

O SAMBA E SUAS FRONTEIRAS:  
"PAGODE ROMÂNTICO" E "SAMBA DE RAIZ"  
NOS ANOS 1990

UFRJ

EDITORA

EDITORIA

UFRJ

**UFRJ**

*Reitor* Aloisio Teixeira

*Vice-reitora* Sylvia Vargas

*Coordenadora do Fórum  
de Ciência e Cultura* Beatriz Resende

**Editora UFRJ**

*Diretor* Carlos Nelson Coutinho

*Coordenadora Executiva* Fernanda Ribeiro

*Conselho Editorial* Carlos Nelson Coutinho (presidente)

Charles Pessanha

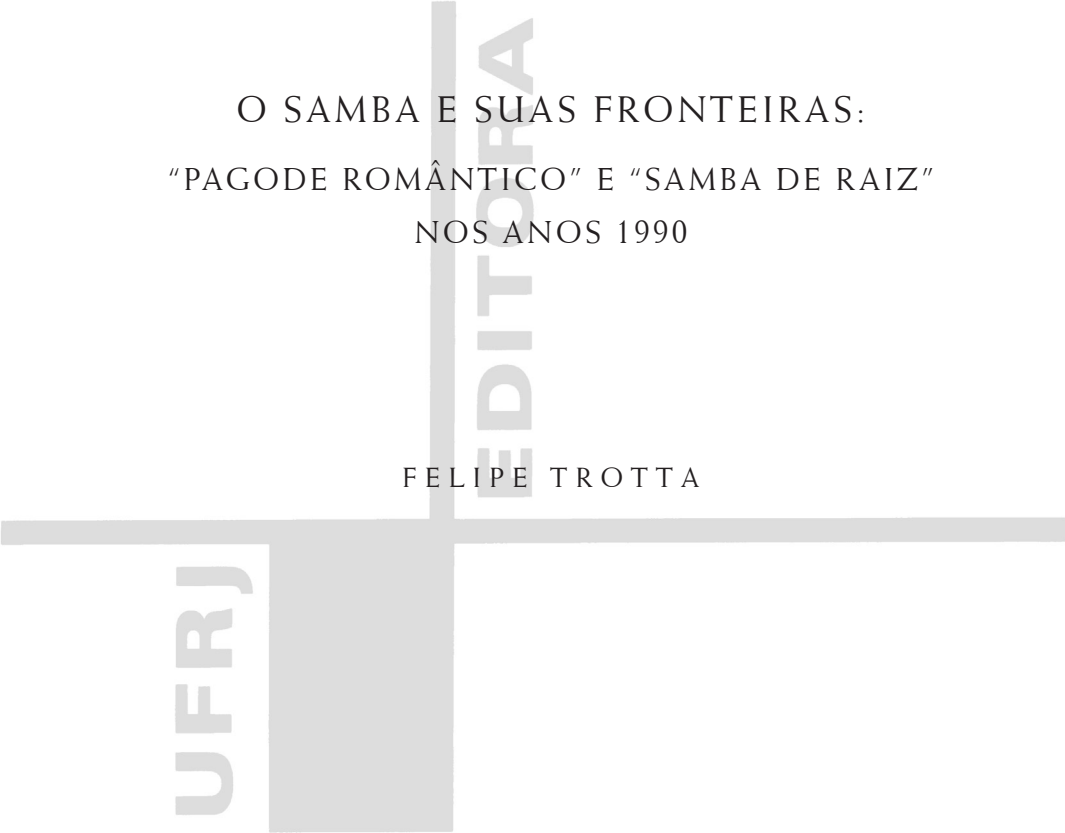
Diana Maul de Carvalho

José Luís Fiori

José Paulo Netto

Leandro Konder

Virgínia Fontes



O SAMBA E SUAS FRONTEIRAS:  
"PAGODE ROMÂNTICO" E "SAMBA DE RAIZ"  
NOS ANOS 1990

FELIPE TROTTA

EDITORA UFRJ  
2011

Copyright © 2009 Felipe da Costa Trotta

Ficha Catalográfica elaborada pela Divisão de Processamento Técnico – SIBI/UFRJ

Trotta, Felipe

T858s O samba e suas fronteiras: “pagode romântico” e “samba de raiz” nos anos 1990. / Felipe Trotta. – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2011. (Col. História, Cultura e Ideias, v. 12)

304 p.; 16 x 22 cm

1. Música popular – Brasil. 2. Samba. 3. Samba de raiz. 4. Pagode romântico. 5. Indústria cultural. I. Título.

CDD: 781.63

ISBN 978-85-7108-349-3

EDIÇÃO DE TEXTO

Vânia Garcia

REVISÃO

João Sette Camara

Josette Babo

CAPA E PROJETO GRÁFICO

Alice Brito

EDITORACÃO ELETRÔNICA

Thiago de Moraes Lins

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Fórum de Ciência e Cultura

Editora UFRJ

Av. Pasteur, 250, sala 100

CEP: 22290-902 Praia Vermelha

Rio de Janeiro, RJ

Tel./Fax: (21) 2542-7646, 2295-0346

e (21) 2295-1595 r. 226

Distribuição (21) 2541-7946

<http://www.editora.ufrj.br>

Apoio:



Fundação Universitária  
José Bonifácio



UFRJ

EDITORA

*À Gabi,  
Ana e Nina,  
as mulheres da minha vida*

**UFRJ**

**EDITORIA**

# SUMÁRIO

|   |     |
|---|-----|
| AGRADECIMENTOS  | 9   |
| PREFÁCIO<br><i>Carlos Sandroni</i>                    | 13  |
| APRESENTAÇÃO  | 17  |
| INTRODUÇÃO  | 19  |
| 1. O MERCADO DE MÚSICA                                | 25  |
| O que é o mercado de música?                          | 25  |
| A circulação de músicas e símbolos                    | 35  |
| Música popular e “standardização”                     | 38  |
| O mercado de música jovem                             | 44  |
| Consumo e classificações                              | 52  |
| 2. O SAMBA NO MERCADO: A CONSTRUÇÃO<br>DE UM PARADOXO | 63  |
| A categoria “samba”: sonoridade e padrão polirrítmico | 63  |
| Origens: o samba negro                                | 75  |
| Uma relação paradoxal                                 | 81  |
| Nacional <i>versus</i> estrangeiro                    | 92  |
| A mediação: “padrinhos” e “madrinhas”                 | 96  |
| 3. MÚSICA POPULAR E LEGITIMIDADE                      | 105 |
| A invenção da MPB e o “bom gosto” musical             | 105 |

EDITORIA

|  |            |
|--|------------|
| Samba e modernidade  | 113        |
| Samba <i>versus</i> MPB  | 119        |
| O pagode dos anos 1980   | 124        |
| Música popular romântica   | 131        |
| Samba e amor   | 143        |
| <b>4. O PAGODE ROMÂNTICO</b>   | <b>153</b> |
| O fenômeno Raça Negra  | 155        |
| Ecos do Raça Negra: Negritude Júnior   | 163        |
| Ecos do Raça Negra: Só Pra Contrariar  | 172        |
| É o amor!  | 179        |
| Sonoridade   | 188        |
| Uma outra batida   | 193        |
| O mercado de música nos anos 1990  | 200        |
| <b>5. SAMBA "DE RAIZ" VERSUS PAGODE ROMÂNTICO:<br/>A LEGITIMIDADE EM DISPUTA</b> | <b>209</b> |
| "Raiz" e "pagode"  | 209        |
| Juízos de valor e o valor dos juízos   | 217        |
| O negro e o samba  | 236        |
| Um traço de união: o preconceito   | 248        |
| <b>6. SAMBA E DIVERSIDADE ESTÉTICA</b>   | <b>257</b> |
| Mudanças do samba no mercado   | 257        |
| <i>Majors</i> em crise e novas gravadoras  | 265        |
| Uma intensa circulação de sambas   | 270        |
| <b>CONCLUSÃO</b>   | <b>279</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>  | <b>285</b> |



## AGRADECIMENTOS

Diversas pessoas colaboraram direta ou indiretamente na elaboração deste livro. Devo destacar em primeiro lugar os diversos músicos e sambistas com quem convivi nesses últimos vinte anos e que ajudaram a consolidar saberes e reflexões sobre samba, música, mercado, enfim, sobre a própria vida em sociedade. Já no âmbito acadêmico, agradeço aos professores Ricardo Tacuchian, Martha Ulhôa, Elizabeth Travassos e Samuel Araújo, que motivaram e orientaram meu interesse pela pesquisa musicológica e etnomusicológica. Como desdobramento desse interesse, procurei o curso de doutorado da Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ, onde obtive importantes estímulos de diversos professores, representados aqui por Micael Herschmann e Ilana Strozenberg, que deram contribuições valiosíssimas para aprimorar a consistência da tese. Agradeço ao meu orientador, Carlos Alberto Messeder Pereira, que com sua precisão e síntese teve colaboração decisiva na clareza e na organização final do texto. Devo um “muito obrigado” especial aos professores Carlos Sandroni, que teve múltipla e fundamental participação nesta publicação (referência teórica, membro da banca e autor do prefácio), e João Freire Filho, pelas várias intermediações.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo apoio financeiro indispensável, e ao próprio Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicação, que, ao abraçar o meu projeto, provou que a interdisciplinaridade não é só um nome grande e pomposo, mas uma opção acadêmica.

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





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

Rildo Hora

**UFRJ**

**EDITORIA**

## PREFÁCIO

*Carlos Sandroni*

O livro que o leitor tem em mãos traz uma contribuição valiosa à bibliografia sobre a música brasileira e pertence simultaneamente a duas séries, por assim dizer, dentro desta bibliografia. A primeira, a série dos livros sobre samba: uma das mais antigas, e talvez a mais canônica. Começa com Francisco Guimarães (o Vagalume), autor do pioneiro *Na roda do samba*, de 1933; e segue com Sérgio Cabral, Nei Lopes, Marília Barbosa e tantos outros, chegando até os trabalhos recentes de Wander N. Frota, Roberto M. Moura e José Adriano Fenerick, todos citados aqui.

A outra série, mais recente e bem menos canônica, felizmente vem crescendo a cada ano. É a dos livros sobre gêneros considerados comerciais, americanizados, de baixa qualidade ou tudo isso junto, como os de Hermano Vianna sobre o *funk* carioca, de Mônica Leme sobre *É o Tchan*, de Paulo César de Araújo sobre a música cafona, sem esquecer a tese pioneira, e infelizmente ainda inédita, de Samuel Araújo sobre o brega.

Assim, o assunto deste livro, salvo prova em contrário, é o samba – talvez o tema mais debatido da música brasileira. Mas, entre todos os sambas possíveis (e eles são mais do que costumamos suspeitar), Felipe Trotta escolheu tratar exatamente de um, cujo próprio pertencimento ao gênero recebeu e recebe os maiores questionamentos: o pagode romântico dos anos 1990.

Terão sido mesmo os maiores? Saber o que pode ou não ser chamado de samba é uma discussão imanente ao gênero – e talvez, pensando bem, a qualquer gênero. Foi assim na famosíssima polêmica entre Donga e Ismael Silva, para

saber se samba era *Pelo telefone* ou *Se você jurar*; assim é na discussão sobre a bossa nova, e até sobre os sambas-enredo do Carnaval carioca.

Mas Felipe tem excelentes argumentos para mostrar a singularidade do assunto que escolheu. O caso do pagode romântico, segundo o autor, traz para dentro do samba, pela primeira vez, certos patamares de profissionalismo e preocupação com a boa imagem pública, característicos de uma concepção mais totalizadora da música como produto comercial. Isto se contrapõe à cultivada visão do samba como música espontânea, comunitária e improvisada. A coexistência entre as duas “imagens”, a comercial e a comunitária, nota ainda Felipe, já existia em certa medida pelo menos desde *Pelo telefone* (em que, como mostrou Flávio Silva, o papel de Donga foi em certa medida também “empresarial”). Ela veio acompanhando a história do gênero como um paradoxo constitutivo. Mas nos anos 1990, com o sucesso de Raça Negra, Negritude Júnior e Só Pra Contrariar, este paradoxo parece se resolver com a afirmação definitiva do aspecto comercial. Ao comentar a discussão, por vezes acalorada, que então se estabelece entre “pagode” e “samba de raiz”, o trabalho de Felipe alcança um de seus pontos altos.

O autor é um músico escrevendo sobre música, um violonista acompanhador de sambas escrevendo sobre samba. Participou nos anos 1990 do grupo Família Roitman, como participou e participa de rodas de samba sempre que a oportunidade se apresenta. Além disso, antes de migrar para o doutorado em Comunicação, onde gestou o presente livro, teve formação acadêmica em música: é formado em composição e tem mestrado na área, com dissertação sobre Paulinho da Viola. Estes componentes musicais da sua formação e das suas atividades não são condição para dizer algo relevante na área, nem garantia de qualidade. Mas possibilitam enfoques mais internos dos assuntos musicais, baseados em um tipo muito especial de “observação participante”. Felizmente, vamos vendo em nosso panorama editorial cada vez mais exemplos de músicos escrevendo sobre música, o que se soma à produção também crescente de autores oriundos de outras áreas.

Onde quer que haja criatividade, nenhuma fronteira de gênero musical jamais estará totalmente segura. Isto, no entanto, não torna a ideia de “fronteiras musicais” obsoleta, ao contrário: torna mais acesos os debates sobre este tema

fundamental entre músicos, ouvintes, pesquisadores e leitores. No Brasil, o caso das fronteiras do samba é emblemático, e o trabalho de Felipe é de agora em diante referência indispensável para discuti-lo.



**UFRJ**

**EDITORIA**



## APRESENTAÇÃO

Este livro é uma versão ligeiramente modificada de minha tese de doutorado, defendida em 2006 no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Egresso da Escola de Música da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Uni-Rio), onde passei mais de uma década estudando música e musicologia, ingressei na Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ em busca de ferramentas para analisar o mercado de música e, mais especificamente, o mercado de samba. Ao final do mestrado em Musicologia, estava convencido de que um dos aspectos que mais me cativava no fazer musical era exatamente suas variadas formas de circulação pela sociedade e suas implicações afetivas, musicais, identitárias e simbólicas.

A escolha do samba como objeto foi uma consequência natural de minha proximidade com o tema. Frequentando sambas, tocando com músicos e sambistas e ouvindo muitos e muitos discos, tenho convivido diariamente com suas simbologias, seu repertório e sua riqueza musical, poética e estética. No samba fiz amigos, conheci minha mulher, e com ele, construí uma identificação profunda. O período analisado neste livro coincide exatamente com o início de minha atuação profissional como músico, e foi a partir dela que comecei a elaborar as questões que motivaram meu interesse pela pesquisa acadêmica. Redigido nos quatro anos do curso de doutorado, é possível dizer que o texto foi, na verdade, concebido desde o início da década de 1990 e, de certa forma, é resultado dessa vivência como músico e admirador, associada a uma curiosidade “científica” pelas discussões que giram em torno do samba,

seus protagonistas e suas simbologias – o tal “estranhamento” de que falam nossos colegas antropólogos.

Busquei deixar evidente o caráter notoriamente multidisciplinar da pesquisa (melhor seria dizer “bidisciplinar”), ladeando debates (etno-)musicológicos com discussões clássicas do campo da comunicação. Por um vício musicológico incorrigível, algumas discussões musicais mereceram a transcrição de curtos exemplos em partitura que facilitam a compreensão dos argumentos para os iniciados, mas, de forma alguma, atrapalham a leitura daqueles que não dominam o código musical escrito, pois são apenas ilustrações.

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

## INTRODUÇÃO

O samba vive um momento especialmente favorável no mercado musical. É fácil verificar isso nos lançamentos fonográficos, na programação das casas noturnas, nas inúmeras rodas semanais que ocorrem em várias cidades e até mesmo nas trilhas de novelas. O gênero está presente em vários setores da sociedade brasileira e também entrou na Academia, sendo tema central de várias teses e dissertações que abordam uma grande diversidade de aspectos do fazer musical samba. Alguns desses trabalhos foram publicados e engrossaram a já grande estante literária dedicada ao gênero e aos seus protagonistas.<sup>1</sup>

Grande parte da literatura disponível sobre samba aborda direta ou indiretamente a relação entre o gênero e o mercado, ou, se preferir, a indústria cultural. Quase sempre as duas categorias são tratadas como espaços simbólicos opostos, vivendo em um ambiente comum de constante tensão. Samba e mercado parecem, em certa medida, coisas incompatíveis.<sup>2</sup> E não é à toa! De fato, o samba desenvolveu com o mercado, durante quase todo o século XX, uma relação paradoxal. Por um lado, os sambistas sempre desejaram integrar e participar do mercado, colhendo os lucros proporcionados pelo sucesso dimensionado em bases massivas: dinheiro e prestígio. No entanto, esteticamente, o gênero elegeu como principal referência o fazer musical amador, caracterizado pelo encontro de amigos, vizinhos e parentes no espaço físico e simbólico do “fundo de quintal”. Desta forma, os valores amadores e informais do espaço comunitário das rodas de samba chocam-se com a crescente rigidez profissional do mercado, que, no decorrer da segunda metade do século XX, buscava ampliar seu público por meio de estéticas e referências “universais”. A oposição entre samba e mercado se desdobra, então, em outras dicotomias

como “tradição” e “modernidade”, “amadorismo” e “profissionalismo”, “nacional” e “estrangeiro”, “*showbiz*” e “fundo de quintal”.

