



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE
CENTRO DE HUMANIDADES
MESTRADO ACADÊMICO EM HISTÓRIA – MAHIS

**MANGUEBIT: DIVERSIDADE NA INDÚSTRIA FONOGRAFICA
BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990.**

Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento

FORTALEZA

2010



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ – UECE

Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento

**MANGUEBIT: DIVERSIDADE NA INDÚSTRIA CULTURAL
FONOGRÁFICA BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990.**

Dissertação apresentada ao Mestrado Acadêmico em História – MAHIS, na área de concentração em História e Culturas da Universidade Estadual do Ceará como pré-requisito parcial para obtenção de grau de Mestre em História.

Orientador: Prof. Dr. Francisco José Gomes Damasceno.

FORTALEZA

2010

MESTRADO ACADÊMICO EM HISTÓRIA

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM HISTÓRIA E CULTURAS

**TÍTULO DO TRABALHO: MANGUEBIT: DIVERSIDADE NA INDÚSTRIA
CULTURAL FONOGRAFICA BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990.**

AUTOR(A): Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.

DEFESA EM: / / 2010

BANCA EXAMINADORA

Francisco José Gomes Damasceno (UECE), Prof. Dr.
ORIENTADOR

Simone Luci Pereira (FECAP), Profa. Dra.

Dilmar Santos de Miranda (UFC), Prof. Dr.

**Tudo posso naquela que me
fortalece, minha mãe.**

AGRADECIMENTOS

Neste momento não pretendo apenas agradecer aquelas pessoas que de uma forma ou de outra contribuíram e engrandeceram esta dissertação, mas desejo compartilhar toda esta experiência vivenciada nos dois últimos anos e alguns meses da minha vida, elevando-os à categoria de co-autores de uma verdadeira viagem pelos manguezais do Recife.

Para minha Raphaela que nestes anos tornou-se uma extensão de minha alma, sabedora de cada palavra, de cada frase que está contida nesta dissertação, enfim agradeço por você existir.

Para minha família, pedra filosofal, fortaleza da minha vida que sempre estiveram presentes, aqui vos agradeço eternamente, minha mãe Neyger, meu pai Francisco, minhas irmãs Missilene e Milena e meu cunhado Tarcízio.

Entre a fronteira tênue que perpassa um orientador e um irmão, habita o amigo Damasceno, travessia segura para o conhecimento, a quem agradeço sempre.

Aos companheiros da peleja denominada de mestrado, que tantas vezes escutaram nossas angústias, comemoraram juntos nossas conquistas, enfim cito de forma especial os amigos Ari e Samuel como portos seguros.

À Universidade Estadual do Ceará por proporcionar um mestrado de qualidade dentro do nosso Estado, como também à CAPES que pela bolsa concedida durante este percurso alcei vôos distantes, bem distantes mesmo!

Aos camaradas de Recife, Roger de Reno, Sandro, Fred 04, Renato L, Jair, Roger Man, dentre outros que agora esqueço, sempre me acolheram de forma providencial, não medindo esforços para contribuir neste trabalho tecido por muitas mãos especiais, certamente, dedicando uma menção especialíssima ao meu irmão pernambucano Jaelson Emiliano e sua família, que digo e repito: “sem comentários”.

À Biblioteca Pública de Recife, tão como o Arquivo Público e seus funcionários que sempre foram pacientes com minhas jornadas intermináveis de consultas aos periódicos.

À amiga Ana e aos amigos Rômulo, Fábio, Antônio Carlos, João Paulo, Denilson que pela afinidade pessoal, tributam uma confiança indelével à minha jornada acadêmica.

Às leituras precisas e contribuições sem precedentes da companheira de mestrado Flávia Morais, que sempre chegam no momento certo.

E por fim, a Fred 04, Chico Science, Jorge du Peixe, e outros magueboys que mostraram que é possível injetar um pouco de energia na lama e mudar uma realidade.

**Para aqueles que fizeram
música com a alma e para a
alma.....**

Resumo

Este trabalho analisa as várias táticas ou “saídas” empregadas pelos artífices do ManguêBit na busca pela auto-promoção no *mainstream* musical brasileiro da década de 1990. As discussões aqui apresentadas abrangem as diversas características pertencentes à Indústria Fonográfica que atua no Brasil desde o início do século XX, tendo como principal foco de debate as políticas de promoção da música praticadas na década de 1990 pelas *Majors* e suas empresas subsidiárias implantadas no Sudeste do Brasil. Algumas questões teóricas remetem-se aos conceitos de hibridação cultural que permeiam o nosso objeto de pesquisa. Além disso, entrelaçamos as sonoridades de Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A para um melhor entendimento do **bojo cultural que fomentou o ManguêBit.**

Palavras-chave: ManguêBit, Indústria Fonográfica, música, hibridação cultural, década de 1990.

Abstract

This paper analyzes the various tactics or "outs" used by the artisans of MangueBit his quest for self-promotion in the mainstream Brazilian music of the 1990s. The discussions presented here cover the various characteristics pertaining to the music industry that operates in Brazil since the early twentieth century, with the primary focus of debate policies for the promotion of music practiced in the 1990s by the majors and their companies subsidiaries located in Southeast Brazil. Some theoretical questions relate to the concepts of cultural hybridization that permeate our research object. More over interweave the sounds of Chico Science and Nação Zumbi and Mundo Livre SA to a better understanding of the bulge that fostered the cultural MangueBit.

Keywords: MangueBit, Recording Industry, Music, cultural hybridization, 1990s.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. “QUE EU DESORGANIZANDO POSSO ME ORGANIZAR”: NOVAS POSSIBILIDADES NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990.....	20
1.1 - Prelúdio da <i>movimentação</i> Mangue e outros tons: Recife: “A cidade catarse”.....	20
1.2 – A terceira via do MangueBit: a cena em movimento.....	28
1.3 – “O homem coletivo sente a necessidade de lutar”: Metamorfosear para se organizar. Agir para existir.....	30
1.4 – “Antenas a postos”- Recife capta boas vibrações londrinas!.....	34
1.5- Modernizar o passado é uma estética musical.....	38
1.6 - Sinto vontade de fazer muita coisa! Hibridismos, negociações e outras táticas das frentes culturais urbanas.....	43
1.7– Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar: autopromoção na cidade estuário.....	48
1.8– “Eu vim com a Nação Zumbi!”.....	51
2. “SONS E RUÍDOS NOS TRÓPICOS: A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990”.....	54
2.1.- E fez-se a música.....	54
2.2 –Formatando o som.....	59
2.3. – A Indústria Fonográfica no Brasil.....	61
2.3.1 – A Indústria Fonográfica desembarca na <i>Terra Brasilis!</i>	61
2.3.2– Anos 80 a década nervosa.....	69
3.1 – Reestruturação e Racionalização.....	72
4.1. - A década de 1990 – segmentação e diversidade de ritmos.....	78
4.1.2 – MTV: Música para ver.....	81
4.1.3 – A música independente.....	87
4.1.4 - A produção independente da década de 1990.....	89
4.1.5 – <i>Indies e Majors</i>	90
4.1.6 – Selos alternativos das <i>Majors</i>	92
4.1.7 – Algumas particularidades da música brasileira da década de 1990.....	93
4.1.8 – Chaos, Banguela e mangueboys: o MangueBit no <i>mainstream</i> musical.....	96
3.A TERCEIRA VIA DA MANGUETOWN”.....	100
3.1. Espaços, tv’s, festas e rádios na Manguetown.....	102
3.2. Sopa de sons na cidade estuário.....	105
3.3 –Abram alas para o rock and roll! Abril pro rock na cidade estuário.....	107
3.4 –Aumentem o volume! A rádio rock chegou!.....	111
3.5 – Caranguejos com cérebro: “Da lama ao Chaos”.....	113
3.6- Fomentando um samba no esquema novo.....	119
3.7 – O canto geral nos guetos do Recife.....	120
3.8 - A boca cheia de dentes no <i>Banguela Records</i>	124
3.9 – Entrecruzando experiências sonoras.....	127
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	130
BIBLIOGRAFIA E FONTES.....	137
ANEXO.....	143

INTRODUÇÃO

Eu vim com a nação zumbi!/ Ao seu ouvido falar/Quero ver a poeira subir/
E muita fumaça no ar/Cheguei com meu universo/ E aterriso no seu
pensamento/Trago as luzes dos postes nos olhos/ Rios e pontes no
coração/Pernambuco em baixo dos pés/ E minha mente na imensidão¹.

A nação de sentidos, o habitat cultural, as mentes viajando na velocidade do pensamento, a cidade e suas torres brilhantes, e suas veias de concreto inspirando poesia, destarte a década de 1990 no Brasil, em especial na cidade de Recife estava caracterizada como um imenso organismo vivo à beira do colapso, ou a quarta pior cidade do mundo para se viver².

Um constructo coletivo de idéias configurava-se neste ambiente, ou seja, um grupo de jovens músicos, jornalistas, produtores culturais, desempregados, entre outros, desejavam apresentar ao Estado de Pernambuco, mais precisamente à cidade de Recife no início da década de 1990, este bojo imaginário, repleto de redimensionamentos estético-musicais, em que o secular e contemporâneo coabitassem a mesma moradia, denominado de ManguêBit³.

À luz do contexto musical contemporâneo brasileiro, em especial do Estado de Pernambuco, especificamente ao ManguêBit, foi construído sob o olhar atento deste pesquisador, diversas vertentes acerca do referido objeto, desde a monografia de graduação⁴, das quais perduraram algumas lacunas e certamente, indagações que nos trouxeram a uma dissertação de mestrado.

¹ SCIENCE, Chico. Mateus Enter . In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 07 (32 seg).

² *Instituto Population Crisis Commitee*, localizado em Washington (EUA), caracterizou Recife como a quarta pior cidade do mundo para se viver, levando em conta dados como o alto índice de violência urbana per capita (o maior do Brasil), altas taxas de desemprego, saneamento básico, condições precárias de moradia para a maioria da população, entre outros índices.

³ A grafia “**ManguêBit**” irá respeitar a grafia original do *Release Caranguejos com cérebro* escrito em 1991, e publicado no cd “Da lama ao caos” de Chico Science e Nação Zumbi de 1994.

⁴ Em nossa pesquisa de graduação trabalhamos três vertentes da movimentação, ou seja, a cidade como cenário propício ao advento do ManguêBit, a juventude recifense como participante ativa de todo o processo sendo dividida em três componentes sociais: os jovens que conjecturaram toda a *Cena*, os jovens da classe média que de alguma forma financiaram o movimento, e a juventude da periferia que através do ManguêBit ganhou oportunidades sejam como artistas ou profissionais que trabalham diretamente com a realização de espetáculos musicais, ou desempenhando a profissão de músicos; como também as culturas que envolviam toda a movimentação, seja elas populares como os maracatus, cirandas, afoxés, caboclinhos, dentre outras, como também as influências culturais do exterior como o Funk, Soul, Rock, Hip Hop, etc. NASCIMENTO, Francisco Gerardo Cavalcante. “**ManguêBit**”: Mutações da Cultura

Neste novo desdobramento científico que versa principalmente sobre o mercado fonográfico do Brasil contemporâneo, em particular o ManguêBit, fomos, somos e seremos sempre instigados aos descobrimentos, assim não nos restringimos apenas ao foco acadêmico do objeto em pauta, mas também nos colocamos enquanto espectadores, consumidores, e principalmente observadores destes novos postulados sonoros.

Cabe-nos neste momento o papel de instigar o leitor antes de maiores considerações, ou *“Afinal, ir e vir, mover-se sempre, romper fronteiras, deixar fluir a informação (bit); mais do que meras palavras de ordem, eram – e continuam sendo conceitos fundamentais para a utopia coletiva da Manguetown”*⁵; desta feita, tencionamos esta utopia de jovens músicos suburbanos de Recife, em realidades presentes em um mercado fonográfico verticalizado, com o olhar cristalizado e voltado para a direção Sul, porém o que validamos a partir de agora, mesmo que uma obra acadêmica não seja definitiva, é a condição de contribuinte neste emaranhado cultural chamado de música contemporânea brasileira.

Dessa forma, nossa expectativa é a compreensão dos contornos históricos, culturais, mercadológicos que inseriram o ManguêBit de forma não excepcional, mas peculiar na indústria fonográfica no que concerne, principalmente, a um distanciamento geográfico das grandes gravadoras no início da década de 1990, não obstante às prioridades destas empresas que passavam ao largo de uma sonoridade diversificada do Nordeste brasileiro.

Assim, as fontes sonoras serão preponderantes no presente trabalho, e para tal empreitada acadêmica, analisaremos durante toda nossa dissertação os Cd’s **“Da lama ao caos”** de 1994 e **“Afrociberdelia”** de 1996 de Chico Science e Nação Zumbi, e os Cd’s **“Samba Esquema Noise”** de 1994 e **“Guentando a Ôia”** de 1996 do Mundo Livre S.A, pois o primado da linguagem dos poetas do ManguêBit assenta principalmente na própria cidade de Recife como palco e mote para estes jovens cronistas urbanos.

Dentro deste campo das análises sonoras, é de fundamental importância ressaltarmos que as mesmas serão realizadas sob três aspectos, tendo como principal

Popular na Contemporaneidade Musical; Uma Antologia Rítmica na Recife da década de 1990. Fortaleza: monografia de graduação, UECE, 2007.

⁵ Coletânea BIT. **Encarte**. Mundo Livre S.A, 2004.

característica a articulação entre a cidade de Recife, o release *caranguejos com cérebro* e a própria necessidade dos jovens em transformar a realidade cultural que os mesmos viviam na capital pernambucana no início da década de 1990.

O primeiro aspecto sonoro que será proposto futuramente reside justamente na música enquanto fonte histórica, eivada de contextos e representações da época em que foi composta, assim nesta perspectiva observaremos nas composições de Chico Science, Fred 04, Jorge Du Peixe, dentre outros, uma Recife com a alma esvaziada, à beira de um infarto, como os mesmos versaram no release *caranguejos com cérebro*, ou melhor, um retrato ácido da cidade estuário.

O segundo aspecto a ser observado em nossas posteriores linhas, é a própria simbologia que cada composição carrega em si, ou seja, dentre a maioria das músicas que analisaremos existe de fato expressões, anseios, crítica social, e principalmente uma ideologia mangue, referências diretas à capital da esclerose urbana, Recife, como também à Manguetown, cidade onírica, o reduto dos mangueboys.

O terceiro aspecto consideramos como uma compilação pelo fato de propormos um entrecruzamento das fontes sonoras, uma forma de analisar as composições em um amplo espectro de observações, levando em consideração justamente a sonoridade das respectivas bandas direcionadas a um bem comum, ou seja, a transformação cultural de Recife.

Provavelmente, caracterizar uma movimentação⁶ cultural especialmente relacionada à música contemporânea brasileira requer o conhecimento sucinto em um primeiro momento do tema que será apresentado nesta pesquisa, ou seja, reconhecer o ManguéBit como produto da insatisfação da juventude pernambucana, que através das diferentes influências musicais e da idéia central “Uma parabólica enfiada na lama”⁷, apontou uma saída para estes jovens que foi o reconhecer-se enquanto pernambucanos, e redimensionar suas produções musicais através de diversas fontes, sejam elas o Funk, Soul, Hip Hop, Rock e da cultura popular nordestina como os Maracatus, Cirandas,

⁶ Este termo “**movimentação**” será melhor explanado no decorrer do nosso primeiro capítulo, quando iremos propô-lo como uma terceira via na denominação do ManguéBit.

⁷ A **parabólica enfiada na lama** para os jovens artífices do ManguéBit representava os pés fincados na lama das tradições populares de Pernambuco como os maracatus, afoxés, cirandas, caboclinhos, etc, uma espécie de identidade cultural a partir da lama, representando a fertilidade da cultura do Estado de Pernambuco. Enquanto que a parabólica significava o pensamento voltado para as novidades, para a contemporaneidade sonora de outras partes do mundo, como eles mesmos versavam “captando boas vibrações”.

Afoxés e Emboladas, entre outras, desencadeando uma movimentação musical na cidade de Recife na década de 1990, unindo tendências musicais diferentes, público heterogêneo e principalmente uma mentalidade cultural ampla, híbrida e pautada na diversidade.

Postularemos no decorrer do nosso texto, a releitura cultural que o MangueBit propôs ao Estado de Pernambuco, delineando uma necessidade quase que premente de mudança cultural, ou segundo Vargas:

O conformismo mata a musicracia – música de todos e para todos. Temos que correr atrás de novas batidas, novo jeito de fazer coisas velhas, sem a pretensão de fazer a nova onda, mas sempre com uma preocupação: tem que ser divertido, pois de outro jeito não vale a pena. Só vale com diversão levada a sério⁸.

Para entendermos melhor esta “diversão levada sério” citada por Chico Science, iremos nos referir ao Brasil do final da década de 1980 e início da década de 1990, mais precisamente a cidade de Recife com seus graves problemas sociais, econômicos e culturais, segundo dados apontados pelo IBGE⁹, principalmente no tocante à violência sofrida pelos jovens e o IDH¹⁰ (índice de desenvolvimento humano que avalia a qualidade de vida dos habitantes de um determinado país, estado, cidade, ou região, mensurados principalmente pela educação, riqueza e expectativa média de vida da população).

⁸ VARGAS, Herom. **Hibridismos musicais de Chico Science e Nação Zumbi**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007. p.105.

⁹ Dentre alguns dados apontados pelo IBGE com relação à cidade de Recife e sua Região Metropolitana, podemos citar os índices do abastecimento de água, esgotamento sanitário e coleta de lixo adequada nos domicílios que compreendiam na década de 1990 cerca de 39,7% dos domicílios, sendo que este número reduzia-se significativamente para 14% quando os domicílios pesquisados possuíam renda familiar abaixo de 1 salário mínimo.

Outros dados que comprovam a baixa qualidade de vida da maioria dos recifenses que habitavam as áreas mais pobres da cidade durante a década de 1990, estão relacionadas às taxas de analfabetismo de 13,7% para os cidadãos com 15 anos ou mais de idade e principalmente os indicadores da violência urbana, ou seja, durante a década de 1990 Recife amargou o posto de uma das capitais mais violentas do Brasil, ou seja, durante o referido período as taxas de homicídios não foram inferiores a 43%, posto que estes números tornam-se alarmantes com relação à violência referente às armas de fogo que superam a marca de 82,5% e principalmente quando relacionadas ao sexo masculino em que estes números supera marca de 120% para cada 100 mil habitantes.

¹⁰ Segundo o “Atlas do Desenvolvimento Humano no Recife 2005” entre 1991 e 2000, Recife apresentou uma evolução pouco significativa em termos de desenvolvimento humano. Seu IDH-M passou de 0,740 para 0,797, determinando um recuo, nesse período, da 437ª para 624ª entre todos os municípios brasileiros. Esta é uma situação que ocorre com praticamente todas as capitais brasileiras, exceto com vitória que melhorou sua posição no ranking nacional nesse período, passando da 25ª posição para a 16ª e Florianópolis que permaneceu na 4ª posição. **Atlas municipal do Recife 2005. p. 03.**

Percebemos que há até mesmo um certo grau de ansiedade no músico com relação à busca por novas sonoridades, uma espécie de espreita coletiva, um constructo cultural, baseado na despretensão, mas com um compromisso de divertir-se conscientemente, ou melhor, revolucionar a realidade de forma prazerosa.

Como nos referir a esta “diversão levada a sério” citada anteriormente?

Para tal inquirição iremos propor um amplo entendimento do mercado fonográfico mundial e brasileiro desde seus primeiros passos, aportando de forma substancial na década de 1990, especificamente nas carreiras artísticas de Chico Science e Nação Zumbi, e Mundo Livre S.A, em que as nuances de suas relações com suas respectivas gravadoras serão melhores abordados mais adiante em nossos capítulos.

Iremos propor em nossas discussões o entendimento de uma movimentação musical baseada na inquietude com relação à arte que se promovia em Recife, partindo deste princípio básico, deste estopim que deflagrou o ManguêBit, deste modo a apontar as várias “saídas” encontradas por estes jovens músicos na intenção de sobrepor uma geografia desfavorável no que concerne à indústria fonográfica e um complexo midiático sediado no Sudeste brasileiro.

No percurso histórico proposto nos próximos capítulos, perceberemos que esta movimentação e seus jovens músicos, foram reconhecidos ainda em seu próprio “habitat” cultural, ou seja, não realizaram a típica mudança de cenário e público recorrente aos artistas do Nordeste brasileiro como podemos citar os casos de Luiz Gonzaga, Jackson do Pandeiro, Alceu Valença, Fagner, Ednardo, Belchior, entre outros.

Com relação à hemerografia na qual buscaremos suporte, destacaremos o quão substancial a presença e atenção que os periódicos pernambucanos dispensaram ao ManguêBit, principalmente o Jornal do Comércio com um número expressivo de matérias publicadas entre os anos de 1991 a 1997, período que compreende justamente nosso recorte temporal, assim poderemos perceber que as matérias nas quais empregaremos em nossas ilustrações denotam a simpatia e em uma certa medida a contribuição na consolidação do ManguêBit.

Nesse sentido a evolução da movimentação que perpassava o ManguêBit foi acompanhada pelos periódicos pernambucanos desde o início, desta maneira a análise que será proposta destas matérias divide-se em duas categorias, quais sejam, a primeira

que utiliza-se dos mesmos apenas como ilustração desta notoriedade dispensada pelos periódicos.

A segunda categoria que será utilizada está assentada nos periódicos representados pelas revistas especializadas dentre elas a extinta ShowBizz, em que as matérias que ilustrarão nossos futuros capítulos, também serão objetos de análises, não apenas relacionadas diretamente ao ManguêBit, mas também como fontes imprescindíveis da indústria fonográfica que atuava na década de 1990 no mercado brasileiro.

Posto isso nos debruçaremos nesta empreitada acadêmica intitulada “**ManguêBit: diversidade na indústria fonográfica brasileira da década de 1990**”, no intuito de desvendarmos as maneiras pelas quais estes artífices da movimentação manguê se auto-promoveram diante de inúmeras adversidades presentes nesta indústria fonográfica contemporânea.

Em nosso primeiro capítulo intitulado “Que eu desorganizando, posso me organizar: Novas possibilidades na indústria fonográfica brasileira da década de 1990”, apresentaremos as “saídas” encontradas por estes artífices da movimentação manguê, dentre as quais indicaremos o próprio fortalecimento da movimentação local a partir de uma coletividade proposta por jovens músicos, por conseguinte apresentada como um produto das vivências culturais e artísticas destes sujeitos sociais, uma espécie de arcabouço composto por radialistas, *breakers*, ex-punks, roqueiros, *hip hoppers*, produtores culturais, jornalistas, dentre outros.

A amplitude na qual o ManguêBit assenta seus perfis estéticos híbridos, nos conduz-nos à entrecortar nosso objeto à luz do conceito de hibridação cultural¹¹, pois percebemos que o referido conceito nos aporta teoricamente em um modo seguro de tencionamento do nosso tema, que nos permite o diálogo com outros autores.

Toda esta discussão que será proposta em torno do nosso primeiro capítulo, perpassa pelo poder que a própria mídia tem em divulgar e celebrar certos acontecimentos, e principalmente, em distorcê-los na sua essência, mesmo que isto traga em certa medida a notoriedade almejada, porém “*A mídia precisa ser vista como um*

¹¹ Na presente pesquisa dentre os autores que iremos nos embasar acerca do conceito de hibridação cultural podemos citar Nestor Garcia Canclini, Herom Vargas, Massimo Canevacci. Deste modo nosso entendimento com relação à hibridação cultural será melhor apresentado em nosso primeiro capítulo.

sistema, um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque”¹².

Na busca pela autopromoção que será melhor desvelada ainda neste capítulo de forma mais abrangente, demonstraremos como ocorreu a leitura inteligente do movimento punk inglês, no tocante a se construir um contraponto entre a rebeldia presente nos punks, e a armação da movimentação musical compreendida pelos músicos de Recife. Nesta perspectiva faremos um contraponto entre o visual agressivo dos coturnos, alfinetes, cabelos moicanos dos jovens punks ingleses, com os jovens músicos recifenses, e a leitura extremamente inteligente das feiras populares de Recife que os mesmo realizaram.

Para um melhor entendimento acerca da estética, ou das estéticas musicais que fomentaram o MangueBit, será proposto um passeio panorâmico pelas manifestações, movimentos, ou momentos histórico-musicais brasileiros mais versados do século XX, ou seja, Bossa Nova, Tropicalismo, pois dentro de nossas considerações é salutar compreendermos o DNA de cada um destes períodos, e como os mesmos de uma forma direta ou indireta contribuíram no constructo musical do MangueBit.

Na abordagem que realizaremos da sonoridade de Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A, é de fundamental importância destacarmos de antemão que o rótulo musical que outros artistas e bandas carregam em suas músicas e por conseguinte em suas carreiras, não poderá ser aplicado de maneira direta ao MangueBit, devido principalmente ao caráter heterogêneo das composições, desta feita iremos propor um possível entendimento do que seria um ritmo ao qual possamos denominar como MangueBit, a partir do release *caranguejos com cérebro*, ou seja, o mesmo serviu como mote principalmente para os dois primeiros discos de Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A.

Em nosso segundo capítulo, intitulado “Sons e ruídos nos trópicos: A indústria fonográfica brasileira da década de 1990”, perceberemos que houve uma ampla exposição do que entendemos como indústria fonográfica, seus primórdios, os formatos, evolução, expansão, a própria entrada desta indústria no mercado brasileiro, como também seus períodos de ascensão, declínio, reestruturação, terceirização e

¹² BURKE, Peter. BRIGGS, Asa. **Uma História Social da Mídia** . Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002. p. 15.

racionalização durante as décadas, desaguando na década de 1990 com suas peculiaridades.

Concomitante a esta explanação ampla, destacaremos as várias nuances desta indústria fonográfica, que pela sua magnitude e números assombrosos, delineou de forma marcante os rumos da música brasileira do século XX, principalmente no que tange à formação de públicos e consolidação de mercados consumidores.

Embora em um primeiro momento pareça que a discussão que iremos travar acerca do constructo histórico que fomentou a indústria fonográfica no mundo, em especial no Brasil, aparente ser extensa e de um certo modo extenuante, devemos porém observar que características, fatos, crises econômicas, momentos políticos, influenciaram e por vezes determinaram de forma contundente a indústria fonográfica brasileira do século XX, em especial a década de 1990, objeto maior de nossas considerações, contudo ponderando suas singularidades e temporalidades.

A análise destes aspectos trazidos de outras décadas para a década de 1990, será analisada em nosso segundo capítulo, como uma série de medidas tomadas pelas grandes gravadoras no sentido de diminuir custos e aumentar os lucros, a partir da padronização dos estilos musicais e conseqüentemente do público.

Estes diversos aspectos perpassam o processo de profundas transformações que este segmento atravessava não apenas no Brasil, mas em todo o mundo, como a substituição do disco de vinil pelo (CD) *compact disc*, a reestruturação que as *Majors* passavam no início da década de 1990 com a transferência de vários diretores em diversos países, o papel decisivo que um produtor musical desempenha na confecção de um CD, a crise mercadológica já apontada pelas gravadoras transnacionais e a conseqüente fragmentação ou terceirização dos produtos através das gravadoras de menor porte, denominadas de *Indies*, entre outras características.

Em suma salientamos que toda esta conjuntura, que será explanada em nosso segundo capítulo, faz-se primordial, na proporção em que desvelamos os diversos caminhos que a indústria fonográfica trilhou até os dias atuais, sinuoso ao extremo no que expõe seus interesses estritamente econômicos para com o formato música.

O nosso terceiro capítulo intitulado “a terceira via da Manguetown” servirá como uma espécie de intersecção entre o primeiro e o segundo capítulos da presente pesquisa, ou seja, perceberemos que as saídas apresentadas pelos artífices do

MangueBit para a autopromoção nesta indústria fonográfica, como também esta própria indústria e suas nuances, possuem um ponto em comum nesta seara musical, que foi a visão que estes jovens artistas possuíam do mercado fonográfico pernambucano e brasileiro da década de 1990.

Neste capítulo, a visão, ou visões dos artífices do MangueBit a qual nos referimos estará embasada em fontes orais colhidas pessoalmente no decorrer dos últimos quatro anos, estas supracitadas entrevistas com alguns dos protagonistas da movimentação irão ajudar-nos a compreender quais sinuosidades fomentaram esta relação entre os músicos e a indústria fonográfica, principalmente quando entrecruzarmos as memórias dos sujeitos sociais em questão, com outras fontes a serem utilizadas.

Para uma melhor e necessária contextualização da década de 1990 na cidade de Recife, soma-se às fontes sonoras, outros recursos de pesquisa como o levantamento de dados sociais em geral, principalmente produzidos pelo IBGE, durante o censo demográfico realizado em 2000 acerca da década de 1990, como também o Atlas municipal do Recife, e outros dados para a dissertação. Outras fontes foram consultadas, dentre elas alguns sites da *Internet*, vídeos produzidos sobre o MangueBit e que serviram também como fontes primárias, tais como “*A lama, a parabólica e a rede*”, todas estas referendadas fontes serviram como balizadoras das visões, posições e críticas acerca do nosso objeto de pesquisa.

Esta percepção da indústria fonográfica enquanto meio de promoção dos respectivos trabalhos de Chico Science e Nação Zumbi, e Mundo Livre S.A, será desvelada de uma maneira mais apropriada, quando percebermos que mesmo antes da efervescência cultural que o MangueBit proporcionou ao Recife, a cidade abrigava algumas ações culturais isoladas, outras coordenadas no que tange à construção de uma cadeia cultural auto-sustentável.

As supracitadas ações que analisaremos neste capítulo, referem-se à própria necessidade destes jovens músicos em criar espaços para suas apresentações, realização de festas com estilos musicais, bares como o “Soparia” dispostos a divulgar as novas bandas do cenário local, festivais de música de suma importância para a consolidação do MangueBit como o Abril pro Rock, ou mesmo o curto tempo de vida da “89 Fm” a

rádio rock que em um exíguo período de funcionamento, instigou as bandas de Recife a uma maior profissionalização das suas carreiras.

Nestes exemplos perceberemos que a cidade de Recife passava por um momento propício às novas possibilidades culturais, orquestradas por jovens músicos suburbanos, que a partir da metáfora “uma parabólica enfiada na lama”, inseriram suas composições no mercado fonográfico brasileiro, a partir dos selos alternativos, por fim propondo uma terceira via na musicalidade brasileira.

Em linhas gerais poderá ser observado no capítulo em questão diversos vetores culturais, quando unidos representaram possibilidades de reconhecimento para alguns jovens músicos, que imbuídos pela idéia de cooperativismo cultural, escreveram linhas interessantes *mainstream* musical brasileiro da década de 1990.

Em suma, versaremos sobre o desejo dos jovens músicos em promover uma imagem diferente da sua cidade, sonoridade, da própria calamidade que afligia a cidade na referida época, uma catarse coletiva, ou melhor, parafraseando os jovens músicos, “*este corpo de lama que tu vê, é apenas a imagem que sou*”¹³, faremos uma leitura metafórica deste composição de Chico Science, para entendermos que este corpo de lama é a própria simbiose destes artífices com relação à lama assentada nos mangues recifenses, o homem construído de lama, fomentado nos manguezais, em o “sou” não é apenas uma identificação simples enquanto indivíduo; remete-nos a uma questão mais ampla e profunda, ou seja, a alma deste indivíduo que metamorfoseou sua realidade cultural, e transformou sua geração em porto seguro

¹³ SCIENCE, Chico. Corpo de Lama. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 07 (03 min, 53 seg).

PRIMEIRO CAPÍTULO

“QUE EU DESORGANIZANDO POSSO ME ORGANIZAR”¹⁴: NOVAS POSSIBILIDADES NA INDÚSTRIA FONOGRAFICA BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990.

1.5 Prelúdio da *movimentação* Mangue e outros tons: Recife: “A cidade catarse”

Neste constructo histórico do tempo presente alguns temas revelam-se como essencialmente imbuídos pela atualidade, não uma história superficial ou temas que ainda estão no processo de “maturação” histórica, mas uma história fomentada por novas concepções histórico-metodológicas, mobilização reflexiva de inúmeras fontes, e principalmente, construção de um saber historiográfico vivo, táctil e indubitavelmente, dinâmico.

Partindo deste pressuposto apresentamos nosso objeto “MangueBit”, com características peculiares no tocante à música contemporânea brasileira feita no século passado, sobretudo com relação às influências que o mesmo absorveu, e posteriormente as traduziu de maneira híbrida.

Em nosso roteiro dissertativo algumas considerações iniciais sobre a grafia, terminologia, contexto, e outras nuances do MangueBit serão explicitadas durante nossa presente pesquisa; assim dentro desta prerrogativa, buscaremos definir o MangueBit como *movimento* ou *cena*.

Talvez denominá-lo como movimentação, cooperativa cultural, ou mesmo uma farra¹⁵ entre amigos, parece-nos causar uma certa redutibilidade, e em certa medida faz sentido, pois estão baseados nos depoimentos colhidos para a presente pesquisa, trabalhos acadêmicos e outras fontes que utilizaremos em nosso texto.

¹⁴ SCIENCE, Chico. Da lama ao caos. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Da lama ao caos**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1994. 1 CD. Faixa 07 (04 min. 31 seg).

¹⁵ “Não, era farra, eu falo cooperativa assim, mas era só farra. Até hoje tem momentos que fico pensando que é pouco, não dá para acreditar no que toda essa farra se tornou. Por ter sido realmente um fator de transformação assim, porque na verdade o objetivo era aquela estória de diversão, juntar a galera que tinha coisa em comum, num lugar onde não tinha espaços pra coisas que a gente gostava, mas depois retornado, é isso quando a gente resolveu fazer esse movimento junto a partir de 1991”. Fred 04. apud SOUZA, Cláudio Moraes de. “**Da lama ao caos**”: A construção da metáfora mangue como elemento de identidade / identificação da cena mangue recifense. Recife: dissertação de mestrado em Sociologia UFPE, 2002. p. 52.

Definir este ser híbrido da música contemporânea brasileira como movimento, *Cena*, ou qualquer outra denominação, parece restringi-lo a determinados moldes pré-estabelecidos, sejam eles acadêmicos ou não, ou mesmo que estejam relacionados a acontecimentos culturais anteriores ligados principalmente à música.

Em primeiro lugar podemos observar que os próprios artífices desta conjuntura em depoimentos¹⁶ colhidos anteriormente, enfatizam o caráter despretensioso do ManguêBit, preferindo denominá-lo como cooperativa cultural, movimentação, ou:

Bem a denominação é ... deixa eu pensar aqui, rapaz nunca foi a intenção da gente das pessoas que fizeram essa parada de manguê, no início, que fizeram não! Que começaram a fazer no início dos anos 90, o chamado núcleo básico do ManguêBit né, a galera do *Mundo Livre*, a galera da *Nação Zumbi*, e uma série de amigos que transitavam ao redor e tal, nunca a intenção da gente nunca foi fazer nada, nada, é ... que merecesse o rótulo de movimento, porque a gente achava que essa palavra uma coisa muito pretensiosa, pra se chamar movimento, imagina, movimento remetia logo à sei lá Tropicalismo, ou Surrealismo, ou qualquer outra coisa com um peso né, uma gravidade de é ... de arte, coisa e tal, principalmente porque não tinha nem um código de regras que devesse, que normalmente um movimento tem uma série de princípios, estéticos, ou sei lá o quê, que servem mais ou menos de regras pra os seguidores, os adeptos, e o Manguê sempre foi construído com uma coisa muito fluída, né até porque trabalharam a diversidade e etc¹⁷.

Este caráter informal reforça o título de “farra entre amigos” exposto por Fred 04 ao definir o ManguêBit, porém percebamos que esta informalidade estava permeada por ambições culturais bem definidas, ou seja, criar uma cadeia cultural na cidade de Recife para que estes mesmos artistas despretensiosos pudessem viver através da música, fugindo de algum serviço burocrático ou coisa do gênero, caracterizariam esta brincadeira entre amigos como uma coisa direcionada, com algum propósito, remetendo-nos ao conceito de movimento, contudo sejamos cautelosos nesta definição, pois esta terminologia merece maiores ponderações.

... o termo *Cena* enfatiza um caráter muito citado pela turma que é o da diversidade. Não havendo um movimento a seguir, “implantar uma cena” significa colocar em destaque um conjunto de ricas manifestações musicais da cidade, de vários estilos e tendências, em espaços cada vez maiores,

¹⁶ Com relação a estes depoimentos podemos citar entrevistas realizadas pessoalmente para a presente pesquisa, entrevistas colhidas em sites, e vídeos que somam outras fontes acerca do ManguêBit.

¹⁷ Entrevista concedida a este pesquisador por Renato L na cidade de Recife. 18/01/2006.

abrindo canais de divulgação mais amplos e dando condições a seus criadores para que demonstrassem seus trabalhos¹⁸.

Herom Vargas aponta para uma visão teleológica quando o ManguêBit é caracterizado como movimento, uma espécie de finitude, fechamento enquanto arcabouço de idéias, entretanto o termo *Cena* nos remete a uma não linearidade, diversidade, “*algo que experimenta o presente como ponto de confluência de várias temporalidades*”¹⁹, sentido livre no tocante à proposta de injetar um pouco de energia na lama²⁰, prezando pela diversidade de influências que se estendem desde o músico Jackson do Pandeiro, até o desenho animado dos *Simpsons*.

Em suma este bojo cultural no qual o ManguêBit fundamentou-se foi dinâmico quando relacionado a um movimento de pretensões estéticas e comportamentais, foi diversificado no tocante às várias expressões culturais que surgiram neste período, como a moda do estilista Eduardo Ferreira²¹, o teatro e o cinema com filmes como “O rap do pequeno príncipe contra as almas sebosas”²², “Amarelo Manga” de Cláudio Assis (2002) gravado após alguns anos da efervescência do ManguêBit (tendo a trilha sonora assinada pela Nação Zumbi), e o longa metragem “Baile Perfumado”(1996) de Paulo Caldas e Lírio Ferreira, (com trilha sonora assinada por Chico Science, Lúcio Maia e Fred 04), filmado em Pernambuco depois de vinte quatro anos de marasmo cinematográfico, sendo agraciado com diversos prêmios²³.

Outra vertente que define o ManguêBit enquanto *Cena* deve ser apresentada, para que possamos denominá-lo enquanto objeto de estudos, desta feita

¹⁸ VARGAS, Herom. **Hibridismos musicais de Chico Science e Nação Zumbi**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007. p.88.

¹⁹ Souza, op. cit. p. 56.

²⁰ Referência ao release **caranguejos com cérebro**, que será exposto mais adiante em nosso texto.

²¹ Neste ponto destacaremos a pesquisa de Geni Pereira dos Santos intitulada “A linguagem do vestuário, Expressão de culturas: Um estudo da produção do estilista Eduardo Ferreira.

²² Dentre outros filmes poderíamos citar o “O rap do pequeno príncipe contra as almas sebosas” (1999) Paulo Caldas e Marcelo Luna. O referido filme aborda a história das periferias do Recife, mais precisamente a periferia de Camaragibe, um município da Região Metropolitana do Recife, em que o fio condutor da película são as vidas de dois jovens da mesma comunidade (Helinho e Garnizé), que estudaram na mesma escola, cresceram com os mesmos problemas sociais, porém tomaram rumos diferentes em suas vidas no intuito de mudarem suas realidades, pois enquanto Garnizé tornou-se percussionista da banda Faces do Subúrbio, Helinho tornou-se justiceiro de bandidos que atuavam na sua região, sendo assassinado em 2000 logo após as filmagens do longa metragem.

²³ Dentre os prêmios podemos citar Troféu Burity de Prata, como Melhor Filme pelo Público, no II Festival Internacional de Cinema de Brasília, e o prêmio do Melhor Filme pelo Público e o Prêmio GNT de Renovação de Linguagem do Documentário Brasileiro, no V Festival Internacional de Documentários *É Tudo Verdade*.

apontamos o próprio texto do *release* “Caranguejos com Cérebro”²⁴ que foi elevado à categoria de manifesto pelas redações dos jornais que o receberam.

