidade e com uma espécie de conflito geracional. Essa intenção se confirma musicalmente na adoção do *padrão Benjor* em praticamente toda a gravação, sobretudo no refrão [CD ANEXO: faixa 21].



O *padrão Benjor* funciona aqui como um elemento literal de ampliação das fronteiras do samba, dialogando com o samba-rock dos anos 1970, com o referencial cunhado pelo Raça Negra e com a *axé music* contemporânea[73]. Executado pelo violão, sem a presença de cavaquinho, a sonoridade deste refrão não deixa dúvidas quanto aos elementos mais característicos do pagode romântico.

Na seqüência, durante a estrofe que menciona o Rio de Janeiro, a mixagem coloca o pandeiro mais à frente, aparece um cavaquinho, uma cuíca e, principalmente, o *padrão Benjor* é abandonado, cedendo espaço para o *paradigma do Estácio* [CD ANEXO: faixa 22]. Ao mesmo tempo, a melodia é muito mais contramétrica, caracterizada por contínuas antecipações e deslocamentos.

[73] É também em 1995 que o grupo Gerasamba lança a canção *É o tchan* no disco homônimo, que de tanto sucesso acabou rebatizado o grupo. Vale destacar que a música *É o tchan* não utiliza o *padrão Benjor*, mas um modelo rítmico que Carlos Sandroni denominou de *paradigma do tresilo*, um famoso ritmo 3-3-2 presente em diversas práticas musicais afros-descendentes em todo o mundo (ver Sandroni, 2001:pp 28-31). Como vimos, a *axé music* é uma categoria de mercado que abrange diversos ritmos e gêneros e, em sua prática, o *padrão Benjor* é apenas uma entre as diversas variantes. Ainda assim, pensando "lateralmente", como propõe Tagg, a audição do *padrão Benjor* remete à estética da música baiana dos anos 1990.

A representação musical do "samba de Rio de Janeiro" é icônica e contundente, mas em seguida é abandonada, "contrariada", confirmando a aposta do grupo na eliminação das fronteiras do samba e na possibilidade concreta de o mercado absorver diversidade. Aliás, esse disco inteiro do SPC representa bem a diversidade, contanto com músicas inteiramente baseadas no *padrão Benjor* (*Vem cá menina, Água na boca* e *Vida colorida*), outras com levada de cavaquinho bem à frente (*Nunca mais te machucar* e *O amor é cego*), além de vários sambas românticos (*Nosso sonho não é ilusão, Cola do meu lado, Tão só, Dói demais, Escuta teu coração, Me leva no seu coração* e *Não diga nada*) e uma sintomática regravação de *Ive Brussel*, de Jorge Benjor.

Entre tradição, modernidade, consumo e prestígio, a prática do samba ocupou um lugar de destaque no mercado de música brasileira na última década do século XX, projetando-se para o milênio seguinte como uma nova moda musical. A palavra-chave desse processo é diversidade. Ao incorporarem ao universo comercial e simbólico do samba novas cores, sotaques, elementos musicais, formais e temáticos, os artistas identificados com o pagode romântico eliminaram parte das oposições que norteavam a relação entre samba e mercado. Puderam então estabelecer um padrão de atuação artística no mundo dos negócios sem carregarem o estigma da relação paradoxal dos protagonistas do samba que tratavam o mercado como inimigo, desdenhando sua estrutura, funcionamento e referências estéticas.

Como conseqüência, o público do samba foi gradativamente se ampliando no decorrer da década e permitindo o (re)surgimento comercial de artistas identificados com o histórico do gênero, que haviam passado por "fases estranhas". Ao elaborar as questões que sedimentavam a relação paradoxal com o mercado, os grupos de pagode romântico redefiniram uma nova forma de atuação profissional dos sambistas nesse mercado, colaborando para o aparecimento dessa nova moda. O jornalista Hugo Sukman mapeia esse novo momento do samba:

> Eu acho que tem três fenômenos. [...] Teve um fenômeno que foi a volta do Zeca Pagodinho, que aliou o samba mais bem feito com qualidade de produção. Segundo fenômeno: o samba sempre foi contemporâneo de si próprio e evoluiu assim. Chega nos anos 1990 encontra uma classe média universitária interessada nele a fim de congelar a estética do samba, que se deu o nome de "samba de raiz". [...] E o terceiro e último – mas não menos importante – fenômeno é que, de fato, você vai ter um mercado de samba popular, o pagodão.[...] Os anos 1990 foi uma época de maturidade do samba como produto cultural, como produto comercial (depoimento pessoal ao autor em 23/3/2005).

Essa maturidade comercial se reflete, então, na diversidade dos produtos de samba que conseguem circular entre as três vertentes básicas apontadas por Sukman: qualidade de

produção, samba "de raiz"[74] e pagode romântico. É claro que entre os "fenômenos" há gradações e uma infinidade de estilos que não podem se enquadrar rigidamente nesse breve resumo elaborado pelo jornalista. Mas sua opinião demonstra que ao final da década de 1990 o mercado de música passou a ser ocupado por um leque relativamente amplo de correntes estéticas do samba, incluindo jovens interessados em "cultivar e congelar" o gênero de acordo com seu modelo referencial de sonoridade e repertório, a modernização do pagode romântico, em diálogo estreito com a estética pop-jovem e os artistas de destaque na grande indústria fonográfica.

Podemos incluir ainda uma ampla lista de artistas ligados ao samba que, com estilos e idades variadas, lançam discos que circulam através das pequenas e médias gravadoras, fazendo regularmente shows em várias capitais. Soma-se a esse time o (re)nascimento comercial de sambistas identificados com as "velhas guardas" das Escolas de Samba, pertencentes a uma segunda geração dos fundadores das agremiações cariocas. Isso sem contar a grande influência que parte do samba para outros gêneros do mercado como a própria MPB, o pop e o funk, entre outros.