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

Instaurou-se então um intenso debate sobre o próprio gênero, suas características, seus elementos, seu quadro hierárquico de valores, suas referências estéticas, suas simbologias, seu imaginário e, principalmente, sobre as suas fronteiras. A demarcação dos pontos limítrofes da prática do samba estava sendo questionada, abrindo espaço para incorporação de elementos exógenos e/ou fronteiriços, diminuindo as certezas sobre a divisão entre o que é e o que não é samba. Ao se discutirem os critérios característicos do gênero, o termo passa a ser valorizado enquanto categoria prestigiada do mercado de música, atribuindo a certos agentes o direito de caracterizar determinada prática musical como samba. Nesse sentido, o mercado de samba da década formou duas trincheiras estéticas: de um lado, artistas, músicos e simpatizantes do samba “de raiz”; e do outro, novos grupos e seus admiradores lançados no mercado sob a alcunha de “pagode romântico”.

Nas próximas páginas serão analisados alguns aspectos da prática musical que diferenciam as duas vertentes, colaborando para definir a classificação de uma e de outra. Com determinadas diferenças na temática das letras, nos padrões rítmicos utilizados e na sonoridade dos discos, os artistas do “pagode” e da “raiz” desenvolveram estratégias distintas para ocupar o mercado e, de certa forma, ambos obtiveram sucesso. Isto porque todo esse movimento fez com que o gênero voltasse a ocupar um lugar de destaque no cenário musical,

colaborando para reduzir o perene preconceito contra sua prática, que acompanha a batida do pandeiro desde o início do século passado.

As trajetórias de três dos principais grupos do chamado “pagode romântico”, que movimentou o mercado de samba na década de 1990, servirão de base para as considerações deste livro. O primeiro da lista é o grupo paulista Raça Negra, responsável pela inauguração mercadológica de uma estética de samba diferente da consagrada até então. Num mercado altamente disputado entre as grandes empresas fonográficas, o seu sucesso gerou “ecos” nas gravadoras concorrentes, que se apressaram em lançar grupos semelhantes. Conterrâneo do Raça Negra, o Negritude Júnior foi lançado logo em seguida, dois anos antes do mineiro Só Pra Contrariar, que se tornou o mais importante grupo de samba do período.

O primeiro capítulo inicia a discussão do funcionamento do mercado de música, aborda sua estrutura e aspectos da circulação de símbolos e ideias musicais e descreve o desenvolvimento de uma estética musical jovem que se tornou eixo primordial da distribuição internacional de música. Sobre o consumo musical, será discutida a construção de um mercado dividido em categorias de classificação, que orientam o consumo e caracterizam disputas comerciais e estéticas. É aqui que aproveito também para tecer considerações sobre alguns conceitos que norteiam as interpretações sobre “indústria cultural”, “cultura de massa”, “mercado de bens simbólicos” e outros termos que tratam da circulação de produtos culturais em larga escala.

O assunto principal do segundo capítulo é o samba como categoria de mercado, e nele são abordados aspectos como a definição do gênero a partir de um padrão rítmico, sua associação à questão étnica, a ênfase nos valores amadores, a sua construção como símbolo nacional, e a transposição para o mercado de relações afetivas das rodas. É um capítulo que trata, como exprime seu subtítulo, da construção do paradoxo entre o gênero e o mercado de música.

A legitimidade musical é o assunto do terceiro capítulo, no qual veremos que existe, na música popular brasileira, um padrão de qualidade que se impôs a partir da década de 1960 e que estabelece uma oposição nítida com alguns elementos simbólicos da prática do samba. Enquanto a categoria MPB se torna o núcleo do bom gosto musical, a música romântica se ressentida de menor

prestígio estético, configurando-se como um núcleo de valoração inferior no mercado. Por outro lado, as vendas significativas de certos artistas conferem uma certa consagração pela grande vendagem que, com frequência, passa a se opor à noção de “qualidade”.

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

É a partir do seu sucesso que surge um desdobramento da classificação da categoria samba, a “raiz”. O embate entre “samba de raiz” e “pagode romântico” é o tema do capítulo 5, que evoca uma discussão sobre o “valor dos juízos” que circulam pela sociedade e remete novamente à questão étnica e ao preconceito contra o samba. Na verdade, esse capítulo demonstra que a discussão entre “raiz” e “pagode” trouxe o samba novamente à linha de frente do mercado, diminuindo barreiras preconceituosas que dificultavam uma projeção comercial mais expressiva. Essa mudança nas estratégias comerciais de determinados artistas do gênero colaborou para a ampliação da diversidade estética na oferta de sambas no mercado, que é o tema do capítulo final. A partir do ressurgimento mercadológico de artistas de proa da categoria samba, o gênero passa a comportar uma grande variedade estilística, indo do pagode romântico ao samba “de raiz” e conquistando um público cada vez mais expressivo. Produziu-se, então, o que pode ser entendido como uma espécie de alargamento das fronteiras do samba, que se torna capaz de absorver todas essas variações e, com isso, conquistar esferas significativas do mercado musical.

## NOTAS

<sup>1</sup> Apesar de certamente cometer injustiças com omissões, vale mencionar aqui alguns trabalhos bastante discutidos e citados, tornando-se referência para o estudo do gênero (em ordem cronológica): *Samba, o dono do corpo*, de Muniz Sodré (1998); *Acertei no milhar*, de Claudia Matos (1982); *O mistério do samba*, de Hermano Vianna (1995);

*Feitiço decente*, de Carlos Sandroni (2001); *No princípio, era a roda*, de Roberto M. Moura (2004); e *Lapa, cidade da música*, de Micael Herschmann (2007). Esses trabalhos se somam a inúmeras biografias e livros mais gerais dedicados ao gênero que, por sua extensão, seria impossível mencionar.

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

EDITORIA

UFRJ

**UFRJ**

**EDITORA**



# 1

## O MERCADO DE MÚSICA

### O QUE É O MERCADO DE MÚSICA?

A palavra “mercado” normalmente se refere a um espaço onde produtos são comprados e vendidos. Esse espaço pode ser tanto um local físico destinado à compra e venda de coisas materiais quanto um ambiente abstrato de negociação e troca de objetos concretos ou virtuais. Compra, venda e troca são atos que ocorrem em um mercado e pressupõem a ideia de posse, que será transferida, momentânea ou definitivamente. Negociar um produto em um mercado resulta na sua transferência de propriedade, a partir de um encontro de interesses entre as pessoas envolvidas. Sendo assim, alguém deve estar vendendo alguma coisa que será adquirida pelo(s) comprador(es): uma camisa, um sabonete, uma joia, uma experiência, algumas horas de trabalho, um disco ou qualquer outra coisa trocável.

Até o início do século XX a existência imaterial da música dificultava sua caracterização como produto. É evidente que os músicos sobrevivem há centenas de anos da força de seu trabalho, se apresentando em locais públicos e recebendo remuneração por sua atividade. A experiência musical sempre integrou um determinado mercado, caracterizado por algum tipo de pagamento a grupos de músicos que promoviam essa experiência. Circos, bailes, festas, encenações teatrais, celebrações religiosas, feiras e diversas outras atividades coletivas sempre foram realizadas com música, que envolvia necessariamente músicos contratados para executá-las. O mercado de música ao vivo ambientou o surgimento do comércio de partituras, atividade que se inicia no século XIX e que pode ser considerada uma primeira manifestação de um comércio

musical, mas muito distante da efetiva troca de sons. As partituras são produtos que *representam* a música e que precisam de um intérprete profissional ou amador para traduzi-la em sons. Funcionam, portanto, como auxílio à memória e divulgadores primários de novas peças, com projeção e circulação social relativamente modesta.

Apesar do importante mercado de comercialização de partituras, até o surgimento do fonógrafo não era possível “trocar” músicas ou estabelecer qualquer relação mercantil *diretamente* com os sons musicais. As gravações eliminaram parte da imaterialidade da música, podendo enfim ser diretamente comercializadas em um mercado, graças à distribuição de um suporte material concreto. O disco possibilitou a transformação da música em produto – com direito à posse e uso doméstico indiscriminado<sup>1</sup> – e, com isso, permitiu a consolidação de um mercado voltado para sua produção, distribuição e venda. Explorando este mercado, grandes empresas internacionais estruturaram-se e passaram a controlar uma parte crescente da circulação de músicas pela sociedade com a venda da produção dos discos.

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

Essas empresas formam o que normalmente se chama de “indústria fonográfica internacional” e são detentoras da maior fatia da divisão de lançamentos fonográficos do mercado. A história das chamadas *majors* foi construída graças a inúmeras operações de compra e venda, anexações e fusões. Atualmente, elas pertencem a grandes conglomerados internacionais do ramo do entretenimento, com ramificações em todo o mundo, não só no mercado fonográfico,

mas também no editorial (livros e músicas), em estúdios cinematográficos, empresas de telecomunicações, fabricantes de aparelhos eletrônicos e canais de televisão. Seus nomes são bastante conhecidos: Warner, EMI, Universal e Sony-BMG. No mercado brasileiro, podemos acrescentar à lista de grandes empresas fonográficas a Som Livre e a antiga RGE, ligadas às Organizações Globo, que dispensam apresentações. Dentre as transnacionais, com exceção da Warner, as outras atuam no mercado musical há cerca de um século<sup>2</sup> e, juntas, são responsáveis pela disponibilização de cerca de 80% das músicas gravadas que circulam pelo mundo.

Assim como outros ramos de atividade industrial, a cadeia produtiva da música é um complexo de etapas complementares, cuja sequência representa as fases da produção musical comercial. Inicia-se com uma etapa de pré-produção, que envolve toda a fabricação de equipamentos, matérias-primas e setores ligados à educação (formação de públicos e de profissionais), à qual se segue uma parte de produção, em que os discos são efetivamente gravados e fabricados. Em seguida, passa-se à etapa de distribuição, *marketing*, armazenamento e transporte dos produtos, para então serem divulgados no rádio, televisão, cinema e internet e, em seguida, comercializados em lojas, livrarias, supermercados e outros pontos de venda. A última etapa é o consumo, que ocorre em espaços e atividades públicas como rádio, cinema, televisão, bares, teatros, *shows* etc., ou privados (uso doméstico) (Prestes, 2004, p. 79).

A partir da virada para o século XXI, o mercado musical passa por agudas transformações, devido à popularização da troca de arquivos musicais pela internet e pelas infinitas facilidades de acesso a fonogramas gravados. Porém, no contexto da década de 1990 – ao qual se referem as considerações deste livro –, é possível afirmar que todo o aparato mercantil da cadeia produtiva da música girava em torno da área de produção da indústria fonográfica. Nessa fase, a matéria-prima musical passa pelos meios técnicos de gravação e é manipulada por diversos profissionais para transformá-la em uma obra gravada. O momento do estúdio é, portanto, central para o mercado, pois encarna a transformação da canção em produto, incluindo aí as escolhas estéticas sonoras e visuais e as decisões relativas ao *marketing*, que são tomadas a partir do resultado sonoro. Nesse sentido, um personagem fundamental é o produtor, que coordena a gravação, elabora a concepção da faixa e do disco e negocia

com a gravadora seus aspectos mercadológicos. Além disso, é ele que tem a função de garantir a eficácia comunicativa da música e “introduzir no estúdio de gravação o ouvido do público” (Henion, 1990, p. 186). Seu múltiplo papel determina uma parte significativa do perfil da música e do disco, estabelecendo associações simbólicas entre a produção musical e o mercado. Após a gravação, o produtor dirige a mixagem e consolida a sonoridade do disco, atentando para os detalhes técnicos e musicais de cada faixa. A importância do trabalho do produtor musical ampliou-se no decorrer das décadas, com o aumento da profissionalização de todo o processo de gravação. Atualmente, seu nome aparece em destaque nos encartes dos discos, e os produtores mais consagrados são disputados por artistas e gravadoras.

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

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

Centrada na lógica comunicacional da fala, a canção pressupõe um personagem autoral, representado na figura do cantor, que assume grande im-

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

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

Na verdade, além dos músicos, dos técnicos, do próprio artista e do produtor, a estética do disco passou pela aprovação de diretores das gravadoras, por programadores visuais, profissionais de *marketing* e vendas, enfim, diversos agentes que *pensaram* o disco para que todos os componentes de seu perfil simbólico fossem processados de modo a potencializar sua comer-

cialização. A etapa de produção, que ocorre no espaço físico e decisório das gravadoras, define parâmetros para a circulação de músicas. Mesmo sem negar a centralidade da letra, da melodia e do personagem do cantor na estruturação simbólica da música, o resultado final do processo comunicativo da canção popular depende em grande parte da forma com que esses elementos estão combinados entre si e misturados a aspectos como o ritmo, a instrumentação, o arranjo, enfim, todos os *outros* elementos musicais que compõem o quadro de significação da canção construídos coletivamente. O artista faz parte dessa equipe de profissionais, mas nunca é o único responsável por todas as escolhas estéticas do trabalho que é distribuído em torno de sua mítica aura midiática. Na fase de distribuição – que inclui a divulgação do produto –, outras escolhas são feitas e novos personagens são envolvidos. No momento em que entra no circuito de produção musical, o principal veículo de divulgação de músicas desde a primeira metade do século XX até hoje ainda é o rádio.

Tão logo se estabeleceu no mercado internacional, o sistema radiofônico se consolida como elemento primordial do sucesso no mercado de música (Frota, 2003, p. 102). No Brasil, desde os anos 1930, com o sucesso de “cantores do rádio”, passando pelo período de implementação da televisão e até os dias de hoje, é o rádio que acompanha o dia a dia da população e fornece gratuitamente músicas novas e consagradas para o consumo imediato de toda a sociedade. Essa tendência intensificou-se com a entrada no mercado das emissoras FM, que construíram sua programação com muito mais ênfase na parte musical. Sendo assim, existe uma complementaridade entre rádios e gravadoras que funciona como eixo central de distribuição e circulação de músicas na sociedade.<sup>3</sup> De um lado, as gravadoras escolhem, produzem, divulgam e distribuem os produtos no mercado; simultaneamente, as rádios executam algumas canções dos discos, criando demanda para aquele produto. As duas instâncias dominam o mercado de música e conquistaram, no decorrer do século XX, um poder crescente capaz de determinar a esmagadora maioria das músicas que serão efetivamente consumidas pela população.

Apesar de o sistema de rádios não ser tão concentrado quanto a indústria fonográfica, com inúmeras emissoras, a audiência e a capacidade de transmissão definem um conjunto relativamente limitado de empresas radiofônicas que

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

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

O que aconteceu é que os funcionários de rádio não ganhavam e não ganham muito dinheiro. São salários modestos. Então, no início, o *disc-jockey* encontrou nessa manobra um meio de ganhar um pouco mais. Isso foi cegamente apadrinhado pelos donos das rádios. Eles ficaram contentes, pois não tinham que aumentar os salários. Começaram a fechar os olhos, porque era conveniente para eles. Mas, à medida que a soma de dinheiro foi ficando maior, os donos começaram a pensar: “Mas e eu nessa história?” Então houve decisões, por certos donos de rádio, de dizer: “Tudo bem, mas o dinheiro é meu”. Entraram em contato com as companhias de disco e disseram: “A partir de agora quem manda na programação da rádio não é meu programador ou meu

*disc-jockey*. Sou eu.” Passaram acordos que, no início pelo menos, foram acordos comerciais. (Midani, 2003)

Estar no topo das execuções em rádios representa uma grande projeção do artista e do disco lançado pela gravadora, e, com isso, a disputa por essas posições se tornou intensa. Como o dinheiro de corrupção é regulado por uma ética própria, instaurou-se em pouco tempo uma lógica de leilão, segundo a qual quem paga mais consegue mais execuções e mais projeção. O músico e produtor Roberto Menescal, então diretor artístico da Polygram, conta sua experiência pessoal nos trâmites jabazeiros:

Foi em 1978, 1979, que começou um negócio que me chateou profundamente: foi o jabá. A Polygram estava em primeiro lugar disparada no mercado de venda de discos e execução de rádio. De repente começa a cair e vem a informação: “Tem que entrar no jabá”. E eu dizia: “Não entro, porque a gente está fazendo um trabalho de base e, se entrar, não tem razão de eu estar aqui e de outros estarem”. Mas nós fomos caindo, caindo... Nós, que estávamos com 25, 26% do mercado, fomos para 11%. E aí foi a pressão até do departamento comercial: “Nós temos que entrar, é uma realidade, é a realidade do mercado”. E eu disse: “Putz, então eu não quero transar assim não, me põe para fora da companhia, numa boa...”. Eles falaram que não e coisa e tal e aí eu decidi: “Tá bom, eu entro. Então quero uma verba para ser primeiro lugar disparado e quero eu transar com os caras”. E comecei a encontrar com vários deles – não vamos falar nomes aqui. [...] E eu dizia “Olha, vamos conversar bacana, mas o negócio é o seguinte: quanto custa o primeiro lugar?” E o cara dizia: “Não, Roberto, o que é isso?” “Não. Vamos falar objetivamente. Quanto custa? Eu quero estar em primeiro lugar com 30% do mercado”. “Talvez uma verba de três mil reais” – estou chutando – “por mês, talvez a gente possa... é para ajudar a garotada... com três mil a gente bota vocês brigando com o primeiro lugar”. Eu propus: “Tá legal. Seis mil resolvem?”. “Ah, aí é mole!” “Agora, é o seguinte: você assina um compromisso comigo.” “Ah, não posso.” “Então, tudo bem. Você fica lá com o teu carinha que te paga mil.” Aí você pensa: o cara ganha mil e eu oferecendo seis. Todos eles assinaram comigo. Todos, todos. [...] Todos eles com recibo, todo mês. Imagina a loucura que esses caras fizeram. Depois, a turma da televisão também assinou. Todo mundo



dizendo: “Cara, não mostra isso a ninguém”. Eu afirmava: “Não vou mostrar, só que nós temos um compromisso firmado”. (Menescal apud Mansur, 2004, p. 202)

Com a consolidação da televisão e o surgimento de programas específicos para veiculação de músicas, sobretudo os programas de auditório, nos moldes sedimentados pela Discoteca do Chacrinha, os programadores desses espaços passaram também a cobrar pela inclusão de artistas e músicas em sua grade.