Em seu conteúdo na íntegra verificamos que os próprios artífices da movimentação o conceituam como *Cena* e não movimento:

Mangue, O Conceito

Estuário. Parte terminal de rio ou lagoa. Porção de rio com água salobra. Em suas margens se encontram os manguezais, comunidades de plantas tropicais ou subtropicais inundadas pelos movimentos das marés. Pela troca de matéria orgânica entre a água doce e a água salgada, os mangues estão entre os ecossistemas mais produtivos do mundo.

Estima-se que duas mil espécies de microorganismos e animais vertebrados e invertebrados estejam associados à vegetação do mangue. Os estuários fornecem áreas de desova e criação para dois terços da produção anual de pescados do mundo inteiro. Pelo menos oitenta espécies comercialmente importantes dependem do alagadiço costeiro.

Não é por acaso que os mangues são considerados um elo básico da cadeia alimentar marinha. Apesar das muriçocas, mosquitos e mutucas, inimigos das donas-de-casa, para os cientistas são tidos como símbolos de fertilidade, diversidade e riqueza.

Manguetown, A Cidade

A planície costeira onde a cidade do Recife foi fundada é cortada por seis rios. Após a expulsão dos holandeses, no século XVII, a (ex) cidade “maurícia” passou desordenadamente às custas do aterramento indiscriminado e da destruição de seus manguezais.

Em contrapartida, o desvairio irresistível de uma cínica noção de “progresso”, que elevou a cidade ao posto de *metrópole* do Nordeste, não tardou a revelar sua fragilidade.

Bastaram pequenas mudanças nos ventos da história, para que os primeiros sinais de esclerose econômica se manifestassem, no início dos anos setenta. Nos últimos trinta anos, a síndrome da estagnação, aliada a permanência do mito da “metrópole” só tem levado ao agravamento acelerado do quadro de miséria e caos urbano.

Mangue, A Cena

Emergência! Um choque rápido ou o Recife morre de infarto! Não é preciso ser médico para saber que a maneira mais simples de parar o coração de um sujeito é obstruindo as suas veias. O modo mais rápido, também, de infartar e esvaziar a alma de uma cidade como o Recife é matar os seus rios e aterrar os seus estuários. O que fazer para não afundar na depressão crônica que paralisa os cidadãos? Como devolver o ânimo, deslobotomizar e recarregar as baterias da cidade? Simples! Basta injetar um pouco de energia na lama e estimular o que ainda resta de fertilidade nas veias do Recife.

Em meados de 91, começou a ser gerado e articulado em vários pontos da cidade um núcleo de pesquisa e produção de idéias pop. O objetivo era engendrar um “circuito energético”, capaz de conectar as boas vibrações dos

²⁴ “Caranguejos com cérebro” foi o release sobre a cena musical que estava se instalando em Recife escrito por Fred O4 e Renato L em 1991, e publicado neste mesmo ano na imprensa pernambucana e no encarte do cd Da lama ao caos de CSNZ em 1994, porém a imprensa local tomou aquilo como um Manifesto, e ficou conhecido como o “Manifesto Caranguejos com Cérebro”.

mangues com a rede mundial de circulação de conceitos pop. Imagem símbolo: uma antena parabólica enfiada na lama.

Hoje, Os manguelboys e manguelgirls são indivíduos interessados em hip-hop, colapso da modernidade, Caos, ataques de predadores marítimos (principalmente tubarões), moda, Jackson do Pandeiro, Josué de Castro, rádio, sexo não-virtual, sabotagem, música de rua, conflitos étnicos, midiotia, Malcom Maclaren, Os Simpsons e todos os avanços da química aplicados no terreno da alteração e expansão da consciência.

Bastaram poucos anos para os produtos da fábrica manguel invadirem o Recife e comecem a se espalhar pelos quatro cantos do mundo. A descarga inicial de energia gerou uma cena musical com mais de cem bandas. No rastro dela, surgiram programas de rádio, desfiles de moda, vídeo cliques, filmes e muito mais. Pouco a pouco, as artérias vão sendo desbloqueadas e o sangue volta a circular pelas veias da Manguetown.

Certamente, que o tom jornalístico do release não seria novidade, visto que Fred 04 e Renato L são jornalistas profissionais com formação acadêmica. Mas o que nos interessa é justamente, este processo descritivo de toda uma conjuntura, isto é, primeiro os jovens jornalistas nos revelam informações técnicas de caráter biológico acerca da fauna e flora dos manguezais recifenses, um texto que revela propriedade de conhecimentos técnicos daqueles que o escreveram.

A *Manguetown*²⁵ apresentada por Fred 04 e Renato L é a cidade do *desencanto*²⁶, uma metrópole caótica, miseravelmente desigual, de grandes edifícios às margens altas do Rio Capibaribe e palafitas às margens baixas deste mesmo rio, em que noções de progresso arraigadas aos grandes especuladores condenaram a “metrópole” do Nordeste a uma situação delicada no que se refere à qualidade de vida de seus habitantes, ou seja, “*Caos, exclusão social, mão-de-obra em excesso e desqualificada, infra-estrutura urbana falida e violência serão os sintomas mais gritantes da mudança do modo de produção arcaico-moderno para o pós-moderno*”²⁷.

Percebemos que a localização, o berço de toda esta movimentação é a cidade de Recife, uma metrópole erguida sobre os manguezais, entrecortada de rios e seus mananciais, ou como Josué de Castro afirmou: “*A cidade assenta nas terras baixas de uma extensa planície aluvional que se estende desde as costas marinhas, frisadas, em quase toda a sua extensão por uma linha de arrecifes de pedra*”,²⁸ deveras qualquer

²⁵ O termo Manguetown faz alusão à cidade de Recife e seus problemas sociais, econômicos, culturais, etc.

²⁶ RIBEIRO, Getúlio. **Do tédio ao caos, do caos à lama**: Os primeiros capítulos da cena musical manguel, Recife – 1984/1991. Uberlândia. Dissertação de Mestrado em História, UFU. p.77.

²⁷ SALDANHA NETO, Manuel Romário. **Caos e pós-modernidade na cultura pernambucana – A estética do manguel**. Recife: Dissertação de mestrado em letras, UFPE. 2004. p.12.

²⁸ CASTRO, Josué de. **Geografia da fome**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000. p. 16.

atividade seja ela cultural ou não precisa antes de tudo de um habitat, e, Recife é um produto da ação humana em detrimento da natureza dos manguezais.

Problemas históricos iniciados desde os primórdios da colonização européia, agravados durante o período ditatorial dos anos sessenta e setenta, conseqüentemente, revelando tragédias urbanas de proporções incomensuráveis, assim a *Manguetown* fragilizada por séculos de exploração e maus tratos agonizava em vários setores da sociedade.

Mangue, *A Cena*, é neste ponto que usaremos a palavra chave de toda a movimentação que é “*diversidade*”, ou seja, o ManguéBit idealizou Recife a partir de uma mudança da própria realidade cultural da cidade, através de várias ações, dentre elas a revisão de conceitos pré-existentes, ou de uma maneira mais lúdica, substituir os canaviais pelos manguezais, o vaqueiro pelo vendedor ambulante, os coqueirais pelos manguezais, o rural pelo urbano e principalmente o velho pelo novo sem depreciações.

As artérias entupidadas da *Manguetown* precisavam voltar a circular cultura mesmo que esta inquietação acontecesse através de *Bits*, pandeiros, literatura, táticas midiáticas, e “doses cavalares” de diversidade, segundo aponta Homi Bhabha “*a diversidade cultural pode inclusive emergir como um sistema de articulação e intercâmbio de signos culturais*”²⁹, em outros termos, movimentar-se culturalmente; acreditamos que seria a expressão mais usada pelos artífices do ManguéBit, existir enquanto criaturas fomentadas sob a égide da arte, ter a consciência do simbolismo cultural pertencente a Recife, estruturar-se como ambiente de cultura, criar uma imagem inspirada na ruas de Recife, desenvolver uma cadeia produtiva cultural na “*Veneza Brasileira*”.

Havia a necessidade de colocar em movimento todo um organismo cultural vivo chamado “Recife” que durante anos viveu sob o sedentarismo das práticas artísticas e do silêncio pernicioso das elites quebrado pelos baques altissonantes do mangue e para os mangueboys a ordem geral era “negociar para existir”, compreender a cidade como um grande circuito em que seus habitantes antenados como o mundo estão interligados por lembranças, cultura, tecnologia, enfim:

Sou eu um transistor? Recife é um circuito/ O país é um chip/ Se a terra é um rádio? Qual é a música?/ ManguéBit/ ManguéBit/ O vírus contamina/

²⁹ BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. p.63.

Pelos olhos – ouvidos, línguas, narizes – fios (elétricos) / ondas sonoras, vírus conduzidos a cabo/ UHF/ Antenas agulhas/ Eletricidade alimenta/ Tanto quanto oxigênio/ Meus pulmões ligados/ Informações entram pelas narinas/ E da cultura sai mau hálito (ideologia)/ Sou eu um transistor?/ Se a terra é um rádio/ Qual é a música?³⁰

Encontramos nesta composição de Fred 04 a tradução da ideologia Manguê, que versa pela universalidade musical que o movimento imprime, pela visão extensa da cultura musical, que funde homem, cidade, país e planeta em um só organismo movido à vibrações sonoras, em que respirar oxigênio é secundário, e a cultura impregnaria como o mau hálito, a ideologia exala do corpo, a tecnologia torna-se comestível e começa a fazer parte do próprio homem.

Esta composição reflete através dos versos do poeta a desilusão da geração mangue, a necessidade de conectar-se ao mundo, impulsionando assim toda uma forma de pensar as estruturas culturais da cidade de Recife enquanto metrópole do Nordeste caótica e desigual, porém permeada de manifestações culturais adormecidas, principalmente nas periferias:

Quem viveu no Recife nos anos 80, é viveu uma época morta, em termos de cultura, não aconteceu nada aqui no Recife nos anos 80, ou aconteceu muito pouco também na área de cinema, sabe, é só pode se dizer, porque na área de música só se tinha Alceu Valença na minha opinião já completamente estagnado, a produção dele já completamente estagnada, assim, então Recife passou batido pelo Rock brasileiro dos anos 80, já a galera de Salvador, ou de Porto Alegre, ou de São Paulo óbvio né, sei lá.³¹

De certo verificaremos que a década de 80 foi produtiva culturalmente na cidade de Recife, mesmo que as bandas pernambucanas não tenham participado do *mainstream* musical brasileiro e a subjetividade do nosso entrevistado não a considere, ou seja, o caminhar desta juventude fomentadora da *Cena Manguê* se inicia ainda na referida década com duas vertentes básicas destes artífices, ou seja, de um lado jovens que tinham em comum além da profissão, o Bairro de Candeias³², o gosto pela música, também possuíam a insatisfação acerca da ausência de uma *Cena* musical forte na cidade de Recife que entre outros feitos haviam participado de bandas punks como Traçaça e Serviço Sujo como é o caso de Fred 04 e mais adiante fundaria a Mundo

³⁰ MONTENEGRO, Fred. ManguêBit. In: Mundo Livre S.A. **Samba Esquema Noise**. São Paulo: Banguela Records/ Warner Music, 1994. 1 CD. Faixa 01 (03 min. 55 seg).

³¹ Depoimento de Renato L para a presente pesquisa na cidade de Recife. 18/01/2006

³² O Bairro de Candeias fica localizado no litoral de Jaboatão dos Guararapes, município pertencente à Região Metropolitana do Recife, berço de bandas como Mundo Livre S.A.

Livre S.A, e “Sala” 101 de Renato L, que futuramente realizaria sob os auspícios de um trabalho de conclusão de curso o programa de rádio “Décadas” realizado na rádio universitária, que posteriormente transformou-se em um meio de propagação da “boa música” como os próprios Renato L e Fred 04 denominavam a música que era executada no programa, ou:

A orientação básica do programa seria a de veicular todo um conjunto de músicas que não tocavam nas demais rádios, por não terem sido ainda incluídas no cast das grandes gravadoras nacionais de onde provinha praticamente toda a programação das principais Fm’s do país.³³

Em outra parte do Grande Recife³⁴, mais precisamente em Rio Doce periferia de Olinda, alguns jovens ensaiavam passos de Hip Hop e break, estes eram “Chico Vulgo”, que mais tarde seria conhecido por Chico Science e Jorge du Peixe, que faziam parte da “Legião Hip Hop”, que eram comuns na primeira metade da década de 1980 em Recife, também conhecidas como as gangues de dança de rua inspiradas nos *Beboys* norte-americanos.

Outras experiências sonoras de Chico e Jorge devem ser ressaltadas como o Loustal, Orla Orbe com influências diretas do *Funk*, *Soul* e *Hip Hop*, e o Bom Tom Rádio uma espécie de laboratório musical em que Chico, Jorge e o jovem José Carlos Arcoverde (Mabuse) realizavam de forma amadora, mas que serviu de base para músicas como samba de lado³⁵, a cidade³⁶, entre outras.

É interessante observarmos as vertentes formadoras do ManguêBit, diametralmente opostas em relação às origens sociais e as propostas musicais, porém possuidoras do mesmo sentimento de mudança com relação à *Cena* musical na cidade de Recife, deflagrada por meio de pólos culturais juvenis participando de uma proposta coletiva no âmbito da cultura, pois: “*Este é um dos resultados mais visíveis da dinâmica*

³³ RIBEIRO, Getúlio. op. cit. p. 127.

³⁴ O **Grande Recife** é composto ainda por outros 13 municípios (Abreu Lima, Araçoiaba, Cabo, Camaragibe, Igarassu, Itamaracá, Ipojuca, Itapissuma, Jaboatão dos Guararapes, Moreno, Olinda, Paulista e São Lourenço da Mata).

³⁵ SCIENCE, Chico. Samba de lado. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 07 (03 min. 46 seg).

³⁶ SCIENCE, Chico. A cidade. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Da lama ao caos**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1994. 1 CD. Faixa 04 (04 min. 46 seg).

cultural contemporânea: o fenômeno da fragmentação/pluralização que tem atingido não só o Brasil, mas, de modo geral, a grande maioria dos países do Ocidente”³⁷.

A construção de um contexto cultural fazia-se necessária na cidade de Recife, e para tal empreitada jovens possuidores de realidades diferentes pensavam música como um agente aglutinador de possibilidades dentro de uma metrópole esquecida pelos governantes, ou como Getúlio Ribeiro resumiu:

Vemos que trajetória anterior ao mangue de bandas como o Mundo Livre S.A e o Bom Tom Rádio, e de programas de rádio como o Décadas, no Recife dos anos 1980, instaura um ambiente de movimentação cultural situado entre uma perspectiva de desencanto paralisante e o mergulho deliberado e perplexo para dentro do Recife, extraindo dele novas potencialidades que se traduzirão no processo mais espontâneo da construção de um novo utopismo pop juvenil da cidade³⁸.

Esta pré-catarse cultural relacionada por Vargas refletia o potencial que estava latente nesta juventude, ou seja, focos espalhados pela cidade de Recife produzindo ações culturais que mais tarde seriam importantes para comporem toda cena que viria a ser deflagrada na década seguinte.

1.6 – A terceira via do MangueBit: a cena em movimento.

Em nossos argumentos anteriores baseados no conceito de “diversidade” e não linearidade que coaduna com o termo *Cena*, com a idéia de finitude que o termo *movimento* denota ao MangueBit, ou mesmo nas entrevistas realizadas que nos levam a denominar o MangueBit como *Cena* e não movimento, merecem ponderações cautelosas.

Devemos levar em conta que a obra de arte quando finalizada pelo artista ganha vida própria, não obstante estes jovens no referido período não fizessem ideia da extensão de suas ações para além do Estado de Pernambuco; como também há toda uma subjetividade considerável nos referidos depoimentos, não os desmerecendo, pelo contrário, mas avaliando as variáveis da situação e compreendendo que o historiador deve levar em consideração a conjuntura que permeia suas fontes e a contextualização do seu objeto, mais precisamente a visão dos nossos entrevistados, imbuída de

³⁷ HERSCHMANN, Micael. (Org). **Abalando os anos 90**. Funk e Hip Hop, Globalização, Violência e Estilo Cultural. Rio de Janeiro: Editora Artemídia Rocco, 1997. p. 58.

³⁸ RIBEIRO, Getúlio. op cit. p. 212

seletividade e certamente, lobrigar o ManguêBit como uma ação cultural coletiva de seus amigos, que tentavam mudar o cenário musical da cidade que habitavam no início da década de 1990, uma espécie de conjuntura macro que se conjecturava desde o lançamento do release “caranguejos com cérebro”, que em uma certa medida fugia até mesmo da compreensão destes artífices como citado anteriormente.

Ao apontarmos esta terceira via não estamos nos eximindo da responsabilidade de denominarmos nosso objeto de uma maneira apropriada, mesmo porque não há um consenso em sua denominação por parte dos artistas, imprensa e a própria academia.

Desta feita nosso conceito de terceira via busca o entendimento do ManguêBit em toda sua conjuntura, ou seja, sua concepção enquanto necessidade de criação de uma cadeia cultural na cidade de Recife, sua ideia central “uma parábola enfiada na lama” que simboliza todo o conceito de diversidade proposto por seus artífices, a própria visibilidade que toda esta ação cultural ganhou nos palcos do Brasil e do mundo e a visão da mídia que o denominou como movimento e elevou seu release “caranguejos com cérebro” à categoria de manifesto.

Em nossa pesquisa compreendemos que o ManguêBit em sua gênese foi concebido como uma movimentação por parte de seus artífices no intuito de se criar uma *Cena* cultural na cidade de Recife, mesmo que com o passar dos anos e a repercussão que o mesmo alcançava, seus fomentadores ainda o vislumbravam como uma *Cena*, não percebendo de imediato toda a conjuntura que havia se formado ao redor deles, como o apoio da imprensa local (periódicos, Tvs “locais”, jornalistas especializados, etc), canais de televisão com um alcance amplo pelo Brasil como a Rede Globo Nordeste, MTV, como também a própria indústria fonográfica que de uma forma equivocada, apoiou as bandas em um primeiro instante, pensando se tratar de uma nova *Axé Music* devido aos tambores de Chico Science e Nação Zumbi como relatado pelos próprios artífices.

A denominação acerca do nosso objeto está assentada também no caráter renovador e valorizador que o ManguêBit delineou para a cultura popular pernambucana dos maracatus, afoxés, caboclinhos, etc, a muito esquecida por uma parcela considerável da população, principalmente por suas elites culturais.

Diante das variáveis expostas acreditamos que o ManguêBit em sua gênese, no tocante à escrita do release caranguejos com cérebro, da necessidade de se criar espaços para apresentações por parte de seus fomentadores, da própria visibilidade almejada junto às rádios pernambucanas e canais televisivos, o ManguêBit caracteriza-se como *Cena*, porém ao analisarmos toda a dimensão que o referido objeto tomou junto aos canais de televisão, periódicos, imprensa especializada, casas de shows nas cidades de Recife e Olinda e principalmente, o reconhecimento do público enquanto consumidores desta guinada cultural que acontecia em seus “quintais” logo após o lançamento dos dois primeiros discos de Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A, respectivamente; o ManguêBit caracteriza-se como movimento em sua amplitude.

Contudo, ao caracterizarmos nosso objeto de estudo como movimento, devemos esclarecer que o mesmo não possuía regras rígidas pré-estabelecidas, estatuto, ou qualquer outra noção que remetesse a um círculo fechado de ideias, pelo contrário o movimento que apontamos ao ManguêBit está diretamente relacionado ao significado da palavra, ou seja, “movimentação”, “agitação”, “circulação”.

Não obstante como o próprio ManguêBit se caracteriza como pluralizado no tocante à estética musical que o compõe, nosso entendimento enquanto terceira via perpassa justamente esta característica híbrida, condiz com o conceito de diversidade citado anteriormente, propõe em nossa pesquisa uma liberdade, um largo espectro de possibilidades na investigação do objeto em questão, outrossim nos permite dialogar com as inúmeras fontes que nos alimentam, assim como também com os outros pesquisadores que outrora contribuíram em seus trabalhos acadêmicos com a percepção dos meandros que envolvem o ManguêBit.

Portanto em nosso entendimento identificamos o ManguêBit como uma movimentação dentro destas perspectivas citadas anteriormente, não nos esquivando de um conceito mais inteligível ou celebrado pela imprensa, mas oportuno e condizente com todas as características que apresentamos até então, um termo impregnado com todas as faces expostas por nosso objeto de pesquisa.

1.3 – “O homem coletivo sente a necessidade de lutar”³⁹: **Metamorfosar para se organizar. Agir para existir.**

“Ação” é um conceito cujo sentido fica mais claro quando confrontado com outro, “fabricação”, de amplo trânsito não explicitado e não confessado. A fabricação é um processo com um início determinado, um fim previsto e etapas estipuladas que devem levar ao fim preestabelecido. A ação de seu lado, é um processo com início claro e armado mas sem fim especificado e, portanto sem etapas ou estações intermediárias pelas quais se deva necessariamente passar – já que não há um ponto terminal ao qual se pretenda ou espere chegar⁴⁰.

Primeiramente, podemos ponderar acerca de alguns pontos que caracterizam o ManguêBit como produto de uma ação coletiva assim como afirmou Renato L “*acho que o Manguê é uma movimentação, certo, mais do que um movimento, ou uma Cena que fica um pouco restrito temporalmente, de seus ideais*”⁴¹; ou seja, uma movimentação realizada por uma juventude inquieta, precedida de vários fatores políticos como a ditadura militar, AI5, anistia, reabertura política, eleições diretas presidenciais, governos de ex-exilados como Miguel Arraes, tendo a frente de sua Secretaria de Cultura o escritor Ariano Suassuna.

Desta feita o ManguêBit, produto das usinas culturais contemporâneas do Recife, fomentado por jovens *Punks*, *hip hoppers*, roqueiros, radialistas universitários, *breakers*, entre outros, organizou festas com sonoridade diversificada, fundiu grupos como o Lamento Negro⁴² e o Loustal⁴³ formando a Chico Science e Nação Zumbi, ou mesmo evidenciou grupos que já vinham na ativa como o Mundo Livre S.A.

São estas realizações que nos fazem indagar acerca de quais estratégias culturais e mercadológicas estes jovens artistas utilizaram para pleitearem “um lugar ao sol”, dentro desta indústria fonográfica brasileira sediada no Sudeste do país, não fazendo o mesmo percurso que artistas de gerações anteriores como Luiz Gonzaga, Alceu Valença, Fagner, Geraldo Azevedo, dentre outros, que precisaram se deslocar para o

³⁹ SCIENCE, Chico. Monólogo ao pé do ouvido. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Da lama ao caos**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1994. 1 CD. Faixa 04 (01 min. 06 seg).

⁴⁰ COELHO, Teixeira. **O que é ação cultural?** São Paulo: Brasiliense, 2001. p.12.

⁴¹ Depoimento de Renato L para a presente pesquisa na cidade de Recife. 18/01/2006

⁴² Grupo de Samba Reggae da Comunidade de Peixinhos (periferia de Olinda), que serviu de base para o naipe de tambores de maracatu que iriam compor a Nação Zumbi, juntamente com alguns integrantes como o percussionista Gilmar Bola Oito que permanece na banda até os dias atuais.

⁴³ Loustal foi uma banda formada em 1989 por Chico Science, Alexandre (dengue) e Lúcio Maia, em homenagem ao quadrinhista francês Jacques de Loustal, a referida banda composta por futuros integrantes da Nação Zumbi, compôs algumas músicas que serviriam de embrião para o repertório de Chico Science e Nação Zumbi, como as músicas *Etnia* e *Manguetown*.

“Sul Maravilha” para alcançar o reconhecimento da grande mídia da indústria fonográfica, sendo reconhecidos ainda em Pernambuco.

Para compreendermos esta conjuntura faz-se necessário uma exposição inicial do panorama desta indústria cultural fonográfica dominada na época pelas *Majors*⁴⁴ sediadas no Sudeste do Brasil, com suas divisões mercadológicas baseadas em uma geografia impositiva dos bens culturais, além de uma logística empresarial que não respeitava de maneira alguma as particularidades artísticas das regiões brasileiras.

As dificuldades na avaliação do que era autêntica e efetivamente independente parecem residir na confusão que se estabelecia entre, de um lado, o artista que tem uma atitude independente, procurando esse tipo de meio para veicular um produto de proposta estética, diferenciada e, muitas vezes, inovadora sem lugar nos planos da grande empresa e do grande mercado⁴⁵

A década de 1990 deve ser entendida dentro da indústria fonográfica como um período de transição, não apenas no Brasil, mas em boa parte do mundo, principalmente, no mundo Ocidental onde ocorria a substituição do vinil pelo CD, e especificamente no Brasil havia uma reordenação das grandes gravadoras com relação aos seus produtores culturais, e seus presidentes.

Grandes gravadoras transnacionais como: *PolyGram*, *EMI*, *BMG-Ariola*, *Sony Music*, *Warner Music*, entre outras, dominavam o mercado nacional através de suas redes de produção, distribuição e contatos com a mídia, criando toda uma conjuntura de dominação dos meios de distribuição fonográfica. Certamente que estas características não são exclusividades do Brasil, porém, devemos ressaltar também a existência de pequenas e médias gravadoras conhecidas como *Indies* – como é o caso da *Eldorado*, que funcionavam no mercado brasileiro como *Marketing* para os artistas em busca de oportunidades nas *Majors*, ou seja, estas gravadoras de menor porte tentavam promover alguns artistas nos meios midiáticos, caso estes artistas conseguissem algum reconhecimento, estes seriam contratados por uma *Major*; em suma as gravadoras *Indies* serviram como plataforma de lançamento de artistas desconhecidos para as gravadoras Transnacionais.

⁴⁴ O termo *Majors* em nosso texto faz alusão às grandes gravadoras (Sony, EMI, BMG-Ariola, Warner Music, Polygram, etc) que dominavam o mercado fonográfico brasileiro na década de 1990 com relação à produção de artistas e de seus respectivos CDs, Marketing, e distribuição.

⁴⁵ DIAS, Márcia Tosta. **Os Donos da Voz**. Indústria Fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo editorial, 2000. p. 134.

Devemos observar que estas duas formas de produção fonográfica eram as mais praticadas no mercado brasileiro e envolviam diretamente interesses comerciais sobre os bens culturais, entretanto acreditamos que o MangueBit serviu como uma terceira via para esta comercialização da arte, isto é, o movimento conseguiu deslocar os holofotes da mídia para o Nordeste, visto que sempre estiveram voltados para o Sudeste brasileiro, forçando os artistas nordestinos a uma transferência de suas carreiras, exemplos disto foi os músicos Luiz Gonzaga na década de 1950, Belchior e Alceu Valença na década de 1970, entre muitos outros.

O MangueBit obteve outras conquistas dentro desta indústria cultural fonográfica brasileira que devemos salientar como a assinatura de um contrato com o selo *CHAOS* de propriedade da *Sony Music* e a concepção da capa do primeiro CD de Chico Science e Nação Zumbi “Da Lama ao Caos” produzida pelos artistas pernambucanos Helder Aragão e Hilton Lacerda, fato que até então era restrito aos artistas do Sudeste brasileiro, esta capa consistia em um fundo preto com a silhueta de um caranguejo feita através da colagem de várias figuras coloridas, embora a capa desejada pelos Mangueboys em um primeiro momento tenha sido em preto e branco, e a gravadora tenha optado por esta capa colorida por motivos comerciais.

Podemos salientar que esta indústria fonográfica da década de 1990, que atuava no Brasil, será devidamente apresentada e debatida em nosso segundo capítulo, desta forma esta apresentação em linhas gerais nos indica uma conjuntura duplamente desfavorável aos mangueboys no tocante ao local de surgimento da *Cena mangue*, ou seja, uma periferia brasileira chamada Recife e em segundo lugar uma música que não possuía um apelo comercial juntos aos meios de comunicação, principalmente televisivos e radiofônicos; não obstante isto não impediu o uso de verdadeiras “táticas de guerrilhas nas trincheiras culturais urbanas”, negociações culturais versadas nas complexas teias multiculturais contemporâneas, ou

Os termos do embate cultural, seja através de antagonismos ou afiliação, são produzidos performativamente. A representação da diferença não deve ser lida apressadamente como o reflexo de traços culturais ou étnicos preestabelecidos, inscritos na lápide fixa da tradição. A articulação social da diferença, da perspectiva da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica⁴⁶.

⁴⁶ BHABHA, Homi K. op. cit. p.20-21.

Estes embates culturais acima citados por Bhabha nos remete à própria sobrevivência cultural que estes jovens artistas travaram neste mercado, todavia não nos remetemos a heroísmos artísticos ou qualquer outro tipo de promoção quixotesca da cultura, mas às próprias negociações culturais colocadas em prática por estes artífices, na década de 1990 caracterizada como um período de profundas mudanças no mercado fonográfico brasileiro e mundial os quais serão devidamente analisados em nosso segundo capítulo.

1.4 – “Antenas a postos”- Recife capta boas vibrações londrinas!

Para começarmos a responder estes inúmeros questionamentos, podemos citar inicialmente a ideia central da *Cena mangue* “Uma parabólica enfiada na lama”, ou seja, existir enquanto criatura cultural com seus pés fincados na lama fértil e benéfica das tradições culturais, pois a lama neste contexto representa vida, criatividade e principalmente, identidade cultural através das manifestações da cultura pernambucana como as cirandas, os maracatus, afoxés, caboclinhos, cocos, cavalos marinhos, entre outros. Enquanto que a parabólica representa uma juventude embora pertencente a um país permeado por graves problemas sociais na década de 1990, era possuidora de uma cabeça “antendada” com as “boas vibrações” oriundas do exterior, sejam esses elementos musicais, tecnológicos, artísticos, literários, visuais, plásticos, enfim, enxertando toda uma conjuntura contemporânea de *Bits*, computadores, *samplers*⁴⁷, teoria do caos, e etc; ou como Chico Science versou:

É só uma cabeça equilibrada em cima do corpo/ Escutando o som das vitrolas, que vem dos mocambos/ Entulhados à beira do Capibaribe/ Na quarta pior cidade do mundo/ Recife cidade do mangue/ Incrustada na lama dos manguezais/ Onde estão os homens caranguejos/ Minha corda costuma sair de andada/ No meio das ruas e em cima das pontes/ É só uma cabeça equilibrada em cima do corpo/ Procurando antenar boa vibrações/ Procurando antenar boa diversão/ Sou, Sou, Sou, Sou, Sou Manguemboy/ Recife cidade do mangue/ Onde a lama é a insurreição/ onde estão os homens caranguejos/ Minha corda costuma sair de andada/ No meio da rua, em cima das pontes/ É só equilibrar sua cabeça em cima do corpo/

⁴⁷ O **sampler** consiste em uma espécie de “colagem” musical, realizada com o auxílio de equipamentos analógicos, tendo como principal característica a sobreposição de músicas e ritmos diferentes ou semelhantes, que de alguma forma são harmonizados, consistindo em um traço marcante da cultura *Hip Hop*, do *Dub* e também presente no *MangueBit*.

Procure antenar boas vibrações/ Procure antenar boa diversão/ Sou, Sou, Sou, Sou, Sou Manguemboy⁴⁸.

A partir deste conceito formulado de “uma parabólica enfiada na lama”, partimos para o que denominamos como “*Os componentes culturais híbridos presentes nas interações de classes que impõem o reconhecimento do conflito e da importância da negociação*”⁴⁹; desta forma percebemos que as negociações culturais e em certa medida o acaso delinearam a conjuntura mangue, pois as referidas ações culturais deliberadas pelos artífices da *Cena* musical possuíam uma intenção, ou uma espécie de anseio coletivo, em que a transformação da realidade cultural era o mote desta juventude; sendo assim pensar o ManguemBoy como produto de uma fabricação em que se busca início, etapas e um fim pré-estabelecido, é caracterizá-lo de forma errônea, pois deve ser entendido como uma ânsia coletiva, ou como DJ Dolores definiu:

Uma série de equívocos que eram tão esperados, assim, havia um campo tão fértil das pessoas esperando por aquilo, que esses equívocos acabaram, é sendo super aceitos, então foi uma coisa, o erro certo na hora certa, equívocos eu falo porque é, é a ideia era ser uma cooperativa cultural, era uma coisa de amigos que se transformou num movimento, equívoco porque o release virou um manifesto, é, equívoco porque até o próprio nome a grafia BIT de bit de informação, virou beat de batida, por algum erro de algum jornalista, mas tudo, todos esses erros, é, atendiam a uma, uma necessidade tão grande das pessoas que tavam ao redor do público, é, da cidade, e dos jornalistas enfim, que foi erro certo na hora certa⁵⁰

Percebemos que estes equívocos citados por Dj Dolores perpassavam várias categorias e esferas que envolviam o ManguemBoy, ou seja, com os próprios protagonistas que não entravam em um consenso para defini-lo como cena, movimento, cooperativa cultural, ou mesmo movimentação cultural; os jornalistas que assinavam os principais cadernos culturais dos periódicos de Pernambuco que entenderam de forma errada, ou mesmo propositalmente conceituaram o release *Caranguejos com Cérebro* como um manifesto, como também a própria grafia da movimentação cultural destes jovens que de forma deliberada ou não, mas extremamente oportuna, recebeu o *BEAT* de batida, uma espécie de sufixo bem mais comercial e inteligível por parte da imprensa,

⁴⁸ SCIENCE, Chico. Antene-se. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Da lama ao caos**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1994. 1 CD. Faixa 10 (03 min. 35 seg).

⁴⁹ CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. p. 262.

⁵⁰ DOLORES, DJ. Apud CALAZANS, Rejane. VIANNA, Clarisse. **A lama, a parabólica e a rede**. IÁIÁ Filmes. 2008.

diferentemente do *BIT* de computadores que denota algo mais ligado apenas à tecnologia .

Através do conceito “Uma parabólica enfiada na lama” estes jovens artífices buscaram saídas nesta seara mercadológica da indústria fonográfica de várias maneiras, dentre as quais o “movimento punk inglês” do final da década de 1970, ou melhor, uma movimentação estético-musical surgida no Velho Continente, mais precisamente na capital inglesa, que influenciou de forma marcante, jovens artistas do Nordeste brasileiro na década de 1990 e os inspirou em várias atitudes, pois:

Além da necessidade da movimentação, a busca da autopromoção, claro que esta promoção pessoal não representava uma entrega total aos meios de comunicação de massa, mas a criação de todo um universo simbólico em torno deles, com músicas característica da ideologia dos respectivos movimentos, ou seja, toda uma cadeia produtiva que vai desde a criação de uma indumentária que remetesse aos conceitos estabelecidos pelos participantes, promoção de simples festas, até o lançamento de CDs.⁵¹

Especificar o que duas gerações pensavam acerca da sua própria conduta e de seus anseios perante uma sociedade, da sua existência enquanto representação de suas posturas diante de problemas sociais gerados pelo capitalismo aniquilador de ambos os lados, parece uma tarefa de extrema complexidade, porém é necessário entendermos que embora sejam duas metrópoles de características distintas, possuíam problemas semelhantes.

Falemos primeiramente da capital inglesa Londres com seus milhões de habitantes, e uma economia fragilizada pela recessão mundial, causada principalmente pela crise do petróleo e uma previdência social quase falida, o próprio desencanto de uma sociedade capitalista que não assistia a uma euforia de bons tempos prometida após a Segunda Guerra Mundial pelos governos do Ocidente, ao fim do sentimento de “*Flower Power*” de lirismo e arte pela arte da década de 1960, aos altos índices de desemprego que afligiam a Inglaterra na década de 1970, principalmente regiões que concentravam zonas fabris com concentrações de bairros operários em que a crise financeira do final da referida década era mais sentida, em suma um quadro pintado com a mais opaca tinta para os olhos de qualquer juventude.

Salvaguardando suas devidas proporções as condições da cidade de Recife no início da década de 1990 como já citamos em premissas anteriores, evidenciava um

⁵¹ BIVAR, Antônio. **O que é Punk**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988. p. 57.

estado de caos em vários setores de sua sociedade, sendo a juventude recifense um dos segmentos mais afetados; os altos índices de desemprego e violência que atingiam a esta referida juventude eram alarmantes, pois neste sentido de falta de perspectivas de vida, não apenas pelas classes menos favorecidas como é o caso específico de Recife, mas pela classe média também que vislumbrava melhores condições de vida no Sudeste brasileiro, como o caso do músico Fred 04 que após o término da Universidade na primeira metade da década de 1980, viveu um ano em São Paulo como repórter *free lancer*.

Unindo estas duas experiências de uma forma cautelosa nos seus devidos contextos, nos sobra uma juventude desiludida, que desacreditava não apenas em seu próprio futuro como cidadãos de suas respectivas cidades, mas em toda a conjuntura que os rodeava enquanto habitantes de metrópoles falidas socialmente.

Outra similitude entre estas duas manifestações juvenis contemporâneas foi a própria negação de ambas as partes enquanto ser político, ou seja, “*A imprensa não sabe o que diz. Como é que posso ser político se nem sei o nome do primeiro ministro?*”⁵², de fato ao analisarmos a postura dos jovens ingleses no auge do punk, verificamos uma distância entre o artista escrever músicas que contestem a coroa inglesa como “*God Save the Queen*” música de 1977 do grupo *Sex Pistols*, outra coisa é a banda ou o artista tomar posições deliberadamente políticas. Assim, como também compreendemos o ManguêBit não como uma *movimentação* isenta da política, mas com tendências muito mais permeadas pela cultura musical, que utilizou este elemento artístico como catalisador das ações culturais desencadeadas por estes referidos jovens.

Neste viés comportamental do punk verificamos que o mesmo não defendia bandeiras políticas, embora possuísse alguns aspectos contestatórios, porém é importante salientarmos que, “*o punk é anarquizante, mas não anarquista e nunca recorreu a soluções sociais propostas pelos teóricos do anarquismo*”⁵³, este caráter diríamos mais “*radical*” do punk embora não se alinhe com a identidade manguê, revela-se como propulsor de sentimentos em estado silente durante décadas, sobretudo com relação à conjuntura pós-ditadura militar e de anistia que se instituiu no Brasil, isto é, um cenário pré-manguê no que se refere à cidade de Recife.

⁵² BIVAR, Antônio. op. cit. p. 50.

⁵³ MARKMAN, Rejane Sá. **Música e Simbolização**. Manguêbeat: contracultura em versão cabocla. São Paulo: Editora AnnaBlume, 2007. p. 71

Nesta questão das assimilações entre o Punk londrino e o ManguéBit recifense, podemos destacar a indumentária utilizada pelos jovens e suas respectivas cenas, pois o punk utilizava-se do choque visual, dos alfinetes espetados no corpo e nas roupas rasgadas e desbotadas, cabelos moicanos coloridos, coturnos no estilo forças armadas, em suma, um visual que delineava uma intenção de agressividade perante aquela sociedade desfalecida diante de graves problemas sociais que seus governos não conseguiam solucionar.

Enquanto o ManguéBit por outro lado demonstrava em sua estética visual, a riqueza de elementos simbólicos de uma metrópole do Nordeste brasileiro, ou seja, mesmo que o figurino não busque o choque imediato do visual punk, os manguéboys utilizaram o que lhes representava um grande organismo metropolitano em estado de caos chamado Recife, com sua urbe inchada, crescida desordenadamente, com um comércio informal de camelôs disseminado em várias partes da cidade, e foi justamente neste mercado alternativo que Chico Science e Fred 04 buscaram inspiração para compor suas indumentárias com óculos de sol, chapéus de palha, colares, camisas coloridas, tênis e meias, além da própria linguagem de *bits* e *pixels* que serviram também para vestir estes jovens músicos.

Com efeito, a observação das metamorfoses “estéticas” de uma determinada geração pode nos levar a apresentar o seguinte fato: a diretriz da obra, sua significação, fora deliberadamente escolhida antes de qualquer reflexão sobre o próprio vocabulário⁵⁴.

Nestas premissas as significações perpassam pela própria vestimenta dos artistas tornando-se uma extensão de suas intenções perante aos olhos alheios, assim como o punk o fez, ou seja, estender aos olhos os sentimentos recônditos, utilizar a indumentária como mais um canal permissivo de mensagens, uma vitrine móvel de suas ideias; além da linguagem utilizada como forma de identificação dentro destas manifestações juvenis.