É claro que a conjuntura econômica e tecnológica deu uma forcinha para essa diversidade. A proliferação e o sucesso empresarial de gravadoras de porte médio e pequeno puderam oxigenar o mercado de música em todas as suas categorias, dando voz a artistas a movimentos musicais não contemplados pelas *majors*. No entanto, é fato que a diversidade estética que o samba conseguiu abranger no interior de sua própria categoria foi a condição básica e necessária para essa ampliação do alcance e da circulação de sambas pelo mercado de música e pela sociedade. Deixando de lado as indelicadezas e ofensas de parte à parte, a vigorosa discussão entre "samba de raiz" e "pagode romântico" atualmente se minimizou em importância, pois "o samba, com certeza, está em cada canto do Brasil". Ainda bem!

[74] Cabe ressaltar que o jornalista aplica a classificação "samba de raiz" em um sentido um pouco diferente do que foi tratada nesse trabalho. Segundo ele, a categoria estaria identificada apenas à noção de "congelamento estético" do gênero, promovida por setores da classe média intelectualizada. No entanto, acredito tratar-se de uma opinião pessoal de Sukman, pois a noção de "samba de raiz" que circula amplamente na imprensa de um modo geral remete a todo universo de artistas identificados com a história e com a "tradição" do gênero. E isso inclui aqueles que conciliam "samba bem feito" com "qualidade de produção", como Zeca, Dudu Nobre, Beth Carvalho, entre outros.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor. "O fetichismo na música e a regressão da audição" In: *Os Pensadores – Adorno.* São Paulo: Nova Cultural, 1999.

ADORNO, Theodor & HORKEIMER, Max. "A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação de massas" In: *Teoria da cultura de massa*. Luiz Costa Lima (org.), Júlia Eliabeth Levy (trad.)Rio de Janeiro, Paz e Terra, pp. 155-204, 1982.

ADORNO, Theodor. *On popular music*, retirado da internet em 21 de janeiro de 2005 no site: http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/adorno.htm, George Simpson (ed.),1941.

ARAÚJO, Paulo César de. *Eu não sou cachorro não*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

ARAÚJO, Samuel. "The politics of passion: the impact of bolero on brazilian musical expressions" In: *Yearbook for Tradicional Music*, Londres: IASPM, 1999, pp. 81-93.

_____. *Acoustic labor in timing of every day life*. Tese de doutorado, EUA: Urbana University of Illinois, 1992.

BARBERO, Jesús Martín. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.* Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Work, consumerism and the new poor.* Buckingham, Philadelphia: Open University Press, 1998.

BLACKING, John. *Music, culture and experience.* Chicago, EUA: Chicago University Press, 1995.

BOURDIEU, Pierre. "O mercado de bens simbólicos" IN *A economia das trocas simbólicas*. Trad. Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2001.

CABRAL, Sérgio. *Escolas de Samba: o quê, quem, como, quando e porquê*. Rio de Janeiro: Fontana, 1974.

CALADO, Carlos. *Tropicália: a história de uma revolução musical*. São Paulo: Ed. 34, 1997.

CALDAS, Waldenyr. *Acorde na aurora: música sertaneja e indústria cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.* Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

_____. *A globalização imaginada.* São Paulo: Ed. Iluminuras, 2003.

CANDEIA e ISNARD. *Escola de samba: árvore que esqueceu a raiz*, Rio de Janeiro: Lidador, 1978.

CARVALHO, José Jorge de. "Black music of all colors: the construction of black ethnicity in ritual and popular genres of afro-brazilian music" In: *Music and black ethnicity: the Caribbean and south America* / Gerard H. Béhague (ed.), Miami, EUA: University if Miami,1992, pp.187-206.

CASE, Rafael. *Programa Case: o rádio começou aqui.* Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

CAVALCANTI, Maria Laura V. Castro. *Carnaval Carioca: dos bastidores ao desfile.* Rio de Janeiro: Funarte, UFRJ, 1994.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural.* São Paulo: Brasiliense, 1993.

COSTA NETO, José Carlos. "A música e o sistema brasileiro de controle de direitos de autor e conexos" In: *Guia do Mercado Brasileiro de Música.* Marinilda B. Boulay (coord.). São Paulo: Imprensa Oficial/ ABMI, 2004.

COUTINHO, Eduardo G. *Velhas Histórias, Memórias Futuras - o sentido da tradição na obra de Paulinho da Viola.* Rio de Janeiro: EdUerj, 2001.

DAMASCENO, João Batista. "Malandro, cerveja, ética protestante e espírito do capitalismo". Publicação virtual *Achegas – Revista de Ciência Política*, nº 17 www.achegas.net, (download em 7/8/2005). Rio de Janeiro, 2004.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis.* Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

DAPIEVE, Arthur. *BRock: o rock brasileiro dos anos 80*. São PAulo: Ed. 34, 1995.

DEBORD, Guy, *A sociedade do espetáculo*. Projeto Periferia, retirado do *site* www.geocities.com/projetoperiferia eBookLibris: 2003.

DIAS, Márcia T. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura.* São Paulo: Ed. Boitempo, 2000.

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *The world of goods: towards an anthropology of consumption*. Londres e Nova York: Routledge, 1996.

DOURADO, Henrique Autran. *Dicionário de termos e expressões da música*. São Paulo: Ed. 34, 2004.

DREIFUSS, René Armand. "Corporações estratégicas e mundialização cultural" In: *Globalização, mídia e cultura contemporânea* / Denis de Moraes (org.), Campo Grande: Letra Livre, 1997.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados.* São Paulo: Perspectiva, 1993.

FABBRI, Franco."A Theory of Musical Genres: Two Applications". In: *Popular Music Perspectives, Papers from the First International Conference on Popular Music Research*, David Horn e Philip Tagg, eds., IASPM, Göteborg & Exeter, 1982.