No decorrer da década de 1970, abriu-se um outro excelente canal de divulgação de músicas em vias de lançamento: a inclusão de canções na trilha sonora das telenovelas. Ao ambientar diariamente cenas das populárrissimas telenovelas, com seus milhões de espectadores, as músicas atingem uma enorme divulgação, criando demandas e potencializando a venda de discos. A força desta combinação entre músicas e telenovelas fez com que a Rede Globo criasse uma gravadora – a Som Livre – exclusivamente para lançar anualmente um álbum com as trilhas de suas telenovelas. Mais uma vez, nesse caso, salvo algumas exceções, o encontro de interesses pôde ser “facilitado” mediante pagamentos em espécie.

A instituição do jabá criou um modelo perverso de funcionamento do mercado de música que até hoje embaça e acinzena a competição entre as empresas, ameaçando sobretudo a sobrevivência econômica das pequenas e médias gravadoras independentes que, sem verba suficiente para o pagamento a programadores de rádio e televisão, têm seus lançamentos alijados dos mais poderosos veículos de divulgação de músicas. O jabá criou uma barreira no mercado que divide os lançamentos a partir do poderio financeiro das empresas e das opções comerciais adotadas por cada uma delas. O “investimento” em pagamentos ilegais, contabilizado como despesa de *marketing*, atualmente pode chegar a 60% ou 70% dos valores totais de divulgação,<sup>4</sup> determinando *a priori* o grau de penetração mercadológica daquele artista e/ou disco e, conseqüentemente, seu sucesso. Por outro lado, desenvolveu-se um outro espaço importante do mercado musical que, apesar de atravessado pela relação entre gravadoras e rádios, funciona também de forma relativamente independente: o mercado de música ao vivo, o *showbiz*.

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

Mas o sucesso não depende somente dos “acordos” entre gravadoras, rádios e televisão. Algumas canções têm maior potencialidade comercial, podendo ser facilmente apropriadas e compreendidas por um conjunto mais amplo e diversificado de indivíduos. Outras utilizam certos elementos estéticos que determinam um perfil de consumidores mais restrito, representando determinados segmentos do mercado. A canção é um produto cuja interpretação simbólica e uso social envolve compartilhamento de símbolos, sentimentos, crenças e saberes, que, por sua vez, produzem identificações individuais e coletivas. Por isso há canções mais populares, vendáveis e comerciais do que outras; há as que cativam e emocionam determinadas pessoas; e as que simplesmente não dizem nada a outras. Esse caráter múltiplo da música popular explica em parte a dificuldade dos presidentes e diretores das *majors* em determinar o sucesso e estabelecer metas precisas de atuação. Com recorrência, mencionam a instabilidade do mercado e o aspecto imprevisível do produto música em comparação a outros produtos mais estáveis como, por exemplo, o sabonete.<sup>5</sup> De fato, a construção de significados a partir da música é um processo complexo que diz respeito a um intrincado jogo de associações e identificações sociais com pensamentos e visões de mundo.

## A CIRCULAÇÃO DE MÚSICAS E SÍMBOLOS

Ao circularem na sociedade pelos meios de comunicação, discos, *show-biz*, internet e também via difusão “boca a boca”, as músicas carregam teias de significados, valores e sentimentos que interagem com a vida cotidiana das pessoas e dos grupos sociais. As formas pelas quais esses atores se apropriam dos códigos musicais, os interpretam e transformam em pensamentos e emoções compartilhadas são variadas e ocorrem por meio de um complexo processo de interpretação e utilização desses “signos” musicais. A questão, portanto, é *como* se dá a construção de significados e em que medida ou em quais situações ocorre de fato um compartilhamento coletivo dessas ideias.

Os estudos de semiologia musical têm avançado muito nos últimos anos, colaborando enormemente para uma compreensão mais aprofundada das formas com que nos apropriamos cotidianamente das músicas ou dos fragmentos de músicas que a todo instante cruzam literalmente nossos caminhos. Um dos trabalhos mais instigantes nessa área é do musicólogo inglês Philip Tagg, que elaborou uma complexa teoria sobre música e semiologia baseada em anos de pesquisa e publicada em diversos artigos e conferências. Para o autor,

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

Segundo Tagg, os significados dos elementos musicais são compartilhados coletivamente a partir de referências encontradas no repertório musical. Desde criança, aprendemos a reconhecer sonoridades, estruturas melódicas e sequências harmônicas e poéticas que moldam um repertório de elementos musicais e afetivos. Essas referências formam uma espécie de bagagem musical individual, compartilhada socialmente, que será acionada no momento da experiência musical. Grande parte desses códigos musicais está associada à nossa vivência cultural, ou seja, é determinada pelo ambiente onde vivemos. Há também alguns elementos cuja interpretação simbólica tem determinantes

físicos e biológicos, que também são armazenados em nossa memória musical, fornecendo elos de ligação entre sons e sensações. Em nenhuma cultura do planeta, por exemplo, os bebês são ninados com músicas que contenham ataques incisivos de percussão em dinâmica forte e intervalos melódicos dissonantes. Por outro lado, certas combinações instrumentais podem ter um certo significado para algumas pessoas e outro radicalmente distinto para outras.

A compreensão de um determinado elemento musical, para Tagg (1999, p. 24), não deve ser feita literalmente, mas “lateralmente”, isto é, a partir de sua semelhança com elementos “anáfonos” encontrados em outras músicas que pertençam ao mesmo universo musical. Em suas análises, esse universo é bastante amplo, compreendendo toda a produção musical erudita e popular do Ocidente, desde a Idade Média. O conceito de “anafonia” é central neste processo: é o “uso de modelos preexistentes na formação de sons musicais”. O funcionamento simbólico de uma música para um determinado grupo de pessoas se relaciona com a capacidade destes ouvintes de *fazer associações* entre elementos e encontrar essas semelhanças, que dizem respeito não somente ao reconhecimento acústico de determinados padrões musicais, mas também funcionam como uma orientação para o conteúdo semântico da música, isto é, sua interpretação. De fato, ao ouvir uma canção pela primeira vez, inevitavelmente buscamos semelhanças entre alguns de seus elementos e outros previamente conhecidos. Frases como “isso parece a introdução da música tal”, “me lembra a canção tal”, “é igualzinho ao ritmo tal” são extremamente recorrentes quando nos referimos a uma nova experiência musical. Essas associações são quase sempre involuntárias e aleatórias, evidenciando um modo de construção simbólica na interpretação musical que parece ser utilizado a todo instante.

A ideia básica da teoria de Philip Tagg (1999, p. 17) é que os elementos musicais circulam pelas diversas práticas, sendo rechaçados ou incorporados de acordo com a criatividade e as necessidades de expressão dos músicos, cantores, produtores e do público, sempre associadas às condições psicossociais e históricas de cada momento. Sob este aspecto, o autor alerta que a música não se refere apenas a outros elementos musicais anáfonos, mas também a um ambiente sociocultural onde ela está inserida. Há em seu trabalho duas colaborações que considero fundamentais para a compreensão da circulação

de símbolos e ideias musicais pelo planeta. Em primeiro lugar, a totalidade com que ele aborda o universo musical, não separando gêneros, estilos e/ou períodos e incorporando todos os elementos associados aos sons: sonoridades, timbres, levadas, motivos, tonalidades, harmonia, letra, imagens, períodos históricos, acontecimentos políticos, enfim, qualquer coisa que esteja relacionada à experiência musical. Este aspecto é de grande relevância para a pesquisa sobre estilos e gêneros musicais que circulam massivamente pelo mercado. O mercado de música é um espaço plurimusical, caracterizado por zonas recíprocas de influências entre músicas que conferem dinamismo a práticas musicais (como o samba) usualmente abordadas como estáticas. Outro dado de sua teoria semiológica de grande relevância para a música popular é a ideia de que a interpretação simbólica da música acontece por meio de junções de elementos, também dotados de significados. Ao isolar as unidades de significação – apelidadas de “musemas” –, Tagg aprofunda a compreensão das inúmeras trocas e fusões que a todo instante interpelam as análises sobre as práticas musicais, principalmente em contextos urbanos. A noção de musema auxilia na interpretação de misturas e intercâmbios entre músicas, que se constitui talvez na mais universal e importante forma de composição musical, especialmente nos dias atuais, com a multiplicidade de ofertas e facilidades da circulação de sons e imagens.

Um musema encontrado em uma determinada prática musical – a sonoridade do baixo elétrico do *rock*, por exemplo – pode ser utilizado em outras estéticas musicais, como a música caipira, incorporando significados e fundindo elementos estéticos e simbólicos de ambas as práticas. As músicas que circulam pelo mundo se influenciam mutuamente e estão continuamente trocando elementos característicos que, em determinado momento, podem, eventualmente, se tornar típicos de uma outra prática musical. O cavaquinho importado do fado português para as práticas populares brasileiras tornou-se um dos principais símbolos sonoros identificadores do choro e, posteriormente, do samba. Ao mesmo tempo, esse processo pode ocorrer com o próprio gênero musical, que, desvinculado de sua origem territorial, pode ser incorporado ao vocabulário musical de outras regiões, que irão reconhecê-lo como “seu”. Os exemplos são inúmeros e vão desde o *reggae* maranhense ao *rock* brasileiro, passando pelo samba paulista e inúmeras outras estéticas musicais.

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

#### MÚSICA POPULAR E "ESTANDARDIZAÇÃO"

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

A "massa" de consumidores que ouvem as mesmas músicas veem os mesmos filmes e programas de televisão, compartilha as simbologias representadas nesses produtos e, apesar de suas diferenças culturais específicas, se consideram pertencendo, ao menos parcialmente, a uma mesma cultura, a cha-

mada “cultura de massa”. Para Edgar Morin, “uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam suas emoções” (1975, p. 10). A partir de determinadas manifestações culturais, as pessoas interagem simbolicamente umas com as outras, dividindo experiências e memórias comuns.

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

Renato Ortiz (2003, p. 107) observa que essas experiências formam uma espécie de “familiaridade” internacional, representada por um “universo habitado por objetos compartilhados em grande escala”. Por meio de músicas, filmes, roupas, comidas e rituais, pessoas de pontos diferentes do globo interagem e compartilham valores e visões de mundo representados nesses objetos de consumo. Os repertórios de elementos estéticos e padrões de comportamento desses bens estruturam uma zona de referências afetivas transnacional, ou seja, uma memória cultural desterritorializada. A partir dessa memória, Ortiz observa a constituição de uma “cultura internacional-popular”, que estaria representada nos produtos compartilhados em uma “sociedade global de consumo, modo dominante da modernidade-mundo” (ibid., p. 111), que se projeta para além das fronteiras nacionais.

A noção de uma cultura internacional-popular é um aperfeiçoamento da terminologia e do conceito do que se costuma nomear como cultura de massa, que se caracteriza pela busca, em seus modelos e bens simbólicos, “do denominador comum entre as idades, os sexos, os povos” (Morin, 1975, p. 42), fornecendo modelos de identificação dirigidos a um certo tipo ideal de “homem universal”.

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

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

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

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



meio musical, cita uma experiência vivida nos anos 1980 que retrata bem o pensamento que norteia alguns lançamentos:

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

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

A noção de standardização dos produtos culturais serve de base para a formulação, de Adorno e Horkheimer (1982), do conceito de *indústria cultural*, um sistema integrado de empresas e indústrias cujo objetivo principal seria atrofiar “a imaginação e a espontaneidade do consumidor cultural”, vetando sua “atividade mental” e manter esses consumidores presos ao sistema.

O princípio básico consiste em lhe apresentar tanto as necessidades, como tais, que podem ser satisfeitas pela indústria cultural, quanto em, por outro lado, antecipadamente, organizar essas necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e tão só como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural. (Adorno e Horkheimer, 1982, p. 179)

O conceito de indústria cultural tem sido criticado duramente desde seu texto inaugural, em 1947, até os dias de hoje (ver Puterman, 1994; Eco, 1993). Segundo Jesús Martín-Barbero (2001, p. 77), a afirmação da unidade do sistema é a principal contribuição do texto e ao mesmo tempo é a mais polêmica, pois dela deriva uma totalização do conceito. Por um lado, a ideia de um *sistema* corresponde à caracterização de uma interligação entre os diversos ramos de atividade cultural pelos meios de comunicação e de empresas do setor do entretenimento. É fácil observar que, no decorrer do século XX, especialmente em sua segunda metade, houve uma progressiva concentração empresarial no ramo cultural, em que diversas empresas se uniram formando grandes conglomerados internacionais. Não se pode negar que a concentração de poder nas mãos dessas poucas empresas é enorme e, de fato, favorece a uma diminuição da diversidade das ofertas culturais, na eterna busca pelo denominador comum e o sucesso imediato. No entanto, o conceito de indústria cultural pressupõe uma noção de que esses “escritórios” modelam os gostos com o objetivo de manter os espectadores presos aos seus ditames, dominando-os. A teoria da dominação cultural se enfraquece à medida que ela deriva de um certo “aristocratismo cultural”<sup>6</sup> evidente no texto, que se apoia nas combatidas ideias de alta e baixa cultura, opondo lazer e estética. Nas palavras de Adorno e Horkheimer: “[...] a fusão atual entre cultura e diversão não se realiza apenas como depravação daquela, mas ainda como espiritualização forçada desta. É o que se vê já pelo fato de a diversão ser apresentada apenas como reprodução: cinematografia ou audição de rádio” (1982, p. 181).

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

Porém, reduzir a criação artística veiculada em larga escala a uma aplicação de protocolos repetitivos evidencia um ponto de vista que ignora “a existência de uma pluralidade de experiências estéticas, uma pluralidade dos modos de fazer e usar socialmente a arte” (Martín-Barbero, 2001, p. 82). Fazer música, por exemplo, nunca foi nem nunca será uma aplicação pura e simples de modelos, fórmulas, clichês ou receitas. A comunicação e o próprio prazer estético de uma música dependem de associações com músicas e sentimentos já experimentados, isto é, dependem da repetição de padrões, elementos, fórmulas e clichês, passíveis de serem *reconhecidos*. A própria teoria da música, centrada em um sistema de organização de sons conhecido como “sistema tonal”, que rege a maior parte das músicas que circulam pelo mundo, foi desenvolvida exatamente em torno das ideias de tensão (dominante) e repouso (tônica), com forte ênfase na noção de “resolução” das tensões, isto é, na *expectativa* do retorno ao estado de repouso. Não é mesmo muito difícil “adivinhar a continuação” de grande parte do repertório musical internacional, pois existe uma demanda pelo reconhecimento, pela repetição dos ciclos, pela reiteração de motivos, pelo retorno ao início, pela conclusão, pelo acorde de tônica no final.<sup>7</sup> Nesse sentido, o musicólogo Richard Middleton afirma que a previsibilidade de uma canção não se dá “no sentido de, sem conhecê-la, sabermos exatamente o que irá ocorrer, mas no sentido de que, ao ouvir a frase seguinte, nossa reação é: ‘Ah, eu imaginava mesmo que algo assim estava por vir’. A mesma coisa pode ser dita sobre as letras: as rimas previsíveis, as frases-clichê” (1990, p. 48).

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

suas obras a partir de referências diversas a outras músicas, com maior ou menor dose de repetição.

O ponto fraco da noção de standardização é que ela pressupõe uma certa dose ideal de ocorrência dessas repetições, como se fosse possível elaborar um critério capaz de quantificá-las e, a partir dele, evitar a excessiva recorrência de clichês. De certa forma, ela está centrada em um ambiente de valoração que confere maior legitimidade à inovação do que à recorrência, numa busca incessante pelo “novo”, pela “vanguarda”, pelo “inusitado”. Na música, de um modo geral, e, especificamente, na música popular, este critério de valoração nem sempre é aplicável ou compartilhado pelos consumidores. A experiência musical popular representa um determinado uso da música, que, em muitos casos, pode prescindir do componente inovação. Indo mais além, este uso coletivo pode *depende* de uma alta taxa de reincidência para que os consumidores realizem satisfatoriamente sua experiência. Ao comprar ingresso para o *show* de um artista famoso, espera-se que, no seu repertório, estejam incluídas canções de sucesso e algumas poucas canções novas que sigam a mesma estética, ou seja, utilizem elementos musicais semelhantes às canções previamente conhecidas. O *show* será considerado melhor de acordo com esse reconhecimento, que, em última instância, define o grau de comunicabilidade das canções, dos *shows* e dos artistas. Define, acima de tudo, uma relação comercial entre o público, o artista e o mercado de música: ou seja, o consumo.

#### O MERCADO DE MÚSICA JOVEM

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

Durante todo o século XX as multinacionais do disco produziram, gravaram e fabricaram sucessos musicais em todo o mundo. Em um primeiro

momento, os lançamentos se voltavam para as produções locais, uma vez que a orientação dos dirigentes era comercializar músicas já previamente testadas em *shows*, circos, feiras e bailes. Segundo o etnomusicólogo Krister Malm (1993, p. 339), essa diversidade começou a diminuir à medida que as empresas passaram a se concentrar nas produções musicais que pudessem ser vendidas em mercados maiores, o que representou uma concentração em lançamentos fonográficos nos Estados Unidos. Um dos marcos dessa nova fase foi o sucesso de Elvis Presley em meados da década de 1950, que fez surgir uma espécie de “necessidade mercadológica” das empresas de ampliarem sua atuação ao redor do planeta para “coordenar a venda e a promoção dessa raça nova: o artista multinacional” (Midani, 2004, p. 19).