⁵⁴ BOULEZ, Pierre. **A música hoje 2**. São Paulo: Perspectiva, 2007. p. 19.

1.5- Modernizar o passado é uma estética musical⁵⁵.

Tecendo comentários acerca da estética musical que fomentou o MangueBit, faz-se necessário para um melhor entendimento um contraponto com outros “movimentos”⁵⁶ musicais brasileiros do século XX, como por exemplo a Bossa Nova e o Tropicalismo.

Esta comparação embora panorâmica nos permitirá vislumbrar as evoluções musicais que a música brasileira passou no decorrer do século passado e principalmente as composições e experimentações sonoras que serviram de forma direta ou indireta na musicalidade de Chico Science, Fred 04, Jorge Du Peixe e seus parceiros.

Em linhas gerais percebemos que há características comuns entre as três manifestações musicais, como por exemplo a temporalidade do século XX, ou mesmo um olhar mais interessado da mídia por estes referidos momentos musicais históricos do Brasil, em maior ou menor escala, mas sempre presente.

Entretanto o que nos interessa neste momento são justamente as características estético-musicais de cada uma destas manifestações, que mesmo com o passar dos anos ajudaram a forjar algumas nuances presentes no próprio “DNA” do MangueBit.

A música de caráter intimista, versada sobre uma harmonia e ritmo desconhecidos para um Brasil do final da década de 1950, eram aspectos atinentes à Bossa Nova, com seus maiores representantes como João Gilberto, Tom Jobim, Carlos Lyra, Ronaldo Bôscoli, Vinícius de Moraes, dentre outros, que possuíam uma verve de caráter revolucionário no âmbito musical, ou uma ruptura em alguns aspectos com modelos anteriores.

Assim, mesmo dentro deste grupo de músicos considerados bossa-novistas, havia diferenças em seus estilos no que tange às suas composições, pois:

É interessante observar que as figuras que mais se destacaram na criação da bossa nova exibiam, ao se encontrarem no final dos anos 50, sensibilidades diferentes. Se João Gilberto buscava um estilo intimista, Tom Jobim, embora versátil enquanto compositor, já aparecia no cenário bossa-novista com uma estética bastante marcada pelo excesso. Se João adotava uma postura mais

⁵⁵ Referência à música “monólogo ao pé do ouvido” de Chico Science e Nação Zumbi do álbum “Da lama ao caos”.

⁵⁶ Não nos interessa neste momento do texto maiores considerações acerca do termo movimento, pois iremos analisar neste momento as estéticas que envolvem os referidos momentos musicais brasileiros, cabendo apenas seu uso mais utilizado pela mídia e grande público.

camerística, Tom se voltava para os recursos sinfônicos. É como se ambos interpretassem o momento histórico em que viviam de maneiras diferentes: João à maneira construtivista que marcava a década, tanto na literatura quanto na arquitetura e nas artes plásticas, e Tom a partir do ponto de vista do modernismo musical, representado, por exemplo, por Villa Lobos⁵⁷.

É evidente que há entre os dois compositores influências, não diríamos antagônicas, mas um pouco divergentes no que concerne ao próprio estilo adotado nas gravações e nas apresentações, por um lado, João Gilberto diretamente influenciado pela poesia concreta de Augusto de Campos e Haroldo de Campos, enquanto que Tom Jobim de uma certa forma ainda compunha sob os auspícios da música erudita, herança direta de Villa Lobos e do seu modernismo nacionalista.

Contudo, a relação entre os músicos e a bossa nova rendeu muitos frutos, haja vista as contribuições que cada um deles destacou para as músicas, ou seja, enquanto João Gilberto dispunha seu ritmo e cadência intimista, Tom Jobim contribuía com sua harmonia precisa e extremamente requintada.

Na música elaborada pelos bossa-novistas, além das heranças culturais do samba, xaxado, valsa, como o próprio baião, há outras características que coadunam com os outros supracitados movimentos musicais; as influências musicais estrangeiras nas composições dos músicos brasileiros, dentre as quais “*o bolero mexicano , o impressionismo de Ravel e Debussy, o jazz desenvolvido por Gershwin, Cole Porter, Richards Rodgers, Larry Hart e vários outros compositores*”⁵⁸

Com a consagração da Bossa Nova em 1967 com o disco *Francis Albert Sinatra e Antônio Carlos Jobim*, em que grandes composições se eternizaram neste LP como *Garota de Ipanema* e *Insensatez*, o ritmo musical brasileiro hospedado geograficamente na Zona Sul carioca, assistiu na década seguinte os desdobramentos que as experimentações musicais da bossa nova promoveu, porém com algumas rupturas, principalmente na temática das composições que não mais teriam apenas a praia, as belas mulheres, e o clima amoroso dos bossa-novistas, tendo também temáticas um pouco mais viscerais, ou mesmo cosmopolitas, além da incorporação de

⁵⁷ NAVES, Santuza Cambraia. **Da Bossa Nova à Tropicália**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. p.18.

⁵⁸ Idem. *Ibidem*. p.22.

instrumentos como baterias, pratos de ataque, dentre outros, que levariam a música a um tom mais jazzístico e performático por parte dos músicos⁵⁹.

Alguns artistas⁶⁰ promoveram mudanças na música brasileira que iam além de questões rítmicas, ou mesmo estéticas, pois estavam permeados por apresentações mais pungentes, em que não apenas a música deveria ser bem executada mas a performance de palco, representaram uma espécie de intersecção entre a Bossa Nova e o Tropicalismo, mesmo que não possamos dissociar suas carreiras de ambas as influências supracitadas.

A geração posterior de artistas do Tropicalismo com uma estética musical versada nas composições engajadas devido principalmente ao Golpe Militar de 1964, fez suas primeiras aparições para o grande público nos festivais de música a partir de 1965 na extinta TV Excelsior no I Festival de MPB de São Paulo, depois o II Festival de MPB de São Paulo que lança Chico Buarque e Geraldo Vandré, posteriormente o III Festival de MPB de São Paulo em que figuras como Caetano Veloso e Gilberto Gil aparecem para um maior público.

O Tropicalismo aparece de forma mais nítida, justamente neste III Festival de MPB de São Paulo em que Caetano Veloso e Gilberto Gil ficaram em segundo lugar com a música “domingo no parque”, porém com sua amplitude cultural⁶¹, o Tropicalismo tem como marco:

O lançamento do LP *Tropicália* ou *Panis et Circensis*, em agosto de 1968, foi o grande acontecimento musical do movimento. O LP trazia uma colagem de sons, gêneros e ritmos populares, nacionais e internacionais. Em meio às composições do disco, assinadas por Gil, Caetano, Torquato Neto, Capinam e Tom Zé, com arranjo de Rogério Duprat, pode-se ouvir diversos fragmentos sonoros e citações poéticas, num mosaico cultural saturado de crítica ideológicas: *Danúbio Azul*, Frank Sinatra, *A Internacional*, *Quero que vá tudo pro inferno*, Beatles, *ponto* de umbanda, hino religioso, sons da cidade, sons da casa, carta de Pero Vaz de Caminha etc. As relíquias do Brasil explodiam sem muita preocupação de coerência sistêmica por parte dos autores. Entre as composições de outros autores, destacam-se duas: *As três caravelas*, versão ufanista de João de Barro para uma rumba cubana que deslocada de seu contexto, soa ambígua: ora como uma paródia ao

⁵⁹ Com relação ao tom performático destes músicos, nos referimos à Elis Regina, Wilson Simonal, Jorge Ben, dentre outros, diferentemente, da performance intimista de João Gilberto por exemplo.

⁶⁰ Dentre estes artistas podemos citar Elis Regina, Jair Rodrigues, etc

⁶¹ Conferimos o termo “amplitude cultural” com relação ao Tropicalismo para fazermos um contraponto com a Bossa Nova, ou seja, percebemos que existiu uma maior diversidade cultural presente na Tropicália, pois além da música em si, houve uma participação direta de segmentos artísticos como a poesia representada pelos poetas Torquato Neto e Capinam, artistas plásticos como Rogério Duarte, Hélio Oiticica, no teatro com o Grupo Oficina, dentre outras representações.

nacionalismo ufanista, ora como alusão difusa a um latino-americanismo libertário; *Coração materno*, opereta grotesca de Vicente Celestino que na voz de Caetano oscila entre a *blague* dadaísta (ao se utilizar de uma música desvalorizada pelo gosto vigente na MPB, justamente para problematizá-la) e a nostalgia da redundância (na medida em que traz à tona o material *musical cultural* recalcado pela *linha evolutiva*, mas parte formativa de uma sensibilidade musical arcaica)⁶².

Analisando a estética musical que fomentou o Tropicalismo, verificamos que além da influência direta de Oswald de Andrade, muito mais do que a de Mário de Andrade, posto que há uma inter-relação maior entre o urbano e o rural, entre passado e presente, nuances culturais que fizeram do Tropicalismo uma espécie de bojo musical sem restrições, não apenas estas de inclusão de um repertório de cunho mais popular no disco Panis ET Circenses, mas na própria assimilação de elementos da cultura estrangeira, como o Rock and Roll dos Beatles, principalmente na sonoridade dos Mutantes e na composição da capa do supracitado LP.

A atitude tropicalista, portanto, rompe com o conceito de forma fechada — não existe uma fórmula de canção tropicalista, tal como uma fórmula de canção bossa-nova ou de samba-enredo —, incluindo indiscriminadamente os elementos destas diversas formas fechadas por vezes numa mesma canção. Em particular, o movimento faz questão de desconstruir a oposição mais fetichizada de todas as existentes no período: a que se faz entre o "nacional" e "autêntico", de um lado, e o "alienígena" e "descaracterizador", de outro⁶³.

É justamente nesta atitude de desconstrução, abertura, e principalmente de diversas influências que percebemos o entrelugar entre a Tropicália e o MangueBit, ou seja, a não linearidade, a ousadia, ou melhor, a estética que permeia estes dois momentos histórico-musicais brasileiros é uma espécie de anti-estética, amorfa no sentido de conceitos pré-estabelecidos, porém estruturados enquanto ações culturais de cunho antropofágico.

A fruição da estética musical promovida pelo MangueBit é entrelaçada por vários caminhos, devido a esta característica multifacetada, podemos falar em estéticas musicais do MangueBit que desaguaram em uma sonoridade singular desenvolvida pelos jovens músicos recifenses.

⁶² NAPOLITANO, Marcos. VILLAÇA, Mariana Martins. **Tropicalismo**: As relíquias do Brasil em debate. São Paulo: Revista Brasileira de História volume 18 n° 35, 1998.p.65.

⁶³ NAVES, Santuza Cambraia. **Da bossa nova à tropicália**: contenção e excesso na música popular. São Paulo: Revista Brasileira de Ciências Sociais volume 15, n° 43, 2000. p. 43.

Nestas supracitadas estéticas que fomentaram o MangueBit, sejam elas atinentes à cultura popular, aos elementos estrangeiros, às novas tecnologias a serviço da música, podemos perceber que o papel, ou melhor a funcionalidade que cada elemento teve dentro deste constructo da moderna música brasileira, foram necessárias na comprovação de todo um arcabouço histórico musical delineado durante o século XX.

À guisa de uma possível conclusão a respeito das estéticas musicais presentes na Bossa Nova, no Tropicalismo, e no MangueBit, percebemos que um olhar mais aguçado para as sonoridades brasileiras como o samba, o xaxado, o baião realizado pelos bossa-novistas; ou mesmo a valorização de artistas e sonoridades de cunho mais popular esquecidos pela mídia como o Tropicalismo o fez, com as rumbas e com artistas como Vicente Celestino. Não tão distante da releitura e consequente valorização que o MangueBit propôs aos maracatus, afoxés, cirandas, dentre outros que sofriam com o ostracismo cultural por parte de diversas camadas da sociedade pernambucana.

Em nossas observações acreditamos que um dos principais fatores que levaram estes três momentos históricos ao reconhecimento, foi justamente esta capacidade de se reinventar, de alimentar-se com o banquete sonoro à disposição nos melhores caldeirões culturais espalhados pelo Brasil, como também beber nas mais diversas fontes sonoras, sejam elas jazzísticas, anglo-saxônicas, ou mesmo eletrônicas, e regurgitarem uma catarse musical criativa, sempre atual, versada em certa medida na originalidade que lhe coube.

1.6 - Sinto vontade de fazer muita coisa!⁶⁴ Hibridismos, negociações e outras táticas das frentes culturais urbanas.

É interessante observarmos que os artífices do MangueBit enxergaram no movimento punk inglês, não apenas uma postura rebelde frente à sociedade que os afligia, mas a “armação” enquanto *Cena* musical, assim leram de *Malcolm McLaren*⁶⁵ as articulações para se criar todo um cenário *pop* que ia desde a criação de uma indumentária que indicasse quais suas intenções com tal vestimenta como já citamos,

⁶⁴ SCIENCE, Chico. Enquanto o mundo explode. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 07 (01 min, 28 seg).

⁶⁵ O britânico **Malcolm McLaren** foi um dos grandes articuladores da cena Punk londrina da década de 1970, além de empresário da Banda Sex Pistols.

promoção de festas com temáticas mangue, a autopromoção frente aos meios midiáticos, uma indumentária própria carregada de simbolismos, a criação de uma linguagem própria como “*chié, manguelboy, manguelgirl, de andata, caranguejos com cérebro*”, entre outras terminologias, além da criação de toda uma simbologia nas composições de suas músicas e confecções de seus CDS, e indubitavelmente a criação de toda uma cadeia cultural auto-sustentável.

Se a arte pela qual o manguelbeat circula se coloca como um texto, quem a lê? Se a arte hoje é um tipo de comentário, quem o faz? Seja na utilização de um discurso plural e de uma tecnologia antropofagicamente pós-moderna, o manguelbeat trouxe para juventude recifense uma linguagem que legitimou uma nova produção regionalista com base nas referências pop, globais, criadas em suas composições lá⁶⁶

Começaremos refletindo acerca da própria existência de uma movimentação cultural deflagrada por jovens em uma sociedade contemporânea, repleta de expressões culturais dos mais variados segmentos, ou seja, “*interzonas dialógicas*”⁶⁷ regiões de fronteiras culturais que se entrecruzam de maneira proposital, deliberadamente heterogênea enquanto criatura cultural.

Deste modo faz-se necessário também um preâmbulo do que seria o termo “hibridismo”, mesmo que o referido termo nos remeta de imediato a uma miscelânea de conceitos teóricos, ou: “*numa obra estética de perfil híbrido, não há somente um elemento em questão, mas um leque efetivo de determinantes, referentes e configurações que funcionam de forma complexa.*”⁶⁸

Nesta perspectiva inicial, percebemos movimento e dinâmica aplicados ao campo da cultura contemporânea, em especial às culturas urbanas, deveras como deve ser entendido, pois nos indica a uma conjuntura tão diversificada que um conceito não suportaria tamanha diversidade de influências.

Inquietude teórica, esta denominação começa a responder certos questionamentos acerca do que o hibridismo representa nesta seara de conceitos que tentam explicar as culturas contemporâneas principalmente da América Latina, que

⁶⁶LIRA, Ana. **A Maravilha Mutante**. Recife: Dissertação de Mestrado em comunicação, UFPE. 2002. p.13.

⁶⁷ CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos**: Uma exploração das hibridações culturais. São Paulo: Studio Nobel, 1996. p. 41

⁶⁸ VARGAS, Herom. op. cit. p. 20

durante séculos foram forjadas por diversos agentes, sejam eles indígenas, africanos, europeus, entre outros.

Nomear o inominável, ou mesmo restringir o que não se pode controlar, assim denominar um conceito que serviu de tática cultural para jovens artistas do Nordeste brasileiro da década de 1990, mesmo que tal conceito seja apresentado como “*uma cilada teórica*”⁶⁹, parece a priori impossível, porém em nossas suposições começamos a desvelar o que seria o híbrido, mais precisamente uma hibridação cultural quando relacionamos diretamente à música, como o mesmo se encaixa, enquadra, ou coaduna, não obstante este conceito não seja fixo, ele perpassa o ManguêBit em um contexto de negociações culturais que fomentaram esta *Cena* recifense.

É justamente na criatividade em beber de várias fontes, negociar e utilizar as influências, que fazem do ManguêBit uma movimentação erguida sob os auspícios da hibridação cultural, da preponderância de combinações, ou seja, “*uma poderosa fonte criativa, produzindo novas formas de cultura, mais apropriadas à modernidade tardia, que as velhas e contestadas identidades do passado*”⁷⁰, Hall acrescenta que este mesmo relativismo que poderia cercar o hibridismo tem seus custos e perigos, entretanto nestes questionamentos observemos que a “não linearidade”, não significa falhas no estudo do objeto.

Todavia esta mobilidade identitária permitiu ao ManguêBit o surgimento no mercado fonográfico brasileiro, representando uma alternativa criativa no processo mercadológico das grandes gravadoras, ou até mesmo poderíamos pensar em certa medida na ultrapassagem de fronteiras pré-estabelecidas, sejam elas temporais, causais, ideológicas, entre outras.

Sendo o ManguêBit cadenciado pelos toques polifônicos da hibridação cultural, acreditamos que a mesma tenha sido uma das muitas variáveis que facilitaram a inserção da *Cena* mangue no cenário musical brasileiro da década de 1990, um tipo de tática, baseada na própria bandeira levantada pelos artífices (a diversidade), sem cristalismos armoriais, discursos de resgate da cultura popular, ou qualquer outra expressão do gênero, mas permeado por negociações culturais em que o secular e o contemporâneo coexistam de forma que um não se sobreponha sobre o outro e vice-

⁶⁹ Idem, *Ibidem*. p.21

⁷⁰ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006. p. 91

versa, constituindo um “*produto multideterminado de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais*”⁷¹, um verdadeiro mosaico de culturas, e tecnologias a serviço da música, ou:

As tecnologias contemporâneas (TV, satélite, computador pessoal, digitalização, fibra ótica, internet, etc.), ao tentarem desterritorializar diversos elementos culturais e estéticos, têm forçado o surgimento de comportamentos e objetos mesclados e provisoriamente definidos. Tais formulações estão sendo mapeadas pelos cientistas e são observáveis em diversos locais no mundo. Mas, além de dificilmente produzirem o híbrido (estado mais complexo e com condicionantes culturais intrincadas), esse caráter não é novidade em um continente historicamente determinado pelas dinâmicas descentradas da mestiçagem cultural; continente constantemente produto – no sentido de sempre situar-se em estado de resultado -, em vez de somente substância ou essência; local de cruzamentos de elementos culturais distantes e em graus e sentidos variados, onde o autóctone praticamente inexistente⁷².

Este hibridismo proposto não é apenas pelos fomentadores do ManguêBit, mas por toda uma conjuntura cultural da contemporaneidade, é fator condicionante no constructo das culturas latino-americanas em especial a brasileira, ou seja, devemos vislumbrá-las como uma grande cadeia humana e simbólica tecida diariamente por alguns habitantes do Grande Recife, uma verdadeira miscelânea de culturas.

A virtude cultural preponderante do ManguêBit foi justamente a construção de uma ponte para unir estes elementos culturais até então distantes, mesmo que estas tecnologias contemporâneas acometam as culturas populares com um rígido ostracismo, desencadeando, como Vargas observou, uma quase invisibilidade do autóctone, e isto pode ser observado em toda a América Latina, que sofreu este processo desterritorializante e cruel das culturas presentes nos determinadas territórios antes da colonização.

Podemos caracterizar a hibridação cultural não como uma destruição e substituição gradativa das culturas populares, mas como uma forma de sobrevivência inteligente que coloca em evidência e conserva as tradições sem qualquer protecionismo das heranças culturais, ao mesmo tempo em que conhece, absorve e traduz as novas tecnologias em seu benefício, perpassando os territórios e celebrando sua cultura, desta forma o ManguêBit hibridou as várias faces culturais de Pernambuco.

⁷¹ CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 2000. p. 220

⁷² VARGAS, Herom. op. cit. p. 23 – 24.



CHAMAGNATUS GRANULATUS SAPIENS⁷³

Esta característica cambiante que é inerente ao MangueBit e ao próprio termo da hibridação é verificada nas próprias composições dos músicos, que versavam pela diversidade, pelo não alinhamento ao hegemônico, ou:

Somos todos juntos uma miscigenação/ e não podemos fugir da nossa etnia/
índios, brancos, negros e mestiços/ nada de errado em seus princípios/ o seu
e o meu são iguais/ corre nas veias sem parar/ costumes, é folclore, é
tradição/ capoeira que rasga o chão/ samba que sai da favela acabada/ é hip
hop na minha embolada/ é o povo na arte/ é arte no povo/ e não o povo na
arte/ de quem faz arte com o povo/ maracatu psicodélico/ capoeira da
pesada/ bumba meu rádio/ berimbau elétrico/ frevo, samba e cores/ cores
unidas e alegria/ nada de errado em nossa etnia⁷⁴

A verve multicultural que conduz o Brasil, em especial o Estado de Pernambuco e conseqüentemente o MangueBit é pulsante, não há problemas em samplear emboladas, ou utilizar o contexto urbano das cidades, com a música dos repentistas, e o canto falado dos MC's⁷⁵, para compor canções de caráter híbrido, ou

⁷³ Figura antropozoomórfica contida no encarte do CD *Da lama ao caos* de Chico Science e Nação Zumbi, lançado pelo selo Chaos da Sony Music em 1994. A referida gravura simboliza um ser humano habitante de Recife que após ingerir cerveja feita a partir da água da baba de um caranguejo mutante radioativo, adquiriu esta forma. Porém, devemos verificar que esta mesma gravura nos remete de forma proposital ao caboclo de lança (figura principal do maracatu rural pernambucano) com sua cabeleira volumosa feita a partir de rafia colorida.

⁷⁴ SCIENCE, Chico. *Etnia*. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 06 (02 min. 32 seg).

⁷⁵ RIBEIRO, Getúlio. Apud. MC (*Master of Ceremonies*), mestre de cerimônias, era o responsável por apresentar e comentar as seleções musicais que o DJ tocava, além de “agitar” o público com frases fortes e palavras de ordem bem colocadas em meio às músicas. Com o tempo, o MC tendeu a se tornar, cada vez mais, um tipo especial de cantor, o que se consolidou com o posterior desenvolvimento do *rap* (*rhythm and*

como Fred 04 versou: “*Eu tenho feito samba pesado, misturando sons, inventando estilos, ...*”⁷⁶

Esta característica do MangueBit baseada na hibridação cultural, confere ao mesmo um aspecto atual frente ao processo contínuo das culturas na atualidade, um semblante jovial, um bramido de novos sons na música contemporânea brasileira, ou um sopro de novidade.

1.7– Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar⁷⁷: autopromoção na cidade estuário.

Dentre muitas formas que o MangueBit encontrou para sua autopromoção, devemos ressaltar as festas promovidas pelos jovens músicos como forma de contagiar o público nesta empreitada cultural, instigando-os a tomar de assalto a cidade de Recife em termos artísticos, este era o mote das ações.



Sons negros no Espaço Oásis

Todos os sons negros vão rolar hoje à noite no Espaço Oásis (perto do Hotel Quatro Rodas de Olinda), na festa Black Planet. Soul, reggae, hip-hop, jazz, samba-reggae, funk, toasts, ragamuffin' e um novo gênero criado pelo mestre de carimônia MC Chico Science, vocalista da banda Loustal e organizador do evento.

"O ritmo chama-se Mangue. É uma mistura de samba-reggae rap ragamuffin' e embolada. O nome é dado em homenagem ao Daruê Malungo (que em iorubá significa companheiro de luta) e que é um núcleo de apoio à criança e à comunidade carente de Chão de Estrelas" define Chico. O Mangue será apresentado por ele junto com o grupo Lamento Negro (banda de samba-reggae, versão pernambucana do Olodum). "É nossa responsabilidade resgatar os ritmos da região e incrementá-los, junto com a visão mundial que se tem. Eu fui além" comenta, sem modéstia.

A seleção musical da festa é de Renato Lins (ex-Décadas e New Rock), Dr. Mabuse (ex-Décadas, também) e Chico Science. Mexendo e remexendo os velhos discos de vinil eles pescaram James Brown, Public Enemy, Charlie Parker, Charlie Mingus, Bob Marley, Yellow Man, Lee Perrye, entre tantos outros, numa salada de fruta variada e dançante, bem world music

MC Chico Science é o vocalista da banda Loustal

Jornal do Comércio, matéria do Caderno C, 01 de junho de 1991.

A realização de shows pelas bandas Mundo Livre S.A, Loustal, e posteriormente Chico Science e Nação Zumbi era uma prática entre os músicos, ou seja, casas de

poetry, em português “ritmo e poesia”) poesia rimada que serve como base para o desenvolvimento de uma nova modalidade de canto falado. Com a difusão maior do rap, o MC passou também a ser chamado de *rapper*. p.168.

⁷⁶ MONTENEGRO, Fred. Destruindo a camada de ozônio. In: Mundo Livre S.A. **Samba Esquema Noise**. São Paulo: Banguela Records/ Warner Music, 1994. 1 CD. Faixa 02 (03 min. 52 seg).

⁷⁷ SCIENCE, Chico. Um passeio no mundo livre. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 06 (03 min. 59 seg).

espetáculos e bares para as apresentações como o “Poco Loco”, “Franc’s Drink’s”, “Soparia”⁷⁸, espaços públicos, dentre outros, eram conseguidos através dos amigos; o aluguel do som utilizado nas festas era dividido entre as bandas que iriam se apresentar e o público destas festas em algumas ocasiões era “convocado” através de cortejos de maracatu promovidos pelo “Lamento Negro” até as casas de shows onde aconteceriam os eventos.

É interessante observarmos que a própria formação acadêmica de alguns dos fomentadores da movimentação mangue, como Fred 04, Renato L, dentre outros, facilitou a divulgação da movimentação com os poucos recursos que estes jovens possuíam na cidade de Recife, ou seja, os contatos pessoais com jornalistas que trabalhavam ou ainda trabalham nos jornais de maior circulação do Estado de Pernambuco, “Diário de Pernambuco”, e “Jornal do Comércio”, foram de certa forma preponderantes na divulgação que os mesmos pretendiam.

Todavia podemos ressaltar neste ponto o amplo apoio que o referido JC⁷⁹ desempenhou na divulgação da movimentação e posteriormente, na consolidação da mesma, principalmente com o repórter e colunista José Teles, e o responsável pelo *Caderno C* de cultura Marcelo Pereira do referido periódico.

Outrossim, não estamos afirmando que estes contatos com os periódicos da cidade de Recife tenham sido o único motivo para estes jornalistas profissionais terem apoiado a movimentação, embora tenhamos detectado em nossa pesquisa um número significativo de reportagens acerca do MangueBit, como no Diário de Pernambuco com um aspecto mais conservador, um pouco descrente para o que estava acontecendo na cidade de Recife com relação à movimentação artística, e um número menor de matérias, diferentemente do JC que durante o período de junho de 1991 a março de 2007 encontramos cerca de 295 reportagens acerca do nosso objeto.

Continuando nestas perspectivas da autopromoção da *Cena* na cidade de Recife, verificamos uma conjuntura de ações midiáticas promovidas por estes jovens artífices, isto é, pensar que uma movimentação musical do Nordeste brasileiro que iria utilizar a Internet como meio de divulgação ainda na década de 1990, fazendo desta tecnologia instrumento na divulgação e consolidação da mesma, tornando a cidade de Recife um

⁷⁸ Bar pertencente ao agitador cultural **Roger de Renor**, um ex-produtor de divulgação da Warner que resolveu dar oportunidades às bandas que estavam iniciando na cena pop pernambucana, dentre estas bandas destacamos Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A.

⁷⁹ Sigla para denominarmos o Jornal do Comércio.

grande circuito cultural antenado às boas vibrações, ou uma vanguarda virtual a serviço da cultura urbana, ferramenta poderosa de divulgação mundo a fora.

Esta conjuntura de *Bits, Pixels, Sites, UHF*, entre outros elementos virtuais, não foram utilizadas apenas na composição de músicas, mas na construção de *sites* como o ManguBit em 1995, ou o *Manguetronic* de 1996 um dos primeiros programas de rádio veiculados pela *Internet*, uma novidade para a década de 1990 não apenas na cidade de Recife, mas em todo o Brasil até mesmo nas grandes metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro, além dos rebentos tecnológicos como os *sites* “*A Ponte*”, “*Som do Mangue*”, e a revista eletrônica “*Manguenius*”, etc.

Abrimos uma interseção neste ponto importante do nosso texto, pois acreditamos que uma movimentação pop contemporânea precisa de um grande evento para servir de baliza, ou mesmo uma espécie de termômetro do que estava acontecendo na cidade, um local aglutinador não apenas de bandas que compunham este cenário, mas do público que deveria ser formado naquele Recife da década de 1990, e principalmente, de uma vitrine não apenas para os olhos curiosos do público pernambucano, mas de produtores culturais e repórteres do Sudeste brasileiro habitat das grandes corporações jornalísticas.

Referimo-nos ao Festival Abril pro Rock que teve sua primeira edição em 25 de abril de 1993, organizado pelo jovem empresário Paulo André Pires, que após uma estadia nos Estados Unidos retornou à cidade de Recife onde inaugurou uma loja de discos chamada *Rock X Press*, posteriormente, percebendo que havia uma carência no ramo da produção de bandas locais, produziu grupos da cidade através de sua produtora “*Kamikaze*”, dentre estas bandas produzidas por Paulo André devemos citar Chico Science e Nação Zumbi, que através desta parceria conseguiram alçar vôos além mar, ou seja, turnês pela Europa e Estados Unidos, além da assinatura do contrato com o selo alternativo da *Sony Music* “*Chaos*”.

Indubitavelmente, estas presenças no festival APR⁸⁰ eram importantes para a divulgação da *Cena*, porém a presença que nos interessa de uma forma especial em nossa pesquisa é justamente, a dos agentes das grandes gravadoras, ou seja, os “olheiros” uma espécie de descobridores de talento, pois foi a partir deste Festival que as *Majors*, especificamente a *Sony Music*, percebeu que o silêncio da cidade dos

⁸⁰ Utilizaremos esta sigla para denominarmos o Festival Abril pro Rock.

manguezais havia sido quebrado por alfaias⁸¹ estridentes, um ex-punk de linguagem ácida e cavaquinho nervoso, e um jovem *breaker* de Rio Doce⁸² que mais adiante iria se tornar o *frontman* desta movimentação.

Na primeira edição do festival APR que contou com 12 bandas, dentre elas Chico Science e Nação Zumbi, e, Mundo Livre S.A, Maracatu Nação Pernambuco, Paulo Francis vai pro céu, Zaratempo, o remanescente da geração setentista Lula Côrtes, entre outros; serviu como um preâmbulo do que seria a edição seguinte do festival, pois a notoriedade do mesmo foi substancial, com os veículos de comunicação⁸³ que aportaram em Recife para conhecer não apenas o festival pop que colocava no mesmo palco, com o mesmo público, roqueiros, cirandeiros, metaleiros, etc; e bandas que faziam uma sonoridade diferente e possuíam toda uma movimentação musical organizada na cidade a partir de suas tradições seculares como os maracatus, cirandas, afoxés, caboclinhos, entre outros, com sonoridades contemporâneas como o *funk*, *soul*, *hip hop*, *rock*, além de tecnologias a serviço da música como o *Sampler*, e um vocabulário próprio com o *glossário mangue*.

Acreditamos que o festival APR serviu como vitrine, e principalmente, como vetor de uma maior projeção para grupos como Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A, uma vez que partir da sua segunda edição em 1994, empresários que representavam a *Sony Music* e a *Warner* estiveram em Recife para assinarem contratos com bandas do cenário local.

1.8– “**Eu vim com a Nação Zumbi!**”⁸⁴

Dentre estas saídas apresentadas acerca dos mangueboys e da indústria fonográfica brasileira da década de 1990, percebemos procedimentos já adotados em outro contexto, como é o caso do Punk londrino mesmo que o contexto fosse diferente do que Recife apresentava na década de 1990.

⁸¹ Tambores específicos para as músicas do maracatu de Pernambuco, e utilizados pelos músicos da Nação Zumbi.

⁸² Periferia de Olinda, um dos bairros mais populosos do Grande Recife, foi neste bairro que Chico Science e Jorge Du Peixe se conheceram e cresceram.

⁸³ Dentre estes veículos de comunicação podemos citar a Rede Globo Nordeste, MTV, revistas especializadas em música como a extinta Show Bizz, entre outros.

⁸⁴ SCIENCE, Chico. Matheus Enter. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 01 (00 min. 32 seg).

Observamos que os jovens artífices entenderam que para desenvolver todo um circuito cultural em uma metrópole brasileira, é indispensável o fortalecimento dos grupos locais e uma interação com todas as figuras que estejam envolvidas nesta seara cultural, ou seja, o ManguêBit através de uma assimilação e utilização desta conjuntura midiática fonográfica contemporânea, imprimiu à música no Brasil uma nova possibilidade, uma característica peculiar, ou:

Trata-se de uma música popular direcionada a um público urbano pelos meios de comunicação de massa que traz em si o perfil híbrido e carrega procedimentos experimentais, populares tradicionais e apelos típicos de uma veiculação pela mídia (imagem, produção e produtora, marketing, inserção nos veículos de comunicação, etc). Esses aspectos são importantes para dimensionar corretamente tais manifestações, sem perder elementos vitais de sua complexidade⁸⁵.

Estes jovens artífices traduziram uma época em que a velocidade das informações e a maneira como as mesmas são utilizadas, definem o sucesso para aquilo que se deseja veicular, pois neste meio contemporâneo de simbolismos reagrupados e fragmentados, comunicar-se tornou-se uma arma importante nas guerrilhas culturais urbanas, verdadeiras táticas de sobrevivência contra grandes corporações do entretenimento; destarte os mangueboys vislumbraram em uma necessidade de movimentação, uma série de bons equívocos, sejam eles com relação aos *Bits*, ou *Beat*, *cooperativa*, *Cena*, *manifesto*, ou *release*; na realidade era um estado de ebulição cultural esperado não apenas pela supracitada juventude da cidade estuário, mas uma movimentação almejada por jornalistas, e principalmente pelo público descrente de novidades no cenário musical nacional.

Caracterizar os meandros e as bases que alicerçaram a indústria fonográfica brasileira especificamente, faz-se necessário para que compreendamos uma série de acontecimentos, principalmente quando nos referimos à relação entre as bandas do ManguêBit e as *Majors*, pois estas reflexões nos encaminharão para o entendimento de toda uma conjuntura estabelecida não apenas no Brasil, mas em todo o mundo, no tocante ao mercado fonográfico e suas controladoras, ou seja, ocorria no início da década de 1990 grandes transformações tanto na produção dos discos e posteriormente CDS, na direção das *Majors* com transferência de diretores pelo mundo, na distribuição dos produtos, divulgação dos artistas com a mídia televisiva e radiofônica através da

⁸⁵ VARGAS, Herom. op. cit. p. 104.

figura do produtor cultural, uma espécie de criatura onisciente e onipresente da indústria fonográfica, e a terceirização ou fragmentação⁸⁶ da mesma; entre outros aspectos serão abordados no nosso segundo capítulo “Sons e ruídos nos trópicos: A indústria fonográfica brasileira da década de 1990”.

⁸⁶ Esta terceirização era realizada por gravadoras menores conhecidas como *Indies*, funcionavam no mercado brasileiro como Marketing para os artistas em busca de oportunidades nestas *Majors*, ou seja, estas gravadoras de menor porte tentavam promover alguns artistas nos meios midiáticos, caso estes artistas conseguissem algum reconhecimento, estes seriam contratados por uma Major; em suma as gravadoras *Indies* serviram como plataforma de lançamento de artistas desconhecidos para as gravadoras Transnacionais, ou melhor gravadoras que prestavam serviços terceirizados para *Majors*.

2º CAPÍTULO

“SONS E RUÍDOS NOS TRÓPICOS: A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA BRASILEIRA DA DÉCADA DE 1990”

2.1– E fez-se a música !

Dentre as várias trajetórias e experiências musicais que envolvem a música do século XX, caracterizada por sua massificação enquanto bem cultural a ser consumido não apenas no Brasil, mas em boa parte do mundo, percebemos que esta formatação mercadológica que a música sofreu no século passado, a caracteriza como um grande veículo de difusão cultural e motor de uma grande indústria mercadológica denominada de Indústria Fonográfica⁸⁷.

Neste capítulo apresentaremos as várias características que fundamentam a supracitada Indústria Fonográfica no mundo, em especial no Brasil de uma forma panorâmica, para posteriormente nos debruçarmos de forma específica na atuação desta referida indústria na década de 1990 no Brasil, no qual nosso objeto de pesquisa está contextualizado.

Deste modo, este preâmbulo geral da Indústria Fonográfica mundial será explicitado pelos grandes conglomerados que a compõem, suas marcas, ramificações, que vão muito além dos formatos fonográficos, estendendo-se para canais de televisão, estúdios de cinema, editoras, até mesmo bebidas.

Compreendemos que o bom entendimento do nosso objeto de pesquisa, requer de forma preponderante uma significativa contextualização da Indústria Fonográfica desde os seus primórdios, por acreditarmos que as relações que se desvelaram durante a década de 1990, foram frutos de um processo histórico, longo e gradativo de concentração e monopólio econômico dos mercados fonográficos mundiais, em especial o brasileiro.

⁸⁷ Segundo Jambeiro, a Indústria Fonográfica é formada por empresas encarregadas da concepção, produção, distribuição e venda de gravações em seus diversos formatos. Quando completa, reúne quatro atividades: a artística, a técnica, a comercial e a industrial, que podem ser agrupadas em duas categorias dominantes: a cultural (artística) e a material (industrial). JAMBEIRO. Oton. **Canção de massa**: as condições de produção. São Paulo: Pioneira, 1975. p.45.

Desta feita a evolução dos formatos fonográficos torna-se parte fundamental deste constructo fonográfico em que ocorreram profundas mudanças na composição dos formatos, sejam elas pelo disco de goma laca, 78rpm, LP, gravações magnéticas, fitas K7 e os CDs.

Esta contextualização histórica da Indústria Fonográfica no Brasil nos permite a “onisciência” de uma certa maneira do processo fonográfico que se iniciou ainda no começo do século XX e se consolidou no decorrer dos anos, como desigual, centralizador, dominado pelo capital externo, através da aquisição de empresas brasileiras tradicionais do mercado doméstico.

Na década de 1970 a Indústria Fonográfica do Brasil promoveu algumas saídas⁸⁸ no que tange ao monopólio das *Majors*, de modo que foram fundados selos independentes como o *Artezanal*, ou mesmo grandes gravadoras como a Som Livre pertencente à Rede Globo de televisão.

A observância de uma década marcada pela abertura do mercado doméstico se faz premente, assim a década de 1980 apresenta-se como uma época decisiva da Indústria Fonográfica brasileira no tocante à entrada mais acessível de ritmos e estilos advindos do exterior, principalmente o rock, não obstante a década de 1980 ainda é possuidora de outras características marcantes no meio fonográfico brasileiro, que delinearam políticas mercadológicas vigentes até os dias atuais, ou mesmo artistas e ritmos musicais, através de uma profunda reestruturação em seus organogramas, pautada na segmentação e racionalização de seu funcionamento.

A década de 1990 foi deveras imbuída na segmentação mercadológica e diversidade de ritmos explorados pelas *Majors*, como também a substituição do vinil pelo CD e as sucessivas crises⁸⁹ enfrentadas pelo setor no período.

Outras características pertencentes à supracitada década, configuram-na como o período da profunda segmentação do mercado, processo ainda iniciado na década anterior, como também foi cenário para o surgimento de selos alternativos das grandes gravadoras, gravadoras *Indies*, estúdios de pequeno e médio porte especializados em segmentos musicais específicos, além de canais de televisão especializados em músicas no formato de vídeo clipe.

⁸⁸ No decorrer deste capítulo os selos independentes e a gravadora Som Livre da referida década serão melhores apresentados.