_____. *Browsing music spaces: categories and the musical mind*. Apresentado no Congresso da IASPM-UK, disponível em www.tagg.org/others/ffabbri9907.html (download em 2/6/2002), 1999.

FENERICK, José Adriano. *Nem no morro, nem na cidade: as transformações do samba e a indústria cultural (1920-1945).* Tese apresentada no Departamento de História da USP, São Paulo, 2002.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas.* São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FREIRE FILHO, João. *A elite ilustrada e "os clamores anônimos da Barbárie"*. Tese de Doutorado, Depto. de Letras, PUC-RJ, 2001.

FRITH, Simon. 'Rumo a uma estética da música popular". Inês Alfano (trad.), do original: "Towards na aesthetic of popular music" In: *Music and society*, Susan McClary e Richard Leppert (eds.), Cambridge, Cambridge University Press, pp. 133-149, 1987.

FROTA, Wander Nunes. *Auxílio luxuoso: o samba símbolo nacional, geração de Noel Rosa e indústria cultural*. São Paulo: Annablume, 2003.

GUIMARÃES, Francisco (VAGALUME). *Na roda de samba*. Rio de Janeiro: Funarte, 1978.

GUMES, Nadja. "Culturas juvenis e a formação das identidades da juventude" In: Intercom, (XXVI Congresso) www.intercom.org.br/papers/congresso2003/nucleos_np13.shtml (*download* em 12/5/2005) Belo Horizonte, MG: 2003.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HENION, Antoine. "The production of success: na antimusicology of the pop song" In: *On Record: rock pop, and the written word* / Simon Frith e Andrew Goodwin (eds.), Nova York: Panteon Books, [1983] 1990, pp.185-206.

HOBSBAWM, Eric."A invenção das tradições" In: *A invenção das tradições.* Eric Hobsbawm e Terence Ranger (orgs.). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOBSBAWM, Eric. *A História Social do Jazz.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

HOLLANDA, Heloísa B. de & GONÇALVES, Marcos A. *Cultura e participação nos anos 60*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

JANOTTI JR., Jedder. *Aumenta que isso aí é rock and roll: mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

LASMAR, José Osvaldo Guimarães. "Aspectos conceituais e metodológicos de uma abordagem econômica da indústria cultural" IN *Economia da Cultura: reflexões sobre indústria cultural no Brasil*. Brasília: MinC, 1998.

LEME, Mônica. *Que Tchan é esse? Indústria e produção musical no Brasil dos anos 90.* São Paulo: Annablume, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia da Letras, 1989.

LOPES, Nei. *O negro no Rio de Janeiro e sua tradição musical*. Rio de Janeiro: Pallas, 1992.

_____ . *Zé Kéti – o samba sem senhor* Rio de Janeiro: Relume Dumará, Coleção *Perfis do Rio* – Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2000

_____. *Sambeabá: o samba que não se aprende na escola.*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

_____. "A presença africana na música popular brasileira" In: *Revista ArtCultura*, vol. 9. Uberlândia, MG: Universidade Federal de Uberlândia, Instituto de História, 2004.

LUNDBERG, Dan, MALM, Krister & RONSTRÖM,Owe. *Music Media Multiculture: changing music scapes*. Livro virtual retirado em 10/3/2005 de www.visarkiv.se/mmm/book/index.htm Suécia, Svenskt Visarkiv: 2003.

MALM, Krister. "Music on the Move: Traditions and Mass Media" In *Ethnomusicology vol. 37, nº 3,* 1993.

MANSUR, Fernando. *Rádio: um veículo sub-utilizado?* Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ECO- UFRJ, Ilana Strozenberg (orientadora). Rio de Janeiro, 2004.

MATOS, Claudia. *Acertei no milhar.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

MIDDLETON, Richard. *Studying popular music.* Philadelphia, EUA: Open Music University, 1990.

MIDANI, André. "Poder egocêntrico – poder responsável" In: Revista Next-Brasil ano 2, n. 2, www.nextbrasil.com.br (download em 27/4/2005) Rio de Janeiro, 2004, pp. 18-24.

MORELLI, Rita. *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas: Ed. Unicamp. Série Teses, 1991.

MOURA, Roberto. *Tia Ciata e a Pequena África no Brasil*. Rio de Janeiro, Funarte, 1983.

MOURA, Roberto M.. *No princípio, era a roda.* Rio de Janeiro:Rocco, 2004.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo.* Trad. Maura Ribeiro Sardinha. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1975.

_____. "Não se conhece a canção" In: *Linguagem da cultura de massas* / trad. Sebastião Velasco e Hilda Fagundes. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973, pp. 143-156.

MUKUNA, Kazadi wa. *Contribuição bantu na música brasileira: perspectivas etnomusicológicas.* São Paulo: Terceira Margem, 2000.

NAPOLITANO, Marcos. O Tropicalismo no contexto dos festivais. Retirado do *site* Alta Fidelidade www.geocities.com/altafidelidade/arquitema.htm (download em 20/12/2005), 1997.

_____. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na mpb (1959-1969)*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2001.

_____. *A música popular brasileira (MPB) dos anos 70: resistência política e consumo cultural*. IV Congresso da IASPM-LA (International Association for Study of Popular Music) www.hist.puc.cl/historia/iaspm/actasmexico.html (download em 5/9/2004), Cidade do México, 2002.

NAVES, Santuza, *Da Bossa Nova à Tropicália*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

NEPOMUCENO, Rosa. *Música caipira: da roça ao rodeio*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

NETTL, Bruno. "Relating the present to the past: thoughts on the study of musical change and cultural change in ethnomusicology" In: *Music and Anthropology, Nº 1*, edição virtual acessada em 22/7/2005 <www.muspe.unibo.it/period/ma/index.html> Università di Bologna, Itália, 1996.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural.* São Paulo: Brasiliense, 2001.