Cerca de dez anos mais tarde, o mesmo fenômeno iria alavancar o antes impensável sucesso do grupo inglês The Beatles, abrindo de vez um mercado transnacional. Os fenômenos Elvis Presley e Beatles (e, mais recentemente, Michael Jackson e Madonna) são os exemplos mais contundentes de penetração midiática internacional, que permitiram à indústria fonográfica mundial acreditar na possibilidade concreta de investir em artistas capazes de transitar e vender em várias partes do mundo. Com os lucros estratosféricos de um disco com esse perfil, as gravadoras passaram a perseguir esse objetivo. Partindo da constatação de que a música pode, devido a uma circulação em grande escala, promover uma real integração cultural, representada não só nas práticas culturais em si, mas também em elementos presentes nessas práticas, a grande indústria fonográfica começa a estimular o desenvolvimento de uma estética musical transnacional. Essa estética viria associada a um modelo de estratificação social motivada pelo consumo que vinha surgindo em outros campos da produção cultural, como o cinema: a “juventude”.

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

Juventude é um complexo de representações na mídia, cujos signos e símbolos são manipulados no domínio do consumo e introjetados

por cada pessoa, que lhes dá um sentido específico. A pessoa será sempre jovem enquanto estiver existencialmente em formação, atenta à dinâmica do mercado e aberta às inovações e transformações que se dão no mundo. Juventude está associada a um padrão de beleza e isso envolve um aumento progressivo de cuidados com o corpo, cuidados que, em geral, tendem a atenuar e dissimular a idade sociobiológica e causar a impressão de vitalidade perene. Além disso, envolve toda uma preocupação em seguir modas de vestuário e praticar certos tipos de atividades. (Vianna, 2003, p. 2)

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

Na música popular, a representação de uma estética jovem se dá com a reprodução de elementos musicais e não musicais que veiculem a ideia de juventude. Tanto os Beatles quanto Elvis Presley tinham essas características “jovens”. No âmbito das letras, a temática do amor, com suas dificuldades e desejos adolescentes, aparece com grande recorrência em suas obras. As duas canções que marcaram o início das carreiras – *Love Me Tender* e *Love Me Do* – do astro americano e do grupo inglês tinham o amor como temática central, cantado com otimismo. Musicalmente, o estilo jovem apresenta uma forte base rítmica que quase sempre reforça a pulsação, isto é, seus desenhos rítmicos são articulados nos pontos de apoio do compasso. O amor simples e idealizado do jovem e a batida energética da base rítmica se completam com uma estrutura harmônico-melódica direta, com poucos elementos de contraste e/ou quebra de expectativas. Todos esses elementos musicais são reforçados por uma atitude dos artistas que colaboram para uma valorização da “energia”, da “vida” e da “felicidade”, características representadas na estética jovem.

Colocando-se contra o tédio que estaria presente em grande parte dos rituais que envolvem a família, a escola e o trabalho, a cultura ju-

venil celebra uma torção das produções de sentido encontradas nesses espaços. Aqui, o barulho, o decalque, o ornamento e a superficialidade passam a operar como traços positivos, fontes de prazer. O que é importante não é a profundidade do que está sendo comunicado, mas os modos de posicionamento, as produções de sentido diferenciadas, enfim, a demarcação de fronteiras entre *nós* e *eles*. (Janotti Júnior, 2003, p. 21)

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

A associação entre música e dança no seio dos grandes lançamentos fonográficos norteia o surgimento de uma estética que ultrapassa os eventos musicais e contamina atitudes, vestuário, modelos de consumo e toda uma gama de estratégias de identificação com os bens desenvolvidos e divulgados para a utilização do “público jovem”. Essa totalidade simbólica e material que envolve o lançamento de produtos destinados a este público promove uma grande aproximação econômica entre indústria fonográfica, estúdios cinematográficos, editoras de livros e histórias em quadrinhos, fábricas de roupas e acessórios e cosméticos. É por meio da moda jovem que o setor do entretenimento começa uma real e completa integração estética. A moda pode ser definida como um “dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva”. Sendo assim, ela necessita combinar uma certa dose de “fantasia estética” com uma existência efêmera (Lipovetsky, 1989, p. 24-35).

Toda cultura *mass-midiática* tornou-se uma formidável máquina comandada pela lei da renovação acelerada, do sucesso efêmero, da sedução, da diferença marginal. A uma indústria cultural que se orga-

niza sob o princípio soberano da novidade corresponde um consumo excepcionalmente instável; [...], a cada mês um disco expulsa o outro; um livro, um outro livro – a obsolescência aí reina como em nenhuma outra parte. (Lipovetsky, 1989, p. 205)

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

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

É importante destacar que os anos 1960 sofreram marcas profundas com mudanças no campo político, econômico e cultural do País, com o Golpe Militar de 1964 e a definitiva consolidação da televisão em todo o território nacional. Essa época se caracteriza por uma intensa investida das emissoras de televisão na música popular, seja por meio de programas de auditório – O Fino da Bossa (Elis Regina e Jair Rodrigues), Jovem Guarda (Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia) e Discoteca do Chacrinha (Chacrinha) –, seja pela organização dos famosos festivais da canção, que representam um momento ímpar de aproximação entre a nova criação musical e os agentes responsáveis



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

Sobre essa diversidade estética, é importante frisar a importância do movimento tropicalista, protagonizado por vários artistas liderados por Gilberto Gil e Caetano Veloso e representado musicalmente no LP coletivo *Panis et circensis*, lançado em 1968. A proposta visava incorporar ao vocabulário musical nacional elementos da música *pop* internacional, misturando-os a diversas influências musicais brasileiras, latinas, da música erudita, do folclore, da canção de sucesso americana, enfim, uma “geleia geral”. A intenção do disco e de todo o conjunto de produtos e ações que tomaram ares de “movimento” no final da década de 1960 era o de processar um certo cosmopolitismo, entendido como uma maneira desenvolvida pelo artista e intelectual (no caso do tropicalismo, esses vocábulos se fundem de maneira bastante intensa) de afirmar, ao mesmo tempo, “a cultura nacional diante do mundo e a cultura universal no plano local”. (Prysthon, 2008, p. 130)

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

Para Luiz Tatit (2004, p. 212), o “gesto tropicalista” iria trazer reflexos contundentes na formação da canção *pop* brasileira no final do século XX, instaurando uma zona de prestígio para a prática dessas misturas de elementos. O que estava em jogo era uma nova forma de conciliar nacionalismo com universalismo moderno (Napolitano, 2001, p. 284), fundando uma estética que se caracterizava pela valorização de incorporações. Nessa lógica de inclusões,

a visão tropicalista buscava legitimar todas as influências internas e externas, desde o *rock* estrangeiro até os boleros considerados cafonas pela vanguarda estética (Naves, 2001, p. 48).

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

Segundo Renato Ortiz (2001, p. 48), até a década de 1970 o mercado brasileiro de bens culturais era ainda incipiente e havia espaço para uma diversidade estética muito maior do que nas décadas seguintes. Por isso, foi possível o lançamento nacional de determinados grupos “talentosos” com grande destaque nos meios de comunicação. “As novas tecnologias, rádio, televisão, cinema, disco, abriram perspectivas para as experiências mais diversas possíveis” (ibid., p. 106). O mercado brasileiro registrava um progressivo aumento no consumo de discos, que passava de 25 milhões de unidades em 1972 para 64 milhões em 1979 (ibid., p. 128), fortalecendo as filiais das multinacionais aqui instaladas, dando-lhes mais autonomia e colaborando para a diversificação dos lançamentos.<sup>8</sup>

Mas há ainda um outro detalhe na estruturação de uma integração nacional midiática expressiva que movimentava também o ramo fonográfico: as telenovelas. Dirigidas não exclusivamente ao público jovem, mas veiculando diariamente valores da cultura internacional-popular e popularizando produtos de consumo e canções, as telenovelas se firmaram como um produto de grande significação e importância para a cultura nacional, fundando hábitos de consumo televisivo e norteados debates nacionais. Por meio das telenovelas, das rádios e da publicidade, os elementos da estética *pop* jovem participam cada vez mais com assiduidade e familiaridade da cultura brasileira, sendo incorporados ao cotidiano da população e inundando o mercado de bens culturais com produtos transnacionais. São joguinhos eletrônicos, *videogames*, tênis, superproduções cinematográficas, cadeias de *fast-food*, *shopping centers*, seriados de televisão

e música, muita música *pop*. A partir dos anos 1980, o mercado musical brasileiro começa a ser dominado pela música *pop* internacional, e a moda jovem passa a balizar parte significativa das relações sociais dos jovens no Brasil e em várias outras partes do mundo.

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

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

O mercado fonográfico esteve no período voltado prioritariamente para a veiculação do *rock* nacional, que atingia ótimos índices de vendas com os grupos Blitz, Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso, Ultraje a Rigor, Titãs, Kid Abelha e os Abóbora Selvagens, entre outros.<sup>9</sup> A adoção do *rock* nacional representava ainda um momento específico da cultura nacional, estreitamente identificada com os símbolos da cultura internacional-popular juvenil que se espalhava numa velocidade inédita pelo planeta. Ao mesmo tempo, o gênero servia como veículo de manifestação de um certo desconforto com a situação política brasileira, que vivia o ocaso de uma longa ditadura militar e um período

de muita instabilidade econômica. Com uma sensação de descrença e revolta, mas com pouca atuação política efetiva, as críticas de costumes quase sempre se voltavam para a ironia ou para a rebeldia juvenil. O *rock* apresentava uma certa agressividade representada em letras curtas, ácidas, muitas vezes entoadas em regiões agudas e muito fortes das cordas vocais, estruturando uma espécie de desabafo jovem. Comentando o fenômeno do *funk* e do *hip hop*, que eclodiria no Brasil na década seguinte também a partir do universo jovem, Micael Herschmann identifica nos grupos juvenis mais recentes

[...] um estilo que poderíamos chamar precariamente de “pós-moderno”, caracterizado por uma busca na intensidade no lazer, em contraposição a um cotidiano que se anuncia como medíocre e insatisfatório. Parecem admitir que não são capazes de produzir grandes projetos de transformação social. (Herschmann, 1997, p. 69)

O compositor Roger Moreira, da banda de *rock* paulista Ultraje a Rigor, sintetizava o momento dos jovens e esse sentimento de impotência com a música *Inútil*, lançada no primeiro LP da banda, *Nós vamos invadir sua praia* (1985):

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

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

## CONSUMO E CLASSIFICAÇÕES

A consolidação da canção popular como forma principal de comercialização de discos no início do século XX colaborou para a sedimentação da música como um bem de consumo, ou seja, um produto. Trata-se de uma

forma artística produzida e divulgada por determinados agentes e consumida sob certas condições por um sistema de trocas compensatórias em favor desses produtores – um produto, portanto, criado para ser consumido.

O consumo pode ser definido como um “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos” (Canclini, 2001, p. 77). O ato de consumo, mais do que uma simples forma de suprir necessidades, revela aspectos e escolhas de indivíduos e grupos sociais. Thorstein Veblen, em seu clássico estudo sobre a “classe ociosa”, observa, já no final do século XIX, que o consumo de determinados bens se torna uma forma de distinção social.

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

Sendo assim, os bens de consumo se tornam instrumentos de demarcação social – não necessariamente hierárquicas – que colaboram para tornar as categorias culturais firmes e estáveis (Douglas e Isherwood, 1996, p. 38). Em outras palavras, o consumo se torna um mecanismo pelo qual são expressos “princípios, estilos de vida, ideais, categorias, identidades sociais e projetos coletivos” (Rocha, 1995, p. 19).

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

O consumo é uma prática que só se torna possível sustentada por um sistema classificatório em que objetos, produtos, serviços são parte de um jogo de organização coletiva da visão de mundo na qual coisas e pessoas em rebatimento recíproco instauram a significação. (Rocha, 1995, p. 19)

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

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

Os sistemas de classificação utilizados pelos vários grupos sociais para dividir e organizar seus bens e suas práticas culturais são resultado de um embate em que critérios e julgamentos estão continuamente em disputa. Classificar significa realizar uma escolha, elegendo esses critérios e nomeando as categorias. Ao mesmo tempo, as classificações fazem referência à totalidade do universo classificado por meio da negação do pertencimento a outras

categorias.<sup>10</sup> Um sabonete não é um sabão em pó, nem um detergente, apesar de poder se assemelhar a esses outros objetos.

Trata-se de uma operação de inclusão e exclusão, com base em uma análise *comparativa* de graus de semelhanças e diferenças entre elementos comuns, relacionadas aos critérios de definição escolhidos. A partir das semelhanças encontradas entre eles, as unidades do conjunto são agrupadas e nomeadas, passando a valer como uma categoria do sistema classificatório. O sabonete líquido é um caso interessante. Apesar de não apresentar forma retangular, em bola ou quadrada, se encaixa na categoria sabonete, pois deve ser utilizado para higiene corporal. Sua semelhança física com outros tipos de sabonete é pequena mas, no entanto, pelo critério de classificação adotado, está incluído na categoria pelo *uso* que dele deve ser feito.

Assim como os produtos de higiene corporal, os carros, eletrodomésticos, alimentos e vestuário, as músicas disponibilizadas para consumo também são classificadas a partir de critérios específicos, que por sua vez são elaborados por comparações e identificações de semelhanças e diferenças umas com as outras. As categorias de classificação musical trazem informações sobre as representações envolvidas na prática de determinado tipo de música, orientando o consumo desta ou daquela canção, grupo, artista ou gênero. Seja pela audição de uma estação de rádio, de um disco, de um programa de televisão, ou em festas, *shows*, boates, feiras, saraus, no teatro ou no cinema, ouvir música significa participar de um “sistema simbólico” e associar-se a determinadas representações.

De acordo com o musicólogo Franco Fabbri as atividades relacionadas ao consumo de música (pensar sobre música, falar sobre música, fazer música, ouvir música, dançar etc.) “implicam referência a uma taxionomia mais ou menos detalhada” (1999, p. 1). Essa taxionomia está representada, principalmente, na divisão do universo musical em gêneros, que orientam o consumo e as expectativas dos consumidores, estabelecendo distinções entre as diferentes experiências musicais. Os gêneros são, portanto, as principais categorias classificatórias que organizam o universo musical. Ir, por exemplo, a um “*show* de *rock*” ou a uma “roda de samba” são atividades sociais que envolvem uma

certa gama de valores agregados às músicas conhecidas como “samba” e “rock”. O processo de identificação com as simbologias características dos gêneros musicais passa pelo reconhecimento dos elementos específicos de cada uma dessas práticas e também com os usos que cada uma dessas músicas demandam.

Um gênero musical é “um conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é governado por um conjunto definido de regras socialmente aceitas” (Fabbri, 1982, p. 52). As “regras de gêneros” são eixos de comparação entre os gêneros que demarcam as fronteiras, comparando elementos. Um determinado conjunto de elementos, por sua recorrência no repertório musical, se torna característico de sua prática e passa a habitar as memórias musicais individuais e coletivas da população, categorizado enquanto tal. Nesse sentido, determinados elementos musicais – *musemas* – estão umbilicalmente associados a certos gêneros, definindo-os. A sonoridade do cavaquinho é um exemplo. Amplamente utilizado no choro e no samba, o instrumento tornou-se símbolo característico desses gêneros.

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

Convém salientar que a divisão do universo musical em categorias classificatórias envolve uma distinção entre elas. Ao comparar e estabelecer fronteiras, define-se um grau de proximidade que uma música dada tem em



relação a um modelo ideal consagrado de determinado gênero e, *ao mesmo tempo*, identificam-se elementos que negam este modelo ou que representam diálogos e intercâmbios com modelos de outros gêneros.<sup>11</sup>

É fato que, nesse jogo de comparações estéticas, instaura-se um quadro de valoração que distingue gêneros e praticantes desta ou daquela música. Isto porque nem todas as categorias musicais gozam do mesmo prestígio num determinado contexto social, o que significa que cada gênero tem uma posição hierárquica no conjunto das músicas que circulam pela sociedade. Uma vez que os gêneros funcionam como vetores de identificação social, a classificação mercadológica do universo musical envolve uma disputa por legitimidade entre os grupos que praticam um gênero dado. Sendo assim, os critérios de classificação desta ou daquela categoria musical estão continuamente em negociação e sendo disputados em debates muitas vezes acalorados. A classificação sempre envolve uma valoração comparativa e, como os elementos característicos são intercambiáveis, esses conflitos em torno dos gêneros estão eternamente na ordem do dia.

Vale destacar ainda que os critérios de classificação devem ser compartilhados pelos indivíduos para que haja o reconhecimento da categoria de uma música. Isto é, para classificar uma canção como “sertaneja”, é necessário que o conjunto de elementos que caracterizam o modelo ideal dessa categoria seja conhecido pela população envolvida com essa classificação, caso contrário, o gênero não se define e nem pode funcionar como chave de sentido. Nesse sentido, o mercado de música se torna um eixo fundamental para a sedimentação e reverberação do quadro classificatório. Uma vez que as músicas populares são produzidas e divulgadas por meio de uma articulação empresarial feita principalmente entre gravadoras e rádios, essas duas instâncias constituem espaços privilegiados para a fixação de uma classificação. Músicas, discos e artistas, ao se transformarem em produto, são divulgados no mercado em uma categoria de classificação dada, que determina não só um público-alvo prioritário para seu consumo, mas também as estratégias de divulgação e comercialização empregadas. Os gêneros passam a ser, então, categorias mercadológicas que organizam, orientam e promovem todas as atividades concretas e simbólicas que caracterizam o consumo de música.<sup>12</sup>

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

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

## NOTAS

<sup>1</sup> Na verdade, a ideia de uma propriedade sobre determinada combinação de sons e sua execução continua sendo até hoje uma noção altamente controversa, que aparece na complexa lei do “direito autoral”, mas que, na prática, não se pode dizer que esteja plenamente compartilhada pelo conjunto da sociedade. O alto grau de sonegação de pagamento de direitos, os constantes questionamentos sobre pagamentos devidos em festas, boates e outros eventos musicais e todo o debate em torno da chamada “pirataria” provam que a noção de propriedade sobre uma obra musical não é aceita amplamente pela sociedade. Mais recentemente, modelos alternativos de garantias de direitos intelectuais (como o *copyleft*) estão surgindo, se popularizando e complexificando ainda mais a discussão sobre a lógica da propriedade.