⁸⁹ Com relação as sucessivas crises econômicas e as suas conseqüências para o mercado fonográfico, apontaremos exemplos no decorrer deste presente capítulo.

Em toda esta estrutura mercadológica montada pelas grandes gravadoras, percebemos que há uma relação que consideramos tripla, ou seja, “arte, formato e mercado” que envolve a Indústria Fonográfica na sua conjuntura nos remete a diversos questionamentos acerca dos artistas, ritmos e obras musicais lançadas por estes referidos, ou melhor, qual a extensão da arte pretendida e alcançada em uma gravação comercializada por uma gravadora?

A simbiose entre indivíduo e música, confere a esta relação um grande poder sobre as escolhas pretendidas, a interação entre esta mercadoria cultural e a *mass media* é incontestável e está presente em diversos lugares e seguimentos do entretenimento e da sociedade contemporânea, dentre eles o cinema, rádio, televisão, teatro, ruas, computadores, relações sociais, ambiente de trabalho, a própria publicidade, enfim a música nos cerca de uma forma praticamente onipresente.

No âmbito destas prerrogativas nos questionamos com relação às peculiaridades artísticas e comerciais que envolvem o mundo fonográfico na contemporaneidade, ou:

Assim a integração entre hardware e software traduz, do ponto de vista tecnológico, a contradição básica presente em todos os produtos da indústria cultural: a forma mercadoria tem a peculiaridade de concentrar num produto único a dimensão material e a pretendida dimensão artística⁹⁰.

Desta forma compreendemos que o alcance de uma obra musical produzida por uma determinada gravadora, possui neste contexto de mercado globalizado uma ampla abrangência nas sociedades contemporâneas, influenciando de forma direta nas preferências musicais de uma determinada sociedade.

Esta referida Indústria Fonográfica até a década de 1990⁹¹ estava dividida basicamente em quatro setores, podendo variar minimamente em alguns quesitos, porém sua espinha dorsal compõe-se a partir do setor artístico que é responsável pela elaboração do aspecto intelectual das gravações e comandada pelo diretor artístico. O setor técnico é responsável pelo manejo do aparato tecnológico do estúdio, com relação à gravação, equalização, mixagem, dentre outras etapas, era comandado por

⁹⁰DIAS. Márcia Tosta. **Os Donos da Voz**. Indústria Fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo editorial, 2000. p.33.

⁹¹ Salientamos esta referida época, devido as inúmeras transformações sofridas na Indústria Fonográfica na década de 1990, porém explicaremos quais mudanças foram estas mais adiante em nosso capítulo.

técnicos e engenheiros de som. O setor comercial estava encarregado da distribuição e promoção dos discos nas rádios, redes de televisão, jornais, etc, estavam a cargo de representantes comerciais, especialistas em marketing, promotores de vendas. O setor industrial era encarregado da reprodução do fonograma, ou seja, as matrizes e *stampers*, eram dirigidas por técnicos em produção e operários.

Verificaremos que a concentração econômica desde o início do século XX seria determinante para a configuração de todo um cenário musical principalmente no mundo ocidental do referido século, pois destacaremos que apenas cinco⁹² empresas dominavam o mercado mundial de música gravada, este controle foi caracterizado por Eduardo Vicente como “integração vertical”⁹³ período compreendido principalmente no pós-guerra de 1948 a 1955, que se configura como uma concentração oligopolista da Indústria Fonográfica através do controle total de fluxo de produção, atacadista ou não, e de uma oferta excessiva aos consumidores dos seus produtos, fato que comprova este domínio, mesmo que possuidor de restrições com relação a esta concentração excessiva, mostra que em 1948 a venda de discos nos Estados Unidos alcançava a cifra de US\$ 48 milhões de dólares, saltando em 1973 para US\$ 2 bilhões de dólares.

Outro fator interessante que deve ser ressaltado foi a integração entre “hardware” e “software”, ou seja, a fabricação de discos ou cilindros, como os próprios aparelhos para lerem estes suportes, mesmo que nos primórdios da Indústria Fonográfica a venda destes suportes era uma maneira que os empresários encontravam para o incremento da venda dos aparelhos reprodutores.

Esta relação entre “hardware” e “software” foi consolidada de uma certa forma em 1948, quando da substituição do 78 rotações para 33 1/3 rpm, ou seja, as empresas que fabricavam os discos, também fabricavam os aparelhos leitores destes formatos.

Porém, esta prática bilateral esgotou-se no início da década de 1970, pois apenas a RCA e Philips ainda atuavam com os dois segmentos (hardware e software); a busca por um mercado mais abrangente, ou melhor, massificado, foi a tônica destas grandes empresas na obtenção de lucros mais fáceis e principalmente maiores.

⁹² As referidas empresas (RCA, Victor, Columbia, Decca e Capitol) controlavam cerca de 75% do mercado fonográfico, principalmente nos Estados Unidos

⁹³ VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil**. A trajetória da indústria entre as décadas de 60 e 90. São Paulo: USP, 2002. p.09.

Estas empresas que dominavam o mercado mundial da música gravada no século XX, formaram verdadeiros conglomerados do entretenimento global, ou seja, além das práticas da “integração vertical”, da fabricação do “hardware e software”, estas empresas investiram maçadamente nas indústrias cinematográfica, televisiva, internet, lojas de discos, TV a cabo, satélites, etc, criando um cenário mundial que estava composto da seguinte forma no final da década de 1990, das cinco maiores *Majors* do mundo, quatro atuavam em outros setores do entretenimento, com exceção da britânica *EMI Music*, conforme tabela⁹⁴ a seguir:

Sony Corporation (Japão)	Grupo dividido entre a Sony Eletronics Corporation, formada por fábricas de equipamentos eletrônicos como TVs, vídeo-games, DVDs, MDs, Walkmans, etc, e a Sony Software Corporation composta, entre outros empreendimentos, pela Sony Music (antiga CBS norte-americana), pela Columbia Pictures e por emissoras de TV.
Bertelsman AG (Alemanha)	Atuava na publicação de revistas como a <i>Stern</i> , jornais, livros, canais de televisão como o RTL-Plus, Premiére, e a gravadora BMG (surgida da compra da americana RCA e da espanhola Ariola)
Universal (Canadá)	Parte integrante do Grupo de bebidas Seagran, a Universal é constituída pela Universal Studios, emissoras, produtoras de TV, gravadora Universal Music (fusão da Polygram adquirida junto a Philips, juntamente com a MCA)
Time-Warner Inc. (USA)	Podemos considerá-la como o grupo mais abrangente com relação às suas ações empresarias, pois é controladora da gravadora Warner Music e da editora musical Warner Chapell, como também das editoras Warner Books, Time4 Life Books, e das revistas <i>Asuiweek</i> , <i>DC Comics</i> , <i>Fortune</i> , <i>Life</i> , <i>Money</i> . Controla as produções cinematográficas da Warner Bros, New Castle Rock, New Line Cinema, como também televisivas através dos canais Warner Television, CNN, Cinemax, TNT, Cartoon Network, HBO, etc, além das distribuição de filmes, CDs, parques temáticos, cadeias de lojas, TV a cabo, dentre outros segmentos empresariais.

Esse domínio mercadológico como já citamos anteriormente definiria os rumos da música disponibilizada em formatos comerciáveis, nos enunciando alguns questionamentos acerca destas mercadorias musicais e destes reprodutores que representavam um monopólio sonoro no século passado.

⁹⁴ VICENTE, Eduardo. op. cit. p 17- 18.

2.2– Formatando o som

Esta “mágica” de aprisionamento do som começa por volta de 1877 quando Thomas Edison recebe a patente do fonógrafo⁹⁵, de fato esta nova maravilha da ciência apresentava inúmeras limitações técnicas que a restringia para a formação de um grande mercado consumidor massificado deste novo formato, como por exemplo a incapacidade da reprodutibilidade do som que já havia sido gravado no cilindro, tornando-o único, como também a perecibilidade do papel estanho e dos cilindros feitos posteriormente de cera a partir de 1880 por técnicos do laboratório Delta.

Poucos anos depois mais precisamente em 1886, Emile Berliner consegue a patente para um novo aparelho denominado de Gramofone, a diferença com relação ao Fonógrafo Edison era a gravação nas laterais do disco, o material utilizado era a goma laca e o cilindro passou a ser de cobre conferindo-lhe uma maior durabilidade e principalmente a capacidade de reprodutibilidade que o gramofone possuía, ou seja, havia pela primeira vez a capacidade de se comercializar mesmo que de forma resumida o novo formato.

Esta mudança perpassava todo o cenário e as perspectivas destes cientistas que a partir de então ofereceriam ao mercado consumidor esta nova tecnologia em larga escala, sendo acentuado com as gravações dos dois lados do disco, resultando nesta grande indústria do entretenimento massificado como a conhecemos atualmente e a denominamos de Indústria Fonográfica.

A referida guinada na qualidade, durabilidade e na própria reprodutibilidade da Indústria Fonográfica que caminhava a passos largos, teve outro avanço tecnológico significativo por volta da segunda metade da década de 1920, com a adoção da gravação elétrica, o surgimento do disco 78 r.p.m que se tornou o formato padrão da incipiente indústria, que agora contava com um formato em que cabia gravações de quatro minutos em cada lado do disco.

A busca incessante por novas tecnologias, amortização dos custos de produção, ampliação dos lucros, dentre outras táticas mercadológicas promoveram uma

⁹⁵ A máquina consistia num cone ligado a um diafragma que, com a vibração resultante do som produzido, fazia uma agulha inscrever um sulco horizontal sobre um cilindro coberto por papel estanho (Tin-foil), tão logo o usuário girasse uma manivela que movia o cilindro. Apud, MARCHI. Leonardo. **Indústria Fonográfica Independente Brasileira**: debatendo um conceito. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005. p. 07.

corrida das grandes empresas de rádio-difusão dos Estados Unidos no tocante à aquisição de companhias de discos, principalmente na primeira metade do século XX.

A origem do disco no formato em vinil está diretamente relacionada com a Segunda guerra Mundial, pois o exército japonês durante o conflito, cortara o fornecimento de goma-laca da Ásia para as indústrias de discos dos Estados Unidos, forçando as empresas a buscarem materiais alternativos, como no caso do vinil um plástico térmico que possibilitava a gravação em microsulco (*microgroove*), com entalhes menores na superfície dos discos, ampliação sonora e o surgimento do disco 45 r.p.m, que posteriormente deu origem à fita magnética e ao *Long Play*.

O popularmente conhecido LP, caracterizou-se como o grande avanço da metade do século XX com relação aos formatos precisamente em 1948, devido principalmente a sua capacidade de armazenamento que se mostrava superior aos outros formatos até então propostos pela Indústria Fonográfica. Contudo não foi apenas a sua capacidade maior em armazenar informações que o conferiu como a grande inovação tecnológica em formatos da referida indústria, foi também sua própria denominação como “longa duração” que o promoveu junto ao público consumidor, além das suas capas que remetiam à propostas artísticas inovadoras, elevando o LP a item de colecionador juntamente com os livros nas estantes dos consumidores.

Outro formato das gravações musicais que merece destaque dentro das nossas considerações é a “gravação magnética”, fruto dos espólios norte americanos no pós Segunda Guerra com relação aos alemães que durante a primeira metade do século XX haviam conseguido significativos avanços com relação à melhoria deste formato.

Estes avanços tecnológicos das fitas magnéticas foram sentidos, principalmente nas gravações em estúdio que se utilizavam destas fitas para as gravações, podendo ser cortadas, editadas, enfim manipuladas conforme os técnicos as utilizassem em seus estúdios, porém a utilização da fita magnética em outro contexto viria revolucionar a reprodutibilidade técnica, não apenas no campo da indústria fonográfica profissional, mas no próprio consumo doméstico do formato musical, além do surgimento de gravações amadoras, que em um curto espaço de tempo viriam a expandir os conceitos referentes às estéticas musicais.

Em 1963 esta reprodutibilidade tomaria um vulto maior com o surgimento no mercado da fita cassete, que graças a sua portabilidade e a própria facilidade em se

reproduzir algum título do LP, favoreceu a comercialização destes referidos títulos, que agora possuíam um catalisador, o “Walkmann” que elevou o consumo musical à categoria de móvel, ou:

Com essas mídias, estabeleciam-se as estruturas da indústria fonográfica internacional no pós-guerra, considerada sua “época de ouro”. Cada novo formato possibilitava ampliar não apenas os produtos como também o público consumidor de tecnologia (adultos, adolescentes, minorias raciais, classes menos abastadas, etc). no entanto, tal configuração seria obrigada a mudar com o surgimento de um novo complexo tecnológico⁹⁶.

Nesta supracitada evolução dos formatos, a Indústria Fonográfica viria a sofrer sua mais considerável mudança a partir de 1983, com o lançamento do compact disc CD, caracterizado como um suporte digital de reprodução feito de alumínio, com capacidade de armazenamento, portabilidade e leveza muito superior a qualquer outro formato já produzido pelas *Majors*, contudo sua disseminação no mercado consumidor levou alguns anos pela própria ocupação que o LP havia conseguido junto aos consumidores.

Nesta perspectiva, segundo Vicente⁹⁷ podemos caracterizar a Indústria Fonográfica como possuidora de quatro estágios em seu desenvolvimento durante o século XX, ou seja, a fase mecânica que é iniciada nos anos 20 com os aparelhos de cilindro, a fase elétrica com a estereofonia e os microsulcos, a fase eletrônica com transistores, estúdios multicanais, equipamentos portáteis, dentre outros, e a fase digital a partir da década de 1980 com o surgimento do compact disc, transformando todo este processo em uma prática virtual.

2.3.- A indústria fonográfica no Brasil.

2.3.1 - A Indústria Fonográfica desembarca na *Terra Brasilis*!

A história da música no Brasil enquanto formato tem seus primeiros passos com a chegada do judeu austríaco Frederico Figner nascido em 1866 na região da Boêmia, hoje pertencente à Alemanha.

⁹⁶ MARCHI, Leonardo. **A angústia do formato**: uma história dos formatos fonográficos. Rio de Janeiro: **Compós**, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. p. 13.

⁹⁷ VICENTE, Eduardo. **A música popular e as novas tecnologias de produção digital**. São Paulo: Unicamp, 1996. p. 2, 3.

Em suas viagens como mascate, Figner viajou pelo país conhecendo novos artistas, casas noturnas, bares, dentre outros estabelecimentos relacionados à música, desta forma conseguiu durante os anos colecionar amigos e um *cast* de artistas para as futuras gravações que iriam ocorrer na Casa Edison, sua futura gravadora.

A Casa Edison configurou-se entre 1902 e 1932 como um monopólio na produção e comercialização de discos no Brasil, alcançando a vultosa quantidade de 5.208 gravações mecânicas e 1637 elétricas, como também construiu o maior complexo industrial para a fabricação de discos da América Latina a fábrica Odeon em 1927 no Rio de Janeiro que chegou a produzir mais de um milhão de discos por ano, números extremamente expressivos para a referida época, revelou também talentos para a música brasileira, dentre eles Francisco Alves, Pixinguinha, Eduardo Souto, entre outros.

Segundo Sousa⁹⁸ a primeira gravação comercializada no Brasil foi o *Lundu* “Isto é bom” de Xisto Bahia, gravada em 1902 por Bahiano com acompanhamento de violões; esta época configurava-se pela precariedade das gravações e pela dificuldade em se gravar a própria voz dos cantores, devido a inexistência de microfones, amplificadores e mixers, tudo feito de forma quase que artesanal, pois os cantores e locutores precisavam elevar suas vozes ao máximo para a agulha gravar sobre o disco de 78 rotações feito a base de goma laca, fato interessante é que o Brasil foi o primeiro país a gravar um disco em ambos os lados.

É interessante observarmos que esta tímida Indústria Fonográfica desenvolve-se de forma considerável, principalmente nas décadas de 1930 e 1940 coadunando com a época de ouro do rádio nacional, utilizando para isto o disco 78 rotações, as vendas crescentes de vitrolas oriundas dos Estados Unidos e pouco tempo depois o período áureo dos programas de auditório nas rádios (1946 – 1957) e o sucesso de artistas que estavam se consagrando e vendendo muitos discos, como é o caso de Francisco Alves.

Concomitante a este modesto crescimento da Indústria Fonográfica, principalmente nos anos 50, abrimos uma intersecção para relatarmos o que acontecia no Nordeste Brasileiro, mais precisamente na cidade de Recife quando por volta de 1954 foi criado o selo “*Mocambo*” pertencente ao empresário “Rozenblit”, segundo José

⁹⁸ SOUSA, Moacir Barbosa. **Rádio e História**. A indústria fonográfica e a música popular brasileira como fonte de estudos históricos. São Paulo: V Congresso Nacional de História da Mídia. 2007. p.04.

Teles “uma das mais atuantes gravadoras do país”⁹⁹; esta aventura musical deste empresário pernambucano de ascendência judaica começou com uma viagem aos Estados Unidos e foi através do incentivo de um amigo, que o mesmo trouxe para o Brasil dois mil dólares em discos e passou a vendê-los, após o sucesso desta pequena empreitada comercial ele começou a importá-los regularmente; é nesse momento que começa a entrar elementos musicais da cultura estrangeira em Recife de uma forma mais constante.

Posteriormente o comerciante pernambucano abriu uma moderníssima loja situada à rua da Aurora no Centro de Recife chamada de “*loja do bom gosto*”, que além dos discos, vendia eletrodomésticos em geral, porém a loja possuía alguns diferenciais como cabines individuais para a audição dos discos, e uma cabine estúdio para a gravação de “Jingles” em discos de acetato, uma revolução para a época.

Foi com a gravadora Rozenblit que começaram a ser lançados discos regionais, principalmente de frevo, caracterizando a principal contribuição do empresário para a cultura e os ritmos pernambucanos antes marginalizados pelas gravadoras.

O selo Mocambo foi também responsável por manter em seu *cast* nomes nacionais como Jorge Ben, Silvio Caldas, dentre outros, porém em meados da década de 1970 o referido selo passava por problemas financeiros sérios, a exemplo de outras gravadoras nacionais como Chantecler, RGE, etc.

Retornando ao crescimento da indústria Fonográfica na primeira metade do século XX, impulsionado pelas melhorias técnicas, os programas de auditório nas rádios já citados anteriormente, como também a construção de uma indústria para a produção de discos(Odeon), podem ser caracterizados como avanços tímidos, se comparados com a consolidação destes referidos bens culturais da seara sonora nas décadas de 1960 e 1970.

Certamente, devemos compreender também que este período histórico esteja diretamente compreendido nos governos da Ditadura Militar no Brasil, ou seja, não podemos negar o controle através da repressão e dos órgãos¹⁰⁰ criados especialmente

⁹⁹ TELES, José. **Do frevo ao Manguebeat**. São Paulo: Editora 34, 2000, p.18.

¹⁰⁰ Neste caso podemos citar o **DIP** (Departamento de imprensa e propaganda) criado em 1939 no período do Estado Novo do governo de Getúlio Vargas, dentre as suas atribuições estavam o controle, centralização, orientação das propagandas oficiais, além da censura às mais diversas manifestações culturais, como cinema, teatro, literatura, etc.

para esta função desde o Estado Novo, porém há uma participação maior do capital privado nas indústrias, diferentemente da Era Vargas, como Renato Ortiz descreve:

Da mesma forma que o governo militar desenvolve atividades na esfera cultural, Vargas cria uma série de instituições como o Instituto Nacional do Livro, Instituto Nacional do Cinema Educativo, museus, bibliotecas, além de sua atuação decisiva na área do ensino. Ao lado dessa plêiade de promoções o braço repressor o DIP não deixa de se manifestar. Talvez pudéssemos dizer que o Estado militar tem uma atuação mais abrangente, uma vez que a política cultural de Capanema tinha limites impostos pelo próprio desenvolvimento da sociedade brasileira. Porém o que diferencia esses dois momentos é que em 64 o regime militar se insere dentro de um quadro econômico distinto. A relação que se estabelece, portanto, entre ele e os grupos empresariais é diferente, eu diria, mais orgânica, pois somente a partir da década de 60 esses grupos podem se assumir como portadores de um capitalismo que aos poucos se desprende de sua incipiência¹⁰¹.

Remetendo-nos mais especificamente ao mercado fonográfico, podemos perceber que o período anterior à década de 1970, esta Indústria Fonográfica não havia conhecido um crescimento realmente significativo, devido a dificuldade em se adquirir um eletrodoméstico, especificamente uma vitrola, pois “entre 1967 e 1980 a venda de toca-discos cresceu 813%; isto explica porque o faturamento das empresas fonográficas cresce entre 1970 e 1976 em 1375%”¹⁰².

Para entendermos esta expansão da Indústria Fonográfica nas décadas de 1960 e 1970, faz-se necessária uma apresentação destes números que foram positivos até 1979, quando da primeira crise do mercado.

I – Tabela. Vendas da Indústria Fonográfica brasileira em unidades de 1966 à 1979¹⁰³.

ANO	Comp. Simples	Comp. Duplo	LP	LP. Econ	K7	K7 Duplo	Total em milhões	Varição em %
1966	3,6	1,5	3,8	-----	-----	-----	5,5	-----
1967	4,0	1,7	4,5	-----	-----	-----	6,4	16,4%
1968	5,4	2,4	6,9	-----	0,02	-----	9,5	48,4%
1969	6,7	2,3	6,7	-----	0,09	-----	9,8	3,1%
1970	7,4	2,1	7,3	-----	0,2	-----	10,7	9,2%
1971	8,6	2,8	8,7	-----	0,5	-----	13,0	21,5%
1872	9,9	2,6	11,6	-----	1,0	-----	16,8	29,2%
1973	10,1	3,2	15,3	-----	1,9	-----	21,6	28,6%

¹⁰¹ ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988. p. 116- 117.

¹⁰² Idem. Ibidem. p.127.

¹⁰³ VICENTE, Eduardo. op cit. p. 115.

1974	8,3	3,6	16,2	-----	2,9	0,03	23,1	6,9%
1975	8,1	5,0	17,0	-----	4,0	0,08	25,4	9,9%
1976	10,3	7,1	24,5	-----	6,5	0,1	36,9	45,3%
1977	8,8	7,2	19,8	8,4	7,3	0,1	40,9	10,8%
1078	11,0	5,9	23,8	10,1	8,0	0,2	47,7	16,6%
1979	12,6	4,8	26,3	12,0	8,3	0,2	52,6	10,3%

As atividades da maioria das *Majors*¹⁰⁴ no Brasil iniciam-se ou ampliam-se na década de 1960, com a aquisição da CBD (Companhia Brasileira de Discos) pela antiga Phillips-Phonogram, antiga *Polygram*, posteriormente sob o domínio da Universal Music.

Outras grandes gravadoras vivenciaram um significativo aumento nas suas vendas e um conseqüente crescimento na participação no mercado fonográfico brasileiro, como a antiga *CBS*, atualmente *Sony Music*, que instalou-se no Brasil em 1953 e em 1963 com o sucesso da *Jovem Guarda* consolida-se no mercado nacional.

Outras *Majors* seguiram o mesmo caminho da Phillips-Phonogram com relação à compra de empresas nacionais, foi o caso da *EMI* que em 1969 adquiriu a tradicional *Odeon* que entre suas posses estava a referida fábrica de discos implantada no Rio de Janeiro em 1927.

A entrada destes conglomerados internacionais do entretenimento a partir dos anos 60, não se deu de uma forma ampla com relação a todos os processos que envolvem o mercado fonográfico, ou seja, empresas como a *WEA* optaram em terceirizar a prensagem dos seus discos no Brasil, visto que a *Continental* e a *Copacabana* eram empresas totalmente nacionais e já possuíam amplos parques industriais para esta finalidade, mesmo porque alguns destes grandes grupos empresariais das gravadoras instalados aqui no Brasil, tiveram em um primeiro momento suas ações iniciadas sem aquisições de empresas nacionais, como exemplos podemos citar a *WEA* (braço fonográfico do grupo *Warner*), que foi fundado no Brasil em 1976, como também a *Ariola* pertencente à *BMG* alemã, instalada no território nacional em 1979, somente a *RCA* que havia se instalado no Brasil desde 1925.

Porém, esta relação entre gravadoras nacionais como a *Continental* e *Copacabana* com as gravadoras internacionais logo apresentou os primeiros conflitos de

¹⁰⁴ As *Majors* aqui relacionadas são *Polygram*, *Universal Music*, *EMI*, *BMG* e *WEA*. Salientamos que a *RCA* é de um período bem anterior, mais precisamente de 1925.

interesse, pois as *Majors* estrangeiras eram acusadas pelas nacionais de entrada ilegal de matrizes fonográficas, lançamentos internacionais realizados com um preço de concorrência predatória, monopólio sobre os catálogos, desigualdade na disputa pela contratação de artistas líderes em vendagem de discos, maior acesso aos meios de comunicação, principalmente aos televisivos.

Algumas medidas foram tomadas pelo Governo Militar, como por exemplo a lei promulgada em 1967 “Disco é Cultura”, que buscava incentivar as gravações nacionais, frente aos estrangeiros, através de leis de incentivos fiscais, como o abatimento do ICM¹⁰⁵ pago aos artistas domiciliados no Brasil com relação aos seus direitos autorais, esta lei conferiu às gravadoras nacionais uma sobrevida, porém com o tempo os impostos arrecadados com discos internacionais, favoreceu uma concentração ainda maior de artistas mais expressivos no *cast* dos selos internacionais, que reinvestiram as somas adquiridas com a referida lei.

Estas práticas de concorrência desigual das *Majors* com relação às gravadoras nacionais forçou-as na busca por novos artistas e para a exploração de segmentos musicais até então desvalorizados e conseqüentemente de menor rentabilidade.

Dentre estes referidos segmentos destacamos o sertanejo, tido até então como estilo estritamente popular, com discos vendidos pela metade do preço, o que dificultava suas prensagens, ou seja, os custos de produção de um disco de MPB tradicional para a classe mais abastada, era o mesmo de um disco sertanejo direcionada para as classes mais populares; fato que praticamente inviabilizava a produção do mesmo.

Esta prática de mercado predatória e busca por novos mercados configurou-se em uma “segmentação” do mercado fonográfico brasileiro, polarizando uma disputa extremamente desigual entre *Majors* e gravadoras nacionais pelo controle da venda de fonogramas no Brasil.

É importante salientarmos no que concerne ao reforço desta ideia de segmentação, o fato de que a MPB tradicional dos anos 70 estava alocada quase que em

¹⁰⁵ Imposto sobre circulação de mercadorias.

sua totalidade no *cast* das *Majors*, com artistas como Chico Buarque, Maria Bethânia, Elis Regina, Jorge Ben, entre outros.

Certamente, algumas exceções desta segmentação mercadológica devem ser ressaltadas, sobretudo com relação a alguns artistas de apelo mais popular como Sérgio Reis, Perla, que gravavam pela *EMI* e Kátia e Roberto Carlos que gravavam pela *CBS*.

Curiosamente, esta segmentação do mercado fonográfico brasileiro conferiu uma “sobre-vida” às gravadoras nacionais, mais especificamente Copacabana e Continental, que sobreviveram até a década de 1990, explorando estes nichos de mercado voltados para o rural como a música sertaneja, ou segmentos mais populares representados por artistas como Amado Batista, Bebeto, Dicró, Wanderley Cardoso, Waldick Soriano, dentre outros.

A década de 1970 possuiu algumas peculiaridades com relação à Indústria Fonográfica e ao mercado brasileiro de discos, no que concerne à fundação da gravadora Som Livre em 25 de julho de 1971, braço fonográfico da Rede Globo de televisão, a Som Livre possuía como principal missão o lançamento das trilhas sonoras da referida emissora, desta feita no mesmo ano de 1971 a gravadora lançou seu primeiro título com a trilha sonora da novela “*O cafona*” que vendeu na época 200 mil cópias, um número extremamente expressivo em se tratando de uma recém fundada gravadora nacional.

A Som Livre não se restringiu apenas aos títulos referentes às novelas da Rede Globo, pois em 1975 iniciou o lançamento de títulos referentes às rádios e às denominadas “paradas de sucesso”; com esta prática a Som Livre no ano de 1977 configurou-se como a campeã em vendas do mercado fonográfico brasileiro.

Outra característica marcante da Indústria Fonográfica do final da década de 1970 e início da década de 1980, foi a priorização de um *cast* menos numeroso e mais rentável, delineando aos artistas com vendas menos expressivas, ou voltados para um viés mais político no tocante à organização de um movimento coeso em busca de oportunidades de gravação; a fundação de selos independentes, ou seja, artistas que não estivessem adequados a este formato proposto pelas *Majors*, teriam como uma das soluções com relação à gravação de discos, o alinhamento aos selos independentes.

Estas gravadoras independentes iriam atuar justamente, na fatia de mercado artístico que as *Majors* desprezavam, sejam eles, mercados regionais, música sertaneja, instrumental e o rock nacional.

Alguns nomes podem ser citados como exceções no final da década de 1970, como exemplos de mercados rentáveis, embora as *Majors* os desprezassem, a saber o selo “*Baratos Afins*” fundado em 1982 por Luiz Carlos Calanca, fruto da loja de discos inaugurada quatro anos antes com o mesmo nome, dentre os nomes que gravaram pelo selo podemos citar Ratos de Porão, Arnaldo Baptista, Fellini, dentre outros.

Outras iniciativas não menos importantes, de produção independente devem ser ressaltadas, ou talvez a principal experiência neste segmento brasileiro das décadas de 1970 e 1980, foi o selo *Artezanal* do músico Antônio Adolfo, que em 1977 produziu seu primeiro disco “feito em casa”, após sucessivas recusas das gravadoras para a produção do seu disco.

Dentre estas observações devemos compreender que pelo fato do disco ser produzido de forma independente, não significava que sua qualidade técnica fosse inferior, pois os produtores independentes possuíam a vantagem de conhecer todo o processo de produção e comercialização de um disco, como exemplo de sucesso o primeiro disco do grupo “Boca Livre” que vendeu expressivas 80 mil cópias em 1979.

Contudo não foi apenas o formato fonográfico em um primeiro momento que chamou a atenção dos empresários envolvidos com o circuito independente, pois em 1979 foi fundado o “*Teatro Lira Paulistana*” de Wilson Souto Jr, que após algum tempo fundou um selo com o mesmo nome, gravando artistas como Itamar Assumpção, Arrigo Barnabé, Tetê Spíndola, Língua de Trapo, ou :

O arranque dado pelo Lira Paulistana resultou, assim, de uma circunstância aproveitada em toda a sua potencial oportunidade, através da catalisação de uma efervescência cultural que passou a ser conhecida como a “virada paulista” ou “Vanguarda Paulista” da MPB. A ideia vingou e o Lira se transformou rapidamente no carro-chefe da produção fonográfica independente¹⁰⁶.

Porém em pouco tempo, a própria autonomia destas gravadoras independentes, deflagrou uma crise, que culminou com o fechamento dos supracitados

¹⁰⁶ VAZ, Gil Nuno. **História da Música Independente**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988. p. 24.

selos no início da década de 1980, motivos pelos quais podemos citar a dependência de uma distribuição expressiva, divergências na produção e comercialização dos discos, a própria saída de artistas como Oswaldo Montenegro e grupos como o “*Boca Livre*” que pela repercussão dos seus trabalhos, foram contratados pelas grandes gravadoras.

Enfim, a música independente no Brasil ensaiou belos acordes, principalmente nos anos de 1982 e 1983, mesmo que tenham sido de pouca duração, foram intensos e mostraram que o mercado fonográfico brasileiro é dinâmico e coloca sob as luzes dos holofotes, artistas como Itamar Assumpção, Arrigo Barnabé, Oswaldo Montenegro, dentre outros.

2.3.2 – Anos 80 a década nervosa.

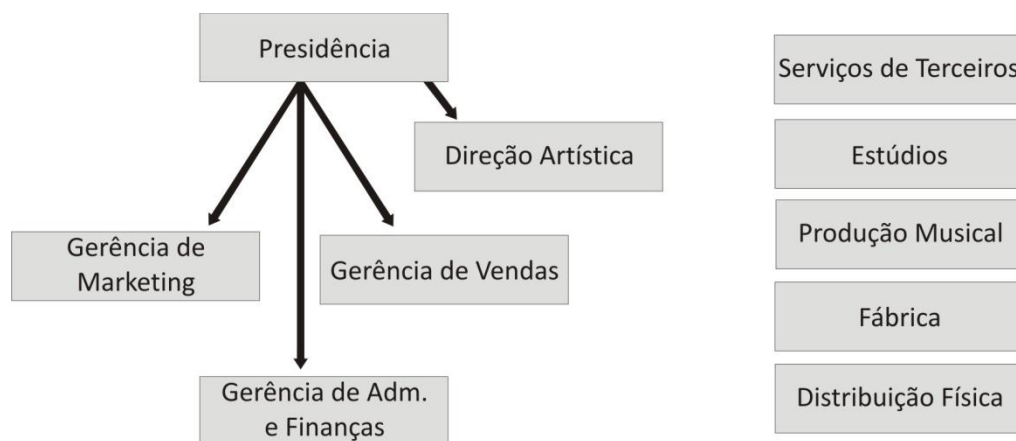
Quando nos referimos às décadas de 1960 e 1970 com relação ao mercado fonográfico brasileiro, não podemos dissociá-las com relação às peculiaridades, haja vista que as duas configuram-se como uma época de expansão, consolidação, segmentação, aquisição de equipamentos eletrônicos por parte da população, dentre outras características já citadas anteriormente.

Porém, não podemos conceituar da mesma forma a década de 1980, pois enquanto foi verificado que as décadas de 60 e 70 apresentaram crescimento constante, a década de 80 iniciou para a Indústria Fonográfica com uma crise com números inferiores até mesmo às décadas anteriores, caracterizando um considerável retrocesso nas vendas dos discos.

Dentre vários fatores responsáveis por esta crise no mercado fonográfico, não apenas no brasileiro, como também nos outros países em que as *Majors* atuavam, faz-se necessária a explanação de alguns pontos que vão desde os planos econômicos fracassados no Brasil, até uma conjuntura econômica mundial desfavorável, que envolvia crises de matéria-prima desde 1973 como a crise do petróleo.

Fatores externos que influenciavam diretamente o mercado dos discos, não apenas no território nacional, mas definitivamente em um contexto global, a partir de suas matrizes, principalmente nos Estados Unidos, Europa Ocidental e Japão, afogando os mercados regionais em crises que se estendiam por anos, conforme citado anteriormente com a crise de matéria prima a partir do petróleo.

Para o entendimento claro das atividades exercidas por uma grande gravadora no Brasil nas décadas de 70 e 80, Márcia Tosta Dias¹⁰⁷ apresenta o organograma básico de uma Major, com suas divisões e subdivisões:



Este organograma não apresenta a estrutura funcional de gravadoras de médio e pequeno porte, nas quais os funcionários em um número reduzido se comparado com as *Majors*, acumulavam funções, assim o técnico de som em alguns casos poderia ser o produtor musical e vice-versa.

Verdadeiramente, há algumas variantes consideráveis entre as gravadoras, porém também existem peculiaridades relativas não somente ao organograma apresentado, como também à referida época no que tange à produção de um disco de maneira geral, ou seja, o artista possui um lugar “abstrato” na empresa, ou mesmo secundário.

Embora toda a Indústria Fonográfica funcione em torno do produto “música” e que a mesma seja produzida por um artista, a função do mesmo na gravadora resume-se ao “saber-fazer”, aquele que produz a matéria-prima que será comercializada de forma massificada.

Com esta visão pseudo-artística das *Majors*, uma figura que se destaca neste meio de produção, não atuando apenas na prensagem do disco (a etapa estritamente fabril), é o produtor artístico ou musical, uma espécie de funcionário onisciente de todo o processo que envolve a produção de um disco.

¹⁰⁷ DIAS, Márcia Tosta. **Os Donos da Voz**. Indústria Fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo editorial, 2000. p.71.

O papel do produtor artístico trafega entre o planejamento e a execução, condensando várias etapas da produção e divulgação de um trabalho fonográfico, “o produtor musical concilia interesses diversos, tornando o produto musicalmente atrativo e economicamente eficiente”¹⁰⁸.

Geralmente este produtor é oriundo do próprio meio artístico, porém com uma visão mercadológica bastante abrangente e um conhecimento técnico na produção de um trabalho musical.

As suas atribuições estendem-se desde a gravação no estúdio, como a escolha das músicas, arranjadores, seqüência de faixas do trabalho, orientação do setor de marketing da gravadora para a potencialização da venda do produto de uma forma direcionada e principalmente, a visão aguçada para novos talentos do meio musical, uma tarefa que congrega conhecimentos musicais, de mercado e a própria cena independente que o circunda.

Enfim, é o produtor musical que adéqua o talento do artista às necessidades do mercado e a ânsia de lucros por parte da gravadora, e sua principal função nesta conjuntura é tornar os produtos (disco e artista) extremamente rentáveis para a gravadora com o mínimo de despesas possíveis.

Retornando para a década de 1980, mais precisamente toda a sua conjuntura mercadológica, devemos observar que o Brasil na referida década enfrentava sérios problemas em sua economia, no que tange aos planos econômicos¹⁰⁹ fracassados, altas taxas de desemprego e inflação, moeda desvalorizada no mercado mundial, dívida externa gigantesca, enfim, um cenário que retraía qualquer indústria, principalmente quando relacionado ao entretenimento.

Nesta perspectiva de mercado musical, podemos observar que a Indústria Fonográfica desde a década de 1970, trabalhava com artistas de uma forma segmentada em seus próprios *casts*, ou seja, havia os artistas de catálogo que eram caracterizados por números em vendas não tão expressivos, porém mantinha um volume de vendas constante, também não dependiam de vultosas somas promocionais, devido ao nome que haviam construído na música brasileira, como Chico Buarque, Caetano Veloso, Maria Bethânia, Gilberto Gil, entre outros.

¹⁰⁸ DIAS. Márcia Tosta Dias.op.cit. p.91

¹⁰⁹ Dentre os planos econômicos podemos citar o **Plano Collor**, efetivado no referido governo, que teve como principal característica o congelamento das poupanças dos brasileiros.

A outra categoria de artistas promovidos pelas gravadoras, eram os de “marketing”, caracterizados por sucessos efêmeros, alto número em vendas, elevados investimentos na promoção destes artistas por parte da gravadora, enfim as estes artistas eram utilizados para a obtenção de lucros rápidos e altíssimos, prática que perdura até os dias atuais.

Dissertando ainda sob o signo da crise da década de 1980, houve um processo considerável de concentração de mercado, absorções, falências e vendas neste mercado fonográfico, com empresas norte americanas como a *K-TEL* encerrando suas atividades no território brasileiro, a *Top Tape* e *RGE* foram absorvidas pela *RCA* e *Som Livre* respectivamente, como também a compra da *Tapecar* pela *Continental* e seu catálogo pela *RCA*.

É importante salientarmos que esta crise da década de 1980, não afetou apenas as gravadoras de pequeno e médio porte, pois algumas *Majors* sofreram com esta referida crise, tendo suas participações e *casts*, absorvidos por outras gravadoras, como a *Ariola* que desde sua entrada no país em 1979, apostando no mercado brasileiro com artistas de renome como Chico Buarque, Milton Nascimento, Ney Matogrosso, etc, não conseguiu consolidar-se no mercado brasileiro, sendo absorvida em 1981 pela *Polygram*.

3.1 – Reestruturação e Racionalização.

Como vimos anteriormente a Indústria Fonográfica iniciou a década de 1980 sob forte crise, devido a vários fatores já apontados, desta feita estas gravadoras colocaram em prática, políticas de reestruturação profunda em seus setores, como demissões, fusões, racionalização, diminuição em seus *casts*, enfim mudanças que perduram até os dias atuais.

Este novo cenário fonográfico estava agora pautado pela seletividade com que as gravadoras tratavam os seus artistas, funcionários e principalmente, o mercado de discos no Brasil, ou seja, artistas classificados como inviáveis financeiramente, devido às baixas vendas, bruscas reduções nos quadros de funcionários, como exemplo podemos citar a *WEA* do Brasil que fechou sua fábrica que produzia discos e demitiu

400 funcionários, segmentando sua produção a partir deste momento (1981) com a *EMI-Odeon*.