_____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

PARANHOS, Adalberto. *O Brasil dá samba? Os sambistas e a invenção do samba como "coisa nossa"*. Publicação virtual extraída em 5/2/ 2004 do *site* www.samba-choro.com.br Texto apresentado originalmente no II Congresso Latino-americano da IASPM, Santiago. Chile, 1997.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *Cacique de Ramos: uma história que deu samba*. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

PRESTES, Luiz Carlos. "A cadeia produtiva da economia da música" In: *Guia do Mercado Brasileiro de Música.* Marinilda B. Boulay (coord.). São Paulo: Imprensa Oficial/ ABMI, 2004.

PUTERMAN, Paulo. *Indústria Cultural: a agonia de um conceito*. São Paulo: Perspectiva, 1994.

ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

_____. "Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários" In: *Alceu – Revista de Comunicação, Cultura e Política v.1*. Rio de Janeiro: PUC, 2000, pp. 18-37.

SANCHES, Pedro Alexandre. *Como dois e dois são cinco*. São Paulo: Boitempo, 2004.

SANDRONI, Carlos. *Feitiço decente: transformações no samba 1917-1933*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

SEEGER, Anthony. "Whoever we are today, we can sing you a song about it" In: *Music and black ethnicity: the Caribbean and south America* / Gerard H. Béhague (ed.), Miami, EUA: University if Miami,1992, pp. 1-16.

SEVERIANO, Jairo & MELO, Zuza Homem de. *A canção no tempo: 85 anos de músicas brasileiras.* vol. I e II. São Paulo: Ed. 34, 1997.

SILVA, Marília Barbosa & OLIVEIRA FILHO, Arthur. *Paulo da Portela: traço de união entre duas culturas*. Rio de Janeiro: Funarte, 1979.

_____ . *Cartola: os tempos idos*. Rio de Janeiro, Funarte, 1997.

SILVA , Marília T. Barboza da & SANTOS, Lygia. *Paulo da Portela – traço de união entre duas culturas* Rio de Janeiro: Funarte, 1979

SODRÉ, Muniz. *Samba, o dono do corpo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SOUZA, Tárik de. *Tem mais samba: das raízes à eletrônica*. São Paulo: Ed.34, 2003

TAGG. Philip. *Fernando the Flute*, Institute of Popular Music, Liverpool: University of Liverpool, 1991.

_____. "Musicology and the semiotics of popular music". Versão virtual extraída em 19/1/2004 do site oficial do autor: www.tagg.org , originalmente publicado na Revista Semiótica nº 66-1/3, pp. 279-298, 1987.

_____. "Introductory notes to the semiotics of music" ersão virtual extraída em 19/1/2004 do site oficial do autor: www.tagg.org , Inglaterra, Liverpool, 1999.

TATIT, Luiz.*O cancionista: composição de canções no Brasil.* São Paulo: EdUsp, 1996.

_____. *Musicando a semiótica*. São Paulo: Annablume, 1997.

_____. *O século da canção*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2004.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.* Petrópolis, RJ: Vozes, 1995

TINHORÃO, José Ramos.*História social da música popular brasileira*. São Paulo: Ed. 34, 1998.

TRAVASSOS, Elizabeth, 1997. *Os mandarins milagrosos: arte e etnografia em Mário de Andrade e Bela Bartók*. Funarte; Jorge Zahar Ed., 1997.

_____. *Modernismo e música brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

TROTTA, Felipe. *Paulinho da Viola e o mundo do samba*. Ricardo Tacichian (orientador) Dissertação de mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Música (PPGM) da Uni-Rio. Rio de Janeiro, 2001.

_____. "Música popular e mercado: a força das classificações" In: *Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura* v.3 n.2 (dezembro/2005), disponível em www.contemporanea.poscom.ufba.br, Salvador, BA: UFBA, pp. 181-196, 2005.

ULHÔA, Martha Tupinambá de. "Música sertaneja em Uberlândia na década de 1990" In: *Revista ArtCultura*, vol. 9. Uberlândia, MG: Universidade Federal de Uberlândia, Instituto de História, 2004

ULLOA, Alejandro Sanmiguel. *Pagode: a festa do samba no Rio de Janeiro e nas Américas*. Rio de Janeiro: Ed. Multimais, 1998.

VARGENS, João Baptista M. *Candeia: luz da inspiração.* Rio de Janeiro: Funarte,1997.

VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa* / Trads. Olivia Krähenbühl e Bolivar Lamounier. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

VIANNA, Hermano. *O mistério do samba.* Rio de Janeiro: Ed. Zahar/UFRJ, 1995.

VIANNA, Letícia C.R. *A idade mídia: uma reflexão sobre o mito da juventude na cultura de massa.* Série Antropologia, publicação virtual do Departamento de Antropologia (DAN) UnB, disponível em www.unb.br/ics/dan (*download* em 3/4/2003). Brasília, 1992.

_____. *Bezerra da Silva: produto do morro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 1998.

WISNIK, José Miguel. "Algumas questões de música e política no Brasil" In: *Cultura brasileira: temas e situações*. Alfredo Bosi (org.), São Paulo: Ática, 1992