<sup>2</sup> A EMI (Electric and Musical Industries) representa os catálogos da antiga gravadora Odeon. A Universal, controlada pelo grupo Seagram, foi resultado das sucessivas mudanças de nome e fusões pelas quais passaram a Philips e a Polygram. A Sony Music é resultado da compra da CBS (Columbia Broadcasting System), a mais antiga gravadora do mundo, cujos primeiros lançamentos datam de 1880, então com o nome de Columbia. A alemã BMG (Bertelsmann Music Group) começou a atuar no mercado a partir da compra da pioneira Radio Corporation of America (RCA-Victor) e do selo Ariola. Em 2005, Sony e BMG uniram seus catálogos e se tornaram a maior gravadora em atividade, posto que pertencia à Universal. A AOL (America Online) Time Warner, por sua vez, é a maior empresa de entretenimento do planeta e passou a atuar com mais ênfase no mercado musical a partir da década de 1970, quando seu braço fonográfico, a Warner Bros. Records, se fundiu com os selos Elektra e Atlantic, fundando a WEA.

<sup>3</sup> No início do século XXI, numa era totalmente tomada pela digitalização e pela internet, mesmo artistas sem gravadora conseguem divulgar suas músicas no sistema de rádios, que também passou por uma certa diversificação, com a entrada de rádios locais e comunitárias (sem falar nas chamadas “piratas”) brigando para ocupar um espaço no espectro radiofônico.

<sup>4</sup> Os dados sobre jabá são sempre estimados, pois, obviamente, não se fala abertamente sobre a questão. Esse percentual foi mencionado por André Midani em entrevista à *Folha de S. Paulo*, que ficou famosa no circuito musical pela sua sinceridade. Uma vez que Midani não atua mais no mercado fonográfico, declarou abertamente que pagou jabá para todos os artistas de sucesso, desde os menos prestigiados até nomes esteticamente consagrados. Em suas palavras: “Paguei por toda a linha de frente que eu tinha. [...] Não hesito em dizer que, a não ser honrosas e poucas exceções, como Roberto Carlos, não importa o tamanho dos artistas. Tem que pagar. A honra e o prazer são coisas que não existem mais” (Midani, 2003).

<sup>5</sup> Em seu trabalho sobre a indústria fonográfica brasileira, a pesquisadora Márcia Dias constatou que, em diversas entrevistas realizadas com diretores e presidentes de gravadoras, a comparação entre música e sabonete ou sabão é recorrente, parecendo “constituir-se num jargão do meio” (Dias, 2000, p. 88).

<sup>6</sup> De acordo com o musicólogo Richard Middleton (1990, p. 62), as teorias pessimistas de Adorno precisam ser historicizadas e, a partir de então, “ir além dele através da historicização de sua historicidade, que reagia aos choques do fascismo, à desmoralização da esquerda e à rápida consolidação do capitalismo administrativo, que assumia que as antigas tradições culturais populares haviam sido não somente modificadas, mas totalmente sacudidas, e que buscava reafirmar uma única trajetória de tradição cultural, cujo desenvolvimento ia da arte burguesa radical (Beethoven, por exemplo) até o modernismo”.

<sup>7</sup> Tônica e dominante são *funções* do sistema tonal. A função tônica pode ser encontrada principalmente na primeira nota das escalas maiores e menores (e no acorde gerado a partir dela) e está associada à sensação de repouso, de conclusão. A dominante é responsável pelo movimento da música, por meio de uma ideia de tensão presente no intervalo dissonante da 5ª diminuta, também conhecido como *trítone*. A sensação de dominante é bastante forte na última nota das escalas maiores e menores (chamada de “sensível”) e no acorde formado a partir da 5ª nota dessas escalas. Ela representa instabilidade e sua execução “pede” que a música volte para a tônica, *resolvendo* a tensão e instaurando, por fim, o repouso.

<sup>8</sup> De fato, foi também nesta época que diversos sambistas conquistaram espaços privilegiados no mercado de música. A partir dos festivais, sambistas como Beth Carvalho, Paulinho da Viola e Martinho da Vila se tornaram artistas nacionais, gozando de ótimo prestígio junto aos meios de comunicação e com excelentes vendagens de discos. Já nos anos 1970, Alcione e Clara Nunes se somam ao “time de ponta” do samba na indústria fonográfica. O sucesso desses artistas possibilitou o lançamento no mercado de alguns sambistas fundadores das escolas de samba, alguns dos quais já atuavam em rodas e casas noturnas do Rio de Janeiro. A lista é imensa, mas podemos destacar Zé Kéti (1966), Cartola (1974), Nelson Cavaquinho, a Velha Guarda da Portela (1970), Dona Ivone Lara (1978), Wilson Moreira e Nei Lopes (1978), entre muitos outros. Em tempos de diversidade e com uma certa boa vontade dos empresários do setor, o samba esteve muito bem representado no mercado musical no período.

<sup>9</sup> O produtor musical Pena-Schmidt observa ainda que, comercialmente, o *rock* era particularmente interessante para as empresas fonográficas: “O *rock* como produção é muito barato. A música de intérprete requer maestro, arranjador, músicos acompanhantes, que ganham cachês estipulados por sindicatos, o que transforma a música em milhares de dólares. [...] [O *rock*] como forma de vida é perfeito; ele se autocontém, tem os ingredientes da música com três, quatro, cinco pessoas. [...] Você tem uma forma razoavelmente pequena, portátil, que se sustenta dentro de si, ela não recebe cachê, os músicos são os autores, entram no estúdio e não custam nada para trabalhar. Existia então um profundo interesse da indústria, no Brasil, para que o *rock* desse certo, por essa razão econômica” (apud Dias, 2000, p. 85).

<sup>10</sup> Segundo Michel Foucault, “conhecer aquilo que pertence propriamente a um indivíduo é ter diante de si a classificação ou a possibilidade de classificar o conjunto dos outros. A identidade e aquilo que a marca se definem pelo resíduo das diferenças. Um animal ou uma planta não é aquilo que é indicado – ou traído – pelo estigma que se descobre impresso nele; é aquilo que os outros não são, só existe em si mesmo no limite daquilo que dele se distingue” (2002, p. 200).

<sup>11</sup> Para Jedder Janotti Júnior, “é mais fácil reconhecer um gênero por afirmações que definem o que ele não é do que pela descrição precisa de suas fronteiras” (2003, p. 20).

<sup>12</sup> Em um estudo de caso realizado numa importante loja de discos da cidade do Rio de Janeiro, pude constatar que as divisões dos produtos nas prateleiras incluem classificações não musicais como “lançamentos” e “cantores(as) nacionais” ou “internacionais”. No entanto, essas categorias – eventualmente úteis na organização da loja de disco – não correspondem a uma classificação simbólica relevante no consumo de música, que opera principalmente por meio dos gêneros (ver Trotta, 2005).

UFRJ

EDITORIA

**UFRJ**

**EDITORIA**

# 2

## O SAMBA NO MERCADO: A CONSTRUÇÃO DE UM PARADOXO

### A CATEGORIA “SAMBA”: SONORIDADE E PADRÃO POLIRRÍTMICO

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

A sonoridade é o resultado de combinações instrumentais (e eventualmente vocais) que, por sua recorrência em uma determinada prática musical, se transforma em elemento identificador. Falamos em “baixo, guitarra e bateria” e imediatamente pensamos na estética musical do *rock*. Visualizamos um trio de instrumentistas – em silêncio – portando sanfona, triângulo e zabumba e esperamos a execução de um coco, uma embolada ou um baião. Analogamente, ninguém espera que um quarteto de cordas (dois violinos, viola e violoncelo) vá tocar um *reggae*, um frevo ou um *blues*. Cada formação instrumental evoca um determinado ambiente musical, servindo como elemento característico de sua prática. Obviamente, as fronteiras entre sonoridades estão continuamente sendo transpostas por meio de influências e intercâmbios entre as diversas músicas que circulam pela sociedade. Também deve-se registrar que a criatividade dos músicos, produtores, compositores, arranjadores e de todos aqueles envolvidos com o fazer musical está a todo instante quebrando essas rígidas

demarcações e tocando forró com guitarra, baixo e bateria; frevo com quarteto de cordas e samba com sanfona e zabumba. Ainda assim, não podemos negar que as sonoridades características *existem* e que são elementos que ajudam a reconhecer um determinado gênero musical, favorecendo (ou dificultando) a identificação das pessoas com seu ambiente simbólico.

Nas primeiras décadas do século XX, o samba se fixou como gênero musical e categoria de classificação do mercado de música. Nesta época, a aproximação entre sambistas e músicos de choro da cidade do Rio de Janeiro, que frequentavam os mesmos espaços e eventos musicais, fez com que se moldasse também uma sonoridade básica para o acompanhamento instrumental do samba: pandeiro, tamborim, surdo, cuíca, flauta, cavaquinho e violão. O ambiente das rodas de samba era o espaço por excelência dessa prática. A esses instrumentos eventualmente se somavam chocalhos, “prato e faca”, “caixas de fósforos”, “chapéus”, “latas” e toda uma infinidade de objetos percussivos acionados na experiência musical. Contudo, essa sonoridade pouco aparecia nos discos de samba. Na fase mecânica das gravações, e mesmo após o início das gravações elétricas, em 1928, os sambas eram gravados com acompanhamento de orquestras ou mesmo de grupos instrumentais variados, que quase sempre incluíam naipes de sopros (flauta, clarinete e trombone são os preferidos) e uma percussão discreta. Progressivamente, a importância da percussão foi aumentando na sonoridade dos discos, sobretudo com arranjos de Pixinguinha, que conferia um destaque especial à percussão, driblando as limitações técnicas. Ainda assim, é possível afirmar que a ênfase sonora nos instrumentos de percussão só irá se consolidar definitivamente a partir da década de 1960, fortemente relacionada à tecnologia. O advento das gravações multipista, a melhoria nos equipamentos técnicos de gravação e a popularização do *hi-fi*, microfones e aparelhos sonoros de “alta fidelidade” que conferiam um timbre bastante próximo ao real a instrumentos de difícil microfonação, como o violão e os naipes de percussão, forneceram o suporte técnico para a valorização dos timbres percussivos nas gravações comerciais. Neste momento, de forma prioritária, a sonoridade do pandeiro, agogô, tamborim e do surdo de marcação passa a ocupar um papel de maior importância nas gravações; o cavaquinho chega “pra frente” na mixagem e, ao mesmo tempo, os violões se encarregam de fixar o ritmo, a harmonia e a condução do baixo.



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

É interessante reparar que, nas gravações das décadas de 1960 e principalmente nos anos 1970, há uma explícita intenção de transpor para o ambiente do estúdio a informalidade das rodas de samba caseiras, que é representada não só no aumento da importância da polirritmia da batucada, mas também nos diálogos descompromissados entre os cantores, músicos e a inclusão deliberada de barulhos diversos. Deve-se destacar que este artifício é utilizado com maior frequência nos discos de sambistas ligados às escolas de samba, que nesta época passam a atuar no mercado de música. Em 1974, no primeiro LP de Cartola, podemos ouvir este recurso na música *Alegria*, de sua autoria. A gravação começa com barulhos de conversas, um ataque de surdo, um acorde displícite no violão, até que se ouve uma voz sugerindo: “Cartola, manda aquele teu samba *Alegria!*” E ele responde: “É verdade, me lembrei, vou cantar esse samba!” Após esse curto diálogo, o cavaquinho ataca um acorde para dar o tom, e Cartola inicia a melodia enquanto os outros instrumentos vão entrando aleatoriamente. A ideia que passa é que o samba está sendo “puxado” na hora, sem combinação prévia, exatamente como ocorre nas rodas. Mais emblemática ainda é a gravação de *Gamação*, de Candeia (WEA, 1978), que se inicia com barulhos de garrafas, copos, risos e conversas simultâneas durante 32 segundos. Algumas frases aparecem bem claras, evidenciando o local de onde parte a gravação: a roda de samba em um bar. Entre elas podemos destacar:

- Opa, que ampola, que beleza! Garota gelada!
- Traz um bolinho de bacalhau.
- Deixa um copo pro João de Aquino e pro Toninho.
- Ah, o Toninho não vem! Toninho é pastor!

- Quero ouvir um pagode!
- Leva um pagode aí!
- Vou levar um pagode!

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

*Dona Ivone Lara:* Mestre Alcides, malandro histórico da Portela, dá um tema de um pagode da antiga pra moçada levar agora!

*Alcides:* Tudo bem, Dona Ivone, vamos juntar a rapaziada do Império Serrano e da Portela pra cantar um samba do Mestre Antonio Caetano, *Quando a maré*.

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

Um outro elemento muito utilizado para caracterizar esse ambiente é o coro. O canto coletivo reforça a ideia de compartilhamento dos pensamentos das canções, se aproximando da experiência real das rodas de samba.<sup>1</sup> É no canto que os sentimentos comunitários produzem uma sensação de familiaridade e pertencimento ao ambiente musical do samba. A roda de samba é um evento que envolve a participação dos presentes por meio do canto, que confere legitimidade coletiva aos significados das canções. No ambiente do estúdio, o coro funciona como representação dessa “energia” coletiva, colaborando para estabelecer um paralelo entre o produto musical gravado e a prática amadora do fundo de quintal.

Durante a década de 1970, essa sonoridade incorpora uma gama cada vez maior de instrumentos e combinações instrumentais, ampliando sua diversidade estética. Paulinho da Viola, Martinho da Vila e Beth Carvalho se associam a

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

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

Se você quiser fazer uma coisa assim mais redutora, você pode dizer que o pagode está para o samba assim como o *punk* está para o *rock*. É uma coisa mais “suja”, menos “redonda”, menos “aperfeiçoada”, menos “depurada”. Então o pagode é a voz daquele sujeito que está cantando no terreiro mesmo. (apud Pereira, 2003, p. 92)

Todo esse repertório de variações de sonoridades que permeou a trajetória das gravações de samba – e também das apresentações ao vivo em *shows* e rodas – derivava basicamente da sonoridade fixada pelos conjuntos de choro do início do século XX. A centralidade do cavaquinho, violão, pandeiro e

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

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

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

Todos compartilhamos no senso comum o significado do vocábulo ritmo. Ainda assim, convém esmiuçar alguns detalhes de sua definição. Segundo o *Dicionário Grove de música*, o ritmo é “a subdivisão de um lapso de tempo em seções perceptíveis, o grupamento de sons musicais, principalmente por meio de duração e ênfase”. Nesta definição, ressaltam dois aspectos do ritmo: a segmentação do tempo e a ideia de acentuação. A segmentação de um espaço de tempo é feita com os acentos, que se configuram como norteadores dos referenciais rítmicos de uma experiência musical.

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

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

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

Desta forma, o reconhecimento psicoacústico de um determinado padrão rítmico previamente classificado fornece um “ambiente” simbólico que determina a qualidade da experiência musical. Em seu livro *Feitiço decente*, o etnomusicólogo Carlos Sandroni (2001) concorda que o ritmo – e mais especificamente a “batida” – é o principal elemento de distinção que demarca as classificações dos gêneros musicais.

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

Quando se afirma que o ritmo (a “batida”) é um elemento que permite a classificação de um determinado gênero musical, estamos nos referindo a sequências rítmicas que se repetem e configuram um padrão para aquele gênero. Neste sentido, o reconhecimento de um padrão rítmico regular em uma canção pode fazer com que, por meio de comparações e identificação de semelhanças, este seja associado ao modelo referencial de um gênero musical e que, desta forma, a canção possa ser incluída na classificação do gênero.

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

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

configurando um outro sistema que não é mais africano nem puramente europeu, no qual a noção acadêmica de síncope perde a razão de ser. (Sandroni, 2001, p. 27)

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

Vê-se que a primeira vantagem dos termos de Kolinsky é o seu caráter neutro: nem co- nem contrametricidade seriam *a priori* mais normais ou regulares que a outra. Ora, na teoria clássica ocidental palavras como “síncope” e “contratempo” expressam casos de contrametricidade, ao passo que casos opostos não deram origem a termos técnicos comparáveis. Isso demonstra mais uma vez que estes são considerados procedimento normal, que dispensa menção, enquanto aquele seria exceção. (Sandroni, 2001, p. 22)

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

O mesmo ciclo rítmico foi encontrado nos estudos de Samuel Araújo e Kazadi wa Mukuna em seus estudos sobre samba, e pode ser verificado em diversas gravações de samba após a década de 1930. Nas baterias de escolas



de samba, este padrão é executado pelos tamborins, e sua importância pode ser medida pela preocupação dos diretores de bateria em aprimorar ao máximo sua execução nos ensaios (Araújo, 1992, p. 147). Uma das principais características deste padrão é a alternância entre uma nota antecipada no início de um compasso e o ataque cométrico (em linguagem de músicos: “na cabeça”) do compasso seguinte, estabelecendo um contínuo reafirmar e subverter a métrica do compasso.<sup>2</sup>



É fato que o paradigma do Estácio é o ritmo característico do samba. Qualquer experiência musical em torno do gênero pode confirmar isso com facilidade. Esse padrão é reconhecido por qualquer músico e sua simples execução produz imediatamente uma identificação notória com o samba e suas simbologias. Vale destacar que o “paradigma” aparece não só como fórmula básica de acompanhamento, mas também como referência prioritária para a estruturação rítmica das melodias, contracantos e na “levada” dos instrumentos de cordas dedilhadas. Porém, no que tange especificamente o acompanhamento percussivo, há um outro aspecto do ritmo do samba de grande importância para a classificação do gênero, que é a polirritmia de seu padrão básico.