Devemos nos recordar que concomitante à esta crise mercadológica, havia a reestruturação das gravadoras em todos os sentidos, o próprio formato, em que era comercializada a música, estava sendo substituído, em 1983 a Indústria Fonográfica havia lançado o CD (compact disc), fato que iniciou a era digital no mundo fonográfico.

Nesta realidade de novas adequações, empresas tradicionais que estavam atuando no Brasil desde a primeira metade do século XX como a *RCA*, reduziram drasticamente seu *cast* de 145 para 35 artistas, ou a *Polygram* que seguindo esta tendência das suas concorrentes diminuiu seu *cast* de 100 para 40 artistas; a Som Livre manteve apenas 10 artistas, ou mesmo medidas mais drásticas como a Continental que fechou sua fábrica de discos em São Paulo, em suma a redução dos artistas no *cast* das gravadoras foi uma constante, principalmente na primeira metade da década de 1980.

O privilégio de pertencer ao *cast* de uma determinada gravadora, somente poderia ser conseguido caso estes artistas vendessem no mínimo 100 mil cópias de cada disco que a gravadora lançasse, com o argumento de que esta vultuosa quantia em vendas era mínimo necessário para se pagar a produção de um disco.

Com estas turbulências, as próprias gravadoras iniciaram uma avaliação das suas atividades ainda no decorrer da década de 1970, dentre os pontos observados por esta Indústria Fonográfica, podemos salientar a hipervalorização da música internacional com ênfase na discoteca, e outros títulos do gênero fizeram com que o mercado fonográfico brasileiro ficasse saturado deste estilo por grupos¹¹⁰ inspirados nesta temática.

O problema destas grandes tendências musicais reside justamente na sua efemeridade, pois estão pautados em um contexto cultural versado nos anseios econômicos dos grandes conglomerados do entretenimento que esgotam ao máximo estas novidades do mercado musical, restando para estes empresários os artistas domésticos, que mesmo com a crise atingindo os títulos internacionais, mantiveram-se com as vendas pequenas, porém positivas e constantes.

Segundo Vicente, além destes motivos já apontados, os diretores das gravadoras apresentaram outros como:

¹¹⁰ Dentre este grupos podemos citar as Frenéticas, Brazilian *Genghis Khan*, dentre outros.

O envelhecimento da geração de artistas dos anos 60 que não havia sido, ainda, plenamente renovada no contexto da indústria. A recessão econômica e o incentivo governamental à poupança interna, que tendiam a afastar a classe média do consumo. O surgimento de novas possibilidades de consumo e lazer que começavam a disputar, com o disco, espaço dentro dos hábitos de consumo da classe média. A pirataria em discos e cassetes que atingia duramente a MPB e o repertório internacional. A atuação das FM's, "com numerosas rádios especializadas em cada gênero, oferecendo ao consumidor a possibilidade de gravar a música direto do receptor. A mudança da percepção do consumidor que, com a normalização democrática, passa a se interessar mais pelo repertório em si do que pela imagem e postura política do artista"¹¹¹.

Toda esta conjuntura explicitada pelos executivos das *Majors*, afetou de forma significativa a estrutura da Indústria Fonográfica, contudo foi na produção em si, que o mercado musical ficou mais abalado, tornando-se mais competitivo e regionalizado em termos de ritmos musicais, como também a busca por novas faixas de consumo aliada a um marketing extremamente agressivo.

Na busca por estes novos mercados no âmbito doméstico, algumas tendências musicais antes esquecidas, ou pouco valorizadas, a partir deste momento teriam maior visibilidade por parte das gravadoras e conseqüentemente do público, como os casos da música sertaneja, infantil e o rock nacional.

Desta feita apontaremos algumas características destes referidos segmentos que a partir desta crise, iriam pautar as "paradas de sucesso" e ditar novos rumos na música brasileira desde então.

Partindo desta premissa, destacamos que as *Majors* desde a década de 70 praticavam a exploração de segmentos e mercados regionais, como a *EMI-Odeon* que criou o selo "Jangada" para atuar em regiões específicas do Brasil, no caso do Norte e Nordeste.

Porém, como já citamos anteriormente, as gravadoras vislumbraram a partir da década de 80, um mercado antes marginalizado e que a partir da circulação de riquezas oriundas da agricultura, pecuária, tornara-se promissor por estas ávidas *Majors*.

A fonte de inspiração a ser utilizada, era a tradicional música caipira, amplamente difundida no interior dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Goiás, por duplas que cantavam em terças sobrepostas ao som de uma viola de dez cordas – a viola caipira¹¹²

¹¹¹ VICENTE, Eduardo. op. cit. p 65.

¹¹² FENERICK, José Adriano. A globalização e a indústria fonográfica da década de 1990. Uberlândia: *Revista Artcultura*, 2008.p.133.

Alguns pontos devem ser apresentados como decisivos na projeção deste segmento musical no Brasil da década de 1980, dos quais destacaremos os artistas Sérgio Reis e Almir Rogério, relacionados como únicos sertanejos na lista da Nopem¹¹³, como também trilhas sonoras de filmes protagonizados por artistas do referido estilo musical, além de séries televisivas¹¹⁴.

A partir deste notório interesse da Indústria Fonográfica pelo segmento sertanejo, acentuado principalmente pela crise do mercado do rock brasileiro em 1987, esta música caipira e seus representantes passam por significativas modificações, tanto em suas indumentárias e nos instrumentos, que passam a ter como principal inspiração a “*Country Music*” dos EUA, como nas temáticas musicais que não figuram apenas temas rurais, mas o urbano também.

Havia ainda um hiato entre esta música sertaneja, que não era consumida pela classe média urbana, uma das maiores consumidoras de discos do mercado, principalmente, discos da MPB tradicional, música clássica e rock internacional, sendo estes segmentos possuidores dos discos mais caros vendidos ao público.

Com o crescimento do agronegócio, estes consumidores rurais, começaram a adquirir hábitos urbanos e conseqüentemente, a consumir discos, fator primordial para o interesse destas gravadoras por este nicho de público.

Podemos observar que a própria música sertaneja possui traços semelhantes com a Jovem Guarda, como por exemplo o romantismo exacerbado nas composições, a inexistência de críticas sociais, além da exaltação de bens econômicos como carros, propriedades, iates, etc.

Enfim, esta música sertaneja com toda esta visibilidade, consumidores, interesse das gravadoras, torna-se extremamente profissional, no tocante aos produtores, marketing, estrutura de palco, etc; fato que se exacerbou na década de 1990, em que muitos artistas migraram das gravadoras nacionais e passaram a fazer parte do *cast* das gravadoras internacionais.

¹¹³ Segundo Gustavo Bolognani Martins, o instituto Nopem do Rio de Janeiro, realiza um trabalho de contabilização independente no Brasil há mais de vinte anos. MARTINS, Gustavo Bolognani. **É o amor**. Lugares- comuns na música brasileira por suas rimas. São Paulo: USP, 2007. p.78.

¹¹⁴ Dentre as séries televisivas destacaremos a série pertencente à Rede Globo de Televisão “Carga Pesada”, estrelada pelos atores Stênio Garcia e Antônio Fagundes em 1979, durando dois anos, sendo reeditada em 2003 até o ano de 2007.

Outro segmento que destacamos anteriormente e neste momento nos debruçamos com mais afinco é a música infantil brasileira, que vinha sendo representada desde a década de 1940 com histórias narradas pela gravadora Continental, porém com o decorrer dos anos, principalmente na década de 1970, gravadoras começaram a participar desta fatia de mercado, dentre elas a “Som Livre” com títulos como “O sítio do pica-pau amarelo” de 1975, fruto de uma série televisiva da Rede Globo, além da Copacabana com o grupo “As Melindrosas” e a RCA com o grupo “As Patotinhas”, entre outros.

É interessante observarmos que um segmento explorado praticamente por uma única gravadora (Continental), durante vários anos e que somente a partir da década de 80 viria a ser mais explorado, teve seu auge na metade da referida década, quando figurou como o mais importante segmento musical do mercado brasileiro, com o apoio decisivo das emissoras de televisão.

O maior representante deste segmento capitaneado pela CBS foi o grupo “Balão Mágico” da Rede Globo, que em pouco mais de 04 anos de existência vendeu a vultuosa quantia de mais de cinco milhões de discos.

Outra vertente dentro do segmento musical infantil explorado pelas gravadoras foi o dos apresentadores de televisão que lançaram discos, como exemplos podemos citar Mara Maravilha do SBT que gravou pela *Polygram*, Sérgio Malandro que transitou entre o SBT e a Rede Globo e gravou pela *Polygram* e RCA, porém o caso mais significativo foi o da apresentadora Xuxa, que após uma rápida passagem pela extinta Rede Manchete em 1983, foi contratada pela Rede Globo de televisão e em pouco tempo lançou discos com o nome do seu programa “Xou da Xuxa” e tornou-se a maior vendedora de discos da América Latina, superando inclusive nomes já consolidados no mercado como Roberto Carlos, Julio Iglesias, dentre outros.

Nesta busca das *Majors* por um mercado doméstico mais lucrativo, citaremos neste ponto a presença marcante do rock nacional da década de 1980, segmento musical que marcou uma época na cultura musical brasileira, servindo de base para muitas bandas do atual cenário contemporâneo do Brasil, no tocante às bandas de rock.

Iniciaremos nossas ponderações acerca do rock nacional, apontando primeiramente o contexto no qual o mesmo deu seus primeiros passos, o início da

década de 1980 com um Brasil ainda imerso em um regime militar, embora estivesse em um processo lento de redemocratização, havia muitos ranços ditatoriais presentes na sociedade brasileira, principalmente na cultura.

Certamente, no Brasil já havia figurado alguns nomes expressivos do rock nacional, principalmente na década anterior, porém estas bandas setentistas não possuíram a projeção e repercussão na mídia, como observada em vários momentos com o rock dos anos 80, ou como Dapieve afirmou: “A afirmação do BRock passou também pela presença de pessoas chaves nos meios de comunicação. No jornal “O Globo” e na revista “Pipoca Moderna”, Ana Maria Bahiana. No “Jornal do Brasil”, Jamari França. Na revista “Som Três” Maurício Kubrusly”.¹¹⁵

Outro fator que caracterizou uma certa peculiaridade ao Rock Nacional da década de 1980 foi a descentralização do eixo Rio-São Paulo, com relação às bandas que surgiram neste cenário nacional, em outras palavras, “Do mesmo modo que Rio de Janeiro e São Paulo fermentavam uma forte cena roqueira no início da década de 80, Brasília, Porto Alegre e Belo Horizonte também cultivavam as suas”.¹¹⁶

O cenário do rock nacional carecia de uma renovação, visto que os nomes que eram citados deste segmento pela Nopem em 1981, eram oriundos da década de 1970 como Rita Lee, The Fevers, Erasmo Carlos; porém em 1982 era iniciada uma renovação nesta lista com nomes como Rádio Táxi e Blitz, sendo que a partir deste momento o novo rock nacional começava a figurar e despertar um maior interesse por parte das gravadoras.

Esta atenção crescente das gravadoras para o rock nacional foi baseada justamente no próprio público consumidor deste estilo musical, formado por jovens urbanos, na maioria de classe média, com um poder aquisitivo considerável para o consumo de discos.

Com esta exposição, apoio da mídia, principalmente a escrita, não tardou para que surgissem nas cidades, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro, espaços para as apresentações destas bandas, com destaque para o *Teatro Lira Paulistana* e o emblemático *Circo Voador* na praia carioca do Arpoador.

Surgiram também revistas especializadas como a extinta *Show Bizz* da editora abril e própria revista *Som Três* que mesmo tendo iniciado suas atividades em

¹¹⁵ DAPIEVE, Arthur. **Brock**: O rock brasileiro dos anos 80. São Paulo: Editora 34, 1995. p. 32.

¹¹⁶ Idem, Ibidem. p. 32.

1979, teve seu auge na década de 80, além de festivais de projeção internacional como o primeiro Rock in Rio promovido pela *ArtPlan* em 1985, com atrações nacionais como Paralamas do Sucesso, Kid Abelha e os Abóboras Selvagens, Alceu Valença, Elba Ramalho, Barão Vermelho, e atrações internacionais como *Queen*, *Iron Maiden*, *Nina Hagen*, entre outros; sendo que estas atrações nacionais, principalmente as bandas de rock tiveram seus nomes consideravelmente projetados para a grande mídia.

Porém, após a metade da década de 1980, mais precisamente 1987, o rock nacional começa a conhecer o lado ruim da Indústria Fonográfica, a crise, em que a participação nesse *mainstream* está intimamente ligada à venda de discos, ou seja, as gravadoras existem devido aos números e quando estes não são satisfatórios, as primeiras demissões ocorrem do lado artístico.

Observando as várias nuances que levaram o mercado do *Brock* a esta decadência, acreditamos que a própria ascensão das músicas regionalizadas com fortes vínculos culturais, como a sertaneja, como também o caráter estritamente urbano das metrópoles que o *Brock* possuía, não contemplava satisfatoriamente a população, levando a perda de uma identidade, planos econômicos que fragilizaram a economia brasileira de forma significativa, como também a crise de matéria-prima em 1986 de resina e papelão para a fabricação dos discos, enfim estes diversos fatores e a consequente queda nas vendas, fizeram com que esta crise se instalasse definitivamente no mercado do rock nacional.

Aliada a esta forte recessão, não apenas o rock nacional, mas todos os estilos contemplados pela Indústria Fonográfica que atuavam no Brasil no final da década de 1980 assistiram à uma gigantesca reestruturação, segmentação e profunda massificação do consumo musical brasileiro da década de 1990.

4.1 - A década de 1990 – Segmentação e diversidade de ritmos.

Como foi verificado anteriormente em nossa pesquisa, a década de 1990 começa com uma crise assim como a década anterior, porém com características peculiares que serão melhor esmiuçadas a partir deste momento, visto que nossa discussão sobre Indústria Fonográfica concentra-se na década de 1990, e o que foi apresentado até o presente momento foi um panorama geral da história da Indústria

Fonográfica no mundo e em especial no Brasil, com algumas considerações gerais e peculiaridades de cada década.

Primeiramente, propomos uma análise da conjuntura nacional da Indústria Fonográfica, verificando que a mesma não havia sofrido ainda mudanças tão profundas e significativas em sua estrutura, ou:

À primeira vista, o vigente processo de produção da Indústria Fonográfica, que podemos observar em algumas empresas do setor, no Brasil do início dos anos 90, pode parecer um simples rearranjo funcional local. Mas um olhar um pouco mais atento evidencia sua estreita sintonia com um movimento mais amplo, de redefinição da posição dos pares no cenário econômico mundial, de uma nova configuração adquirida pelo capitalismo mundial, neste fim de século¹¹⁷.

Tratando-se de mercado mundial, a grande revolução da Indústria Fonográfica foi no tocante ao formato, ou seja, o CD que devido ao baixo custo de produção, economia na arte gráfica e facilidade na gravação, popularizou-se sensivelmente em todos os mercados mundiais.

Como foi citado anteriormente o mercado de discos conheceu o novo formato ainda na primeira metade da década de 1980, porém foi na década de 1990 que o referido formato popularizou-se de forma premente no público brasileiro, mais precisamente a partir de 1991, tendência semelhante verificada no mercado mundial até metade da década.

Evolução do mercado mundial em compact disc ¹¹⁸ . (milhões de unidades)						
Ano	1990	1991	1992	1993	1994	1995
CDs	777	981	1.167	1.395	1.756	1.956

Porém, com todo este crescimento no número de CDs vendidos pelas gravadoras, o mercado continuava a se retrair, atingindo números expressivamente negativos, isto é, esta crise do início dos anos 90, havia aberto uma série de mudanças sem precedentes, assim esta nova disposição da Indústria Fonográfica acabaria por atingir vários setores do organograma destas empresas, desde o financeiro com significativos cortes de gastos, demissões, troca de diretores, terceirização dos

¹¹⁷ DIAS, Márcia Tosta. Op. cit.p. 102

¹¹⁸ Idem. p. 107.

serviços¹¹⁹, resultando na fragmentação de todo o ciclo produtivo de um CD, esta foi a saída em um primeiro momento encontrada pelas *Majors* para suportarem a crise mercadológica do início da década de 1990.



Capa da matéria da ShowBizz, edição 81, ano 1992

A presente matéria contida na revista especializada em música “ShowBizz”, aponta para o cenário de discos brasileiro de 1992, versando sobre o desaparecimento dos compactos do mercado fonográfico, o alto preço que gravadoras pagam por não disponibilizar seus artistas em pequenos discos *singles* (compactos), como também comerciantes que cobram em um compacto o mesmo preço de um LP comum.

O jornalista José Augusto Lemos levanta também outras duas questões acerca do mercado fonográfico de 1992, que são o preço mais acessível do CD importado, e a ascensão das pequenas gravadoras conhecidas como selos independentes, que através de uma estrutura organizacional mais enxuta e segmentada conseguiam vender mais discos que uma grande gravadora, que na época da matéria pertenciam às *Majors*: *Warner Music* (Norte Americana), *Polygram* (Holandesa), *EMI* (Inglesa), *BMG* (alemã), *Sony Music* (japonesa).

¹¹⁹ Esta terceirização dos serviços compreendia a distribuição dos CDS pelas lojas do Brasil, o marketing utilizado na promoção dos artistas e consequentemente dos CDs, até mesmo a própria fabricação do formato.

Dentre os maiores prejuízos gerados pela crise que assolava a Indústria Fonográfica no referido período, estão o corte nos investimentos em novos artistas, deflagrando uma política extremamente conservadora por parte das gravadoras, em que lançamentos de novos CDs foram adiados, ou mesmo cancelados, abrindo caminho para a prática das compilações, títulos internacionais e investimentos apenas em artistas já consolidados no mercado fonográfico.

Esta radicalização de postura da Indústria Fonográfica da década de 1990, com medidas já iniciadas na década anterior, porém com menor intensidade, favoreceram de forma significativa uma segmentação ainda mais pungente no tocante à valorização de determinados segmentos musicais¹²⁰.

Podemos perceber que o agravamento desta crise da Indústria Fonográfica no início dos anos 90, não foi decorrente apenas dos fracassados planos econômicos e do congelamento das poupanças por parte do governo de Collor de Melo, mas também pela própria falta de acessibilidade da maior parte da população aos formatos “CDs”¹²¹ e ao equipamento sonoro, haja vista os preços elevados, forçando a própria indústria ao lançamento de títulos “elitizados” como a MPB tradicional e música clássica.

Nesta crise instalada no mercado fonográfico brasileiro que ainda estava sendo adaptado à nova modalidade de formato, uma nova modalidade de promoção musical instalava no Brasil no início desta mesma década, com uma linguagem entendida pelos jovens, um apelo musical extremamente segmentado, surgiu a MTV.

4.1.2 - MTV: Música para ver.

Em 1990 o mercado fonográfico brasileiro sofreu uma “revolução” no tocante à promoção dos artistas e seus respectivos trabalhos, ou seja, no referido ano o grupo editorial Abril, firmou parceria com a MTV Networks de Los Angeles (EUA), para a instalação de sua “franquia” no Brasil.

¹²⁰ Esta valorização de outros segmentos musicais estendeu-se principalmente à música sertaneja, com nomes como Zezé de Camargo e Luciano, Sandy e Júnior, Leandro e Leonardo, dentre outros.

¹²¹ Até o ano de 1992 somente a empresa Microservice fabricava CDs no território brasileiro, fator que encarecia as produções musicais no país.

Desta feita ainda no mesmo ano foram iniciadas as transmissões da MTV Brasil nos moldes de sua matriz dos Estados Unidos, com uma programação¹²² voltada inteiramente para o público jovem, em especial do segmento Rock and Roll, porém em 1999 a MTV modificaria sensivelmente sua programação, adequando-se ao mercado brasileiro e incorporando à sua programação, ritmos como o pagode, axé, sertanejo¹²³.

Com a presença da MTV no mercado fonográfico brasileiro, os videoclipes passaram a ser considerados pequenas produções cinematográficas; o amadorismo e a receita simples do artista cantando suas músicas em *play back* com tomadas simples das câmeras, foram sobrepujados por produções especializadas, com efeitos especiais, dentre outros artifícios.

Com toda esta profissionalização o mercado fonográfico brasileiro viu surgir em 1995 o VMB¹²⁴, uma festa de premiação para os melhores videoclipes nacionais, fortalecendo ainda mais este segmento da Indústria Fonográfica no Brasil, destarte a MTV delineou novas fronteiras às gravadoras no que diz respeito à promoção dos seus *casts* para o público, não apenas juvenil, mas como um todo.

A partir de 1993¹²⁵ a Indústria Fonográfica que atuava no Brasil começou a ensaiar os primeiros passos de uma saída da crise na qual estava mergulhada, assim alguns fatores foram preponderantes para esta recuperação, como a fabricação de CDs por parte da Sony e BMG, medida que barateou os custos de produção em torno de 13%, enquanto que o salário mínimo havia se valorizado em torno de 8,5%, aumentando assim o poder de compra dos brasileiros com relação ao mercado de CDs.

Desde então o mercado fonográfico brasileiro sofreu uma verdadeira “derrama” de títulos relançados (nacionais e internacionais); títulos que haviam estado no mercado no formato vinil, agora eram disponibilizados em CDs, decorrendo em uma quantia significativa de títulos da MPB de volta às prateleiras, além dos internacionais que ofereciam às gravadoras lucros expressivos, devido às músicas e à capa já estarem prontas, minimizando ao máximo os custos de produção.

¹²² A programação inicial da MTV brasileira era composta pelos programas “Yo! MTV Raps”, “Clássicos MTV”, “Cine MTV”, “TV Lição” e “Netos do Amaral”.

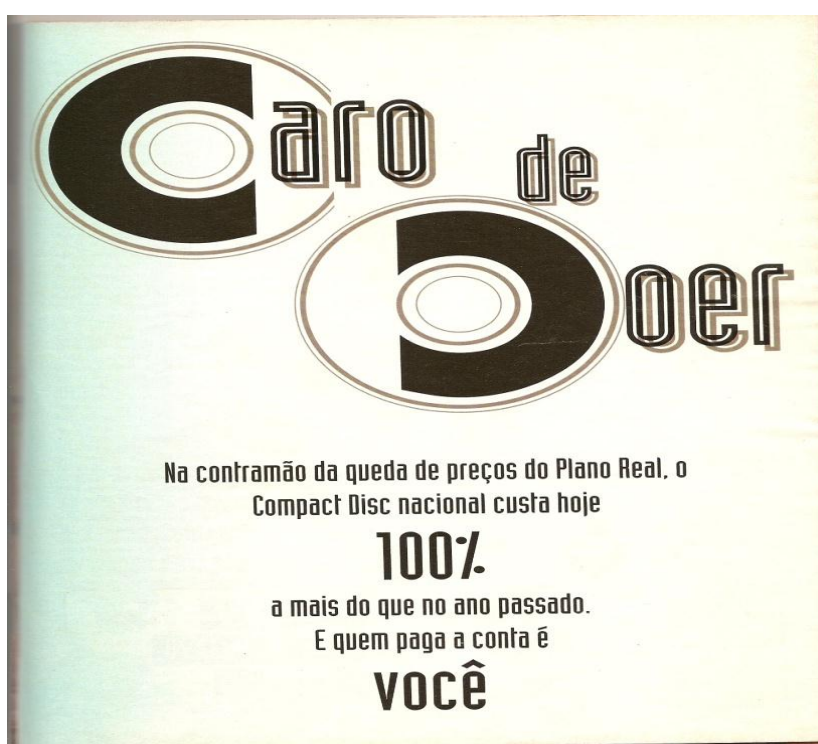
¹²³ Segundo Fenerick estas três vertentes da música brasileira da década de 1990, poderiam ser consideradas como o “Trio de ferro”, ou seja, “é de fato, mais um sintoma do aprofundamento da decadência do gosto propiciado pelo mundo globalizado”. FENERICK, José Adriano. Op.cit.p.134.

¹²⁴ Vídeo Music Brasil.

¹²⁵ Segundo Vicente o ano de 1993 foi o primeiro no mercado fonográfico brasileiro em que o número de vendas de CDs superou o de LP's. VICENTE, Eduardo. op. cit. p.104.

Outro fator que alavancou as vendas de CDs no Brasil foi o lançamento das coletâneas dos títulos em vinil já esgotados no mercado, principalmente dos artistas já consolidados da MPB, como exemplo podemos citar Chico Buarque com 18 álbuns relançados em CD.

Com relação à economia brasileira, não podemos deixar de mencionar a relativa estabilidade financeira que as medidas econômicas do plano econômico de FHC em 1993, e posteriormente em 1994 com o Plano Real no governo de Itamar Franco, ambas as medidas estimularam o consumo dos brasileiros tanto pelo hardware como pelo software.



Capa da matéria da revista ShowBizz, edição 113, Ano 10, Nº 12

Mesmo com toda esta melhoria da economia brasileira, como também do poder aquisitivo do trabalhador, a Indústria Fonográfica atuante no país, continuava praticando preços abusivos, segundo a reportagem de Marcel Plasse, o preço exorbitante praticado nos CDs comercializados no Brasil em 1994, devido a uma série de fatores,

dentre eles a má fé das gravadoras ao converter as URV's¹²⁶ para reais, aumentando o preço do CD em pelo menos 40%.

Na fabricação dos CDs o preço médio¹²⁷ que o produto havia sido produzido girava em torno de R\$2,50, isto é, R\$ 1,00 a mais em relação ao vinil, porém o preço praticado no mercado brasileiro era de R\$ 10,00 saindo da gravadora e chegando ao consumidor com o preço em média de R\$ 20,00, havendo também a diferença dos preços dos CDs nacionais para os importados que na maioria das vezes são preços maiores, mesmos fabricados em território nacional, eram direcionados para as lojas de departamentos que compravam em grande quantidade, prejudicando o preço praticado pelas lojas especializadas em CDs, geralmente preferindo estas lojas trabalhar com CDs importados.

Estes preços exorbitantes não se explicavam, pois os custos de produção e a carga de impostos incidiam da mesma forma sobre os dois formatos (Vinil e CD), ou seja, as despesas com *royalities*¹²⁸, custos de gravação, adiantamentos para artistas, pagamento dos técnicos, manutenção do estoque, salários dos funcionários, gastos com a distribuição e investimentos em marketing.

Outra diferença entre as grandes lojas de departamentos e as lojas especializadas em CDs, é justamente o atendimento, pois enquanto que uma loja de departamentos o número de funcionários é reduzido, o cliente não pode escutar o CD, sendo caracterizada assim uma venda às cegas; enquanto que uma loja especializada o cliente tem o direito de escutar quantos CDs quiser, além de ser atendido por pessoas que conhecem o produto que vendem, conhecem os lançamentos, também deve-se ressaltar outro fator citado nesta reportagem que é justamente a exclusividade de catálogos dos EUA e Europa que algumas lojas especializadas conseguiram, comercializando assim os CDs por um preço mais acessível, geralmente 18 reais.

Quando comparamos os preços de CDs no ano de 1994 em vários mercados fonográficos mundiais, sejam eles europeus, norte americanos, ou até mesmo sul

¹²⁶ Unidade Real de Valor (URV), índice que indicou a variação do poder aquisitivo da moeda, servindo apenas como unidade de conta e referência de valores. Teve curso juntamente com o Cruzeiro Real até 1º de julho de 1994, quando da conversão para o Real.

¹²⁷ Em 1994 logo após a implantação do plano real, a cotação do dólar girava em patamares idênticos à moeda brasileira, ou seja, cada dólar deveria corresponder a R\$ 1,00, segundo o plano econômico implantado no governo de Itamar Franco.

¹²⁸ Valor pago aos detentores do direito sobre a obra gravada.

americanos, constatamos o alto valor de mercado em que o CD no Brasil possuía em 1994 ou conforme o quadro¹²⁹ a seguir:

PAÍS	PREÇO MÉDIO EM REAIS(R\$)
BRASIL	21,00
FRANÇA	21,25
INGLATERRA	15,62
EUA	12,00
ARGENTINA	17,70
JAPÃO	27,00

Verificamos que mesmo os mercados que possuíam um público com um poder aquisitivo mais elevado e mais tradicional na comercialização do referido formato, os preços praticados eram inferiores com relação ao mercado brasileiro, apenas com duas exceções, ou seja, o Japão com o maior preço registrado, porém com um mercado consumidor mais capitalizado e a Argentina com um mercado consumidor reduzido comparado ao Brasil, possuía um preço inferior ao mercado brasileiro, em suma o preço cobrado pelo CD no Brasil estava fora da realidade da nossa economia do recém implantado Plano real.

No referido ano de 1994, verificou-se uma escassez de CDs no mercado, principalmente em segmentos especializados como Rock, Jazz, Rap, etc; sendo a produção das fábricas direcionada para os grandes magazines, obrigando os donos de pequenas lojas a recorrerem às importadoras, ou até mesmo comprar nas lojas de grandes magazines e revenderem nas suas lojas; fato que revelou a clara intenção das gravadoras em priorizar os grandes magazines e os títulos populares, na busca da massificação do consumo.

Uma tendência interessante verificada nesta prática dos preços abusivos, foi a supracitada concentração da produção das fábricas de CDs em títulos populares para os “Grandes Magazines”¹³⁰, deixando lojas especializadas sem estoques, forçando-os à importação de títulos internacionais e até mesmo de artistas nacionais que haviam lançado seus trabalhos no exterior.

¹²⁹ Revista **ShowBizz**, edição 113, Ano 10, Nº 12, p. 67.

¹³⁰ Podemos citar com Grandes Magazines que atuavam no Brasil em 1994, as lojas “Americanas” e o Mappin.

As linhas de produção atuavam em 1994 com sua capacidade máxima, devido aos crescentes pedidos, fábricas que detinham a tecnologia de fabricação de CDs como a *Sonopress*, *Microservice*, *Sony Music* e *Videolar*, aumentaram suas produções em mais de 40% e mesmo assim o mercado carecia de CDs nas prateleiras.

Acreditamos que o principal fator definidor desta prática abusiva de mercado, tenha sido a omissão por parte dos órgãos de fiscalização do Governo federal que deixaram as gravadoras atuarem livremente no tocante aos preços cobrados nos CDs comercializados no mercado nacional.

Vale ressaltar que toda esta discussão perpassa sobre o argumento da Indústria fonográfica em afirmar que a qualidade de áudio do CD era superior ao vinil, desta feita nos questionamos acerca da possível substituição do LP pelo DAT¹³¹, visto que o mesmo possuía melhor qualidade de gravação, contudo foi verificado que na realidade o Compact Disc (CD) promovia às gravadoras um lucro substancialmente superior, em comparação aos outros formatos supracitados, no tocante ao baixo custo de produção e o alto valor de comercialização.

Em 1995 o mercado fonográfico brasileiro detinha a 7ª posição com relação ao mercado mundial em unidades vendidas, tendo como fatores decisivos para esta expressiva colocação o papel da Som Livre com as trilhas de novelas da Rede Globo de televisão, que desde os anos 70 configurava-se como um segmento de mercado extremamente rentável, como também o promissor mercado dos grupos de pagode representado pelos campeões em vendagens “Só para Contrariar” e “É o Tchan”, e duplas sertanejas que vinham desde a década passada com excelentes números para o mercado fonográfico.

Concomitante ao sucesso dos já referidos grupos de pagode, ao surgimento de grupos de pop rock¹³² e a consolidação do segmento sertanejo, dentre outros, a Indústria Fonográfica sofria também uma crise devido à inadimplência das lojas de departamento que no ano de 1995 abriram concordata, dentre elas a Mesbla e Colombo,

¹³¹ O formato DAT (Digital Audio Tape) foi criado pela SONY, com características semelhantes à fita cassete, foi introduzida no mercado de forma tímida em 1987, porém sem sucesso, sua capacidade de gravação equivalia-se ao CD em tempo de duração com uma qualidade de áudio semelhante, haja vista que a mesma utilizava também a tecnologia da gravação digital.

¹³² Dentre os grupos de rock surgidos na década de 1990, ou que alcançaram reconhecimento nacional, podemos citar “O Rappa”, “Chico Science e Nação Zumbi”, “Mundo Livre S.A” “Raimundos”, “Planet Hemp”, “Los Hermanos”, “Jota Quest”, “Pato Fu”, dentre outros.

como também o aumento significativo da pirataria e o preço elevado dos CDs já citado anteriormente.

À margem desta crise, algumas empresas estrangeiras¹³³ do entretenimento, vislumbrando o mercado brasileiro aquecido, entraram neste mercado nacional, devido ao valor alto cobrado pelo CD e o aumento constante no número de unidades vendidas entre os anos de 1995 a 1996; fator que levou o segmento fonográfico brasileiro a criar a (CD Expo 1996), considerada a maior e mais representativa feira especializada desta seara empresarial no Brasil, composta por agentes, distribuidores, lojistas, os próprios artistas e o público em geral.

4.1.3 - A música independente.

Analisando de forma mais intrínseca esta ampla reformulação da Indústria Fonográfica da década de 1990, em suas estruturas organizacionais e administrativas, dentre estas mudanças as mais significativas podemos destacar as demissões, a contenção de gastos, redução de *casts*, dentre outras medidas.

Apontando alguns casos de reengenharia estrutural das *Majors*, a BMG-Ariola, divisão de música do grupo alemão *Bertelsmann*, considerada na década de 1990 a segunda maior empresa do ramo fonográfico no mundo, empreendeu profundas alterações, como a redução de 65 artistas para apenas 33, como também o corte do quadro de funcionários, passando de 500 postos de trabalho para apenas 100, principalmente entre os anos de 1991 e 1992.

Esta política de readequações das *Majors* levou a uma terceirização dos serviços que envolviam a produção de um CD, ou seja, a própria capacidade produtiva da gravadora foi espalhada para a diminuição dos custos de produção, tendo como principal vetor desta mudança a incorporação de novas tecnologias de produção fonográfica, não apenas em países considerados centrais neste quesito como Estados Unidos e países da Europa Ocidental, como também países de caráter mais periférico no contexto tecnológico.

Nesta prática da terceirização da produção dos formatos musicais, a *Polygram* do Brasil que no início da década de 1990 era comandada pelo produtor

¹³³ As referidas empresas foram a Tower Records, Sam Goods e MCA dos Estados Unidos liderada pelo grupo de bebidas “Seagram”, além das inglesas “Virgin” e “HMV”.

Marcos Maynard, oriundo da *Sony Music* do México, versava suas ações também na cartilha da terceirização, ou:

O que a empresa deve saber claramente fazer é o marketing dos artistas, saber promover estes artistas e, em primeiro lugar, saber gravar bem. Eu sou especialista em gravar bem e promover o meu artista. A parte industrial é uma coisa pode ser feita por quem quer que seja, até mesmo nos Estados Unidos. A estrutura atual da empresa é dimensionada pelo tamanho do mercado brasileiro. É por isso que a direção dos dois principais selos da empresa, o Polydor e o Phonogram, está sob a coordenação do presidente da empresa. Temos que ter poucos artistas nacionais e financiar a promoção de poucos artistas internacionais, só os mais selecionados, que a gente sabe que tem mais aceitação no mercado brasileiro. Tenho então o diretor de marketing, que cuida de todos os selos; gerentes, como o gerente internacional, que tem os seus *label managers*, onde cada um fala lá fora com seus selos independentes. Tenho também um gerente de *special marketing*, que cuida das distribuidoras do Brasil (selos independentes que são distribuídos pela companhia), que é o caso do contrato com o selo Tinitus. Do Pena Schmidt e com o selo Stallo, da Bahia, distribuído apenas no Brasil¹³⁴.

Verificamos que o fenômeno da terceirização da Indústria Fonográfica era premente, não estava associado diretamente à economia brasileira e aos seus problemáticos planos econômicos, mas a uma irreversível tendência mundial da “desterritorialização” quase que completa da produção musical, ou também como Vicente apontou:

Terceirização é a palavra chave quando falamos em estúdios e gravadoras. Há vinte anos atrás este quadro poderia ser loucura, com os altos preços dos equipamentos. Mas os preços baixaram, multiplicaram-se os estúdios e, com isso, as chances de acesso a gravação... O fechamento dos estúdios das grandes gravadoras começou com a diretiva das matrizes do exterior. A Warner Music, há cerca de 15 anos no Brasil, não chegou nem a ter o próprio estúdio... A EMI brasileira já teve três estúdios de primeira qualidade, mas agora optou pela terceirização. ... A BMG-Ariola encontrou uma solução diferente para seus três estúdios: eles foram repassados aos técnicos, que fazem prestação de serviço para a BMG quando necessário... restaram apenas os grandes estúdios das gravadoras em Londres, Los Angeles e Nova York... que dividem o mercado com diversos estúdios particulares e caseiros.¹³⁵

Esta política da terceirização fez surgir um mercado musical paralelo ao *mainstream* musical, os selos independentes, caracterizados por estruturas enxutas no tocante à produção que se configurava a partir deste momento, como extremamente especializada em termos de editoração eletrônica, estúdios de gravação, distribuição, etc.

¹³⁴ MAYNARD Apud DIAS, Márcia Tosta. op. cit. p. 113.

¹³⁵ VICENTE, Eduardo. op. cit. p. 110.

4.1.4 - A Produção Independente da década de 1990.

Para um entendimento melhor acerca do termo “independente”, faz-se necessária a definição do termo de uma forma apropriada, mesmo que o presente termo tenha sua origem creditada aos Estados Unidos, país tradicional no mercado fonográfico, com relação ao registro e comercialização de estilos musicais que pouco interessavam às grandes gravadoras, em especial Jazz, Blues e Rock and Roll.

Entretanto, na contramão deste movimento de produção musical, realizado na década de 1990, havia a prática das *Majors*, em tratar a música não apenas como mercadoria, mas como um produto baseado em políticas de oligopólio mercadológico; sendo a criatividade a principal afetada pela busca incessante do grande lucro e pela concentração dos meios de expressão musical nas mãos de poucos empresários, que neste contexto transformaram-se na principal figura da difusão dos formatos sonoros, em detrimento dos artistas.

Nesta seara do mercado independente, já foram citados como exemplos da criação de um mercado independente, como o movimento Punk inglês da década de 1970, que transformou atitude política e os anseios de uma juventude desiludida com a produção fonográfica, em música de protesto.

Esta postura de independência com relação ao fazer musical do Punk londrino, aliado a críticas às grandes empresas do entretenimento, levaram ao surgimento de movimentos musicais posteriores, não apenas na Europa Ocidental, ou nos Estados Unidos, mas também em países considerados periféricos para a grande indústria fonográfica, como por exemplo o Teatro Lira Paulistana e o Selo *Artesanal* de propriedade de Antônio Adolfo, já citados anteriormente.

Contudo os exemplos brasileiros do final da década de 1970 para o início da década de 1980 possuíam suas particularidades com relação ao movimento Punk inglês, porém em todos os casos apresentados, buscou-se de várias formas outros caminhos para a produção musical, avessos à política centralizadora das *Majors*.

Esta questão da produção musical independente perpassou as décadas de 1970 e 1980, continuando extremamente pertinente na década de 1990, pois este embate entre a verve cultural dos artistas versus a política dominante das grandes gravadoras continuou existindo na referida década.

A própria política de extrema segmentação musical pautada no sertanejo e na música romântica aliada à crise econômica do início da década de 1990, favoreceu de forma significativa os selos independentes da década de 1990, a partir de então denominadas de “*Indies*”, porém com as mesmas propostas.

Este mercado musical independente do Brasil da década de 1990, teve como principal catalisador do seu sucesso, o lançamento de novos nomes do cenário nacional, dentre eles Racionais, O Rappa, Pato Fu, Planet Hemp, etc.

A década de 1990 carregou em si algumas particularidades com relação às décadas anteriores no tocante à produção independente; além do preenchimento dos espaços no mercado musical que não interessavam às *Majors*, estes selos independentes passaram a trabalhar em uma espécie de parceria com estas grandes gravadoras, como na prospecção e formação de novos artistas, promoção de segmentos musicais restritos, inovadores, ou até mesmo alternativos.