_____. *O Som e o Sentido*. (2ª ed.) São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

***Sites* consultados**

Academia do samba - www.academiadosamba.com.br
Agenda do Samba & Choro - www.samba-choro.com.br
Clicknotícias - www.clicknoticias.com.br
Cliquemusic - www.cliquemusic.com.br
Dicionário Cravo Albin www.dicionariompb.com.br
Portal Sambando.com www.sambando.com.br
Zeca Pagodinho - www.zecapagodinho.com.br
Jorge Benjor - www.jorgeben.com.br
Beth Carvalho- www.bethcarvalho.com.br
Martinho da Vila- www.martinhodavila.com.br
Katinguelê - http://geocities.yahoo.com.br/katinguelenanet/
Fundo de Quintal - www.fundodequintal.com.br
Délcio Luiz - www.delcioluiz.com.br
Exaltasamba www.grupoexaltasamba.com.br
Art Popular – www.artpopularwebsite.hpg.ig.com.br/artpopularnac.htm
Portal SPC - www.portalspc.art.br (não-oficial)
Alexandre Pires - http://alexandrepires.uol.com.br
ABMI - www.abmi.com.br
Indie Records - www.indie.com.br
Biscoito Fino www.biscoitofino.com.br
Trama - www.trama.com.br
ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Discos) - www.abpd.org.br
Sony-BMG www.sonybmg.com.br
EMI www.emi.com.br
Universal www.universalmusic.com.br
Warner bros. www.warnermusic.com.br
IFPI (International Federation of Phonografic Industry) www.ifpi.org
RIAA (Recording Industry Association of America)- www.riaa.com
ECAD (Escritório Central de Arrecadação de Direitos) - www.ecad.org.br
Teledramaturgia - www.teledramaturgia.com.br
Portal Cineminha - www.cineminha.com.br
Fundação Getúlio Vargas - www.fgv.br

Entrevistas realizadas:

Adelzon Alves (radialista)
27/2/2003, Rádio MEC, Rio de Janeiro

Beatriz Medeiros (fã-clube SPC)
22/5/2005, por e-mail

Carlão – Carlos de Andrade (produtor fonográfico - Visom)
14/02/2005, por telefone

Hugo Sukman (jornalista)
23/3/2005, no Jornal O Globo, Rio de Janeiro

José Milton (produtor musical)
18/02/2005, em Botafogo, Rio de Janeiro

Luiz Carlos (Raça Negra)
8/4/2005, por telefone

Moacyr Luz (cantor e compositor)
4/4/2005, Muda, Rio de Janeiro.

Moisés da Rocha (radialista)
10/4/2005, por e-mail

Nenê (Negritude Jr.)
7/1/2005, por telefone

Rildo Hora (produtor musical)
8/4/2005, Copacabana, Rio de Janeiro

Roberto Carvalho e Claudia Calmanowitz (da gravadora Rob Digital)
26/05/2004, Botafogo, Rio de Janeiro

Roberto M. Moura (jornalista)
30/3/2005, Méier (Rio de Janeiro)

Rose (fã-clube Cheia de Manias)
7/2/2005, por telefone

Matérias consultadas em jornais e revistas (em ordem cronológica):

Jornal do Brasil, 8/5/1986 – *A Zona Sul está mudando o pagode*, por Mara Caballero
Revista Isto é, 18/6/1986 – *Samba guerrilheiro*, por Joana Angélica
Jornal do Brasil, 2/7/1986 – *O pagode na hora da explosão*, por Tárik de Souza
Jornal O Globo, 24/7/1986 – *Sexta-feira, depois do expediente. O pagode chega ao Centro do Rio*, por Leda Maria
Revista Veja, 12/11/1986 – *O pagode em glória* (sem assinatura)
Revista Isto é, 12/11/1986 – *Maratona do pagode,* por Tim Lopes
Jornal do Brasil, 11/12/1986 – *Tem japonês no samba*, por João Máximo
Jornal do Brasil, 14/12/1986 – *A revolução do fundo de quintal*, por Tárik de Souza, Cleusa Maria, Márcia Cezimbra e Diana Aragão.
Revista Afinal, 3/2/1987 – *Deu samba na Fm*, por Tânia Regina Pinto
Jornal O Dia, 9/5/1990 – *Pagode de graça na Cinelândia*, por Vilmar dos Santos
Revista Veja, 12/12/1990 – *A MPB está em alta*, entre vista com André Midani
Jornal do Brasil, 17/6/1992 – *Os bambas de São Paulo*, por Pedro Só
Folha de S. Paulo, 16/12/1992 – *Negritude Júnior é revelação* (sem assinatura)
Revista Veja, 20/1/1993 – *O samba da garoa* (sem assinatura)
Jornal do Brasil, 18/7/1993 – *Tem Beatles no samba*, por Teresa Karabtchvsky
Jornal do Brasil, 9/11/1993 – *Alteração nos tamborins*, por Tárik de Souza
Jornal do Brasil, 9/12/1993 – *Os "novos, "de raiz" e "urbanos",* (sem assinatura)
Revista Isto é, 15/12/1993 – *O samba-metal*, por Roseane Pavam
Revista Veja, 29/12/1993 – *A explosão do cd* (sem assinatura)
Jornal O Dia, 30/12/1993 – *Reveillon do pagode*, por Paulo Ricardo Moreira
Jornal do Brasil, 30/1/1994 – *Brasileiro conquista o sonho do CD player* (sem assinatura)
Folha de S. Paulo, 10/3/1994 – *Chico redescobre a música em "Paratodos"*, por Carlos Calado
Jornal O Dia, 30/6/1994 – *Pagode a jato*, por Pedro Só
Revista Isto é, 27/7/1994 – *Reis do batuque*, por Celso Fonseca
Jornal O Dia, 13/9/1994 – *A morte da barata,* por Pedro Só
Jornal do Brasil, 20/9/1994 – *Pagode com dendê e malagueta,* por Márcia Gomes
Jornal do Brasil, 21/4/1995 – *Sambalanço monta holding milionária*, por Jorgemar Felix
Jornal do Brasil (Revista Domingo), 10/9/1995 – *O língua-solta do samba*, por Clóvis Saint-Clair
Jornal do Brasil, 6/8/1995 – *Invasão no território emergente*, por Bráulio Neto
Jornal O Dia, 30/11/1995 – *Pornôsamba, a perereca tá solta*, por Priscila Monteiro
Jornal do Brasil, 3/2/1996 – *Tá delícia, tá gostoso*, por Edmundo Barcelos
Revista Veja, 20/3/1996 – *Explosão nacional* (sem assinatura)
Jornal O Dia, 30/4/1996 – *Pagode para toda a família*, por Cláudio Uchoa
Folha de S. Paulo, 18/5/1996 – *Raça Negra chega ao topo tocando pagode do asfalto*, por Xico Sá
Revista Veja, 22/5/1996 – *Jovem guarda negra*, por Celso Masson
Jornal O Dia, 7/8/1996 – *Pelados em Uberlândia,* por Cláudio Uchoa
Jornal O Dia, 19/1/1997 – *Os bonitões do sambalanço*, por Claudia Cecília
Jornal O Dia, 11/3/1997 – *Aula de malandragem*, por Fabian Chacur
Revista Veja, 3/9/1997 – *Talento para fazer milhões*, por Ângela Pimenta e Neuza Sanches
Jornal O Dia, 16/9/1997 – *Batuque no cinema*, por Mauro Ferreira
Revista Isto é, 10/12/1997 – *Samba não é world music,* por Míriam Fichtner
Revista Isto é, 31/12/1997 – *Bebadafama*, por Míriam Fichtner
Revista Raça, 03/1998 – entrevista com Leci Brandão por Maria Amélia Rocha Lopes