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





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



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

#### PADRÃO POLIRRÍTMICO DO SAMBA

The image shows a musical score with three staves. The top staff is labeled 'Paradigma do Estácio' and contains a sequence of eighth notes with some beamed together. The middle staff is labeled 'pandeiro ou ganzá' and contains a sequence of eighth notes with accents (>) under each note. The bottom staff is labeled 'surdo' and contains a sequence of eighth notes with accents (>) under each note. The staves are aligned vertically, showing the simultaneous patterns.

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

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

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

## ORIGENS: O SAMBA NEGRO

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

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

Os pesquisadores são unânimes em afirmar que a gestação do samba ocorreu a partir das práticas culturais das classes mais baixas da população

carioca no início do século XX, num momento em que a cidade crescia por meio de fluxos migratórios internos e externos e tinha sua geografia transformada por reformas que alteraram substantivamente o panorama urbanístico e social da capital. Na virada do século XIX para o XX, o Brasil vivia um período de mudanças significativas: saía de uma relação de trabalho escravocrata para o trabalho remunerado, da Monarquia para a República, de uma sociedade basicamente rural para a industrialização dos centros urbanos. Nesta mesma época, se inicia a implementação de uma “indústria cultural” no País, especializada em divertimentos populares massivos, alavancada pelas novas tecnologias que aportavam na cidade. Todas essas mudanças se refletiam em alterações no comportamento cotidiano da cidade e de seus habitantes. Centro irradiador do progresso e das novidades modernas, a capital federal era o destino mais procurado por ex-escravos e seus descendentes, oriundos de várias regiões rurais. Vinham para o Rio de Janeiro em busca de oportunidades de trabalho que se abriam

[...] na multiplicidade de ofícios em torno do cais do porto, para alguns na indústria, para os mais fortes e aguerridos na polícia, para os mais claros no funcionalismo, para todos no Exército e na Marinha. Mas muitos ficam à margem: prostitutas, cafetões, malandros. Outros sobrevivem como artistas em cabarés, teatros de revista, circos e palcos, valendo-se de seu talento aprendido nas festas populares. (Moura, 1983, p. 65)

Esse contingente de trabalhadores se instalava em cortiços e casebres na Saúde e, posteriormente (após a grande reforma urbana de Pereira Passos, em 1904), na Cidade Nova e nos morros adjacentes. Nesses espaços, o contato social intenso e as afinidades das dificuldades cotidianas promoviam o que Tinhorão (1998, p. 265) chamou de “verdadeiro laboratório de experiências fragmentadas de usos e costumes de origem rural”. Este laboratório em pouco tempo passou a ser liderado pelos negros baianos que, com suas estruturas familiares matriarcais, formavam um grupo relativamente coeso que compartilhava certas tradições. A forte religiosidade desse grupo era um elemento agregador importante em torno, principalmente, das famosas “tias baianas”, que eram quase todas mães de santo ou figuras de proa nos rituais religiosos, invariavelmente associados

à vivência comunitária e ao lazer coletivo. Sendo assim, as “tias” lideravam não só as manifestações religiosas, mas também a organização da família e das festas (Sandroni, 2001, p. 100). Foi esse intercâmbio entre festa e religião que permitiu a adaptação de autos de ciclo natalino típicos dos costumes rurais ao calendário festivo da cidade, apresentados então durante o período de Carnaval como “ranchos”, que cantavam e dançavam chulas “ao som de violão, viola, cavaquinho, ganzá e prato raspado com faca” (Tinhorão, 1998, p. 269).

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

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

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

A trégua do encontro carnavalesco, no entanto, opera tanto como uma oportunidade de diálogo quanto como um momento de embate, em que algumas

hierarquias da sociedade são evidenciadas e entram em choque. De acordo com o sambista e pesquisador Nei Lopes,

[...] o samba começa a se estruturar no momento em que os pretos e mestiços pobres dos morros e subúrbios reivindicam seu lugar no Carnaval. E a base dessa reivindicação é a criação de seus primeiros blocos, ranchos, “embaixadas” (depois escolas) de samba, os quais servem também como núcleos de socialização e defesa comunitária.<sup>3</sup>

Nei Lopes é um estudioso da influência africana na cultura brasileira. Toda sua extensa obra – livros, artigos, músicas – é dedicada à valorização desta influência e à denúncia da forma secundária e preconceituosa com que ela é tratada pela sociedade. No campo da música popular, Lopes afirma que “todos os ritmos e gêneros existentes na música popular brasileira de consumo de massa, quando não são reprocessamento de formas estrangeiras, se originam do samba ou são com ele aparentados” (2004, p. 49). Para o autor, o samba é inequivocamente uma música fermentada no seio da população negra a partir de influências diversas, entre as quais aquelas oriundas das culturas africanas se configuram como as mais relevantes. Em seu livro *O negro no Rio de Janeiro e sua tradição musical*, Nei Lopes demonstra essa predominância ao enumerar quinze práticas musicais e coreográficas<sup>4</sup> que colaboraram para a formação do samba e do partido-alto neste período, quase todas de origem africana. A mesma ideia é afirmada no samba *Ao povo em forma de arte*, em parceria com Wilson Moreira, composto para o desfile da Escola de Samba Quilombo em 1978:

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

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

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

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

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

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

Ao classificar o samba como “negro”, estamos atribuindo a este fenômeno uma posição discursiva, que toma corpo a partir da vivência de determinados grupos predominantemente (mas não exclusivamente) negros em um ambiente pouco favorável. Esta posição cultural é vivenciada a partir de dois eixos. Internamente, ela produz um fator de “coesão social” ao funcionar como núcleo

de socialização e defesa comunitária. Constrói-se então uma cultura popular, *liderada* por negros, que incorpora diversos códigos culturais num contexto de marginalização e proletarização que os une (Moura, 1983, p. 87).

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

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

Na realidade, o samba – no seu fazer-se e refazer-se permanente – ia incorporando outra tez e outro tom, quer dizer, outras dicções e tonalidades, imerso num processo simultâneo de relativo “embranquecimento” e “empretecimento” dos grupos e classes sociais que lidavam com ele. Sua prática o conduzia rumo a direções opostas e complementares, tecendo a dialética da unidade dos contrários, tão bem expressa nas contraditórias trocas culturais realizadas entre as classes populares e as classes médias. Abria-se, assim, caminho para a entronização do samba como ícone cultural de toda a nação, e não apenas desse ou daquele segmento étnico. (Paranhos, 2004)



Será? Na verdade, a construção de uma identidade nacional a partir do samba promoveu o gênero como síntese no âmbito do mercado de música, mas não se sobrepôs às suas potencialidades de identidade étnica. A identidade musical funciona então como uma *potencialidade*.

Desta forma, o samba não é negro, nem nacional, nem carioca, baiano, urbano, do morro, do Carnaval. Ele é um produto cultural que *pode* atuar como deflagrador de uma identidade nacional, negra, carioca etc. Todas essas formas de identidade são apenas potencialidades, não necessariamente realizadas ou realizáveis. Para que elas sejam evocadas e estabelecidas, é necessário que o sujeito da ação se sinta pertencente a este ou aquele grupo identitário e que utilize o samba para demarcar seu elo de identidade. É preciso que esta música seja empregada como um recurso para dizer quem você é e usada “para interpretar quem as outras pessoas são ou o que uma comunidade aspira” (Seeger, 1992, p. 3). Nesse instante, a narrativa de identidade a partir da música evocará um sentimento de identidade que pode se referir a componentes étnicos, geográficos, sociais ou nacionais. No caso do samba e da grande maioria das músicas populares urbanas, a construção identitária vai se tornando cada vez mais complexa e se adaptando à medida que o gênero vai ultrapassando as fronteiras culturais e se tornando parte da cultura nacional, veiculado pelo rádio e pelo disco para a totalidade da população.

#### UMA RELAÇÃO PARADOXAL

O ambiente comunitário que marcou profundamente a origem do samba no seio da população de baixa renda nos morros e periferias cariocas é até hoje característico de seu imaginário. O convívio cotidiano entre parentes, amigos, compadres e vizinhos se intensificava nos períodos de festas e tinha como marco o Carnaval, com a formação de ranchos, blocos e, posteriormente, das escolas de samba. Mais uma vez, são os sambistas do Estácio que, a partir da fundação e estruturação da sua “escola” de samba, a Deixa Falar, estimulam outras localidades a se organizarem em agremiações semelhantes, que lhe seguirão a denominação. Quem confirma essa aproximação é o sambista Cartola:

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

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

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

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

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

Em todos os pagodes<sup>5</sup> presenciei o mesmo espírito descontraído dos participantes; em todos eles senti que o samba convoca o encontro de amigos, familiares e até desconhecidos (como eu), que acendem ao ritual urbano como pagodeiros consuetudinários ou como esporádicos visitantes. Em todos eles senti que, além da música e do papo informal, pude compartilhar por momentos a ilusão de sermos iguais. (Ulloa, 1998, p. 90)

Carlos Alberto Messeder Pereira faz coro à percepção de Ulloa ao afirmar que o ritual da roda é um momento “de reforço de laços de identidade e de reciprocidade, encontro de iguais e, ao mesmo tempo, *locus* de trocas com outros grupos sociais” (2003, p. 96). Por outro lado, simultaneamente, alguns sambistas começam a frequentar o mundo dos discos, os corredores das gravadoras e estúdios de programas de rádios, fornecendo sambas para apresentações de cantores profissionais consagrados. Aos poucos, o espaço aberto e coletivo das rodas improvisadas passa a ser ocupado por um compositor individualizado, autor de seus sambas e beneficiário dos eventuais lucros da composição. De acordo com Muniz Sodré (1998, p. 41), essa individualização transforma a música *folclórica*, de “produção e uso coletivos”, em *música popular*. É nesse momento que, ainda de forma incipiente, o samba se profissionaliza. O sambista pode se autointitular agora um artista, ou, na arguta percepção do lendário Paulo da Portela, um “anteprojeto de artista”.<sup>6</sup> Nesse sentido, uma narrativa muito instigante é reproduzida em uma entrevista de Cartola concedida ao jornalista Sérgio Cabral sobre a venda de um samba do compositor mangueirense. Perguntado sobre sua primeira venda de samba, o compositor responde:

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

O que Cartola descreve é a intermediação entre um cantor profissional e um sambista que, na época, desconhecia os meandros do mercado musical e sua grande dificuldade de quantificar um valor financeiro para sua obra. A relação entre o espaço das rodas e o mercado de música também é digna de nota, pois o cantor “já devia ter ouvido o samba em algum lugar”, ou seja, os sambas em sua imaterialidade circulavam pelas rodas, já no início dos anos 1930, com autoria definida. O fato é que, em pouco tempo, os sambistas aprenderam a se beneficiar da “descoberta de um valor monetário em algo que, até pouco antes, era considerado de domínio público” (Sandroni, 2001, p. 150). Neste processo, os sambistas do Estácio tiveram, sem dúvida, um papel preponderante. Segundo Nei Lopes, foi o samba de Ismael e de seus pares do Estácio que “despertou o interesse da recente indústria musical, que começou a ver nele um negócio promissor” (2003, p. 43). Assim, a legitimação do samba como música nacional ia tomando forma à medida que o próprio gênero passava a utilizar elementos que permitiam sua comercialização e divulgação em larga escala.

Nesse momento, no entanto, começam a surgir manifestações que condenavam as transformações do samba para se adequar ao mercado musical. Na década de 1930, com a publicação do livro *Na roda de samba*, o jornalista Francisco Guimarães, o Vagalume, afirma que, depois que “industrializaram” o samba, ele começou a perder “sua verdadeira cadência” e que caminharia

assim para a “decadência” (1978, p. 77). Segundo o autor, o samba, ao passar “da boca da gente da roda para o disco da vitrola”, perde sua força e corria sério risco de cair no esquecimento. Assim, o mercado seria um agente maléfico às práticas culturais populares. Para Eduardo Coutinho,

[...] no momento em que a música comunitária se “adéqua” ao mercado capitalista do lazer e dos bens simbólicos, os homens, alienados de sua produção, passam a se relacionar não mais com um produto de sua atividade criadora, mas com algo que lhes é estranho, não se reconhecendo na música que lhes chega através da indústria. (Coutinho, 2001, p. 143)

Mas com o samba não ocorre exatamente assim. Isso porque, desde o início de sua consolidação como gênero de música popular, a prática do samba conservou uma existência em duas esferas que, apesar de intercambiáveis, representavam em um primeiro momento duas formas distintas de experiência musical: a roda e o mercado. A circulação dos sambas profissionalizados no mercado significava para os sambistas uma amplificação de seus pensamentos e ideias, ou seja, uma oportunidade de alcançar projeção e voz ativa no conjunto da sociedade. Esta amplificação será utilizada pelos próprios sambistas para valorizar sua prática por meio da metalinguagem. Seja pela exaltação do próprio gênero, das localidades identificadas com as escolas ou até mesmo de símbolos de identificação como o “morro”, a “favela”, o “bairro”, ou a “cidade”, o samba constrói uma gama de autorreferências extensa, cuja intenção era eliminar a antiga rejeição preconceituosa contra o gênero. Os sambas profissionalizados precisavam “demarcar suas fronteiras”, ou seja, ao serem veiculados como “música popular” pelo mercado de gravações e pelo rádio, era necessário estruturar de forma contundente suas referências simbólicas.

Isso significou, na prática, a adoção de um discurso que buscava dissociar o samba não só do ambiente de malandragem e marginalidade, mas também valorizar elementos simbólicos de sua prática. Na sua estratégia de legitimação, o tema da identidade negra, por exemplo, era evitado nas canções e, quando abordado, aparecia sob a égide da miscigenação democrática e supostamente feliz de uma “gente bronzada” (*Brasil Pandeiro*, de Assis Valente), que vinha para a “cidade” (*Cidade mulher*, de Paulo da Portela) “mostrar o seu valor”

(*Brasil Pandeiro*, de Assis Valente). Em outros casos, o negro podia ser apresentado como um “escurinho direitinho” (*Escurinho*, de Geraldo Pereira) ou como um “pretinho” que, “no fundo”, era um “bom rapaz” (*Preconceito*, de Wilson Batista).

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

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

É evidente que essa movimentação toda começa a alterar o jogo de poder interno nas escolas e algumas modificações começam a acontecer. Dentre as mais relevantes, podemos citar as mudanças nos parâmetros estéticos dos sambas-enredo e em suas formas de escolha e a contratação de profissionais especializados para realizar os trabalhos de confecção das fantasias e alegorias, cujo representante mais completo é o chamado “carnavalesco”, uma espécie de coordenador geral dos desfiles, diretamente subordinado às diretorias. Aos poucos, os desfiles das escolas de samba se transformam em espetáculo altamente lucrativo, perdendo parte de seu caráter de festa e de participação

coletiva.<sup>7</sup> Com isso, o espaço da escola vai gradativamente deixando de ser um lugar de samba em “qualquer dia da semana” para se voltar exclusivamente para a competição do desfile; e os sambistas fundadores vão sendo preteridos em eleições para diretorias, em escolhas de sambas-enredo e, principalmente, nas instâncias de poder da escola.

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

Neste momento, a tensão entre antigo e novo se acentua e a modernização começa a rimar com descaracterização. O imaginário do samba passa a ser povoado então por um caráter saudosista e várias composições passam a abordar de maneira sistemática essa “descaracterização” das escolas e do samba de um modo geral. O principal “argumento” criticava as “alterações” (*Argumento*, de Paulinho da Viola) do samba e afirmava que “muito luxo pode atrapalhar” (*Avenida fechada*, de Elton Medeiros, Cristóvão Bastos e Antonio Valente). Principalmente no repertório, o samba inicia um processo de valorização do ambiente “antigo” e constrói uma consciência coletiva que até então esteve recalcada. Passa-se a enaltecer fatos e personagens do passado e elaborar uma ideia de história do gênero, com direito à construção da noção de continuidade, de herança e de tradição. O “passado e o presente” (*De Paulo a Paulinho*, de Monarco e Chico Santana)<sup>8</sup> das escolas e do gênero o habilitava como “a voz do morro” (*A voz do morro*, de Zé Kéti, 1955), “orgulho do folclore brasileiro” (*Glória ao samba*, de Hélio Turco, Pelado, Cícero e Jorge Castro, 1960).

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

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

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

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

Ao se referir à “rapaziada” e ao “cavaco, pandeiro e tamborim”, o compositor estabelece uma comunidade relativamente coesa em torno de seus símbolos representativos das ideias e comportamentos. Em seu trabalho sobre o sambista, Eduardo Coutinho afirma que a obra de Paulinho é um exemplo de uma tradição viva, entendida como um “processo histórico-cultural” no qual o passado se volta para o presente e se projeta no futuro sob a forma de um modo de agir e de pensar. Segundo o autor, é pela tradição que o samba desenvolve uma “estratégia de resistência ao ritmo do mercado”, fundando um diálogo com o passado (2001, p. 169). A associação entre tradição e resistência é recorrente. Para Muniz Sodré, o samba também apresenta “fortes aspectos de resistência cultural ao modo de produção dominante na sociedade atual, porque a produção desse samba ainda tem lugar no interior de um universo de sentido alternativo, cujos processos fixadores partem da cultura negro-brasileira” (1998, p. 59).