4.1.5 - *Indies e Majors*

Um dos principais problemas enfrentados pelos *Indies* na década de 1990 foi o estigma trazido das décadas anteriores relativos à cena independente no que tange à falta de acabamento, precariedade das gravações e principalmente a distribuição dos títulos no mercado musical varejista brasileiro.

A desmistificação desta ideia da falta de qualidade, dos títulos produzidos pelos selos independentes, tomou forma a partir da fundação de novos selos por profissionais oriundos dos altos escalões das *Majors*

Dentre os profissionais que saíram da Warner, criaram suas próprias empresas fonográficas: Pena Schmidt (Tinitus), Conie Lopes (Natasha Records) e Nelson Mota (Lux). Além deles Mayrton Bahia, ex-Odeon e Polygram, criou a Radical Records; Marcos Mazzola, também saído da Polygram, criou a MZA e Peter Klam, ex diretor da Warner e da Polygram, criou a Caju Music. Dentre os artistas que eram ou já tinham sido contratados de grandes gravadoras, criaram suas próprias empresas Ivan Lins e Vitor Martins (Velas), dado Villa-Lobos (Rock-It!), Marina Lima (Fullgás), Ronaldo Bastos (Dubas) e Egberto Gismonti (Carmo), entre outros¹³⁶.

¹³⁶ VICENTE, Eduardo. **A música independente**: uma reflexão. São Paulo: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ, 2005.p.08.

Com toda esta bagagem profissional adquirida por estes produtores musicais ao longo dos anos junto as *Majors*, o mercado musical brasileiro da década de 1990, conheceu a partir de então artistas e produtores que conheciam o processo da produção de um CD por completo, o arranjo das músicas, os músicos que faziam os referidos arranjos, a concepção da capa, até mesmo a venda ao lojista, ou a negociação da distribuição dos títulos junto às *Majors*.

Este processo que se estabeleceu entre *Majors* e *Indies* na década de 1990, tornou-se freqüente e formou bem sucedidas relações de prospecção artística, produção musical, marketing cultural e distribuição de títulos, sendo considerada por muitos empresários como uma relação natural de prestação de serviços entre empresas.

Explanando esta relação de uma forma mais clara, as gravadoras *Indies* corriam o “risco” em prospectar novos artistas para o *mainstream* musical, enquanto as *Majors* disponibilizavam suas grandes redes de distribuição de títulos ao grande mercado consumidor.

Outra relação existente entre *Majors* e *Indies* era a prática da contratação de artistas revelados pelas *Indies*, que conseguiam uma certa notoriedade na mídia e relativa vendagem de CDs, seriam contratados para comporem os *casts* das grandes gravadoras, em suma as *Indies* serviam como “laboratório” de novos artistas, ou uma primeira etapa na carreira destes aspirantes ao estrelato.

Uma das táticas utilizadas por estas gravadoras independentes na descoberta de novos artistas com potencial comercial, era a exploração de segmentos e mercados regionais específicos, dentre eles a *World Music* e a *New Age*.

Porém, esta segmentação das *Indies* não se resumiu apenas aos dois estilos musicais relacionados anteriormente, mas a títulos com características religiosas¹³⁷, regionalizados geograficamente, de contestação social¹³⁸, ou certamente estilos que não faziam parte dos interesses comerciais das *Majors*.

Algumas gravadoras atuavam no mercado fonográfico como exceções, a exemplo da gravadora paulista *Trama*, surgida em 1998, através do empreendimento do produtor musical João Marcelo Bôscoli e dos irmãos Cláudio e André Szajman, embora

¹³⁷ Estes selos com características religiosas estavam representados no Brasil principalmente por católicos e evangélicos, através dos selos Canção Nova, Paulinas Comep, como também, Line Records, Bom Pastor, Gospel Records, respectivamente.

¹³⁸ Estes referidos títulos possuíam entre seus principais representantes o grupo Racionais MC's, Pavilhão 9, MV Bill, dentre outros.

não possuíssem as características de uma grande gravadora, a *Trama* possuía um *cast* das maiores revelações musicais brasileiras da última década, com a exploração de segmentos deveras urbanos como o Rap, Pop Rock, Techno, a MPB contemporânea, e principalmente a busca pela criação de um mercado independente a partir da união de iniciativas autônomas entre as *Indies*.

Nesta criação de um circuito autônomo as *Indies* desenvolveriam táticas de mercado que consistiriam nos investimentos maciços em divulgação virtual, o lançamento anual de diversos novos títulos, além da venda de parte de seus catálogos ao mercado internacional, como exemplo o selo *Pau-Brasil* que atuava com artistas desconhecidos do grande público nacional.

Contudo não foi apenas a gravadora *Trama* que se utilizou da Internet para a promoção e distribuição dos seus artistas, pois esta prática seria acentuada no final da década de 1990 com a venda de CDs *on line*, a audição das músicas, as próprias rádios virtuais, e no final da referida década a venda de músicas em unidade pelas gravadoras e a distribuição de catálogos inteiros por outras independentes.

Outro caminho seguido pelas *Indies* na promoção dos seus catálogos e de seus respectivos artistas, foram as bancas de revistas, pois a partir da isenção do ICMS concedido a livros, periódicos, jornais, o preço dos respectivos CDs seriam reduzidos, face aos preços abusivos praticados pelas *Majors*.

Neste contexto vários segmentos musicais se utilizaram desta tática de mercado, como o Gospel, O Rock, ou mesmo artistas¹³⁹ da MPB esquecidos pelo grande circuito do *mainstream* musical, além de hinos de clubes de futebol.

4.1.6 - Selos Alternativos das *Majors*

As *Majors* também criaram seus canais para prospecção de novos artistas e promoção dos mesmos nos meios midiáticos, desta feita gravadoras como a Sony criaram selos alternativos como o “*Chaos*” em 1992, responsável pelos lançamentos de bandas como Chico Science e Nação Zumbi, Skank, Gabriel o Pensador, dentre outros; como também a *WEA* e o grupo de Titãs que criaram o selo *Banguela Records* que

¹³⁹ Dentre estes artistas podemos citar Léo Jaime, Baby do Brasil, Oswaldo Montenegro, etc.

lançou a banda pernambucana Mundo Livre S.A, além do selo Cogumelo que divulgou a banda mineira Pato Fu.

No caso do selo alternativo *Chaos* responsável pela divulgação e distribuição da banda Chico Science e Nação Zumbi, o contrato que fora assinado em 1994, segundo Paulo André Pires “consistia em um contrato padrão para época”¹⁴⁰, com relação às bandas de pop rock da década de 1990, de fato o referido contrato não versava acerca do apoio maior que artistas do *mainstream* musical brasileiro possuíam como os cantores sertanejos, ou seja, suporte para as viagens, cachês adiantados para a gravação de um CD, enfim “regalias” que não existiam no circuito alternativo fonográfico brasileiro.

Percebemos que esta prestação de serviços, ou até mesmo este interesse na criação de selos alternativos, somente era possível graças ao declínio do poder destas grandes gravadoras face ao mercado musical, efetivamente segmentado e afetado de forma irreversível pela pirataria, caso contrário as *Majors* não despertariam interesse por estes novos artistas “descobertos” pelas *Indies*.

4.1.7 - Algumas particularidades da música brasileira da década de 1990.

Alguns circuitos musicais desenvolveram-se no Brasil durante a década de 1990, caracterizados por diversas vertentes, sejam elas regionais, étnicas, religiosas, e até mesmo geográficas; neste circuito considerado como a terceira via da produção musical diante das *Majors* e *Indies*, foram criadas condições de realização de todas as etapas que envolvem uma produção musical; divulgação, venda dos CDs, produções dos Shows, gravações, enfim um processo baseado na autonomia.

Partindo desta perspectiva, Vicente aponta três aspectos fundamentais para a constituição destes circuitos autônomos:

Nos termos de sua viabilidade econômica, considero três aspectos fundamentais para a sua constituição: 1) as possibilidades de pulverização da produção musical e redução de seus custos propiciadas pelas tecnologias digitais, que viabilizaram não só a criação de estúdios locais, como também o retorno do investimento a partir da venda de quantidades cada vez menores de discos. 2) o surgimento de redes locais de comunicação como pequenas emissoras de TV, rádios comunitárias, livres, piratas, etc, que tendem a incorporar a produção dos artistas locais à sua programação, ao

¹⁴⁰ Entrevista realizada por pesquisador para a presente pesquisa com Paulo André Pires, Recife 02/05/08

contrário do que ocorre com as grandes redes de mídia. 3) a possibilidade da intercomunicação global – principalmente pela Internet – que permite a ampliação do mercado potencial dessa produção (através de migrantes que deixaram o local, grupos que partilhem os mesmos valores identitários, etc)¹⁴¹.

Estes meandros quase imperceptíveis do *mainstream* musical são responsáveis pela verdadeira diversidade da música brasileira, apontando para a fonte inesgotável de renovação que a mesma proporciona.

Iniciando os exemplos do referido circuito musical brasileiro autônomo da década de 1990 citado anteriormente, elencamos em um primeiro momento o forró eletrônico de Fortaleza, composto por várias bandas controladas por um número reduzido de empresários, representados de forma significativa por Emanuel Gurgel.

Este circuito formado pelo forró eletrônico, dominado pelo referido empresário englobou em seu auge diversas etapas da produção musical em si, ou seja, seu controle estendia-se desde a propriedade de rádios locais, da gravadora *SomZoom* que produzia os CDs das bandas¹⁴² de propriedade do mesmo, realizações de shows em diversas partes do país, principalmente no Nordeste brasileiro, caracterizando assim um controle quase que absoluto de todas as etapas nas quais suas bandas estavam envolvidas.

Entretanto, devemos ressaltar que este circuito autônomo representado pelo forró eletrônico de Fortaleza, não era nada democrático, pois a maior parte dos lucros concentrava-se exclusivamente nas mãos dos empresários, tornando os músicos meros assalariados e parte secundária da produção musical.

Um caso emblemático da Indústria Fonográfica brasileira da década de 1990, foi o ManguêBit, surgido na cidade de Recife no início da referida década, composto por um núcleo de jovens artistas, que tinham como seus principais representantes as bandas Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A, já citadas em nosso primeiro capítulo, sendo estas bandas alicerçadas na releitura de ritmos regionais característicos do Estado de Pernambuco, aliado às influências musicais estrangeiras.

¹⁴¹ VICENTE, Eduardo. op. cit. p.11.

¹⁴² Dentre estas bandas podemos citar Mastruz com Leite sua principal, Mel com Terra, Cavalo de Pau, Aquarius, etc.

Caracterizamos o MangueBit como singular dentro do universo da Indústria Fonográfica, devido ao reconhecimento que as referidas bandas conseguiram ainda na cidade de Recife, como exemplo a MTV que desembarcou na cidade estuário para conhecer a novidade musical que já atraía a atenção da imprensa especializada.

Com este reconhecimento as bandas pernambucanas pertencentes ao MangueBit, ou outras bandas que foram afetadas de forma positiva por este cenário local, conseguindo contratos com selos alternativos ou gravadoras independentes, dentre elas Chico Science e Nação Zumbi, e Jorge Cabeleira e o Dia em que Seremos Todos Inúteis, assinaram com a Sony através do seu selo alternativo *Chaos*, a Mundo Livre S.A assinou com a *Banguela Records*, selo alternativo da *Warner*, além das bandas Sheik Tosado e Otto que assinaram com a *Trama*, Querosene Jacaré com a *Paradoxx Music*, dentre outros grupos.

Um exemplo de segmento musical que por muitos anos sofreu com o preconceito e a falta de interesse das gravadoras foi o Hip Hop, que mesmo tendo um certo reconhecimento devido as suas origens na cidade de Nova Iorque ainda entre as décadas de 60 e 70, não gozava de quase nenhum prestígio por parte das gravadoras.

O Hip Hop caracterizado como um estilo musical basicamente de origem negra, agregou em seu bojo a música (Rap), a dança de rua (Break) a as artes visuais (grafites), adentrou ao Brasil ainda na década de 70, ensaiando seus primeiros passos, justamente nas áreas periféricas dos grandes centros urbanos, em especial São Paulo e Rio de Janeiro.

Nesta referida época o Hip Hop possuía como principal característica a organização de bailes Black, tendo como seus principais representantes Nelson Triunfo, Gerson King, dentre outros.

Os artistas ligados ao movimento Hip Hop teriam um maior reconhecimento das gravadoras independentes a partir do final da década de 1980, através da realização de coletâneas musicais, dentre elas ressaltamos “O som das ruas” da *Kaskata's Records*, “Consciência Black” da *Zimbabwe*, entre outras.

Porém, a grande guinada do referido estilo musical, somente aconteceu na década de 1990, com o sucesso de grupos de Rap como o “Racionais MC’s”, ou mesmo com cantores que não possuíam a mesma origem da maioria dos cantores de rap, a exemplo de Gabriel, o Pensador.

Devemos ressaltar que a relação destes grupos com a Indústria Fonográfica, não se deu de uma forma completamente aberta, pois a maioria dos grupos preferiam manter-se afastados do grande circuito comercial, abrindo espaços para selos especializados no referido estilo musical, dentre eles *JWS*, *RDS*, *Discovery*, etc.

4.1.8 – *Chaos*, *Banguela* e *Mangueboys*: O *MangueBit* no *mainstream* musical.

Caracterizamos o *MangueBit* como singular dentro do universo da Indústria Fonográfica, devido ao reconhecimento que as referidas bandas conseguiram ainda na cidade de Recife, como exemplo a MTV que desembarcou na cidade estuário para conhecer a novidade musical que já atraía a atenção da imprensa especializada, como também das grandes gravadoras como a *Sony Music* e *WEA*.

Com este reconhecimento as bandas pernambucanas pertencentes ao *MangueBit*, ou outras bandas que foram afetadas de forma positiva por este cenário local, conseguindo contratos com selos alternativos ou gravadoras independentes, dentre elas Chico Science e Nação Zumbi, e Jorge Cabeleira e o Dia em que Seremos Todos Inúteis, assinaram com a Sony através do seu selo alternativo *Chaos*, a Mundo Livre S.A assinou com a *Banguela Records*, selo alternativo da *Warner*, além das bandas Sheik Tosado e Otto que assinaram com a *Trama*, Querosene Jacaré com a *Paradoxx Music*, dentre outros grupos.

Compreendemos que um fator preponderante que levou estas grandes gravadoras a buscarem e posteriormente a assinarem contratos com estas bandas pernambucanas, foi o contexto cultural, ou mesmo a necessidade que a música brasileira possuía naquele momento, posto que o *MangueBit* estava alçado nos patamares de um movimento musical brasileiro do século XX, como o Tropicalismo ou a Bossa Nova segundo a imprensa especializada, ou:

Quando Chico Science e Nação Zumbi desembarcaram no Rio de Janeiro em 1993, para divulgar seu primeiro álbum, *Da lama ao caos* (selo *Chaos*), a gravadora *Sony Music* promoveu concorrida entrevista coletiva em sua sede, na praia do Flamengo. A maior revelação da música pop naquela década vinha credenciada por críticas favoráveis de jornalistas especializados, da grande imprensa do eixo Rio-São Paulo. Enquanto repórteres se esforçavam para decifrar o discurso inusitado de Chico, permeado por metáforas envolvendo caranguejos, antenas parabólicas, executivos da gravadora

multinacional não conseguiam esconder a euforia com a mina de ouro que achavam ter descoberto¹⁴³.

Podemos em certa medida direcionar ponderações acerca desse interesse das *Majors* para o ManguêBit e considerar o próprio “exotismo” que estes jovens pernambucanos carregavam em si, com uma linguagem própria, indumentária pautada no regionalismo, nas feiras populares do Recife e na contemporaneidade, além de uma versatilidade musical pautada na diversidade de ritmos.

Neste sentido observamos que o termo “originalidade”¹⁴⁴ possa soar de uma maneira imprópria, o que não é de todo verdade, mas o que se verificou por trás do ávido interesse de gravadoras do porte da *Sony Music* e *WEA*, para com jovens suburbanos do Nordeste brasileiro, foi certamente o “auto-marketing” que estes músicos propunham até então, uma espécie de produto pronto para o consumo.

A forma de pensar das gravadoras neste momento deve ser levada em consideração, ou seja, sonoridade, estética, discurso, visual, manifesto, expressões e apresentações performáticas de Chico Science, enfim, tudo o que uma grande gravadora desejava, não necessitando de um esforço do setor de marketing da empresa para se trabalhar o grupo musical em vigência.

Porém, é salutar destacarmos que as próprias sonoridades das bandas lhes conferiam tratamento, contratos, gravadoras e conseqüentemente, número de público diferente; pois mesmo que a música de ambas as bandas Chico Science e Nação Zumbi, e Mundo Livre S.A convergissem para os ritmos musicais brasileiros como o samba, maracatu, côco, dentre outros; haviam particularidades que influenciavam diretamente no trato das gravadoras e de seus respectivos produtos que deveriam ser trabalhados.

Chico Science e Nação Zumbi embora pautados em certa medida nos ritmos regionais pernambucanos, possuíam uma verve urbana voltada para o rock, Funk e Hip Hop, predominantemente quando nos referimos aos ritmos do pop internacional, enquanto que a Mundo Livre S.A embora também alicerçada por ritmos internacionais como o Punk Rock, Ska, Reggae, teve seu trabalho vicejado em menor escala pelo selo

¹⁴³ KISCHINHEVSKY, Marcelo. **ManguêBit** e novas estratégias de difusão diante da reestruturação da Indústria Fonográfica. Rio de Janeiro: CONECO: 1º Congresso de estudantes de pós-graduação em comunicação do Rio de Janeiro, 2006. p. 01.

¹⁴⁴ O termo originalidade ao qual nos referimos neste ponto, trata-se de outros artistas nordestinos ou mesmo de outras regiões que em algum momento de suas carreiras, ou de seus discos tenham utilizado em suas composições em décadas anteriores, elementos da cultura popular do Nordeste, dentre estes artistas podemos destacar o pernambucano Alceu Valença, o cearense Ednardo, além dos baianos Gilberto Gil, Caetano Veloso, Tom Zé, dentre outros.

Banguela Records, devido aos executivos da gravadora acreditarem que pela sonoridade baseada no samba do cavaquinho de Fred 04 e por letras mais politizadas, seu nicho de mercado seria reduzido.

As diferenças sonoras que influenciaram as bandas em diversos aspectos, relacionados aos seus contratos com suas respectivas gravadoras são melhores visualizados a partir da tabela¹⁴⁵ a seguir:

	<i>DA LAMA AO CAOS</i>	<i>SAMBA ESQUEMA NOISE</i>
Matrizes da música pop	Hard rock, funk, soul music, rap, makossa, highlife/Ju-ju, heavy metal, dub, rock psi-codélico, disco music.	Ska, reggae, punk rock, funk, rap, música havaiana, hard rock e heavy metal (este último apenas em <i>Sob o calçamento</i>).
Matrizes da música urbana brasileira	Samba e rock.	Rock, samba de breque, samba-rock, samba soul, partido alto.
Matrizes regionais tradicionais não midiáticas	Maracatu de baque virado, coco de embolada, pastoril profano, ciranda, maracatu de baque solto, coco.	Maracatu (apenas em <i>O rapaz do B... preto</i>).
Tipologias cancionais mais constantes	Tematização e figurativização	Tematização e figurativização
	Alfaias do maracatu, triângulo, zabumba, berimbau, caixa, chocalho.	Bateria, pandeiro, ganzá, berimbau, tamborim, bongô, caxixi, apito, congas, guizos, cowbell, triângulo.
Instrumentos mais constantes	Guitarra e baixo.	Guitarra, baixo, teclados, minimoong, órgão.
	Timbres eletrônicos e samplers.	Timbres eletrônicos, samplers, lípotronic. Violão com cordas de aço, cavaquinho, piano, sax tenor, trompete.
Personagens citados nas letras	Mestre Salustiano. Lampião, Zapata, Sandino, Antônio Conselheiro, Zumbi, Panteras Negras.	Bob Marley. Deuses da mitologia grega. Deusas da TV.

¹⁴⁵ LIMA, Tatiana. **Manguebeat da cena ao álbum**: performances midiáticas de Mundo Livre S.A e Chico Science e Nação Zumbi. Salvador: dissertação de mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA, 2007.p.163.

Percebemos que o diálogo musical entre o rock e as matrizes regionais é mais evidente em Chico Science e Nação Zumbi, em contraste com o Mundo Livre S.A, fator que confere em nosso entendimento uma classificação genérica proposta pela Indústria Fonográfica, nas quais são rotuladas como “Rock Regional” e “Samba Urbano Brasileiro” respectivamente, embora estas denominações sejam mais usuais no Brasil, visto que no exterior, ambos os grupos sejam denominados nas prateleiras das lojas de *World Music*.

Como havíamos citado anteriormente, o MangueBit guardando suas devidas proporções caracterizou-se como um caso singular na Indústria Fonográfica brasileira, que embora sinalizasse sinais de enfraquecimento na primeira metade da década de 1990, buscava nos festivais de música espalhados pelo Brasil, novas possibilidades sonoras que satisfizessem seus interesses comerciais, sendo que especificamente em Recife encontraram uma parabólica enfiada na lama captando boas vibrações.

Deste modo, a percepção dos artífices do MangueBit acerca da Indústria Fonográfica da qual os mesmos estavam inserindo-se, ou mesmo já faziam parte deste *mainstream*, suscitou-nos ao entendimento dos diversos meandros que compunham o mercado fonográfico em questão e sua respectiva temporalidade, ou seja, como era desenvolvida a relação entre uma *Major* que atuava no Brasil da década de 1990 e bandas do Nordeste brasileiro recém contratadas, como a Chico Science e Nação Zumbi pelo selo *Chaos* da *Sony Music*, ou Mundo Livre S.A pelo selo *Banguela Records* da *WEA*?

Por conseguinte em nosso próximo capítulo, analisaremos justamente, estas relações comerciais da seara fonográfica entre os anos de 1994 à 1996 com as supracitadas bandas e seus respectivos trabalhos que estão contidos nesta temporalidade, como os CDs ‘Da Lama ao Caos’ e ‘Afrociberdelia’ de Chico Science e Nação Zumbi, e ‘Samba Esquema Noise’ e ‘Guentando a Ôia’ da banda Mundo Livre S.A.

3º CAPÍTULO

“A TERCEIRA VIA DA MANGUETOWN”

Aportar na indústria fonográfica no início da década de 1990 ainda sob a hegemonia quase total das *Majors*, de uma certa forma configurou-se como uma ratificação de todos os artifícios utilizados pelos fomentadores do Manguetown no que concerne à assinatura dos contratos de Chico Science e Nação Zumbi, Mundo Livre S.A, com os selos *Chaos* e *Banguela Records*, respectivamente.

Neste contexto da inserção destas respectivas bandas em 1994 no *mainstream* musical brasileiro, percebemos que a visão destes artistas acerca da Indústria Fonográfica que os rodeava, seria de fundamental importância para entendermos de forma convincente como se delineou esta relação entre jovens músicos pernambucanos e estas grandes gravadoras que atuavam no país na referida época, como também a própria postura destes músicos no tocante às relações e atitudes tomadas frente a esta conjuntura mercadológica.

Partindo desta perspectiva, a memória dos artífices do Manguetown tornou-se imprescindível em nossa pesquisa, ou:

A validade do uso da Memória condiz com a necessidade de melhor preservar os relatos significativos, obtidos através da História Oral, que permitem reconstituir o passado por intermédio de diferentes testemunhos, considerados imprescindíveis a um melhor conhecimento, produzido de uma maneira participativa, aproximando maneiras diversificadas de reconstituir o passado.¹⁴⁶

A diversidade dos depoimentos apresentado por Jucá, demonstra de forma eficiente em nosso texto a variedade de depoentes que foram ou serão utilizados no decorrer do nosso terceiro capítulo.

Outrossim, devemos considerar que o grande fio condutor da temática dos referidos depoimentos é a indústria fonográfica da década de 1990 que atuava no Brasil e era representada pelas 5 grandes gravadoras do mercado fonográfico mundial, e suas

¹⁴⁶ JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. **A oralidade dos velhos na polifonia urbana**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2003. p. 39.

ramificações, porquanto acreditamos que “A história que se escreve de maneira consciente e inconsciente está marcada pela época em que se vive.”¹⁴⁷

Consideramos a oralidade destes indivíduos baseada em suas vivências na década de 1990 como fundamentais em nosso entendimento, do que foi possivelmente o funcionamento das relações de mercado entre jovens suburbanos do nordeste brasileiro e grandes gravadoras sediadas no sudeste brasileiro.

Neste constructo histórico a oralidade embasada pela história oral assegura-nos da metodologia historiográfica presente neste trabalho acadêmico, em outros termos, “*Dessa forma a história oral, ao se interessar pela oralidade, procura destacar e centrar sua análise na visão e versão que dimanam do interior e do mais profundo da experiência dos atores sociais.*”¹⁴⁸; contudo devemos salientar que nossas discussões e análises que estarão presentes no terceiro capítulo, utilizam-se da oralidade e conseqüentemente do suporte teórico-metodológico da história oral, nossas abordagens serão menos aprofundadas nestes quesitos intrinsecamente técnicos, posto que nos atentaremos as relações ente músicos e empresas e ao próprio mercado fonográfico em um contexto mais abrangente.

Considerando nossa visão acerca da oralidade e por conseguinte da história oral, acreditamos que a mesma configure-se em nossa pesquisa como outras possibilidades de fontes para a pesquisa histórica, fato este reforçado pela extrema contemporaneidade do nosso objeto de pesquisa e seus atores sociais ainda vivos e de fácil acessibilidade no que tange aos depoimentos a eles solicitados.

Em suma, nossas perspectivas historiográficas no tocante a historia oral estão representadas pelas inovações em certa medida, e principalmente pelas novas vertentes abertas por esta metodologia de pesquisa, que outras fontes mais tradicionais ou menos dinâmicas não proporcionam ao historiador que trabalha principalmente com temáticas imbuídas pelo contexto contemporâneo.

¹⁴⁷ MONTENEGRO, Antônio Torres. **História oral e memória**. A cultura popular revisitada. São Paulo: Editora Contexto, 1992. p. 10.

¹⁴⁸ FERREIRA, Marieta de Moraes. AMADO, Janaína. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2005.p.16.

3.1 - Espaços, tv's, festas e rádios na Manguetown.

Fazendo um preâmbulo de todos os depoimentos orais colhidos para a presente pesquisa e até mesmo entrevistas de terceiros, disponíveis em pesquisas acadêmicas, revistas especializadas, sites, etc.; há um ponto em comum apresentado por todos estes sujeitos que de certa forma participaram direta ou indiretamente da fomentação do MangueBit, qual seja: a falta de espaços no Grande Recife, em particular na capital e na cidade de Olinda, para as representações das bandas ou mesmo para o divertimento destes jovens artistas.

Primeiramente, podemos perceber que no final da década de 80 e início da década de 90 havia um hiato no tocante ao lançamento de grandes nomes da música pernambucana no cenário nacional, ou mesmo bandas que poderiam ter alcançado uma visibilidade maior no cenário local e nacional, fator imprescindível em nosso entendimento para criação ou fortalecimento de espaços de entretenimento voltados para a produção das bandas recifenses.

Ausência destes nomes mais significativos no *mainstream* musical brasileiro, causou uma espécie de “ressaca” das produções locais pernambucanas; nomes como Alceu Valença, Quinteto Armorial, dentre outros, que nos anos 70 diluíram-se durante o tempo em carreiras sediadas no Sudeste, ou mesmo em carreira solo como o caso de Antônio Nóbrega, não desenvolvendo de uma certa maneira, uma produção mais pungente de épocas anteriores, principalmente devido ao isolacionismo destas carreiras artísticas.

Desta forma a década de 1990 iniciou-se em Pernambuco com esta espécie de inoperância, ou mesmo inexistência de certos espaços para promoção e fortalecimento de um cenário musical e atuante; por que não dizer mais independente, estamos nos referindo à maioria das áreas do Grande Recife no que remete às casas de shows, boates que colocassem artistas pernambucanos para se apresentarem, enfim redutos que de alguma maneira colocassem em pauta os artistas da cidade estuário.

É certo que não estamos afirmando que na passagem dos anos 80 para os anos 90 não existisse de forma alguma um local para a cena musical alternativa em Recife, contudo estes espaços foram galgados de maneira amadora devido à falta de apoio e à consequente invisibilidade destas bandas, desta feita, bandas como Templo Nublado,

Academia do Medo, Câmbio Negro HC e até mesmo Mundo Livre S.A que existiam desde 1984, sobreviviam sem nenhuma expressividade maior no cenário pernambucano e brasileiro, restringindo-se basicamente à apresentações restritas, garagens, galpões, e principalmente à falta de uma produção profissional, seja nos shows, ou mesmo em gravações nos estúdios locais que deixavam a desejar em se tratando da qualidade técnica das gravações.

Esta realidade nada favorável para estas bandas do cenário local, provocou nestes jovens músicos um “entendimento” de que era necessário a construção e propagação de uma cena cultural na cidade de Recife e municípios vizinhos como Olinda, assim esta ação cultural começou a ganhar forma e tomar corpo ainda no início da década de 1990 com a realização de pequenos shows, festas, ensaios abertos, etc.

Com esta ideia de criação e abertura de espaços, estes agitadores culturais iniciaram a empreitada artística com medidas inusitadas, como o aluguel de bordéis na zona portuária de Recife, em um local denominado de “Franc’s Drink’s”, que devido ao valor reduzido do aluguel do espaço, era possível realizar festas com uma sonoridade diversificada, dentre estas festas uma ficou conhecida como a “Sexta sem Sexo”, fator ainda mais interessante em se tratar de um local conhecidamente desprezado por jovens urbanos de classe média, ou mesmo com uma cultura musical mais abrangente.

Outros locais serviram como suporte para as apresentações das bandas, como por exemplo o “Poco Loco” e o “Espaço Oásis” no bairro de Casa Caiada em Olinda, que em 1991 sediou a primeira festa com o termo mangue, estampada na página cultural do Jornal do Comércio, em que a referida matéria está contida em nosso primeiro capítulo com o título “Sons Negros no Espaço Oásis”.

Ocorreram também festas no Centro Daruê Malungo¹⁴⁹ em 1991, local de ensaios da Nação Zumbi e nos anos seguintes shows no espaço “Rabo de Arraia” no alto da Sé com a festa “Viagem ao Centro do Mangue”.

¹⁴⁹ O Centro **Daruê Malungo** atua há mais de vinte anos no Bairro de Chão de Estrelas, periferia de Recife na promoção da educação e valorização da cultura. Foi no Daruê Malungo que Chico Science travou o primeiro contato musical com o Grupo Lamento Negro de Gilmar Bola Oito, que em pouco tempo viria a compor o naipe de tambores da Nação Zumbi.



Cartaz da festa “Viagem ao Centro do Mangue”¹⁵⁰

Com esta prática cultural urbana, os jovens artistas pernambucanos aos poucos começavam a galgar espaços na mídia local, principalmente nos periódicos de maior circulação no Estado de Pernambuco, principalmente no Jornal do Comércio e Diário de Pernambuco.

Esta visibilidade dos periódicos comprovada em nossa pesquisa¹⁵¹, serviu como plataforma para estes jovens músicos em vãos ainda mais distantes e arrojados, como a chegada da MTV em 1991 na cidade de Recife em busca da novidade musical que vinha de uma cidade nordestina em que não se esperava mais do que notícias sobre violência e degradação ambiental.

Além da MTV, outro acontecimento que impulsionou não apenas o MangueBit, mas todo o cenário musical recifense no início da década de 1990, foi a chegada da Rádio Rock em Recife, ou seja, pela primeira vez uma determinada rádio da capital pernambucana estava tocando as bandas locais, um fato inédito para época

¹⁵⁰ TELES, José. Op. cit. p. 280.

¹⁵¹ Em nossa pesquisa junto aos periódicos constatamos cerca de 295 reportagens referentes ao MangueBit realizadas pelo Jornal do Comércio e 87 realizadas pelo Diário de Pernambuco entre os anos de 1991 a 1997.

3.2 – Sopa de sons na cidade estuário.

Dentro de toda esta movimentação cultural, há um lugar que merece destaque dentro de nossas ponderações acerca do ManguêBit; o bar “Soparia” de propriedade de Roger de Reno¹⁵², que em pouco tempo tornou-se um ponto de encontro dos boêmios e da incipiente movimentação cultural mangue, ou nas próprias palavras do seu proprietário “O Soparia funcionou como um Orkut rústico para a época”¹⁵³, haja vista que na época não existia telefonia móvel e o acesso a internet era extremamente restrito.

Em sua considerável existência, o bar Soparia funcionou por quase dez anos, tendo como característica principal a diversidade de atrações que se apresentavam em seu palco improvisado, ou seja, além dos ritmos variados que iam desde chorinho, samba, rock, etc, como também bandas que estavam começando suas carreiras na cidade de Recife, ou bandas que já possuíam uma certa notoriedade como Mundo Livre S.A, Chico Science e Nação Zumbi, Via Sat, dentre outras.

Roger de Reno possuía uma compreensão profunda dos meandros existentes no marketing de grandes gravadoras, e por conseguinte percebia que a melhor forma de promover as bandas locais, em especial Chico Science e Nação Zumbi, e Mundo Livre S.A, era a criação e o consequente fortalecimento de uma movimentação cultural recifense, embasada no trabalho autoral, diversificada e antenada com a divulgação nos meios midiáticos, porém com uma ideia primordial dentre todas a formação de um público doméstico e assíduo que acompanhasse o trabalho das referidas bandas.

Além desta diversidade sonora, o próprio ambiente em que o Soparia estava instalado na cidade de Recife, como também o caráter informal e simples do bar favoreciam o acesso de músicos anônimos, estudantes universitários e trabalhadores de diversas partes da cidade, não necessariamente da classe média ou profissionais liberais, configurando seu público como eclético.

Desta feita, é interessante observarmos que o sucesso do Soparia caminhou de mãos dadas com a notoriedade que o ManguêBit alcançou, não apenas no Estado de Pernambuco, mas no Brasil e exterior, pois em outros momentos da história musical

¹⁵² Roger de Reno é ex-promoter da WEA, que no ano de 1991 aos 28 anos após pedir demissão do seu emprego formal na referida gravadora, abriu o bar no Pina, zona Sul do Recife, considerado na época da abertura do estabelecimento uma área desvalorizada comercialmente e problemática no tocante à segurança pública.

¹⁵³ Roger de Reno. Entrevista concedida a presente pesquisa em 23 de novembro de 2008.

contemporânea, alguns locais serviram como ícones para determinadas bandas ou movimentos, como por exemplo o *CBGB*¹⁵⁴ na cena musical de Nova Iorque dos anos 70 e 80 que lançou nomes como *Ramones*, *Talking Heads*, dentre outros, ou mesmo *Cavern Club*¹⁵⁵ que serviu de palco para os Beatles, e em nosso caso o Soparia para os mangueboys e outras bandas que se utilizaram do espaço para suas primeiras apresentações.

6 Recife sábado, 14 de novembro de 1992 JORNAL DO COMERCIO

variedades

Turma do Mangue faz a festa na Soparia

As bandas Mundo Livre S/A e Nação Zumbi & Chico Science voltam a agitar a cidade com suas misturas de ritmos, fazendo show e lançando músicas e clipes inéditos. É a Maré de Lançamento, um giro festivo que será servido, hoje, na Soparia do Pina. A noite começa às 22 horas.

O aperitivo é a exibição, num telão, do documentário Mangue, sobre a situação dos mangueiros pernambucanos e as comunidades pesqueiras que sobrevivem de sua exploração e enfrentam dificuldades com o aumento da poluição dos estuários.

Realizado pela TV Viva, o vídeo teve um ano de produção e foi gravado no sistema Beta. O texto, a pesquisa e a locução é do jornalista Fred Montenegro, que atende também pela dezena O4, o seu codinome como band leader da Mundo Livre S/A.

Em seguida, serão passados três clipes inéditos dos mangueboys. Um deles é *A Cidade*. Gravado no Centro do Recife pela equipe da TV Viva, com direção de Didier e Nitinho, animação gráfica de Hélder, o clipe foi enviado para o VJ Thunderbird, da MTV. Os outros dois vídeos foram realizados pela X Filmes,

por Paulo Caldas e Hilton Lacerda. *Etínia*, do Loustal — a outra banda de Chico Science — foi gravado ao vivo no extinto Rabo de Arraia, dos somáticos de Olinda, recebeu extras adicionais de imagens. Já *Homem e Junkie*, da Mundo Livre S/A é o primeiro pirata oficial da banda e também gravado na mesma noite e local.

As bandas prepararam, ainda, uma de áudio e enviaram para os produtores do selo Thalos, de São Paulo. Outra cópia teve como destino a Sony Music. Caso não venha nenhuma resposta positiva, Fred Montenegro irá produzir o primeiro vinyl pelo *Chasagnathus granulatus sapientis*, o nome científico do Homem-Garagujejo.

A primeira banda a se apresentar primeiro é a Mundo Livre,

que traz para este show duas músicas inéditas: o *hardcambá Leonor* e o *psycosamba A Mula da Ilha Grande*. Chico e Nação Zumbi mostram também duas inéditas: a fusão de maracatu, funk e reggae *Bandifera* e o maculelê psicodélico *Mo-nólogo ao Pé do Chuveiro*. Você sabe lá o que é isso? Então vá conferir. É grátis.



Os mangueboys vão apresentar clipes e músicas inéditas hoje, na Soparia do Pina

Jornal do Comércio, Caderno C, 14 de novembro de 1992.

Com esta notoriedade, percebemos o papel preponderante da Soparia de Roger de Reno no quesito “espaço para apresentações”, pois além deste reduto para os novos músicos, este referido palco servia como vitrine para a mídia local; periódicos, TVS locais, revistas, etc, utilizavam o Soparia como “Termômetro Cultural” da cidade de Recife.

Desde sua fundação o Soparia possuía uma verve underground, não afeito aos modismos de outros locais badalados pela mídia, fato este comprovado pelo slogan do bar em 1996 “Soparia 5 anos fora da moda”; mesmo que a intenção do proprietário fosse continuar de forma alternativa, o sucesso chegou e trouxe consigo muitos clientes

¹⁵⁴ Bar localizado em Manhattan na cidade de Nova Iorque, ficou conhecido por ser um reduto das bandas alternativas no Estados Unidos e por ser um dos principais palcos da incipiente cena Punk nova iorquina do início da década de 1970.

¹⁵⁵ Bar localizado na cidade de Liverpool na Inglaterra, que serviu de palco para as primeiras apresentações dos Beatles, sendo demolido em 1973 e reconstruído posteriormente, funcionando até os dias atuais com duas sedes.

que não frequentavam o espaço, ou mesmo não entendiam a ideia despretensiosa do bar, afastando desta forma as pessoas acostumadas a frequentar o Soparia.

Com o volume intenso de público, inúmeras ocorrências de violência nas proximidades do bar foram registradas, como também a visão deturpada de alguns frequentadores do local acerca do ambiente, favoreceu para que a Soparia encerrasse suas atividades sob o comando de Roger de Reno em 2000, assim um símbolo da movimentação cerrava suas portas no Bairro do Pina em Recife.

3.3 –Abram alas para o rock and roll! Abril pro rock na cidade estuário.

Outra experiência não menos importante para difusão do ManguêBit no meio fonográfico, como também o surgimento de um produtor cultural na cidade de Recife que iria agregar conhecimento sobre o mercado musical estrangeiro, foram o Festival Abril pro Rock e o produtor cultural Paulo André Pires.

A história do Festival APR começa mesmo em 1993 na cidade de Recife no extinto espaço para eventos “Circo Maluco Beleza”, porém as experiências que iriam compor o referido festival em termos de produção musical e empresarial das bandas, começou nos Estados Unidos, sobremaneira em Los Angeles entre os anos de 1986 a 1989, período em que Paulo André residiu no exterior, travando os primeiros contatos com bandas¹⁵⁶ da cena rock norte americana dos anos 80.

Em seu retorno para o Brasil ainda em 1989 com 23 anos, PA¹⁵⁷ abriu uma loja de discos denominada “*Rock Xpress*”, especializada no referido gênero que compunha o nome do estabelecimento, não obstante, em pouco tempo juntamente com a *Discossauro*¹⁵⁸, a loja transformou-se num ponto de encontro de aficionados por Rock, tendo como principais clientes deste segmento musical, os fãs de metal e punk rock.