Revista Veja, 1/4/1998 – *Milionários do samba*, por Okky de Souza
Jornal O Dia, 17/4/1998 – *Os magnatas do pagode,* por Mauro Ferreira
Folha de S. Paulo, 20/5/1998 – *Só Pra Contrariar comemora 3 milhões de discos vendidos,* por Leandro Fortino
Jornal O Dia, 11/6/1998 – *Deus do pagode*, por Mauro Ferreira
Revista Veja, 24/6/1998 – *A cor do sucesso*, por Rodrigo Cardoso e Laura Capriglione
Revista Época, 22/6/1998 – *Pagode $/A*, por Cinthia Rodrigues
idem – *O samba vive*, por Carlos Rennó
Jornal O Dia, 15/8/1998 – *Os beijoqueiros do sucesso,* por Mauro Ferreira
Jornal O Dia, 21/10/1998 – *Passarela do samba*, por Simone Bloris
Jornal O Dia, 3/5/1999 – *No passo do SPC,* por Mauro Ferreira
Jornal O Dia, 13/5/1999 – *Refém do público*, por Mauro Ferreira
Revista Raça, 08/1999 -
Folha de S. Paulo, 17/9/1999 – *Contrariar a lógica,* por Luís Perez
Revista Palavra, 7/10/1999 – *A guerrilha do samba do bem*, por Cláudia Mesquita e Israel do Vale
Revista Raça, 02/2000 – José de Paula Neto, um homem de visão (entrevista com Netinho), por Oswaldo Faustino
Revista Veja, 29/3/2000 – *Tchau pagode*, por Sérgio Martins
Jornal O Dia, 18/7/2000 – *Alto-astral*, por Mauro Ferreira
Jornal O Globo, 7/11/2000 – *Caminhos asfaltado para o samba*, por João Máximo
Jornal do Brasil, 27/2/2001 – *Náufragos do pagode*, por Adilson Pereira
Revista Isto é, 4/4/2001 – *Revoada pagodeira*, por Ivan Claudio
Jornal O Globo, 19/4/2001 – *Bambas de primeira em três andamentos*, por João Máximo
Folha de S. Paulo, 25/7/2001 – *Indústria fonográfica reclama da pirataria e prevê extinção do mercado*, por Pedro Alexandre Sanches
Revista Isto é Gente, 2/9/2002 – *Acabou a época de vender 1 milhão de CDs*, por Silvia Ruiz
Jornal O Estado de S. Paulo, 11/11/2002 – *Teresa Cristina canta a obra de Paulinho da Viola,* por Mauro Dias
Folha de S. Paulo, 21/5/2003 – *Leia na íntegra a entrevista de André Midani*, por Pedro Alexandre Sanches e Laura Mattos
Revista Época, 7/7/2003 – *Alexandre, o grande*, por Beatriz Veloso
Jornal O Globo, 9/11/2003 – *Uma trilha de sucesso*, por João Pimentel
Jornal O Globo, 11/11/2003 – *O som da era Zeca*, por Hugo Sukman
Jornal O Estadão, 14/3/2004 – *Brahma "rouba" Zeca Pagodinho da Nova Schin*, por Carlos Franco
Jornal O Globo, 8/4/2004 – *Indústria mundial do disco tem retração histórica* (sem assinatura)
Jornal O Globo, 19/4/2004 – *Jingle também acaba em samba*, por João Máximo
Jornal O Globo, 13/6/2004 – *Shopping Samba*, por João Pimentel
Diário do Nordeste, 13/8/2004 – *Na batida de Benito di Paula* (sem assinatura)
Jornal O Globo, 16/7/2004 – *Selo especializado no samba e nas suas variações*, por João Pimentel
Jornal O Globo, 6/6/2005 – *E o samba ganhou as paradas*, entrevista com Jorge Aragão, Mauro Diniz e Zeca Pagodinho, por Hugo Sukman
Jornal O Globo (Revista RioShow), 5/8/2005- *É pagode pra valer* por Jefferson Lesa
Jornal O Globo, 6/8/2005 – *Chico agora é da Biscoito Fino* (sem assinatura)
Jornal O Globo, 5/9/2005 – *Eternizando o pagode*, por Hugo Sukman