A noção de resistência é extremamente importante nessa discussão. Na época em que os sambistas vivenciavam uma progressiva perda de espaço no ambiente das escolas e se viam disputando terreno no mercado musical, a tradição passa a ser um eixo de legitimação do universo simbólico do samba perante o amplo e diversificado circuito comercial da música popular. Entretanto, seus valores comunitários e amadores enfrentam um certo choque com a “produção dominante” do mercado de música. Por isso, a noção um tanto romântica de que o gênero representa um “universo de sentido alternativo”, cuja ênfase nos valores “tradicionais” significa uma “estratégia de resistência”, ganha diversos defensores.

É importante destacar que, no mesmo período, determinados setores da classe média (jornalistas, músicos, intelectuais, estudantes) estavam envolvidos num acirrado debate sobre nacionalismo e “autenticidade”.<sup>9</sup> É claro que a ideia de uma prática cultural “autêntica”, de um gênero musical que há muitos anos simbolizava a “unidade nacional” e cujo foco simbólico representava uma resistência às influências exógenas, era particularmente bem-vinda. A construção de uma ideia de nação e de “cultura nacional” se dá por meio de narrativas que são compostas a partir de uma ênfase nas “origens”, na “continuidade”, “muitas vezes simbolicamente baseada na ideia de um *povo* ou *folk* puro, *original*” (Hall, 2002, p. 55).

Neste momento, intelectuais e estudantes de classe média frequentavam determinados espaços de samba para absorver um certo sentimento de “brasilidade” (Silva e Oliveira Filho, 1997, p. 108) e, ao entrar em contato com suas práticas, adotaram o gênero como expressão da “cultura popular”, marginalizada, preterida e eternamente ameaçada pelos poderes do capitalismo e da “indústria cultural”. Não estou querendo com isso afirmar que houve um “aproveitamento” do samba e de seus protagonistas em prol de uma causa que eles desconheciam ou ignoravam. Um pensamento muito semelhante se desenvolvia no interior do “mundo do samba” a partir das vivências de seus protagonistas em relação às alterações na dinâmica das escolas. O que ocorreu, na verdade, foi um feliz encontro entre demandas de grupos de sambistas à procura de mercado e grupos de intelectuais formadores de opinião sedentos por uma certa “autenticidade nacional” que lhes parecia ameaçada. Esse en-

contro ocorria em certos espaços que se tornaram mitológicos no imaginário do samba, como o lendário Zicartola, o Teatro Opinião e *shows* como Rosa de Ouro e Opinião, além de inúmeras rodas que ocorriam pela cidade do Rio de Janeiro. O samba passa a ser vendido no grande mercado de música como representante de uma nacionalidade idealizada representada nas práticas da “cultura popular”.

A relação entre o samba e o mercado se configura, então, em novas bases, tendo como marco um grande paradoxo: apesar de se referir cada vez com mais ênfase a um ambiente social cuja referência simbólica é o fazer musical amador, o gênero se transforma em mercadoria e ocupa espaços de circulação de música altamente profissionais.

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

[...] um nicho de mercado para uma força que resiste à desestruturação imposta pelo próprio mercado. Não inteiramente absorvida pela indústria, essa produção marginal – que tem vida própria nas rodas de samba e batucada – aparece como um tipo especial de mercadoria, sob o irônico rótulo de “tradição”. Tal mercadoria, embora expresse algum tipo de resistência às práticas dominantes, não escapa à lógica do mercado, pois se apresenta como um bem simbólico capaz de ampliar as vendas a consumidores descontentes com a produção em série. (Coutinho, 2001, p. 154)

O paradoxo do samba comercializado se constituiu tanto pela demanda de um público que se afina com o quadro de valores amadores por ele enaltecido quanto pela capacidade do próprio mercado de manter, divulgar e gerar lucros a partir de uma prática que, a rigor, desdenha deste mercado. Essa existência “dupla” é resultado de uma tensão administrada de várias formas no decorrer dos anos pelos variados grupos que de alguma forma se envolveram com o gênero e caracteriza sua relação com este mercado. Independentemente do conteúdo antimercado propagado na prática musical, os sambistas querem mesmo é fazer parte dele, e daí surge uma situação paradoxal altamente tensa e instável.

É claro que a relação entre os sambistas e os espaços profissionais não é justa e lucrativa para todos os lados. Os compositores e intérpretes de samba, assim como os de outros gêneros, *se utilizam* do mercado para obter benefícios

financeiros e simbólicos e vice-versa. Esse jogo de mão dupla é quase sempre desigual, não somente para o samba e seus protagonistas, mas para qualquer relação entre músicos, intérpretes e compositores (principalmente os iniciantes) com agentes do mercado de música (especialmente os profissionais de empresas transnacionais). O que não inviabiliza a ideia de que ambas as partes traçam estratégias comerciais para conseguir o maior benefício possível.

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

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

Como podemos observar, o sambista espera, *reza* para ter um samba gravado, pois isso se reflete em retorno financeiro significativo para ele. Ter um samba gravado por artistas de projeção, mesmo quando não é possível “botar o boi na sombra”, representa um grau de legitimidade alcançada não só perante o mercado musical e seus agentes, mas também, e muitas vezes, perante públicos maiores e até mesmo em algumas rodas. Note que um artista como Zeca, “formado” nas rodas, se sente na obrigação de “abrir pros caras”. Como em todo mercado, a legitimação de cargos, funções e rendimentos está muitas vezes relacionada com as ligações afetivas e pessoais entre seus agentes. Ao mesmo tempo, o mercado de música, como qualquer outro, é caracterizado por fortes disputas entre compositores, músicos e cantores que, paralelamente, compartilham a mesma “ilusão” de serem iguais no ambiente das rodas de samba.

Nesse sentido, o que existe é uma administração complexa do quadro de valores amadores do samba das rodas *no* mercado profissional. A relação paradoxal entre samba e mercado é marcada por gradações de amadorismo e de profissionalismo dos setores envolvidos e diretamente influenciável pelos contextos socioculturais e políticos de cada momento. Nesses ambientes, intér-

pretos e compositores irão disputar a legitimidade de sua prática musical entre si e frente a outros gêneros e comunidades de consumidores, todos buscando ampliar o cacife simbólico de sua música e, assim, aumentar sua capacidade de circulação na sociedade.

#### NACIONAL *VERSUS* ESTRANGEIRO

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

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

Sendo assim, a sensação de pertencimento a uma nação se dá não só por meio de um polo geográfico, mas também de símbolos (a bandeira, os hinos, a língua, a história, os mitos, a “origem”) capazes de deflagrar o sentimento de nacionalidade. Por meio desses elementos identitários, nos sentimos mais “brasileiros”, “ingleses”, “cubanos” ou “norte-americanos”. No Brasil, o samba se tornou um símbolo em torno do qual se constrói esse sentimento nacional. Em seu repertório e imaginário, a exaltação da nação brasileira e do gênero como orgulho e representante desta nação tem sido recorrente.

A fixação do samba como gênero nacional ocorreu em um período de sedimentação do rádio como poderoso veículo de difusão (com as emissoras Mayrink Veiga e a Rádio Nacional, ambas na década de 1930) e de ampliação do mercado de discos (com o advento da gravação elétrica e a entrada no mercado de gravadoras como a Brunswick e a RCA no final da década de 1920), sendo os dois processos localizados principalmente no Rio de Janeiro (Vianna, 1995, p. 110). O papel de música nacional que o samba vai assumir no período é resultado ainda de diversas transformações do gênero, que incluem a mudança no padrão rítmico e a adoção de um novo modelo composi-

cional, fundado na autoria explícita e na profissionalização do fazer musical. De acordo com Sandroni (2001, p. 222), esta mudança musical colaborou para a caracterização de uma “outra etapa” na identidade cultural nacional, não mais fundada na exploração do trabalho escravo e afinada com a implementação dos meios de comunicação de massa. É nessa época que a categoria samba “passou a definir uma espécie de núcleo por excelência da canção brasileira” (Tatit, 2004, p. 148).

Assim, o repertório do samba iria afirmar continuamente em diversos momentos o caráter brasileiro do gênero e seu alto valor cultural como símbolo da nação. Este símbolo, muitas vezes, aparece confrontado ou em disputa com signos de culturas estrangeiras que, desde o início do século XX, aportavam na capital com frequência. Um dos exemplos mais evidentes dessa disputa está manifestado nos versos do samba *Não tem tradução*, de Noel Rosa, no qual o autor critica a adoção de hábitos de linguagem importados de filmes e músicas que por aqui chegavam.

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

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

[...] a ideia “nação integrada” passa a representar a interligação entre consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido, se pode afirmar que o nacional se identifica com o mercado; a

correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substituiu-se por outra, cultura mercado-consumo. (Ortiz, 2001, p. 165)

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

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

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

A roda, em contraponto, permanece intangível em sua estrutura. É um veículo na contramão das mudanças, agindo como um instrumento de construção de cidadania (e onde se forja uma das principais noções do que seria a cultura brasileira). A indústria fonográfica, ao contrário, é o braço avançado de um outro tipo de cultura, transnacional, que elimina fronteiras e pasteuriza o consumo no mundo inteiro.

Sua ação, nesse sentido, em sintonia com outras forças do mercado, como a indústria do cinema ou do *fast-food*, como os grandes conglomerados financeiros ou de informática, visa sepultar tudo o que remete a qualquer ideia de fronteira ou provincialismo. (Moura, 2004, p. 212)

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

Mas as pessoas que criticam deviam pensar bem, saber que o mais importante é a nossa cultura. As pessoas que criticam o samba devem querer ouvir essas Madonnas da vida. Deviam procurar saber que quem está tocando no violão música popular brasileira dá emprego para muita gente. Quem critica só pode estar ganhando lá fora para poder criticar um trabalho que é a nossa língua, a nossa cultura. O Michael Jackson paga salário para elas, a Madonna paga salário para elas. (Saint-Clair, 1995)

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

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

Segundo Candeia, os símbolos nacionais (viola, pandeiro e samba) não pertencem a culturas estrangeiras, mas a uma *síntese* produzida em solo brasileiro, que é afirmada em suas práticas culturais. De certa forma, a noção de síntese se choca com a ideia de resistência, uma vez que por meio dela podemos entrever um fluxo de comunicação entre práticas diferentes. Ao desmanchar

a rigidez das fronteiras e permitir o diálogo com o outro, a síntese enfraquece os movimentos de resistência, que se afirmam na negação.

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

Apesar do intenso fluxo de elementos entre as práticas culturais afrouxando suas fronteiras, a arena da tradição e da preservação do samba pelos seus elementos característicos é continuamente reforçada. O viés nacional como eixo de valorização do gênero é recorrente e se opõe aos movimentos de uma globalização caracterizada por vários de seus protagonistas como “tristemente enfraquecedora” (Lopes, 2004, p. 47). Ao mesmo tempo, todos os sambistas se beneficiam das novas configurações de um mercado de música no qual o intercâmbio de tecnologias, públicos e símbolos se acentua. Com isso, a dicotomia paradoxal entre samba e mercado vai tomando novas cores.

---

#### A MEDIAÇÃO: “PADRINHOS” E “MADRINHAS”

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

Por este motivo, jornalistas e radialistas sempre tiveram um estreito contato e gozaram de ótimo prestígio nas rodas de samba, nas escolas e com os sambistas. Parte da boa presença do samba no rádio em seu período áureo e nos cadernos de cultura dos grandes jornais nacionais deriva dessa aproximação. No entanto, a partir do surgimento e sedimentação da televisão como veículo de massa, esses agentes passaram a ocupar horários e espaços de menor



destaque, o que acabou favorecendo a construção da noção de “resistência” também nesses meios (rádio e jornal). Por outro lado, alguns desses personagens conquistaram audiências fiéis e numerosas, sendo muitas vezes mediadores entre meios de comunicação e o mercado de *shows* e de discos.

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

Durante 24 anos, de 1966 a 1990, meu programa de rádio na madrugada da Globo era dirigido ao pessoal de morro, de samba autêntico, de samba de raiz. Isso em função de eu sempre ter tido uma consciência política, cultural, ideológica, nacionalista [...]. E no caso da cidade do Rio de Janeiro, o samba que fazia e continua fazendo o maior espetáculo audiovisual do mundo [...]; o homem que faz o samba desse maior espetáculo, o compositor, o cantor da escola de samba, o ritmista da escola de samba, não tinha vez no rádio e, lógico, também não tinha na televisão e não tinha no disco. Você vê, este país é engraçado, o artista do principal espetáculo da Broadway nos Estados Unidos está na mídia geral do país. Aqui não! Você via, por exemplo, a Rádio Globo transmitindo o resultado do desfile da Marquês de Sapucaí: “Olha, ganhou a Mangueira”, em seguida entrava Roberto Carlos. Não era para entrar o samba-enredo da Mangueira, que ganhou o Carnaval, que balançou o mundo? E eu começo o meu programa aí, procurando valorizar e abrir espaço para os compositores de morro. Era de madrugada, eles não sabiam direito o que eu estava fazendo e eu botava para tocar o pessoal do mundo do samba, com quem eu passei a ter um contato mais aprofundado. (Alves, 2003)

Em pouco tempo, o *Amigo da Madrugada* se tornou líder de audiência nacional no horário e a repercussão do programa transformou seu apresentador numa figura central para a divulgação de lançamentos de samba. Segundo Sérgio Cabral, “apesar da hora, seu programa fez tanto sucesso que ele passou a impor sambas e sambistas” (1975). Esse processo tem início quando Adelzon passa a intervir na divulgação de discos de novos sambistas. Em suas palavras:

Nessa época, final dos anos 1960, o Paulinho da Viola tinha concorrido num festival em São Paulo e ganhou com *Sinal fechado*, que é um clássico. Mas tinha concorrido também com *Foi um rio que passou em minha vida*, que parou no meio do festival. A gravadora fez o disco e saiu para divulgar *Sinal fechado*. Eu percebi que não era por aí, *Sinal fechado* era uma música que daria profundidade à carreira dele, daria prestígio, mas não daria popularidade. O que daria popularidade com prestígio era *Foi um rio...* E foi o que aconteceu. Com o Martinho da Vila também. Ele lançou um compacto com uma música que homenageava São Paulo, porque era lá que ia fazer *shows* e ganhar um dinheirinho. Do outro lado era *O pequeno burguês*. Ele queria divulgar a outra música e eu disse que não, que a música era *O pequeno burguês*, que ia estourar nacionalmente. Em função desse dois acontecimentos e em função do sucesso do programa, eles me chamaram para dirigir a Clara Nunes, que tinha chegado de Minas. (Alves, 2003)

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

A atuação de Adelzon no mercado de música atravessa várias funções e o torna um interlocutor privilegiado no processo. Ele é “dono” de um programa de rádio de sucesso, produz discos e utiliza esse prestígio para apresentar

aos diretores de gravadoras novos talentos. Estreitamente ligado ao mundo do samba, o radialista se tornou figura célebre no meio, sendo continuamente lembrado e homenageado.<sup>10</sup>

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

[...] ao reunir esse grupo para registrar em disco a memória musical coletiva da comunidade portelense, Paulinho da Viola cria a “instituição” que hoje conhecemos como Velha Guarda da Portela, conferindo a esses sambistas uma força e uma significação que até então não possuíam. O grupo se torna conhecido, adquire prestígio fora dos limites das comunidades do samba e ganha espaço na mídia, no mundo do mercado. (Coutinho, 2001, p. 128)

Nesse sentido, a mediação de um cantor com trânsito no mundo dos discos aproxima da “mídia” e do “mundo do mercado” um determinado grupo de sambistas cujo fazer musical comunitário se voltava prioritariamente para a prática amadora dos círculos relativamente fechados de uma determinada escola de samba. Coutinho atribui a essa mediação o aumento do prestígio, da força e da significação desse grupo de sambistas que, ao transporem os limites das rodas amadoras para alcançar o grande mercado fonográfico, ampliam o alcance de suas músicas, suas ideias, pensamentos, visões de mundo. A partir deste disco, Paulinho da Viola se torna “padrinho” da Velha Guarda da Portela, o que o consagra como “sucessor” do fundador Paulo da Portela.<sup>11</sup>

A ideia de apadrinhamento remete à atmosfera amadora e comunitária do samba, na qual as relações de vizinhança, amizade e parentesco são sublinhadas com escolhas de padrinhos, madrinhas e “compadres”. “Apadrinhar”, segundo o *Dicionário Houaiss*, significa “oferecer patrocínio, favorecimento; lutar em favor de, defender; amparar”, indicando uma relação de tutela entre o padrinho e o apadrinhado, que é alguém que é “patrocinado, favorecido, defendido, protegido, amparado”. O apadrinhamento está ligado a um ritual de passagem – batismo, casamento, formatura –, que representa um momento de “apresentação” do afilhado a uma outra esfera da vida social. No âmbito do mercado, o apadrinhamento significa ainda que esta apresentação está acompanhada de um aval legitimador do padrinho perante um público que desconhece o novo artista. No caso específico da Velha Guarda da Portela, é interessante notar que o padrinho é um integrante mais novo da agremiação e altamente reverente à música de seus afilhados. Por este motivo, ele se torna um “padrinho que toma bênção”.<sup>12</sup>

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

[...] Beth Carvalho tem reconhecida a sua característica de resgatar e revelar músicos e compositores do samba. Beth é inquieta. Não espera que as coisas lhe cheguem. Vai mesmo buscar. Pagodeira, conhece a fertilidade dos compositores do povo, e mais do que isso, conhece os lugares onde estão, onde vivem, onde cantam, como cantam e como tocam.<sup>13</sup>

Foi ela quem trouxe para o mercado, entre outros, Cartola, Nelson Cavaquinho, Fundo de Quintal, Zeca Pagodinho, Arlindo Cruz e Sombrinha.