A partir desta clientela específica PA travou seu primeiro contato com a cena musical local ainda em dezembro de 1989, dentre estas interações no âmbito pessoal, destacamos o músico *Cannibal*, vocalista da banda “*Devotos do Ódio*” sediada na periferia de Recife na favela Alto Zé do Pinho, que havia comparecido a loja na referida

¹⁵⁶ Dentre estas bandas que Paulo André conheceu em Shows ou pessoalmente através de contatos pessoais foram Iron Maiden, Pink Floyd, Duran Duran, New Order, Primus, Faith no More, etc.

¹⁵⁷ Utilizaremos a sigla PA para denominarmos o produtor cultural Paulo André Pires.

¹⁵⁸ A Discossauro compunha juntamente com a Rock Xpress as principais lojas de discos especializadas em Rock and Roll de Recife no início da década de 1990.

época para promover a festa “Não Papai Noel”, em que o cartaz possuía uma foto do papai Noel enforcado.

Paralelamente, ao período de empresário da loja de discos e dos primeiros contatos com as bandas locais, PA estreou algumas resenhas musicais para a revista especializada em metal pesado “*Rock Brigade*”, além de enveredar na produção de eventos, desta forma em 1991 juntamente com os músicos Alemão e *Fred Kreder* trouxe para Recife as bandas *Morbid Angel* e em 1992 a banda *Kreator*, ambas estrangeiras e representantes do metal pesado.

Neste mesmo período, mais precisamente em 1992, PA iniciou sua carreira como empresário de artistas, com o músico Lula Côrtes, contemporâneo de Alceu Valença, Zé Ramalho, dentre outros, assim com esta experiência em produção musical que estava sendo acumulada, o primeiro Abril pro Rock foi pensado ainda para 1992, porém,

Devido ao réveillon, carnaval, e outras festas da Prefeitura do Recife, o APR foi adiado para 1993, tendo sua data montada justamente após o carnaval, ou seja, “fevereiro o carnaval, março as chuvas e a produção do festival, maio com mais chuvas, junho os festejos juninos, então a melhor data foi abril, abril pro rock”¹⁵⁹.

Em sua primeira edição o APR foi produzido de forma precária, com poucos recursos, fato reforçado pela inexistência de um escritório apropriado para o festival, para ficar claro, o quarto de PA servia como sede administrativa do festival, sendo que o telefone de contato do festival era o mesmo de sua residência.

Na única noite do festival, dia 25 de abril de 1993, apresentaram-se doze bandas¹⁶⁰ do Grande Recife, dentre estas atrações estavam o Maracatu Nação Pernambuco, Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A, com a ordem das apresentações delineadas através de um prévio sorteio promovido pela organização do festival.

Embora concentrado em um dia de muitas apresentações, a imprensa local, jornalistas de outros Estados, e o público em geral, perceberam que na capital pernambucana havia algo diferente, logo um “novo olhar” era necessário para a

¹⁵⁹ Paulo André Pires. Entrevista concedida a presente pesquisa em Recife 03 de maio de 2008.

¹⁶⁰ As outras bandas que se apresentaram na 1ª edição do APR foram Zaptones, Cobaia Kid, Blusbrowsers, Delta do Capibaribe, Zaratempo, Tempo Nublado, Academia do Medo, Paulo Francis Vai pro Céu, Lula Côrtes e Xamã.

metrópole caótica, no que se refere à quantidade, e principalmente, à qualidade das atrações que viriam a se apresentar no supracitado festival de música.

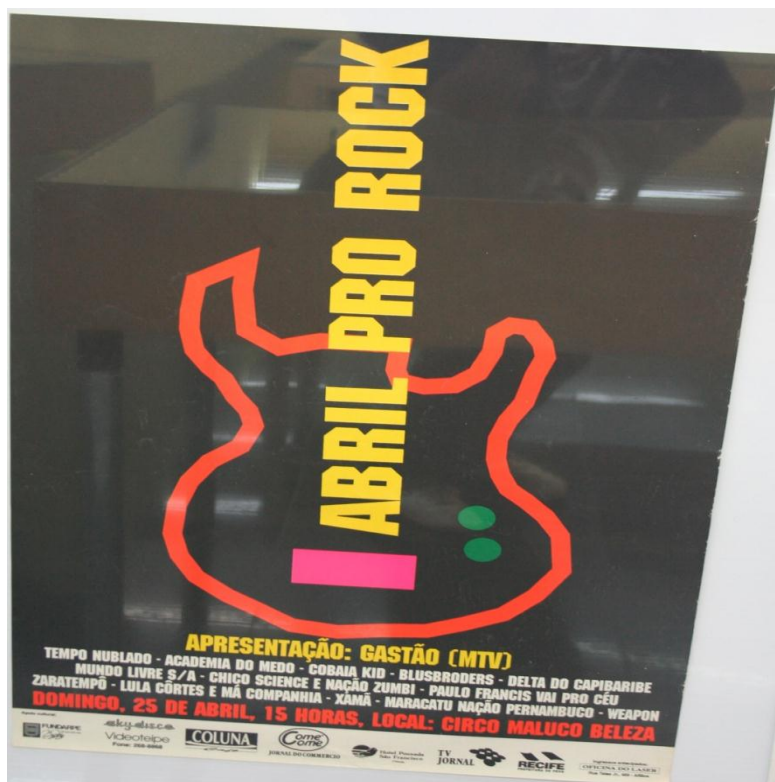


Jornal do Comércio, Caderno C, 25 de abril de 1993

A partir deste momento o MangueBit além de possuir um palco local com um grande festival, acabara de ganhar desde então uma vitrine nacional para as bandas locais, pois os principais jornais e mídia especializada em rock como a extinta revista ShowBizz, MTV, o Jornal do Brasil, dentre outros, enviaram repórteres e VJ's para a cobertura do festival já em 1993, como Gastão pela MTV e Carlos Eduardo Miranda pela Bizz que em pouco tempo tornar-se-ia um embaixador do MangueBit na imprensa do Sudeste, principalmente quando foi um dos responsáveis pela assinatura do contrato do Mundo Livre S.A com o selo *Banguela Records*.

Acreditamos que o êxito alcançado pelo MangueBit e o APR foi distribuído em várias esferas nas quais vale salientar a cadeia cultural que se formou em Recife, o apoio estatal que o próprio festival já recebeu, ou ainda recebe do poder público na forma de apoio institucional, ou mesmo patrocínio, posto que o referido evento entrou no calendário oficial anual de Pernambuco como destaque, o MangueBit virou item de

propaganda turística, além do carnaval; enfim, esta tríade (MangueBit, APR e Recife) vem proporcionando bons frutos no quesito cultura contemporânea na seara musical brasileira dos grandes festivais.



Cartaz de divulgação do 1º Abril pro Rock de 1993

A repercussão do festival 1º APR de PA, tornou-o na década de 1990, o principal palco para as bandas que haviam surgido em Recife no referido período, como também para bandas de outras partes do país, que estavam iniciando suas carreiras nesta época, como Planet Hemp, Pato Fu, O Rappa, dentre outras que passaram pelo palco do APR nos anos seguintes, ou mesmo as bandas Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A, que conseguiram aumentar suas platéias na cidade, fator que impulsionou a primeira turnê para o Sudeste ainda em 1993, viagem realizada de ônibus para São Paulo que durou 48 horas.

A parceria entre PA e a banda Chico Science e Nação Zumbi, iniciou-se após três meses do término do APR, pois foi neste ponto de forma efetiva que começou a relação profissional entre o produtor musical e banda, sendo que nos anos seguintes

após inúmeros contatos as turnês foram iniciadas e estenderam-se para todo o Brasil, Europa e Estados Unidos.

É importante destacarmos também que durante a década de 1990, existiu nas edições do APR constantes visitas de produtores das grandes gravadoras, no intuito de conhecer as novas bandas que surgiam não apenas em Pernambuco e Região Nordeste, mas de uma certa forma em todo o Brasil, podemos citar fatores que embasam nossa prerrogativa, tais como as bandas que participaram do APR e que conseqüentemente assinaram contratos com grandes gravadoras, como Pato Fu (BMG/Plug), Jorge Cabeleira e o dia em que seremos inúteis (*Sony/Chaos*), Mundo Livre S.A (*Banguela Records/WEA*), etc; ou mesmo como PA afirmou “a primeira vez que vimos o vinil e o CD prontos de “Da lama ao caos”, foi quando os produtores da Sony vieram do Rio e mostraram pra gente no APR de 1994”¹⁶¹.

Em um melhor entendimento sobre esta chegada dos executivos das *Majors* na capital pernambucana em meados da década de 1990, há sempre uma indagação partindo dos representantes destas gravadoras para os próprios músicos ou jornalistas especializados que acompanhavam a movimentação desde seus primórdios: que música é essa?

Nas entrelinhas desta pergunta formulada pelo produtor musical, há outras não pronunciadas, porém entendidas, por exemplo, qual a fatia do público que vai se interessar por esta música? Não obstante percebemos que estes questionamentos perfazem uma necessidade premente das gravadoras em rotular determinada sonoridade de uma banda, no intuito de promovê-la segundo nichos de mercado e público previamente estabelecidos por estas próprias gravadoras.

3.4 – **Aumentem o volume! A rádio rock chegou!**

Abrimos neste ponto uma intersecção no APR para explanarmos a chegada da “89 FM” a rádio rock de São Paulo na cidade de Recife, isto por volta do final de 1991 e meados de 1992, de tal modo ao contextualizarmos este evento, percebemos que se tratava de um poderoso veículo de comunicação que adentrava em uma sociedade ainda povoada de pensamentos ditatoriais e ranços coloniais, ou melhor uma mentalidade, não

¹⁶¹ Paulo André Pires. Entrevista concedida a presente pesquisa em Recife, 03 de maio de 2008.

do público, mas dos empresários que não acreditavam no poder renovador veiculado pela nova rádio, mas apenas em se tratar de uma música eivada de preconceitos e severas rejeições por parte daqueles que de alguma forma poderiam patrocinar esta nova empreitada cultural na capital pernambucana.

Atentando-nos aos bons momentos vividos pela 89 FM, destacamos a referida entrada da rádio na capital pernambucana, como uma espécie de “divisor de águas” na mentalidade dos componentes das bandas, no tocante à promoção das bandas recifenses, já que, até então os grupos não possuíam espaço nas rádios pernambucanas para divulgarem seus trabalhos, nem mesmo os empresários da radiodifusão se interessavam em pautar tais músicos em suas programações.

Desta feita a “89 FM” buscou em sua curta existência, divulgar as bandas de rock pernambucanas, isto para a época (início dos anos 90) foi em certa medida “revolucionário” não no que tange à profundas mudanças, mas pautou a partir de então, artistas da cena rock de Recife que até então não haviam possuído espaço nas rádios locais, mesmo que há de se ressaltar que a programação da referida rádio ainda fosse pautada em bandas estrangeiras.

Entretanto, este sopro de “boas novas” e oportunidades, esbarrava em alguns empecilhos suscitados justamente pela falta de apoio de anos anteriores a estas bandas; das bandas pernambucanas de rock, apenas a “Tempo Nublado” e “Academia do Medo” possuíam discos com qualidade técnica para tocarem na rádio, mesmo que bandas como “Câmbio Negro HC” possuíssem discos, estes foram gravados de maneira precária, além do fato de ser uma banda de *Hardcore*, que para a época ainda era um estilo impraticável em uma rádio de caráter comercial.

Esta curta oportunidade oferecida pela “89 FM” suscitou nas bandas recifenses uma verdadeira corrida aos estúdios de gravação, no intuito de terem seus trabalhos divulgados na rádio, e é neste ponto que percebemos uma certa profissionalização das bandas, mesmo que incipiente, no tocante a uma inserção no mercado fonográfico local¹⁶².

Seu fechamento ocorreu de forma abrupta, em menos de um ano de funcionamento, como já citamos anteriormente a 89 FM foi rechaçada pelo

¹⁶² Quando definimos como inserção local no mercado fonográfico, salientamos que as referidas gravações dos vinis não possuíam distribuição nacional, nem mesmo eram apoiadas por alguma gravadora de médio ou grande porte, estando restritas principalmente, ao mercado recifense.

empresariado local, que visualizava a música veiculada pela rádio de forma extremamente depreciativa, muito embora o Sistema Brasil Nordeste de Comunicação, responsável pelo empreendimento, tenha alegado prejuízos sem maiores detalhes acerca da natureza destas perdas econômicas.

3.5 – Caranguejos com cérebro: “Da lama ao *Chaos*”¹⁶³.

A relação entre Chico Science e Nação Zumbi e o selo *Chaos* de propriedade da *Sony Music*, começa ainda em 1993, quando a banda assinou um pré-contrato com a gravadora na cidade de Recife após passados três meses da primeira edição do festival APR.

Algumas questões devem ser pontuadas acerca dos meandros que envolviam o contrato em questão, ou seja, produção do primeiro disco e o contrato em si, a relação com as rádios e a visão limitada que as mesmas possuíam com o tipo de som que a banda produzia, a aposta da banda no mercado exterior, a vendagem dos discos, as imposições da Sony no tocante ao mercado nacional, indisposições da banda com a referida gravadora e outras intempéries como a própria capa do primeiro disco.

Para a produção do disco “Da Lama ao Caos” a banda Chico Science e Nação Zumbi cogitou dois nomes para a produção do referido trabalho, *Bill Laslow* ou *Artur Lindsay*, ambos com experiência internacional e conhecedores da cena *New Age* dos Estados Unidos nos anos 80.

Porém, alegando os elevados custos que acarretariam à gravadora a vinda de um produtor estrangeiro para trabalhar no primeiro disco de uma banda ainda desconhecida do grande público brasileiro, o que seria muito arriscado, a opção encontrada pela Sony foi a contratação do ex-mutante Liminha para a produção do disco.

Consideramos em nossa pesquisa como a primeira indisposição da banda com a gravadora Sony, haja vista pelo próprio desconhecimento que Liminha possuía acerca da banda, pois o mesmo antes do início das gravações do disco, compareceu apenas a dois shows ao vivo de Chico Science e Nação Zumbi, tendo como principais fontes para

¹⁶³ “Chaos” referência ao selo alternativo da Sony Music que gravou os dois álbuns de Chico Science e Nação Zumbi, “Da lama ao Caos” e “Afrociberdelia”

a audição da banda, fitas cassete demo¹⁶⁴ com pouca qualidade técnica, além da inexperiência dos integrantes da banda em estúdio aliada à própria falta de recursos tecnológicos em gravar e equalizar de forma qualitativa o naipe de tambores da banda.

A partir do disco “Da Lama ao Caos” pronto em 1994, uma das primeiras tarefas do setor de marketing da gravadora foi colocar o disco para ser executado nas rádios comerciais de todo o país, entretanto um dos problemas encontrados pela Sony e conseqüentemente pela banda, foi o rótulo apontado pelas rádios especializadas em rock, ao taxar o som de Chico Science e Nação Zumbi como “regionalizado”, desta forma não atingindo de forma considerável o público cativo destas rádios.

Mesmo com a penetração na mídia dificultada por esta visão limitada do que era o som produzido pela banda, o empresário do grupo através dos contatos profissionais realizados no exterior, resolveu apostar na divulgação fora do Brasil, medida esta que em um primeiro momento não foi aprovada pelo setor comercial da empresa, gerando um certo mal estar pela própria incredulidade que a gravadora possuía em relação à banda com o primeiro trabalho recém-gravado.

Consideramos este fato como a segunda indisposição entre a banda e a gravadora, já que esta desconfiança se devia ao fato de que em abril de 1994 o disco e o CD “Da Lama ao Caos” foram lançados e apenas 5 mil cópias haviam sido vendidas nos seis primeiros meses, posto que o MangueBit havia conquistado um espaço de destaque na música brasileira pela mídia especializada desde então.

Este impasse entre a banda e a gravadora com relação a turnê internacional teve seu desfecho no primeiro trimestre de 1995, quando Chico Science e Nação Zumbi comunicou à Sony que iria realizar sua primeira turnê internacional, aproximadamente por 40 dias, passando pelos Estados Unidos e Europa.

Estas apresentações incluíam o *Summerstage Festival* no Central Park de Nova Iorque e mais sete países da Europa¹⁶⁵, contudo devemos salientar que esta turnê somente foi possível graças a ajuda que o Governo de Pernambuco proporcionou por intermédio de Pedro Mendes, Secretário Adjunto de cultura do governo de Miguel Arraes, tendo como titular da pasta o escritor Ariano Suassuna, que articulou 11 passagens aéreas com os seguintes trechos (Recife-Nova Iorque/ Nova Iorque-

¹⁶⁴ Abreviação para as fitas cassetes que serviam de demonstração para bandas desconhecidas se promoverem dentro do circuito cultural.

¹⁶⁵ Dentre estes países destacamos França, Bélgica, Holanda, Portugal, Inglaterra, Espanha e Alemanha.

Bruxelas/Bruxelas-Recife), percebemos neste ponto a falta de apoio da gravadora Sony com a banda Chico Science e Nação nesta empreitada estrangeira.

Com o retorno da banda, as propostas para apresentações em todo o Brasil aumentaram consideravelmente e o disco “Da Lama ao caos” que havia sumido das prateleiras devido as vendas reduzidas, retornou ao público consumidor de uma forma mais pungente.

Nesta repercussão positiva há um fator interessante, que serviu de catalisador na promoção da banda, não apenas no mercado nacional, mas especificamente para o público pernambucano, o Governo do Estado de Pernambuco contratou uma repórter de Recife que morava e trabalhava nos Estados Unidos havia alguns anos para cobrir a apresentação de Chico Science e Nação Zumbi no *Summerstage Festival* no Central Park de Nova Iorque.

Com o trabalho pronto, o mesmo foi enviado ao Brasil e colocado no ar pela TV Pernambuco quando a banda ainda estava excursionando pela Europa, o resultado foi extremamente positivo, principalmente com relação ao respeito que a banda havia conseguido a partir de então junto à gravadora *Sony* e ao público pernambucano.

A banda possuiu um relativo espaço de tempo para divulgar o primeiro disco, ou seja, mais de um ano e meio para participar de shows e programas de Tv no Brasil e no exterior durante este período, satisfazendo o setor de marketing da gravadora que exigia turnês mais extensas.

Contudo a banda não dispôs deste mesmo espaço de tempo para divulgar o segundo disco “Afrociberdelia” que foi gravado entre dezembro de 1995 e janeiro de 1996, pois outra turnê para a Europa havia sido marcada, prova disto foi a ausência da banda no lançamento do supracitado álbum.

A busca incessante por bons números com relação às vendas pela Sony, tanto do primeiro disco “Da Lama ao Caos”, como do segundo “Afrociberdelia”, gerou outras indisposições dos músicos com relação à gravadora, ou seja, a Sony antecipou a produção do clipe e do *single*¹⁶⁶ “*Manguetown*” em vários meses para aproveitar a divulgação do Hollywood Rock que seria realizado no início de 1995.

Mesmo com esta divulgação massiva o disco Afrociberdelia, embora tenha vendido 80 mil cópias nos seis primeiros meses, não agradou a gravadora que sempre

¹⁶⁶ O *single* caracteriza-se por ser a música escolhida de um determinado álbum para servir como música promocional de uma determinada banda, principalmente em vídeo clipes.

almejava números estratosféricos, ainda que outras táticas de mercado já tivessem sido adotadas além da promoção no *Hollywood Rock*, como a gravação da música “Maracatu Atômico”¹⁶⁷, mesmo após o disco *Afrociberdelia* estando quase pronto na sua fase de estúdio.



Capa de “Afrociberdelia”, Chico Science e Nação Zumbi, 1996, Chaos Sony Music

Porém, acreditamos que a maior indisposição entre a banda Chico Science e Nação Zumbi e a gravadora ocorreu após a gravação do segundo disco, quando a Sony sem o consentimento dos músicos, encomendou três remixes¹⁶⁸ da música *Maracatu Atômico*, com a clara intenção de alavancar as vendas, principalmente, para o público mais voltado ao contexto da música eletrônica.

Esta atitude impositiva da *Sony Music* gerou segundo PA um profundo mal estar nas relações entre a gravadora e a banda que para minimizar os danos com relação ao seu trabalho, solicitou à Cecília Mcdowell do Departamento Internacional de

¹⁶⁷ Composição de Jorge Mautner e Nelson Jacobina, regravada no disco *Afrociberdelia* de Chico Science e Nação Zumbi.

¹⁶⁸ As versões encomendadas pela Sony são as seguintes: *Maracatu Atômico (Atomic Version)*, *Maracatu Atômico (Ragga Mix)*, *Maracatu Atômico (Trip Hop)*.

Desenvolvimento da *Sony Music*, a retirada dos remixes nos CDs que seriam lançados no exterior ainda em 1996.

Em um panorama geral acerca das relações entre a banda e a gravadora Sony através do seu selo alternativo *Chaos*, percebemos que mesmo a banda possuindo um contrato padrão para a época com 10% dos royalties da venda dos discos, a postura dos músicos manteve-se de uma certa forma independente sob vários aspectos.

Esmiuçando estas características de uma forma mais premente, observamos que esta postura de independência esteve presente na confecção da capa do disco “Da Lama ao Caos”, mesmo que as grandes gravadoras da época possuíssem uma ideia bem formatada com relação às capas dos discos, distribuindo-as através dos gêneros musicais, ou seja, “o que era rock era rock, o que era música eletrônica era música eletrônica”¹⁶⁹.

Partindo desta premissa do estereótipo das capas, acreditamos que a própria Sony não soube trabalhar de forma eficiente a promoção de Chico Science e Nação Zumbi, ou mesmo como a gravadora iria rotular um som “irrotulável”, que passeava de forma híbrida por vários estilos musicais e tendências?

Mesmo que além das incompreensões do setor de marketing da Sony com relação ao produto que estavam tentando promover, havia uma falta de consentimento coletivo, até mesmo nas cores da capa, de um lado a banda desejava em preto e branco, do outro lado da balança havia a gravadora que a preferia muito colorida, alusão direta ao segmento *Axé Music*.

Nesta negociação prevaleceu uma espécie de meio termo entre as opiniões, ou: “a capa não pode ser preto e branco porque o som de vocês é uma coisa alegre, não tem nada a ver preto e branco, e já com a gravadora não poderia ser colorida demais senão corria o risco de cair no estereótipo da gravadora, querendo rotular a banda como *Axé*”¹⁷⁰

¹⁶⁹ DJ Dolores. Entrevista concedida a presente pesquisa, Fortaleza 12 de março de 2010.

¹⁷⁰ Idem



Capa de “Da Lama ao Caos”, Chico Science e Nação Zumbi, 1994, *Chaos Sony Music*.

Percebemos de uma maneira geral que esta postura pautada na independência da banda Chico Science e Nação Zumbi frente à gravadora Sony foi uma constante nesta relação de três anos, mesmo porque o maior retorno financeiro da banda era oriundo dos shows pelo Brasil e exterior, sendo os 10% de royalties insuficientes para manter uma banda com 8 integrantes e mais a sua produção.

Em suma acreditamos que este comportamento da banda dentro de uma *Major*, refletia em certa medida, um entendimento de como funcionava a Indústria Fonográfica perante as bandas que não frequentavam a grande mídia nacional massificada, pois a saída adotada para a sobrevivência foi a divulgação no exterior, que logo no início aprovou a novidade musical vinda dos trópicos, sem exotismos e com uma ideia permeada pela hibridação cultural.

Esta geração de músicos da década de 1990, assistiu aos momentos finais de uma Indústria Fonográfica que ainda buscava novos talentos em festivais, contratavam, financiavam e divulgavam estes respectivos trabalhos, pois no final da referida década a pirataria abalaria as estruturas destas gravadoras de uma forma irreversível e constante.

Em suma, analisando através de um panorama mais amplo o funcionamento desta Indústria Fonográfica brasileira da década de 1990, há certos pontos em nossa pesquisa que nos remete à compreensão de que os executivos destas grandes gravadoras, não conheciam de forma profunda o pop nacional da referida década,

transparecendo-nos a ideia de uma estagnação refletida ainda das décadas de 60, 70 e 80 com nomes consagrados da MPB, duplas sertanejas e bandas de rock remanescentes da década anterior.

3.6- Fomentando um samba no esquema novo.

Citamos anteriormente que muitas bandas do Grande Recife durante a década de 1980 e início da década de 1990, ainda trabalhavam sob os auspícios do amadorismo, fato comprovado por um número significativo de bandas que não possuíam discos gravados para divulgação nas rádios comerciais, além da própria inexistência de uma cadeia cultural auto-sustentável para estes músicos na cidade de Recife.

Para entendermos as relações que fomentaram a chegada do Mundo Livre S.A ao *mainstream* musical nacional, faz-se premente algumas ponderações que coadunam com os artifícios culturais que estes jovens músicos pernambucanos utilizaram na autopromoção das suas bandas, devidamente explicitados em nosso primeiro capítulo, como também os meandros e táticas de mercado utilizadas pelas *Majors* durante a década de 1990 em nosso segundo capítulo.

Destarte algumas experiências pessoais de Fred 04, líder da banda Mundo Livre S.A e um dos principais fomentadores de toda a movimentação em Recife, desde os programas de rádio, bandas de garagem, trabalhos na imprensa pernambucana, release “Caranguejos com Cérebro”, até o reconhecimento com a banda que estava em atividade desde 1984, tendo o primeiro disco gravado somente em 1994.

A usina cultural que fomentou todos os elementos que iriam compor o primeiro disco do Mundo Livre S.A, “Samba Esquema Noise”, pairavam sobre a quietude da cidade de Recife que permanecia incólume às novidades musicais que surgiam em vários pontos da cidade, outrossim, era modulada pela inquietude cultural de um jovem jornalista, oriundo da classe média de Jaboatão dos Guararapes.

Este arquipélago de ideias que serviu de força motriz para a banda sair do anonimato e conseqüentemente, entalhar seu primeiro registro fonográfico, conjuga-se com a própria composição de influências que o músico Fred 04, ameahou durante os anos de garagem que o grupo vivenciou.

A partir da ideia de uma sonoridade diversificada, Fred 04, juntamente com seu irmão Fábio e dois outros músicos, iniciaram a empreitada sonora, destilando os mais diversos estilos musicais, buscando um punk rock tocado com um cavaquinho e dançante como o “Tábua de Esmeraldas”¹⁷¹ de Jorge Ben, ou:

Não espere nada do centro/se a periferia está morta/ pois o que era velho no Norte/ se torna novo no Sul/ eu tenho feito samba pesado/ misturado sons, inventado estilos/ eu venho repensando o sucesso/ e destruindo a camada de ozônio/ eu venho perseguindo bandidos/ pedindo a pena de morte/ receitando psicotrópicos/ aplicando eletro choques/ e destruindo a camada de ozônio/ eu só queria ser Romário¹⁷².

Entre um estilo inventado, ou um sucesso repensado, Fred 04 uniu experiências, aglutinou ideias em torno da necessidade de movimentação cultural que a Recife da década de 1990 mais ansiava, não levando à prática ideias gigantescas ou mesmo ações impraticáveis, apenas o conceito difundido entre os artífices de cooperativismo cultural.

Contudo a entrada destes artífices contemporâneos na produção e consumo de bens culturais, requer antes de tudo uma tomada de consciência, ou seja, o exercício da produção de ações culturais deve ser uma constante nestes agentes da contemporaneidade especificamente, ou: “O agente cultural é, aqui um animador é dele que parte a ação nessa terminologia teológica, é ele o criador¹⁷³”.

Entretanto podemos fazer algumas ressalvas com relação ao agente cultural citado anteriormente; devemos defini-lo não apenas como um manipulador de massas, especialmente as urbanas, mas colocá-lo de uma forma ampla como qualquer indivíduo que promova a cultura, seja ele músico, ator, pintor, escultor, dramaturgo, produtor cultural, ou até mesmo o empresário que de alguma forma prática o mecenato..

3.7 – O canto geral nos guetos do Recife.

Ao analisarmos a trajetória da vida cultural de Fred 04, percebemos a inquietude e o interesse pela música contemporânea, não apenas brasileira, mas em um contexto mundial, desde sua infância com os discos de seresta de seu pai, passando pelos vinis de

¹⁷¹ **Tábua de Esmeraldas** é o décimo primeiro álbum do cantor e compositor Jorge Ben lançado em 1974 pela gravadora Philips, segundo Fred 04 após escutar o referido disco sua concepção sobre música sofreu profundas mudanças no que tange às influências sonoras.

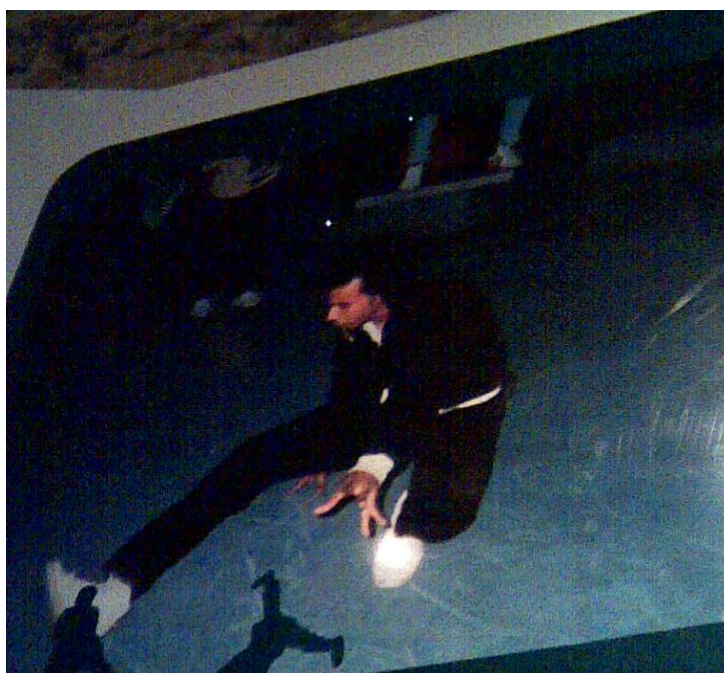
¹⁷² MONTENEGRO, Fred. Destruindo a camada de ozônio. In: Mundo Livre S.A. **Samba Esquema Noise**. São Paulo: Banguela Records/ Warner Music, 1994. 1 CD. Faixa 02 (03 min. 52 seg).

¹⁷³ Coelho, op.cit. p.16.

rock ou discoteca da adolescência, ou mesmo sua fase punk antes do curso de jornalismo concluído na Universidade Federal de Pernambuco, em suma a música sempre esteve presente na vida deste artífice do ManguêBit.

O interesse pela cultura urbana, em especial a música, fez com que Fred 04 e um grupo de colegas do curso de jornalismo, dentre eles Renato L, iniciassem a confecção de um jornal acadêmico denominado de “Gueto”, que além de servir como um trabalho curricular do referido curso, tinha como grande intenção segundo Fred 04 a pesquisa e a divulgação das coisas que aconteciam nos Guetos de Recife.

Foi justamente nesta experiência acadêmica que Fred 04 e Renato L travaram o primeiro contato com esta cena underground das gangues de break e hip hop de Recife, conhecendo também dois integrantes destes grupos que mais tarde formariam o “núcleo mangue”, Chico Vulgo que mais tarde seria conhecido como Chico Science e Jorge Du Peixe, ambos moradores do Bairro de Rio Doce, periferia de Olinda.



Chico Vulgo (futuro Chico Science) nos bailes de *break* da periferia de Olinda, década de 1980.

Além deste primeiro contato pessoal entre Fred 04, Renato L, Chico Science e Jorge Du Peixe, há outras nuances que podem ser destacadas, ou seja, primeiramente estamos cômnicos que este encontro não suscitou nada de especial ou mesmo extraordinário entre estes jovens, porém abriu as “janelas culturais” para dois jovens universitários de classe

média, que até então possuíam contatos do circuito cultural recifense, basicamente restritos aos grupos de punk rock e hardcore da cidade.

Segundo Fred 04, esta experiência de pesquisa em campo, abriu um outro olhar sobre a cultura presente na cidade, reforçada por outra experiência ainda na Universidade, com o programa “Canto Geral”¹⁷⁴, que também servia como estágio curricular, sendo esta a mais decisiva na relação entre Fred 04 e Renato L, com relação a uma parceria cultural, que se consolidou durante os anos seguintes com outros programas de rádio¹⁷⁵ e conseqüentemente com o futuro release “Caranguejos com Cérebro”.

Em um contexto mais profissional da radiodifusão, Fred 04 antes do reconhecimento da banda Mundo Livre S.A, trabalhou na rádio Transamérica em Recife no início da década de 1990 como radialista, nesta oportunidade o músico travou contato direto com produtores culturais, empresários, de bandas, divulgadores de gravadoras, dentre eles Roger de Reno divulgador da *Warner*, além de participar de grandes lançamentos de discos na capital pernambucana.

Logo após a conclusão do curso de jornalismo, Fred 04 também desenvolveu a função de repórter da TV Jornal de Pernambuco, com pautas voltadas para o circuito noturno de shows na cidade de Recife, assim conheceu nesta época bandas de rock do *mainstream* nacional que se apresentavam na cidade, segundo o próprio músico entrevistando praticamente todos os grupos que compunham o *Brock*.

Preconizando estas experiências amadoras ou profissionais de Fred 04, percebemos que o mesmo possuía de fato uma clara noção do funcionamento, ou melhor, das relações que envolviam as bandas e gravadoras, conseqüentemente, as táticas de mercado utilizadas por estas empresas na produção e principalmente, na divulgação destas bandas para o grande público.

Esta noção acerca dos meandros mercadológicos fonográficos, pautavam a própria postura do músico frente a autopromoção realizada por ele e pelos outros artífices, como também pela própria postura da banda Mundo Livre S.A diante das

¹⁷⁴ O programa “**Canto Geral**” já era realizado na rádio universitária, sendo caracterizado por fazer um apanhado da MPB desde os anos 50 com a Bossa Nova, passando pela Jovem Guarda, até artistas mais contemporâneos.

¹⁷⁵ Dentre estes outros programas salientamos o programa “**Décadas**” já descrito em nosso primeiro capítulo, como também programas realizados durante a efervescência do ManguêBit como o “**ManguêBeat**” que foi ao ar pela FM Caetés e o programa “**Manguetronic**” difundido pela Internet, ambos sob o comando do jornalista Renato L.

negociações, sugestões e até mesmo certas imposições das *Majors* a respeito da identidade da banda¹⁷⁶, seja pelo tipo de música, formação de componentes, aquisição de novos instrumentos, ou mesmo a entrada de novos integrantes.

Este entendimento do mercado fonográfico perpassou as ideias do músico bem antes mesmo da gravação do seu primeiro disco com o Mundo Livre S.A “Samba Esquema Noise”, isto é, referimo-nos ao release elevado à categoria de manifesto pela imprensa local “Caranguejos com Cérebro”, pois a intenção principal era fugir do padrão de release das gravadoras, quando as mesmas iriam promover alguma banda.

A intenção dos mesmos era criar realmente uma certa estranheza logo que o texto chegasse às redações dos jornais pernambucanos, fato comprovado e perpetuado posteriormente, pois como já citado anteriormente, o texto foi renomeado por Marcelo Pereira do Caderno C do Jornal do Comércio e logo após a sua publicação no Estado de Pernambuco, a imprensa nacional, principalmente os jornais do Brasil e revistas especializadas tomaram conhecimento de um manifesto escrito por jovens artistas da Cidade de Recife.

É importante ponderarmos que estas táticas de autopromoção, com relação à indumentária, vocabulário próprio, discurso pautado na diversidade cultural, conceitos e principalmente, em um release escrito e divulgado na imprensa, conduziu os produtores da *Sony* e *Warner* na primeira turnê do Mundo Livre S.A, a defenderem a ideia de que as bandas do ManguêBit não precisariam utilizar o setor de marketing das referidas *Majors*, pois os mesmos já possuíam o marketing da movimentação completamente pronto.

Havia em todo este contexto das negociações entre as bandas do ManguêBit, em especial o Mundo Livre S.A, que segundo Fred 04 “era uma postura de anti-marketing, que de uma certa forma era um marketing”¹⁷⁷, pois como citado anteriormente com relação às mudanças propostas à banda, a Indústria Fonográfica almejava a diluição desta postura da Mundo Livre S.A no intuito de criar uma padronização do som produzido pela banda.

¹⁷⁶ Segundo Fred 04 dentre outras sugestões da gravadora, incluíam-se a entrada de alfaías para a banda se parecer com a Nação Zumbi, a contratação de uma voz feminina para dividir os vocais com Fred 04, estas mudanças iriam render turnês extremamente lucrativas, porém foram negadas pela banda, pois segundo o músico estas transformações iriam descaracterizar a banda e sua sonoridade.

¹⁷⁷ Entrevista concedida a presente pesquisa, Fortaleza 01 de outubro de 2009.

3.8 - A boca cheia de dentes no *Banguela Records*.

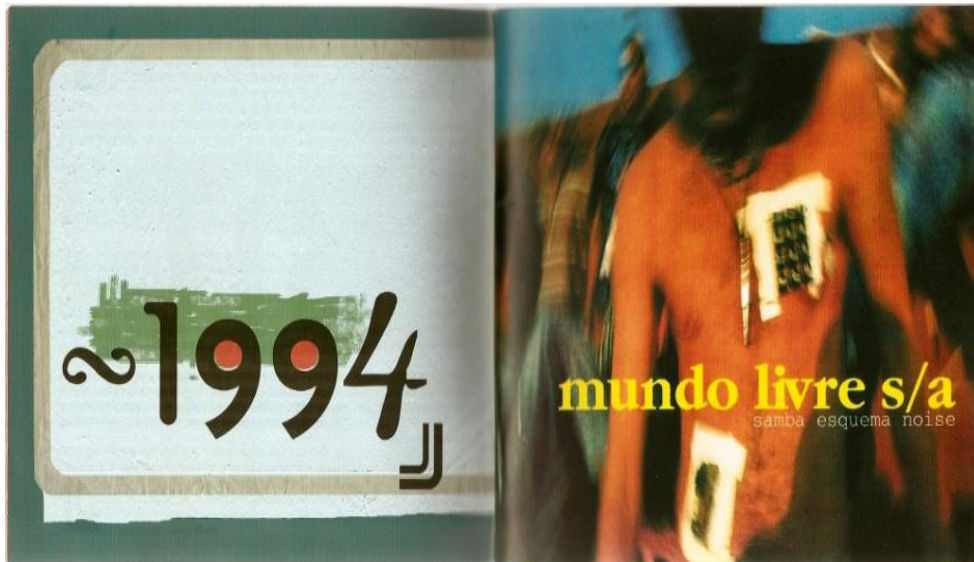
O desejo do Mundo Livre S.A em possuir um fonograma começa bem antes da assinatura do contrato com o *Banguela Records*, pois esta ideia de possuir um disco, ou mesmo participar de algum, tomou forma antes de 1994, quando as duas bandas Mundo Livre S.A e Chico Science e Nação Zumbi, uniram esforços e iniciaram as gravações de um disco independente, composto por duas ou três músicas para cada banda, e o restante do disco seria dividido para as bandas Lamento Negro, Vinícius Enter, etc.

A referida coletânea receberia o nome de “Caranguejos com Cérebro” ou “*Chamagnatus Granulatus Sapiens*”, ressalte-se que a produção do referido trabalho já havia iniciado com três músicas gravadas no estúdio *DB3* em Recife, a partir de 16 canais, sendo produzido pelos próprios músicos das bandas, porém pela falta de patrocínio e devido aos compromissos de ambas as bandas as gravações foram suspensas indefinidamente.

Com a primeira turnê nacional do Mundo Livre S.A em 1993 a *Sony Music* além de propor um contrato para a gravação do primeiro disco de Chico Science e Nação Zumbi, propôs à banda de Fred 04 a participação em uma coletânea capitaneada pelo selo alternativo *Chaos*, através de uma ou duas músicas contidas no supracitado disco.