Discografia

Raça Negra:
Raça Negra, RGE (CD: 6130-2), 1991
Raça Negra, RGE 320.6194, 1992
Raça Negra, RGE 320.6161, 1992
Raça Negra, RGE 342.6170,1993
Raça Negra, RGE 342.6189, 1994
Raça Negra RGE 8012 2, 1995
Ao vivo, RGE 7124 2, 1996
Raça Negra, RGE 8113 2, 1996
Raça Negra, RGE 8146 2, 1997
Ao vivo, Universal/Globo 153 359-2, 1999
Vem Pra Ficar, Universal, 2000
Raça Negra, Universal 73145488592, 2001

Negritude Júnior:
Jeito de seduzir, Zimbabwe ZB 006, 1992
Natural, EMI Odeon 827 719 1, 1993
Deixa acontecer, EMI Odeon, 1994
Gente da gente, EMI Odeon 835554 2, 1995
Nosso ninho, EMI Odeon 854640 2, 1996
Sedução na pele, EMI Odeon 821532 2, 1997
Porcelana, EMI Odeon 496984-2,1998
Periferia, , EMI Brasil 525 348-2, 2000

Só Pra Contrariar:
Só Pra Contrariar BMG Ariola, 1993
Só pra contrariar, BMG Ariola 7432122727-2, 1994
O samba não tem fronteiras, BMG Ariola 7432130688-2, 1995
Só Pra Contrariar Futebol Clube, BMG Ariola 7432139013-2, 1996
Só Pra Contrariar, BMG 7432142978-2, 1997
Só Pra Contrariar, BMG 7432165793-2, 1999
Bom Astral, BMG 7432175707-2, 2000

Zeca Pagodinho:
Zeca Pagodinho, RGE 308.6104, 1986
Patota do Cosme, RGE 303.6071, 1987
Jeito moleque, BMG Ariola 130.0053, 1988
Boêmio feliz, BMG Ariola, 1989
Mania da gente, BMG Ariola, 1990
Pixote, BMG Ariola 10102, 1991
Um dos poetas do samba, BMG Ariola 130.0155, 1992
Alô mundo!, BMG Ariola 130.0167, 1993
Samba pras moças, Polydor (Polygram) M-527738-2, 1995
Deixa clarear, Polygram 534078-2, 1996

Hoje é dia de festa, Polygram 536 503-2, 1997
Zeca Pagodinho, Polygram 538 229-2, 1998
Zeca Pagodinho Ao vivo, Universal 546 198-2, 1999
Água da minha sede, Universal Music 73145429602, 2000
Deixa a vida me levar, Universal Music, 2002
Acústico MTV, Universal Music, 2003
À vera, Universal Music 60249824533, 2005

Fundo de Quintal
Samba é no fundo do quintal, RGE (CD Som Livre 6093-2, 2000), 1980
Samba é no fundo do quintal, vol. 2, RGE,1981
Nos pagodes da vida, RGE 308.6043, 1983
Seja sambista também, RGE 308.6065, 1984
Divina luz, RGE 308.6089, 1985
O mapa da mina, RGE 303.6059, 1986
Do fundo do nosso quintal, RGE 310.6016, 1987
O show tem que continuar, RGE 320.6012, 1988
Ciranda do povo, RGE 320.6035, 1989
Fundo de Quintal Ao vivo, RGE 320.6106, 1990
É aí que quebra a rocha, RGE 320.6149, 1991
A batucada dos nossos tantãs, RGE 320.6227, 1993
Carta musicada, RGE 342.6195, 1994
Palco iluminado, RGE 8051 2, 1995
Nas ondas do partido, , RGE 8134 2, 1996
Livre para sonhar, RGE 8161 2, 1997
Fundo de Quintal e convidados, RGE 8166 2, 1998
Chega pra sambar, RGE 8170 2, 1999
Simplicidade (Ao vivo), BMG Brasil 74321764922, 2000
Papo de samba, BMG Brasil, 2001
Ao Vivo no cacique de Ramos, BMG Brasil 74321948062, 2002

Outros artistas e discos citados*:*
Jorge Ben, *Samba esquema novo*, Philips P632 161L, 1963
Jorge Ben, *Sacudin Ben Samba*, Philips P632 193L, 1964
Velha Guarda da Portela, *Portela, passado de glória*, RGE XRLP 5349, 1970
Roberto Carlos, *Roberto Carlos*, CBS 137745, 1971
Cartola, *Cartola*, Gravadora Marcus Pereira, MPL 9302, 1974.
Dona Ivone Lara, *Samba, minha verdade,samba minha raiz*, Odeon 062 421005, 1978.
Beth Carvalho, *De pé no chão* RCA-Victor 103.0280, 1978
Milton Nascimento, *Caçador de mim*, Ariola, 1981
Chitãozinho e Xororó, *Somos apaixonados*, Copacabana, 1982
Beth Carvalho, *Suor no rosto*, RCA Victor 103.0609,1983
Ultraje a rigor, *Nós vamos invadir sua praia*, WEA, 1985
Raça Brasileira, RGE 308.6087, 1985
Leandro e Leonardo, *Leandro e Leonardo v. 4*, Chantecler, 1990
Caetano Veloso, *Circuladô*, Polygram, 1991
Zezé Di Camargo e Luciano, *Zezé Di Camargo & Luciano*, Copacabana 613.052, 1991
Daniela Mercury, *O canto da cidade*, Columbia/Sony 850172-2, 1992

Martinho da Vila, *Tá delícia tá gostoso*, 1995
Casa de samba, (volume 1) Polygram 532 500-2, 1996
Jorge Aragão, *Sambista a bordo*, Indie Records, 1997
Dudu Nobre, *Dudu Nobre* BMG 74321 65792-2, 1999
Walter Alfaiate, *Olha aí*, CPC-UMES, 2002
Alexandre Pires, *Minha vida, minha música*, BMG 74321950282, 2002
Teresa Cristina e Grupo Semente, *A música de Paulinho da Viola*, Deckdisc, 2002

ANEXO

CD contendo exemplos musicais e músicas representativas do pagode romântico.