Contudo a Mundo Livre S.A não aceitou a referida proposta, tendo aceito a proposta anterior de um disco solo, feito pelo *Banguela Records*, produzido por Carlos Eduardo Miranda e Charles Gavin, que para os padrões da época promoveram uma certa autonomia à banda em estúdio, nas composições e postura promocional.

Esta relativa liberdade concedida à banda durante as gravações do primeiro disco “Samba Esquema Noise”, foi pautada em atitudes que também serviram, como autopromoção, não apenas da banda e do disco em si, mas de toda a movimentação que acontecia na capital pernambucana, ou seja, segundo Fred 04 ao intitular a música “MangueBit” com *BIT* de computadores, foi proposital no intuito de se fazer um contraponto com o *BEAT* da imprensa especializada.



Capa do disco “Samba Esquema Noise”, Mundo Livre S.A, Banguela Records 1994.

Entretanto estamos plenamente cientes do caráter bilateral que um contrato entre uma banda que deseja seu fonograma, e uma gravadora que anseia por grandes lucros, não possua perdas para ambas as partes, sendo isto agravado quando se trata de bandas pautadas no circuito alternativo como o Mundo Livre S.A¹⁷⁸, com vendas consideradas inexpressivas para uma *Major*.

Acreditamos que a Mundo Livre S.A mesmo fazendo parte do *cast* de uma gravadora como a *Banguela Records*, subsidiária da *WEA*, possuiu em muitos aspectos a autonomia nas composições e produção do seu disco, fator extremamente raro para uma banda iniciante no *mainstream* musical nacional e oriunda do circuito underground da capital pernambucana.

Observamos que as músicas que compõem o primeiro disco, foram escritas bem antes do reconhecimento das bandas pelo público e gravadoras, ou seja, haviam sido escritas quando a Mundo Livre S.A era de fato uma banda de garagem da região metropolitana do Grande Recife, que não imaginaria sacudir a cidade poucos anos depois com sua sonoridade.

Analisando de uma forma mais intrínseca todas as composições do supracitado disco, percebemos que apenas algumas temáticas estão diretamente relacionadas com o release manifesto caranguejos com cérebro; apenas as músicas “MangueBit”, “rios

¹⁷⁸ A banda Mundo Livre S.A somente possuiu seu primeiro empresário, quando estavam na turnê do primeiro disco que já havia sido gravado e lançado.

(smart, drugs), pontes e overdrives”, “cidade estuário”, outrossim há também músicas que estão permeadas pela acidez e a crítica social características de Fred 04, como as canções “a bola do jogo”, “livre iniciativa”, “homero o junkie”, “saldo de aratu”, “sob o calçamento (se espumar é gente)”, “samba esquema noise”; ou mesmo músicas fomentadas sob os auspícios da irreverência e porque não dizer, da influência direta de Jorge Ben como as composições “uma mulher com W maiúsculo”, “musa da ilha grande”.

Entretanto há interseções neste constructo musical, como a música “ o rapaz do b... preto”, que serve como uma espécie de confluência sonora, congregando as principais características das composições citadas anteriormente, ou:

Olha só quem vem chegando/ é o rapaz do bonezinho preto/ com um bonezinho lindo/ esperto, quente e preto como esse/ qualquer contribuinte vira super-homem/ qualquer recifense vira paulistano/ seu design é radical/ suas linhas transgressivas/ isso não é só um bonezinho/ é um tratado de estética aplicada/ nordestino – reservista de primeira/ Severino - brasileiro de segunda¹⁷⁹

Percebemos a intenção do compositor em deflagrar uma crítica irreverente ao contexto no qual os nordestinos estão imersos no “Sul maravilha”, ou melhor poderíamos entender este boné como o capacete de um operário retirante que engrossa as fileiras do vasto exército de reserva das megalópoles brasileiras, em especial a capital paulistana, como também o termo “estética”, que poderia muito bem neste caso ser substituído pela palavra “estereótipo”, quando nos referimos às linhas transgressivas do macacão, bota, capacete, etc.

O sujeito aqui é representado e apresentado por um samba nervoso, de cavaquinho acelerado, acompanhado por uma percussão recheada de tamborins que nos remetem a uma escola de samba, não menos importante do que a própria canção que denota como no próprio coro ao fundo “olha só”, a chegada de um amigo, um familiar, ou melhor do nordestino de volta aos seus patrícios, agora como contribuinte, com um estética “implicada” em interações geográficas maliciosas.

¹⁷⁹ MONTENEGRO, Fred. O rapaz do b... preto. In: Mundo Livre S.A. **Samba Esquema Noise**. São Paulo: Banguela Records/ Warner Music, 1994. 1 CD. Faixa 01 (04 min. 12 seg).

3.9 – Entrecruzando experiências sonoras.

Em muitas oportunidades uma pergunta sempre foi feita na academia, ou mesmo na própria mídia: O que é a música ManguêBit? Verdadeiramente há nesse questionamento uma espécie de facilitação do entendimento por parte da maioria das pessoas no entendimento de uma sonoridade tão heterogênea, ou melhor uma tentativa de rotular, não pejorativamente, mas mecanicista de qual tipo de música ou músicas que Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A executaram na década de 1990.

Em nossas observações ao longo da pesquisa, na audição dos quatro supracitados discos¹⁸⁰, nas entrevistas nas quais realizamos para o presente trabalho, podemos perceber que primeiramente não há uma música composta pelas bandas que nos remeta a um rótulo definitivo e indique tal composição como símbolo do ManguêBit, há entretanto várias vertentes sonoras neste caldeirão de ritmos.

Por conseguinte acreditamos que as músicas que mais representam o ManguêBit além de estarem contidas nos quatro discos, são possuidoras de letras diretamente inspiradas no release *Caranguejos com Cérebro*, ou seja, em nosso entendimento as músicas que poderíamos considerar não como um estilo denominado ManguêBit, mas composições que realmente representam a ideia da movimentação cultural que estes jovens artistas proporam ao Brasil na década de 1990, tem como mote o subscrito release.

Esta livre e propositada inspiração no release pode ser observada em músicas de ambas as bandas, pois são verificadas expressões, termos dentre outras ideias pertencentes ao *Caranguejos com Cérebro*, como exemplo disto podemos observar a música Cidade Estuário do Mundo Livre S.A, ou:

Maternidade / diversidade / Salinidade / Fertilidade / Produtividade / Recife cidade estuário / Recife cidade és tu / Água salobra, desova e criação / Matéria orgânica, troca e produção / Recife cidade estuário / És tu .../ (mangue injeta, abastece, alimenta, recarrega as baterias da Veneza esclerosada, destituída, depauperada, embrutecida ...) / Manguê Manguetown / cidade complexo / Caos portuário / Berçário / Caos / Cidade estuário.¹⁸¹

¹⁸⁰ Os discos nos quais nos referimos são “Da lama ao caos” e “Afrociberdelia” de Chico Science e Nação Zumbi, e “Samba Esquema Noise” e “Guentando a Ôia” do Mundo Livre S.A.

¹⁸¹ MONTENEGRO, Fred. Cidade Estuário. In: Mundo Livre S.A. **Samba Esquema Noise**. São Paulo: Banguela Records/ Warner Music, 1994. 1 CD. Faixa 10 (05 min. 05 seg).

A existência e inúmeros termos presentes no release, principalmente nas questões biológicas, são evidentes, como também as metáforas relativas ao MangueBit, no que concerne à injeção e saciedade cultural que a capital pernambucana necessitava naquele momento, não vislumbrando apenas uma cidade construída sob os mangue e rios costeiros, mas um ser vivo de lama, concreto e vida por todos os lados.

Assim como Chico Science e Nação Zumbi que versou de forma mais contundente o release no primeiro disco produzido pela banda, a temática do mangue ficou também menos evidente no disco “Guentando a ôia” do Mundo Livre S.A, possuindo um caráter muito mais político, diferentemente de Chico Science e Nação Zumbi que em seu segundo disco “Afrociberdelia” o fio condutor, foi a busca por uma sonoridade diferente baseada na música brasileira, ou como podemos observar:

Faminto e calmo o samba chegou/ Domingo de todos os lados/ Daqui pra ali de lá pra cá/ Pode se escutar o som daqui do Brasil/ Lembro quase tudo que sei/ E organizando as ideias/ Lembro que esqueci de tudo/ Mas, eu escuto o samba!¹⁸²

Não era apenas a fome de samba que moveu Chico Science e seus camaradas nesta empreitada sonora, pois as ideias de experimentações musicais foram colocadas em pauta no referido disco, como na presente canção, em um samba entrecortado por um contra-baixo psicodélico, tendo as alfaías como marcadoras do ritmo deste samba envenenado, assim como o groove da guitarra de Lúcio Maia enervada de efeitos sonoros.

Entrecruzando as experiências sonoras de ambas as bandas percebemos os pontos em comum que jovens suburbanos do Nordeste brasileiro, possuíram nas músicas compostas por eles, e como estas mesmas canções oxigenaram a música brasileira do final do século XX, abrindo novas perspectivas sonoras para grupos que apareceram no *mainstream* musical brasileiro posteriormente.

Não há como negar que algo diferente aconteceu no início da década de 1990 na latitude¹⁸³ -08° 03' 14 e na longitude 34° 52' 52", em que a distopia de uma metrópole brasileira foi em certa medida transformada através da utopia de alguns agitadores culturais, que em um curto espaço de tempo, transformou-se em um nascedouro de possibilidades, sejam elas musicais, sociais, culturais, enfim como os próprios artífices

¹⁸² SCIENCE, Chico. Samba do lado. In: Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD. Faixa 07 (03 min. 47 seg).

¹⁸³ Estas coordenadas geográficas representam a cidade de Recife exatamente no globo terrestre.

do ManguêBit versaram no release *Caranguejos com Cérebro* “Basta injetar um pouco de energia na lama e estimular o que ainda resta de fertilidade nas veias do Recife”, deixando entender que eram sabedores da receita da metamorfose cultural que a cidade de Recife e conseqüentemente o Brasil há muito necessitavam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o que nos propomos nesta dissertação de mestrado, mesmo que a inquietação de pesquisador esteja sempre presente, acreditamos que tenha sido discutido e apresentado ao longo dos capítulos do presente trabalho as hipóteses que levaram jovens músicos pernambucanos à fomentarem um belo capítulo da música contemporânea brasileira.

As perspectivas apresentadas até agora, e principalmente aquelas que ficaram em aberto, indica-nos que um longo caminho foi percorrido, mesmo com uma infinidade de fontes devido ao caráter extremamente contemporâneo do nosso objeto de pesquisa, o que nos encaminhou muitas vezes em terrenos movediços, porém os riscos foram percebidos e assumidos, principalmente quando tratamos com a memória de pessoas ainda vivas, mesmo que nosso objeto não incorra nos terrenos perigosos e obscuros da ditadura militar ou qualquer outro assunto desta natureza, cabe-nos a responsabilidade de digerir um banquete preparado a apenas alguns anos pela seara musical brasileira contemporânea.

Para aqueles que esperavam que a periferia estivesse morta, parafraseando Fred 04, engano deles, ou melhor, enganos, pois do local onde menos se esperava algo de positivo, em qualquer sentido, dentre eles o cultural, a cidade de Recife pariu alguns jovens artistas que através do ímpeto juvenil inerente à qualquer indivíduo, buscaram e ousaram além de pontes, rios e *overdrives*.

Pautamos uma boa discussão acerca da etimologia que melhor caberia ao MangueBit, somos sabedores da importância de uma denominação apropriada e certamente, não fugimos à regra no que tange a uma terminologia que coaduna com o objeto de pesquisa.

Nesta perspectiva ousamos ao propor uma terceira via para denominarmos o MangueBit de uma maneira em que valorizasse a ideia de diversidade, juntamente com outras prerrogativas, como a própria necessidade dos jovens músicos em criar uma cadeia cultural diversificada e auto-sustentável em Recife.

De fato, o caminho percorrido para tal conclusão não possui um caráter mais sedutor junto aos meios midiáticos, ou melhor não possui um apelo comercial mais pungente, pois *“Ao criar um rótulo, um manifesto, uma “atitude”, criou-se também um*

chamariz para a imprensa e demais divulgadores culturais para dar visibilidade a esta produção.”¹⁸⁴

De certo foi percebido que pela alma multifacetada do MangueBit, não ficou claro um consenso entre a academia, jornalistas, e os próprios artífices do que seria o MangueBit, ou seja, cena, movimento, cooperativa cultural, etc.

Portanto, assentamos nas indicações apontadas por nossas fontes, e nas nossas análises das obras que versam sobre o tema e percebemos que o título “movimentação” denota movimento enquanto resultados obtidos pelos jovens músicos, ação enquanto agitadores culturais de um mercado artístico estagnado; e cooperativismo, ajuda, parceria a partir do momento em que estes músicos dividiram o palco com artistas há muito esquecidos, como Mestre Salustiano, Lia de Itamaracá, dentre outros.

A noção de renovação e modernização, um outro lugar entre o velho e o novo, ou ainda, entre o secular e o contemporâneo, direcionou-nos para a compreensão de todo um arcabouço cultural presente no MangueBit, a partir das experiências pessoais de cada indivíduo que compôs este constructo artístico, sejam elas acadêmicas ou não, proporcionadas por dançarinos de rua, produtores culturais, artistas plásticos, ou quaisquer outros sujeitos citados anteriormente em nossos capítulos.

Assim, percebemos e estamos cômicos do trabalho coletivo que permeou o MangueBit, uma vez que verificamos o sentido de cooperação do bem comum em prol do fortalecimento de uma realidade cultural que há muito eles buscavam, foi o cerne desta movimentação.

Ao caracterizarmos o MangueBit como produto das usinas culturais contemporâneas de Recife, podemos nos valer de recursos metafóricos e comparamos nossos artífices como operários em uma espécie de trabalho cotidiano de produção e promoção da cultura em vários sentidos.

Dentre nossas postulações anteriores, verificamos que várias táticas foram utilizadas por estes jovens músicos e apresentadas como “saídas”, demonstrando que a fronteira entre a criatividade e a necessidade é muito tênue, ou seja, as possibilidades, os artifícios colocados em prática, delinearam uma clara intenção em se auto-promover, não apenas no cenário musical pernambucano, mas em todo o Brasil.

¹⁸⁴ MOURA, Luciana Ferreira. **Do mangue para o mundo**: o local e global na produção e recepção da música popular brasileira. Campinas: tese de doutorado em Ciências Sociais, UNICAMP, 2004.p.251.

Os caminhos apresentados no decorrer desta pesquisa, foram iniciados na busca da autopromoção, bem antes dos artífices lograrem um reconhecimento expressivo por parte de algum segmento social, principalmente midiático.

Por conseguinte o release “caranguejos com cérebro” tomado pela imprensa como manifesto, foi o ponto de partida, e, em nosso entendimento, o mote de toda a movimentação, no que diz respeito aos conceitos versados e propagados a partir do referido release, dentre eles a ideia central de “uma parábola enfiada na lama”.

Como foi verificado, a partir desta ideia dos pés fincados na lama fértil da tradição, e os ouvidos voltados para as novidades exteriores, o ManguéBit propôs algumas releituras e posteriores resignificações importantes acerca da cultura pop do século XX, dentre elas a leitura atualizada e condizente da indumentária do punk londrino, para a realidade de uma capital nordestina do final do século XX, como Recife.

Presenciamos as convenções necessárias e deveras inteligente da utilização das vestimentas como um artifício carregado de simbolismos, ou melhor, a partir de um visual promovido pelos manguéboys, percebemos que havia toda uma carga cultural trazida das feiras livres do Grande Recife, o grande “shopping popular” da maioria da população recifense, mesmo que esta indumentária não estivesse eivada de agressividade, contestação social, ou coisas do tipo, referentes ao punk londrino, foi vislumbrado a intenção dos jovens pernambucanos em causar também um choque visual, não de repulsa ou coisas do gênero, mas um sinal da auto-identificação das camadas mais humildes em reconhecer-se naqueles jovens que se vestiam com as mesmas roupas utilizadas por eles mesmos no cotidiano.

Aos olhos de quem vislumbra o ManguéBit, é percebido que não se trata apenas de uma estética musical que conduza nosso objeto, mas várias estéticas, que o fomentaram, como apresentado anteriormente.

Como fenômeno urbano da cultura contemporânea brasileira, o ManguéBit dialogou e trouxe para a atualidade, influências e características presentes em outros momentos relacionados anteriormente, ou como poderíamos subscrever, a antropofagia cultural se fez presente no ManguéBit para com a Bossa Nova e principalmente, o Tropicalismo.

Nesta esteira não linear, porém pautada na riqueza de estilos, foram por nós compreendidos os pontos em comum que destacaram estes três momentos históricos da música brasileira como de maior relevância no contexto do reconhecimento proposto pela academia, mídia e público em geral.

Dentre estas convergências estéticas, acreditamos que a própria necessidade de desconstruir paradigmas, a abertura para o novo, a coragem de experimentar em maior ou menor escala, enfim entendemos que a temática predominante que alicerçou estes três momentos supracitados, foi decididamente a capacidade de absorver influências sonoras anteriores e torná-las atuais para os seus respectivos contextos.

A busca por uma compreensão elevada de meandros que elevaram o MangueBit à inserção no mercado fonográfico brasileiro, e a óptica destes jovens artífices com relação a esta indústria fonográfica que se fazia presente de forma contundente no Sudeste brasileiro na referida época, moveu-nos e direcionou-nos para uma ampla explanação e consequente entendimento da indústria fonográfica em todo o seu contexto histórico, principalmente relacionada à década de 1990, em especial ao MangueBit.

Neste contexto da década de 1990 em que o mercado musical brasileiro estava dilatado por uma avalanche de ritmos, artistas e bandas, sejam eles relacionados ao pagode, rock, funk, sertanejo, ou qualquer outro, como também por uma gama variada de gravadoras *Indies* que serviram como “trampolim” para o sucesso, o MangueBit enveredou por outro caminho nas veredas do *mainstream* musical para o reconhecimento, ou seja, os selos alternativos de propriedade das *Majors*, porém com orçamentos bem mais modestos.

Percebemos de uma maneira geral que a tradução das culturas contemporâneas realizada pelos artífices do MangueBit, serviu como plataforma e alicerce ao mesmo tempo, isto é, foi decisiva na projeção desta movimentação no cenário nacional e mundial, como também reforçou as bases deste constructo de paredes porosas em que as trocas simbólicas fazem-se necessárias e porque não dizer, vitais.

Para Gueiros Júnior, “*o universo comercial da música é um meio peculiar bem diverso dos demais segmentos de mercado*”¹⁸⁵, desta forma ao propormos um amplo entendimento do formato música e sua consequente comercialização desde seus

¹⁸⁵ GUEIROS JÚNIOR, Nehemias. **O direito autoral no Show Business**. Tudo o que você precisa saber, volume I. A música. Rio de Janeiro: Editora Gryphus, 1999. p.39.

primórdios industriais, cabe expor o que se pode concluir acerca das convergências que limitam a indústria fonográfica à busca incessante por lucros durante décadas, como também destacarmos as peculiaridades de cada período que convergiram em um decênio marcado pela heterogeneidade de estilos, como também pela terceirização e profunda segmentação características da década de 1990.

Assim, compreendemos por períodos este processo de reestruturação e racionalização da indústria fonográfica iniciado no final da década de 1970, acentuado na década de 1980 e desaguando na década de 1990, estabelecido sob o forte signo da segmentação, aliada à terceirização, diversidade de ritmos explorados e popularização do formato CD no mercado brasileiro.

Desta perspectiva, convém reconhecermos o poderio cultural e econômico que as *Majors* amealharam durante um longo período de atuação no Brasil, mesmo que tenhamos assistido a casos isolados como os das gravadoras Rozenblit, Som Livre e o selo *Artesanal*.

Levando-se em conta o universo sonoro presente na música contemporânea brasileira, o tempo e o capital trataram de forjar uma conjuntura fonográfica no Brasil condizente com sua multiplicidade de ritmos, em que o papel de canais de televisão como a MTV, as diferentes vozes emanadas dos mais diversos segmentos musicais explorados nos anos 90, serviram como amálgama de uma década entrecortada por inúmeras tendências.

Frente a tantas causas e efeitos, creditamos a inserção no *mainstream* musical de Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S.A nos selos alternativos *Chaos* e *Banguela Records*, pertencentes à *Sony Music* e *WEA* respectivamente, ao som de caráter híbrido e diferente, que seduziu as *Majors* que há muito procuravam nos festivais de música, bandas e artistas que preenchessem a lacuna deixada pelo BRock, no intuito de atingir o público jovem.

Poder-se-ia dizer em um entendimento mais direto, que alguns pontos caracterizavam Recife no final da década de 1980 e início da década de 1990 como incipiente e amador no que tange ao mercado musical, para tanto servimo-nos de diversas análises para compreender que havia a existência de uma espécie de barreira em relação aos outros grandes centros irradiadores de cultura no Brasil, o cenário musical enquanto cadeia auto-sustentável não era viável para as bandas que na sua

grande maioria habitavam ainda as garagens e galpões como o Mundo Livre S.A, com algumas exceções, dentre elas Câmbio Negro H C, Templo Nublado e Academia do Medo.

Podemos considerar em síntese, que alguns fatos que perpassaram a década de 1990 no Grande Recife, delinearão a cultura musical de forma decisiva deste período, pois a capital pernambucana funcionou como um chamariz para novas possibilidades de promoção da cultura, sejam elas através de bares como o “Soparia”, rádios especializadas em rock como a “89 FM”, ou mesmo festivais de música como o APR, que ajudaram em todos os seus momentos de alguma forma na consolidação do que entendemos até então como a movimentação ManguêBit.

Somos sabedores que esse trabalho, por enquanto fica aqui, ficarão outras vertentes, ou até mesmo lacunas, não por desvios, ou quaisquer outros infortúnios, mas estes hiatos servirão como inquietude, como o um repensar das experiências sonoras vivenciadas em Recife na década de 1990, assim, percebemos que as possibilidades de entendimento de um mesmo objeto são inúmeras, ou “*Mil caminhos chegarão aos mesmos lugares. Todos os caminhos um caminho*”¹⁸⁶. Assim desta forma resta-nos o desejo de em um curto espaço de tempo, para talvez explorarmos este público que recebeu tão bem essa novidade oriunda da cidade estuário, ou mesmo desnudar esses dois momentos histórico-musicais brasileiros que se valeram da antropofagia cultural, e definitivamente, possamos novamente enfiar o pé na lama e catar alguns caranguejos desse riquíssimo ecossistema cultural denominado de ManguêBit.

Estas experiências sonoras fizeram-nos perceber e reforçar que o ManguêBit foi acima de tudo um grande pacto pela cultura pernambucana, reforçando nosso conceito de movimentação cultural, uma parceria bem sucedida de jovens artistas em busca de um bem comum, ou seja, um habitat cultural auto-sustentável.

As leituras e releituras propostas por estes artífices demonstraram ao Brasil que as negociações culturais com os opostos, convergem para um propósito, uma finalidade em que não haja perdas para nenhuma parte, assim o ManguêBit o fez com o secular e o contemporâneo, dosou na medida certa e valorizou as influências que perpassaram suas vidas enquanto sujeitos sociais dotados de memória em algum momento, fazendo com

¹⁸⁶ LIMA, Tânia Maria de Araújo. **Teia de sincretismo**: uma introdução à poética dos mangues. Recife: Tese de Doutorado em letras e lingüística, UFPE, 2007.p.359

que um circuito energético começasse a funcionar na cidade, desentupindo as artérias da Manguetown, criando assim a nova cara da música contemporânea brasileira.

BIBLIOGRAFIA E FONTES

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 2006.

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALBERTI, Verena. **Manual de história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

ALVIM, Rosilene e GOUVEIA, Patrícia. (Orgs.). **Juventude anos 90**. Rio de Janeiro: Editora contra capa, 2000.

BENSON, Daniel. **A satellite Dish in the Shantytown Swamps: Musical Hybridity in the “ New Scene” of Recife, Pernambuco, Brazil**. University of Texas at Austin, 2001.

BERMAN, Marshall. **Todo Que é Sólido Desmancha no Ar**. São Paulo: C&A das Letras, 1996.

BIVAR, Antônio. **O que é Punk**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BOULEZ, Pierre. **A música hoje 2**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

BURKE, Peter. BRIGGS, Asa. **Uma História Social da Mídia** . Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 2000.

_____. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos Multiculturais da Globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1981.

CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos: Uma Exploração das Híbridizações Culturais**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

CASTRO, JOSUÉ DE. **Geografia da fome (o dilema brasileiro: pão ou aço)**. São Paulo: Brasiliense, 1967.

CALDAS, WALDENYR. **Iniciação à música popular brasileira**. São Paulo: Ática, 1989.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

_____. **O que é ação cultural?** São Paulo: Brasiliense, 2002.

DAPIEVE, Arthur. **Brock: O rock brasileiro dos anos 80**. São Paulo: Editora 34, 1995

DIAS. Márcia Tosta. **Os Donos da Voz**. Indústria Fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo editorial, 2000.

FEATHERSTONE, Mike. **Pós-Modernismo e Cultura de Consumo**. São Paulo: Studio Nobel, 1996

_____. **Cultura Global: Nacionalismo, Globalização e Modernidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

_____. **O Desmanche da Cultura: Globalização, pós-modernismo, Identidade**. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

FERREIRA, Marieta de Moraes. AMADO, Janaína. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2005.

FREYRE, Gilberto. **Nordeste**. Rio de Janeiro: Ed. Record, 1989.

FREIRE, Paulo. **Ação Cultural para a liberdade e outros escritos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.

FREITAS, Sônia Maria de. **História oral: possibilidades e procedimentos**. São Paulo: Humanitas, 2002.

FREITAS, Verlaine. **Adorno e a arte contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

GIDDENS, Anthony. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**. São Paulo: Companhia das letras, 2001.

GUEIROS JÚNIOR, Nehemias. **O direito autoral no Show Business**. Tudo o que você precisa saber, volume I. A música. Rio de Janeiro: Editora Gryphus, 1999.

GUELFI, Maria Lúcia Fernandes. **Identidade Cultural numa Perspectiva Pós-Moderna**. Rio de Janeiro: Niterói, 1996.

JAMBEIRO, Oton. **Canção de massa: as condições de produção**. São Paulo: Pioneira, 1975.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, David. **A Condição Pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.

HERSCHMANN, Micael. **Abalando os Anos 90: Funk, Hip Hop. Globalização, Violência e Estilo Cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

HOBSBAWN, Erick. **História Social do Jazz**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

JAGUARIBE, Helio. **Um Estudo Crítico da História**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2001.

JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. **A Oralidade dos velhos na Polifonia urbana**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2003.

- LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean Claude. **História dos jovens I**. São Paulo: Companhia das letras, 1996.
- LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Editora paz e terra, 2000.
- LIMA, Tânia Maria de Araújo. **Teia de sincretismo**: uma introdução à poética dos mangues. Recife: Tese de Doutorado em letras e lingüística, UFPE, 2007.
- LIMA, Tatiana. **Manguebeat da cena ao álbum**: performances midiáticas de Mundo Livre S.A e Chico Science e Nação Zumbi. Salvador: dissertação de mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA, 2007.
- LIRA, Ana. **A maravilha mutante** – Batuque, sampler e pop na música pernambucana dos anos 90. Dissertação de mestrado em comunicação social da UFPE. 2002.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço, cultura popular e lazer na cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- MARKMAN, Rejane Sá. **Música e Simbolização**. Manguebeat: contracultura em versão cabocla. São Paulo: Editora AnnaBlume, 2007.
- MARTINS, Gustavo Bolognani. **É o amor**. Lugares- comuns na música brasileira por suas rimas. São Paulo: USP, 2007.
- MEIHY, Carlos Sebe Bom. **Manual de História Oral**. Loyola, São Paulo, 1996.
- MELO NETO, Moisés. **Manguetown** – A representação do Recife (PE) na obra de Chico Science e outros poetas do movimento Mangue (“ A Cena Recifense dos Anos 90”). Recife: Dissertação de mestrado em letras na UFPE, 2003.
- _____. **Chico Science**: a rapsódia afrociberdética. Recife: Edições Ilusionistas, 2001.
- MOURA, Luciana Ferreira. **Do mangue para o mundo**:o local e global na produção e recepção da música popular brasileira. Campinas: tese de doutorado em Ciências Sociais, UNICAMP, 2004.
- NASCIMENTO. Francisco Gerardo Cavalcante do. **A Cadeia MangueBeat**. In: DAMASCENO, Francisco Jose Gomes. MENDONCA, Amaudson Ximenes Veras. **Forcaos**: Muito além do sexo, drogas e rock and roll; músicas, culturas e contemporaneidades juvenis. Fortaleza: EDUECE, 2007.
- _____. **A Estética MangueBit**: uma mutação na indústria cultural brasileira da década de 1990. In: DAMASCENO, Francisco Jose Gomes. **Experiencias Musicais**. Fortaleza: EDUECE, 2008.
- _____. **“MangueBit”**: Mutaçao da Cultura Popular na Contemporaneidade Musical; Uma Antologia Rítmica na Recife da década de 1990. Fortaleza: monografia de graduação, UECE, 2007.
- NAVES, Santuza Cambraia. **Da Bossa Nova à Tropicália**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

SALDANHA NETO, Manuel Romário. **Caos e pós-modernidade na cultura pernambucana** – A estética do mangue. Recife: Dissertação de mestrado em letras pela UFPE, 2004.

PUTERMAN, Paulo. **Indústria cultural: A agonia de um conceito**. São Paulo: Perspectiva, 1994.

RIBEIRO, Getúlio. **Do tédio ao caos, do caos à lama: Os primeiros capítulos da cena musical mangue**, Recife – 1984/1991. Uberlândia. Dissertação de mestrado em História, UFU.

RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

SOUZA, Cláudio Morais de. **“Da lama ao caos”**: A construção da metáfora mangue como elemento de identidade / identificação da cena mangue recifense. Recife: dissertação de mestrado em Sociologia pela UFPE, 2002.

TEIXEIRA, Paulo César Menezes. **“Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar”**. A geração mangue e a (Re)construção de uma identidade regional. Recife: Dissertação de mestrado em Ciência política pela UFPE, 2002.

TELES, José. **Do frevo ao MangueBeat**. São Paulo: Editora 34, 2000.

VARGAS, Herom. **Hibridismos musicais de Chico Science e Nação Zumbi**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

VAZ, Gil Nuno. **História da Música Independente**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil**. A trajetória da indústria entre as décadas de 60 e 90. São Paulo: USP, 2002.

_____ **A música popular e as novas tecnologias de produção digital**. São Paulo: UNICAMP, 1996.

Z Aidan, Michel. **O Fim do Nordeste e Outros Mitos**. São Paulo: Ed: Cortez, 2000.

Artigos de jornais e revistas

FENERICK, José Adriano. A globalização e a indústria fonográfica da década de 1990. Uberlândia: **Revista Artcultura**, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Manguebit** e novas estratégias de difusão diante da reestruturação da Indústria Fonográfica. Rio de Janeiro: **CONECO**: 1º Congresso de estudantes de pós-graduação em comunicação do Rio de Janeiro, 2006.

MARCHI, Leonardo. **Indústria Fonográfica Independente Brasileira**: debatendo um conceito. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005.

_____. **A angústia do formato**: uma história dos formatos fonográficos. Rio de Janeiro: **Compós**, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação.

NAPOLITANO, Marcos. VILLAÇA, Mariana Martins. **Tropicalismo**: As relíquias do Brasil em debate. São Paulo: Revista Brasileira de História volume 18 nº 35, 1998.

NASCIMENTO, Francisco Gerardo Cavalcante do. O papel do ManguêBit na música contemporânea brasileira. In: **Anais do VI Congresso Português de Sociologia: Mundos Sociais: Saberes e Práticas**. Lisboa: APS, 2008.

SOUSA, Moacir Barbosa. **Rádio e História**. A indústria fonográfica e a música popular brasileira como fonte de estudos históricos. São Paulo: V Congresso Nacional de História da Mídia. 2007.

VICENTE, Eduardo. **A música independente**: uma reflexão. São Paulo: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ, 2005.

Revista **TRIP** edição nº 86. Matéria “O Brasil de Chico”. Editora Trip. Fevereiro de 2001.

Vídeos

A lama a parabólica e a rede. Direção: Rejane Calazans e Clarisse Vianna. IÁIÁ Filmes. Duração 17 minutos e 52 segundos, 2008.

DVD **Nação Zumbi** “Propagando”. Gravadora Trama. 2004.

Baile Perfumado. Direção : Paulo Caldas e Lírio Ferreira. Distribuição: Riofilme. Duração: 93 minutos, 1997.

Fim de semana especial Chico Science. MTV. Duração 62 minutos, 1997.

O rap do pequeno príncipe contra as almas sebosas. Direção: Paulo Caldas e Marcelo Luna. Raccord Produções Artísticas, Riofilme e Consórcio Europa. Duração 90 minutos, 2000.

Sites Consultados

www.adpd.org.br/abpd.htm (Associação Brasileira dos Produtores de Discos)

www.abrilprock.com.br/2010/index.html

www.nacaozumbi.com.br

www.aponte.com.br

www.bacana.com.br

www.manguebit.org.br

www.manguetronic.com.br

www.rabisco.com.br

www.trama.com.br

www.ifpi.org (International Federation of Phonographic)

Discografia comentada

- **Chico Science e Nação Zumbi**

Chico Science e Nação Zumbi. **Da lama ao caos**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1994. 1 CD.

Chico Science e Nação Zumbi. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Chaos/ Sony Music, 1996. 1 CD.

- **Mundo Livre S.A**

Mundo Livre S.A. **Samba Esquema Noise**. São Paulo: Banguela Records/ Warner Music, 1994. 1 CD.

Mundo Livre S.A. **Guentando a ôia**. São Paulo: Excelente Discos/ Polygram, 1996. 1CD.

ANEXO

Perfil dos entrevistados

1 - Entrevistado: Renato Braga Lins (Renato L).

Renato L foi produtor de programas de rádio como o Décadas e o New Rock na década de 1980, foi produtor e apresentador de programas como o ManguéBeat e o Manguetronic (Internet), atualmente é Secretário de Cultura da Prefeitura de Recife.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.
- Profissão do Entrevistado: Jornalista e DJ.
- Local da Entrevista: Cidade de Recife / Centro.
- Datas das Entrevistas: 18/01/06 – 25/07/2007
- Tempo das gravações: 02 hs , 12 min

2 - Entrevistado: Sandro Pontes

Sandro Pontes foi amigo de infância, adolescência de Chico Science e acompanhou toda sua carreira artística até sua morte, seu depoimento foi relevante para o contexto público dentro da nossa pesquisa desde a graduação.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.
- Profissão do Entrevistado: Representante comercial
- Local da Entrevista: Cidade de Olinda / Centro Histórico.
- Data da Entrevista: 20/01/2006
- Tempo de gravação: 58 min

3 - Entrevistado: Rogério Homem de Melo (Roger Man)

Roger Man foi músico da banda Eddie que figurava na cena musical pernambucana antes do ManguéBit e continuou após o sucesso do ManguéBit, como uma das referências da música contemporânea pernambucana, atualmente é vocalista das bandas Bom Sucesso Samba Clube, e Roger Man e os Santos de Guerrilha.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.
- Profissão do Entrevistado: Músico
- Local da Entrevista: Cidade de Olinda / Centro Histórico.
- Datas das Entrevistas: 19/01/06 - 24/07/2007
- Tempo das gravações: 02 hs, 03 min, 08 seg.

4 - Canibbal

Canibbal figura entre uma das maiores expressões da cena punk brasileira, sua carreira musical vem desde a década de 1980 bem antes do ManguéBit, atualmente é vocalista da banda Devotos, conhecida antes como Devotos.

- Entrevistado: Canibbal
- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.
- Profissão do Entrevistado: Músico
- Local da Entrevista: Cidade de Recife / Comunidade Alto Zé do Pinho
- Data da Entrevista: 23/07/2007

- Tempo de gravação: aproximadamente 1h: 11min.

5 - Entrevistado: Quinho de Caetés

Músico popular da cidade de Olinda, vivenciou o revitalização das manifestações populares de Pernambuco após o advento do ManguêBit, tendo excursionado pela Europa com Lia de Itamaracá.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.

- Profissão do Entrevistado: Músico

- Local da Entrevista: Cidade de Olinda / Centro Histórico.

- Data da Entrevista: 26/07/2007

- Tempo de gravação: aproximadamente 56 min.

6 - Entrevistado: Dona Aurinha do Côco.

Atualmente representa uma das forças do côco no Estado de Pernambuco, vivenciou o revitalização das manifestações populares de Pernambuco após o advento do ManguêBit.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.

- Profissão do Entrevistado: Música

- Local da Entrevista: Cidade de Olinda / Centro Histórico.

- Data da Entrevista: 26/07/2007

- Tempo de gravação: aproximadamente 54 min.

7 - Entrevistado: Roger de Renor

Roger de Renor ex-promoter da gravadora Warner na década de 1980, proprietário dos bares Soparia e Pina de Copacabana, foi um dos donos de casas de shows que abriram as portas para as bandas do ManguêBit no início da Cena, atualmente apresenta o programa Som na Rural pela TV Brasil.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.

- Profissão do Entrevistado: Agitador cultural.

- Local da Entrevista: Cidade de Recife / Bairro do Recife Antigo.

- Data da Entrevista: 22/11/2008

- Tempo de gravação: aproximadamente 1 hr 25min.

8 - Entrevistado: João da Percussão

Músico profissional da cidade de Recife, mais precisamente do Bairro de Santo Amaro, João da percussão vivenciou o florescimento da Cena musical de Recife, ganhando assim oportunidades de emprego no meio artístico, atualmente é músico da banda Roger Man e os Santos de Guerrilha.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.

- Profissão do Entrevistado: Músico

- Local da Entrevista: Cidade de Olinda / Bairro do Santo Amaro.

- Data da Entrevista: 28/07/2007

- Tempo de gravação: aproximadamente 45min.

9 - Entrevistado: Paulo André Pires

Foi o primeiro empresário da banda Chico Science e Nação Zumbi, idealizador e produtor do Festival abril pro Rock que acontece em Recife desde 1993 e serviu de vitrine para muitas bandas da cena musical de Recife, dentre elas Chico Science e Nação Zumbi, Mundo Livre S.A, Mombojó, Querosene Jacaré, Jorge Cabeleira e o dia em que todos nós fomos inúteis, entre outras. Atualmente André Pires é produtor da Mundo Livre S.A e continua realizando anualmente o Festival Abril pro Rock.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.
- Profissão do Entrevistado: Produtor cultural
- Local da Entrevista: Cidade de Recife / Centro.
- Data da Entrevista: 01/05/2008
- Tempo de gravação: aproximadamente 1 hr 29min.

10 - Entrevistado: José Teles

Jornalista profissional do Jornal do Comércio, foi um dos profissionais da imprensa hemerográfica que apoiaram o MangueBit desde os primórdios da Cena, ou seja, quando os jovens artífices ainda realizavam festas promocionais pela cidade de Recife.

- Entrevistador: Francisco Gerardo Cavalcante do Nascimento.
- Profissão do Entrevistado: Jornalista
- Local da Entrevista: Cidade de Recife / Centro
- Data da Entrevista: 29/07/2007
- Tempo de gravação: 1 hr 02 min

11 – - Entrevistado: Fred 04

Jornalista por formação acadêmica, vocalista e líder da banda Mundo Livre S.A desde sua fundação, representa um dos principais artífices da movimentação MangueBit.

- Profissão: Músico.
- Local da entrevista: Fortaleza
- Data da entrevista: 01/10/09
- Tempo de gravação: 54 minutos

12 – - Entrevistado: DJ Dolores

Músico e designer gráfico, atualmente excursiona pelo país e o exterior com a sua banda Orquestra Santa Massa, DJ Dolores é um dos artistas que participou ativamente da movimentação do MangueBit desde seu início, como também é um dos responsáveis pela concepção da capa do primeiro álbum de Chico Science e Nação Zumbi “Da lama ao caos”.

- Profissão: Músico e Designer Gráfico
- Local da entrevista: Fortaleza
- Data da entrevista: 12/03/10
- Tempo de gravação: 38 minutos