I - Exemplos musicais (os números em colchetes indicam a página do texto que faz referência à faixa do disco**):**

1. [p. 47] Sonoridade do samba: trecho inicial de *Queremos ver* (1995), da Velha Guarda da Portela);
2. [p. 53] Paradigma do Estácio (modelo);
3. [p. 55] Padrão polirrítmico do samba (modelo);
4. [p. 55] Padrão polirrítmico do samba: trecho final da gravação de *Corri pra ver*, com a Velha Guarda da Portela;
5. [p. 92] *Balança Pema* (1963), de Jorge Ben, um "esquema novo" que se desdobraria em um padrão rítmico muito utilizado nos anos 1990;
6. [p. 93] Padrão Benjor (modelo);
7. [p. 93] Padrão Benjor: segmento inicial da gravação original de *Ive Brussel*, de Jorge Ben, com participação de Caetano Veloso;
8. [p. 102] *Termina aqui* (1987), gravada por Zeca Pagodinho: um exemplo de uso de teclado no samba antes de 1990. Convém comparar essa sonoridade com a da faixa 1;
9. [p. 111] *Detalhes* (1971), de Roberto Carlos: um marco na carreira do astro, determinando a guinada para o repertório romântico, encarnado no bem-estar do casal;
10. [p. 114] *Fio de Cabelo* (1982), com a dupla Chitãozinho e Xororó: romantismo caipira e [p. 49] modernidade (teclado), uma mistura que iria fazer escola e inaugurar uma nova fase da música sertaneja nacional;
11. [p. 121] *Falso amor sincero* (1979), de Nelson Sargento: exemplo de uma abordagem altamente pessimista do amor, apesar de muito bem humorada;
12. [p. 125] *O canto da cidade* (1992), interpretada por Daniela Mercury: o início do movimento *axé music*, com destaque para a utilização evidente do padrão Benjor ;
13. [p. 154] *Like a virgin* (1984), primeiro sucesso internacional de Madonna. O uso de teclados é fundamental para a atmosfera pop;
14. [p. 154] *Thriller* (1982), faixa-título do LP mais vendido de Michael Jackson, o teclado também é estrutural;
15. [p. 158] Padrão polirrítmico do pagode romântico (modelo);
16. [p. 158] Padrão polirrítmico do pagode romântico, extraído da introdução da música *Paixão nua e crua*, gravada pelo Negritude Júnior;
17. [p. 159] Refrão de *É o amor* (1992), interpretado pelo Raça Negra, com uso do padrão Benjor (variado) no acompanhamento do violão;
18. [p. 216] *Verdade*, por Zeca Pagodinho: um amor verdadeiro e supostamente feliz, com uso (sutil) do padrão Benjor nas caixas;
19. [p. 216] *Ninguém merece* (2005), por Zeca Pagodinho: um amor que "ninguém merece";
20. [p. 218] Trecho de *Bebadosamba* (1996), de Paulinho da Viola: o autor cita nomes de 38 sambistas falecidos, evidenciando sua reverência à tradição;
21. [p. 242] Refrão de *O samba não tem fronteiras*, gravada pelo Só Pra Contrariar, onde o padrão Benjor aparece em grande evidência
22. [p. 243] Terceira estrofe de *O samba não tem fronteiras*, com a representação icônica do "samba de Rio de Janeiro" através do paradigma do Estácio;

II - Músicas (integrais) representativas da estética do pagode romântico:

Do Raça Negra:

23. *Caroline* (1991), de Luiz Carlos
24. *Cheia de Manias* (1992), de Luiz Carlos
25. *É o amor* (1992), de Zezé Di Camargo

Do Negritude Júnior:

26. *Conto de fadas* (1993), Beto Correa e Pagon
27. *Terra prometida* (1997), de Nenêgritude, Netinho, Serginho Procópio e Wagninho
28. *Paixão nua e crua* (1998), Arlindo Cruz, Jorge David e Acyr Marques

Do Só Pra Contrariar:

29. *A barata* (1993), de Alexandre Pires
30. *Depois do prazer* (1997), de Sérgio Caetano e Chico Roque
31. *O samba não tem fronteiras* (1995), de Reges Danese, Alexandre Pires e Luiz Cláudio

Livros Grátis

(http://www.livrosgratis.com.br)

Milhares de Livros para Download:

Baixar livros de Administração
Baixar livros de Agronomia
Baixar livros de Arquitetura
Baixar livros de Artes
Baixar livros de Astronomia
Baixar livros de Biologia Geral
Baixar livros de Ciência da Computação
Baixar livros de Ciência da Informação
Baixar livros de Ciência Política
Baixar livros de Ciências da Saúde
Baixar livros de Comunicação
Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE
Baixar livros de Defesa civil
Baixar livros de Direito
Baixar livros de Direitos humanos
Baixar livros de Economia
Baixar livros de Economia Doméstica
Baixar livros de Educação
Baixar livros de Educação - Trânsito
Baixar livros de Educação Física
Baixar livros de Engenharia Aeroespacial
Baixar livros de Farmácia
Baixar livros de Filosofia
Baixar livros de Física
Baixar livros de Geociências
Baixar livros de Geografia
Baixar livros de História
Baixar livros de Línguas

Baixar livros de Literatura
Baixar livros de Literatura de Cordel
Baixar livros de Literatura Infantil
Baixar livros de Matemática
Baixar livros de Medicina
Baixar livros de Medicina Veterinária
Baixar livros de Meio Ambiente
Baixar livros de Meteorologia
Baixar Monografias e TCC
Baixar livros Multidisciplinar
Baixar livros de Música
Baixar livros de Psicologia
Baixar livros de Química
Baixar livros de Saúde Coletiva
Baixar livros de Serviço Social
Baixar livros de Sociologia
Baixar livros de Teologia
Baixar livros de Trabalho
Baixar livros de Turismo