Tendo lançado seu primeiro LP em 1969, após um enorme sucesso da faixa-título *Andança* (terceira colocada no Festival Internacional da Canção de 1968), Beth se consolidou nos anos 1970 como uma excelente vendedora de discos e, por isso, gozava de um bom relacionamento com os diretores de suas gravadoras.<sup>14</sup> Em seu LP *De pé no chão*, produzido por Rildo Hora em 1978, gravou um samba com os compositores e instrumentistas da roda que ela frequentava no Cacique de Ramos (Pereira, 2003, p. 130). A música – *Vou festejar*, de Neoci, Jorge Aragão e Dida – se tornou um clássico do repertório do samba e o grupo se profissionalizou iniciando uma carreira de enorme sucesso com o sugestivo nome de Fundo de Quintal.

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

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

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

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

A relação entre o samba e as instâncias do mercado ocorre pelas mãos de agentes que “inventam” grupos musicais, convidam sambistas para gravar, divulgam em rádio seu “material”. É também graças a eles que o circuito profissional do samba mantém abertos os canais de contato com as práticas amadoras das rodas que continuamente “revelam” novos artistas e talentos. A ideia de apadrinhamento, por sua vez, representa uma outra transposição de relações sociais comunitárias para o ambiente profissional do mercado, sendo uma estratégia criativa de familiarizar o meio mercadológico com relações de afinidade que fazem referência ao ambiente amador das rodas.

Madrinhas e padrinhos *de mercado* instituem um eixo de atuação e de inserção comercial-profissional que, de certa forma, ameniza a relação paradoxal entre samba e mercado. Sendo espaços assumidos como antagônicos, o recurso do apadrinhamento produz uma fresta na qual o contato entre o ambiente competitivo do mercado se humaniza com as relações sociais do samba. Por outro lado, a circulação comercial de sambas pelos meios de comunicação e seus lançamentos fonográficos amplia a penetração do gênero, em grande parte do território nacional, e produz nas várias localidades refluxos de músicas e de mediações. Esse movimento contínuo entre rodas e indústria faz com que a cada instante novos sambas e sambistas estejam aparecendo e circulando em várias esferas do mercado de música, reelaborando o paradoxo e promovendo leituras e atuações mercadológicas distintas.

## NOTAS

<sup>1</sup> Para um estudo mais detalhado sobre os mecanismos de compartilhamento de símbolos do universo do samba, ver Trotta, 2001a.

<sup>2</sup> A posição dos ataques antecipados e “na cabeça” definem, segundo Mukuna (2000, p. 104), a divisão do ciclo rítmico em duas partes, que se iniciam nesses ataques

acentuados. Se considerarmos a unidade mínima de subdivisão, o ciclo todo tem dezesseis ataques, sendo dividido irregularmente em uma parte de sete e a outra de nove. Essa irregularidade corresponde ao conceito de *imparidade rítmica*, cunhado por Simha Arom, que define a divisão em grupos *ímpares* de uma totalidade rítmica *par*. Essa imparidade estaria presente em várias práticas musicais africanas (ver Sandroni, 2001, p. 24).

<sup>3</sup> Retirado do texto de apresentação do CD do sambista Walter Alfaiate, lançado em 2002.

<sup>4</sup> São elas: batuque, “baiano”, cateretê, coco, capoeira, calango, chula, cantos de trabalho, tirana, batucada, cantigas de roda, desafios de violeiros, samba baiano (de roda), samba paulista (rural) e o lundu (Lopes, 1992, p. 26-46). Em quase todas, as características principais são o canto responsorial, a integração de música e dança e, em algumas delas, o improviso.

<sup>5</sup> Os termos “samba” e “pagode” são utilizados historicamente para fazer referência ao evento da roda. É somente a partir dos anos 1980 que o segundo passou a significar um determinado movimento musical. Na última década do século XX, como veremos, o termo “pagode” ficou associado pejorativamente à prática musical de alguns grupos de samba que obtiveram grande sucesso no mercado de música. Não é esse, evidentemente, o sentido que Ulloa dá ao utilizar o termo *pagode*. Nesse contexto, o vocábulo é sinônimo de “roda de samba”. Em capítulos posteriores, serão discutidas as nuances de terminologia aplicadas à música samba no mercado musical dos anos 1990.

<sup>6</sup> Verso do samba *Cidade mulher*, de Paulo da Portela: “Cidade, quem te fala é um sambista/ Anteprojeto de artista/ Seu grande admirador/ E confesso boquiaberto/ De manhã quando desperto/ Com tamanho esplendor”.

<sup>7</sup> Maria Laura Cavalcanti aponta um deslocamento do desfile para o aspecto do visual, opondo espetáculo com atores e público definidos à festa, “que une os participantes numa experiência da mesma ordem”. No entanto, a autora destaca que “ver, assim como cantar e dançar, é parte do Carnaval. É também uma forma nobre de experiência sensorial que, no âmbito da cultura popular, é contudo curiosamente menosprezada” (Cavalcanti, 1994, p. 52).

<sup>8</sup> Esse samba é um ótimo exemplo da ideia de continuidade do samba: “Antigamente era Paulo da Portela/ Agora é Paulinho da Viola/ Paulo da Portela nosso professor/ Paulinho da Viola o seu sucessor/ Vejam que coisa tão bela/ O passado e o presente da nossa querida Portela”.

<sup>9</sup> Um dos marcos desse debate é a criação do Centro Popular de Cultura (CPC), da União Nacional dos Estudantes (UNE), que atraiu “jovens artistas e universitários comprometidos com uma política cultural voltada para um movimento de conscientização e transformação da sociedade brasileira” (Naves, 2001, p. 31).

“Empolgados pelos ventos da efervescência política, os CPCs defendiam a opção pela ‘arte revolucionária’, definida como instrumento a serviço da revolução social, que deveria abandonar a ‘ilusória liberdade abstratizada em telas e obras sem conteúdo’, para voltar-se coletiva e didaticamente para o povo, restituindo-lhe ‘a consciência de si mesmo’” (Hollanda e Gonçalves, 1982, p. 10).

<sup>10</sup> No dia 1º de agosto de 2002, o *site* Agenda do Samba & Choro publica a seguinte notícia: “Candongueiro homenageia Adelson Alves”, que confirmava a presença de diversos sambistas como Luis Carlos da Vila, Wilson Moreira, Dêlcio Carvalho, Nelson Sargento, entre outros (ver <http://www.samba-choro.com.br>).

<sup>11</sup> No samba *De Paulo a Paulinho* (já citado), o compositor Monarco afirma essa herança.

<sup>12</sup> No documentário *Meu tempo é hoje*, de Izabel Jaguaribe (2003) sobre Paulinho da Viola, o compositor Monarco é entrevistado e utiliza essa frase para caracterizar a relação entre Paulinho e a Velha Guarda da Portela. Aliás, em várias oportunidades, já ouvi e li esta síntese proferida pelo guardião portelense.

<sup>13</sup> Ver *site* oficial da cantora: <http://www.bethcarvalho.com.br>

<sup>14</sup> Beth lançou seu primeiro LP em 1969 pela Odeon; os três LPs seguintes saíram pelo selo Tapeçar. A partir de 1976, a cantora lançou anualmente pela RCA, até 1987, um total de doze discos. Desde então, sua carreira fonográfica tem se mantido estável na regularidade dos lançamentos (no máximo a cada dois ou três anos), mas muito variada quanto aos selos. Os treze discos que lançou de 1988 até 2004 foram produzidos por Polygram, Som Livre, Velas, Globo/Polydor, Universal, Jam Music, BMG e Indie.



# 3

## MÚSICA POPULAR E LEGITIMIDADE

### A INVENÇÃO DA MPB E O “BOM GOSTO” MUSICAL

Todas as práticas culturais, manifestações artísticas e formas simbólicas em geral estão submetidas a processos de valoração, isto é, sujeitas a um julgamento de valor compartilhado coletivamente (Thompson, 1995, p. 206). O valor é algo que perpassa toda a vida humana e também a nossa relação com os objetos e com as outras pessoas – é, portanto, inescapável (Connor, 1994, p. 17). Assim, as distinções entre as categorias de classificação não representam apenas uma demarcação de faixas de gosto e público-alvo, mas envolvem também uma hierarquização entre elas. No contexto da música popular, uma mesma categoria pode ocupar diferentes níveis de legitimidade, de acordo com critérios de qualidade específicos, como o cacife simbólico dos artistas e seu tempo de permanência no mercado. A disputa por legitimidade estética no mercado musical opera de várias formas num jogo complexo de escolha de critérios de julgamento e de valoração.

De acordo com Bourdieu, o sistema de ensino é uma instância de consagração que, “por sua tarefa de inculcação, consagra como digna de ser conservada a cultura que tem o mandato de reproduzir” (2001, p. 118-122), sobretudo por meio da conversão de determinados artistas e obras em “clássicos” e sua inclusão nos programas. Na música ocidental, a referência de qualidade musical tem como eixo as obras de compositores como Bach, Mozart, Beethoven e seus contemporâneos, a partir das quais se elaborou uma teoria da música ensinada nos conservatórios e escolas de música no mundo todo. Utilizada historicamente pela nobreza e pela corte dos países colonizadores das Américas,

a música desses autores tornou-se símbolo de *status* social, destinando-se ao consumo das elites. Por isso, ela é comumente chamada de música “erudita”.

A noção de uma música que exige alto grau de “erudição” para ser admirada opõe-se, obviamente, ao conceito de “música popular”, ou seja, uma música “do povo”, que dispensa conhecimentos prévios fornecidos pelo sistema de ensino e pelas práticas socioculturais dos setores mais privilegiados da sociedade, que acabam se tornando distintivos de sua posição social. A música “erudita”, que atende ainda pelos nomes de “música séria”, “música de concerto” ou, no senso comum, “música clássica”, demanda determinadas condições de fruição bem distintas da música “popular”. E o conjunto de “disposições estéticas” necessário para a apropriação adequada da música de concerto a coloca em posição privilegiada na hierarquia de valores, sendo representativo de alto “capital cultural” daqueles que admiram tal prática (Bourdieu, 2007). A sala de concerto é o ambiente por excelência da experiência musical erudita, que deve ser ouvida em silêncio e com total atenção aos detalhes sonoros e técnicos de sua *performance*. O autor e o intérprete são altamente valorizados como artistas criadores ou virtuosos únicos e, com isso, admirados e reconhecidos no ambiente musical como detentores de técnica, sensibilidade artística e muitas vezes um grande carisma. A demanda pela audição atenta deriva do alto grau de elaboração melódico-harmônica desse tipo de música, que se torna uma referência de qualidade musical.

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

No Brasil, algumas formas de música popular atingiram posições de grande prestígio na hierarquia de qualidade musical compartilhada pela maioria da população. O marco dessa valoração é a estética de samba desenvolvida a

partir do final da década de 1950, conhecida como “bossa nova”. Os compositores e intérpretes envolvidos com a bossa nova inauguraram uma fase na história da música popular brasileira marcada pela busca pela “modernização” (Severiano e Melo, 1997, p. 15). Musicalmente, o estilo se caracteriza por três aspectos que o distinguem do samba produzido até o momento. Em primeiro lugar, tendo como referência principal a obra de Tom Jobim, a bossa nova é uma música de complexa estrutura melódico-harmônica. A sofisticação desses parâmetros representa uma aproximação dos cânones consagrados da música erudita, conferindo-lhe um alto grau de prestígio. As melodias sinuosas, harmonias repletas de notas tensas e encadeamentos pouco utilizados se completam com uma interpretação vocal minimalista, inspirada no pouco contraste vocal encontrado, principalmente nas gravações de Mário Reis e no jazzista Chet Baker e seu *cool jazz*, valorizando ao máximo as entoações naturais da fala no canto, cuja expressão principal é o baiano João Gilberto. Uma terceira característica do estilo é exatamente a batida do violão de João Gilberto, que, reduzindo complexas polirritmias do samba à execução básica e recorrente de variações em torno do paradigma do Estácio, alterava o ambiente rítmico do samba, conferindo-lhe uma estética moderna (Tatit, 1996, p. 163).

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

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

referência de qualidade da música popular brasileira, apelidada, sintomaticamente, pela sigla de “a” MPB.

A famosa sigla começou a aparecer no contexto dos festivais televisados e compreende a produção de determinados artistas que não se vinculam exclusivamente a nenhum gênero musical. O que se pretendia era unificar toda a música brasileira em oposição às músicas consideradas não brasileiras, como o *rock*, promovendo uma espécie de “defesa” da música nacional (Sandroni, 2004, p. 29). Neste período, ser considerado um “artista da MPB” passou a ser algo valorizado, porém muito mais em um plano nacionalista ideológico do que em um sentido estético.

Vale destacar que esse processo ocorreu simultaneamente à definitiva fixação do LP, que substituiu o disco compacto como produto preferencial da indústria fonográfica. Essa mudança tecnológica gerou também uma mudança estratégica nas gravadoras, que passaram a contratar elencos estáveis de cantores, o que aumentou significativamente a importância da figura do *artista* no mercado musical (Dias, 2000, p. 57). O artista adquire prestígio máximo ao conciliar composição (muitas vezes sem parceria), interpretação e total liberdade estilística. Sambas, xotes, *rocks*, valsas, marchas, frevos e baladas são apenas vetores para sua criação individual, totalmente desvinculada dos referenciais estéticos de cada gênero em particular.

Aos poucos a sigla passou a ser utilizada de forma ainda mais restrita, representando a obra de determinados compositores-intérpretes, cujo enquadramento estilístico em outras categorias musicais se mostrava pouco convincente. Os artistas da MPB estavam imbuídos da tarefa de modernizar a música brasileira por meio de sua criação *autoral*. Apoiada no consumo de profissionais dos meios de comunicação, escolas, universidades e outros setores legitimadores, os parâmetros musicais da MPB se transformam em referência de qualidade musical no mercado. A noção de “sofisticação” musical, poética e o esmero nos cuidados técnicos dos discos de MPB (arranjos, gravação, mixagem, projeto gráfico, divulgação) colaboraram para sedimentar o estilo como núcleo do “bom gosto” na música popular. Composta, arranjada, gravada, interpretada e ouvida por uma parcela da classe média intelectualizada, as características formais da MPB exprimem a visão de mundo desse setor social, que buscava, na época,

“uma nova canção que expressasse o Brasil como projeto de nação idealizado por uma cultura política influenciada pela ideologia nacional-popular e pelo ciclo de desenvolvimento industrial, impulsionado a partir dos anos 1950” (Napolitano, 2004). Ao mesmo tempo, o patamar de prestígio no mercado musical colaborava comercialmente para diminuir a instabilidade da indústria fonográfica que iniciava uma busca incessante pelo sucesso das modas jovens: retumbante e lucrativo, porém efêmero. O investimento das gravadoras em compositores-intérpretes significava que

[...] o público consumia o seu trabalho como um todo e não apenas como uma música específica. Essa tendência de consumo diminuía os riscos comerciais a médio prazo, garantindo a reposição do “estoque” de canções, estimulado pela existência de um público garantido. O lugar da MPB na hierarquia do gosto musical transformava-a, paulatinamente, no setor mais dinâmico da indústria fonográfica. O valor “agregado” dos álbuns era cada vez maior, na medida em que se consolidava o público massivo nas faixas mais altas da pirâmide social, permitindo assim um preço final que compensasse o investimento. (Napolitano, 2004, p. 300-301)

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

“Sentir” e “participar” são valores específicos da música popular que, é claro, não estão ausentes na experiência musical erudita, mas permanecem em

estado de latência por meio da demanda por uma escuta fruitiva, individualizada e descorporificada. Na música popular, ao contrário, a participação corporal é prevista e desejada, implicando em uma certa dose de desindividualização do público, isto é, uma intensa associação coletiva corporal que é possibilitada pela identificação musical. Indivíduo e coletividade se complementam na experiência e produzem identificações por meio da declaração de um gosto comum, pelo qual o juízo de valor é elaborado, proferido e compartilhado socialmente, reafirmando as identidades musicais e o prazer da música.

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

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

Há ainda uma outra característica da música popular que se torna eventualmente um critério de valoração: a popularidade. Uma vez que a construção

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

No entanto, a consagração pela quantidade representa, na maioria dos casos, um rebaixamento hierárquico nas instâncias da crítica musical. Músicas consumidas em larga escala adotam, em sua maioria, procedimentos técnico-formais com menor grau de elaboração como estratégia para atingir um público mais diversificado. Com isso, tendem a se distanciar dos critérios que norteiam a qualidade musical importada da música erudita e são julgadas como obras de menor valor.

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

No entanto, prestígio e consumo nem sempre aparecem na música popular brasileira como categorias opostas e inconciliáveis. Há artistas que transcendem essa dicotomia e neutralizam a oposição quantidade–qualidade. Orlando Silva, Francisco Alves, Carmem Miranda, Mário Reis, Dalva de Oliveira, Elizeth Cardoso, entre outros, gozaram de razoável prestígio estético e atingiram grandes audiências em seus *shows*, programas de rádio e ótimas vendas de suas gravações. Nos anos 1960/1970, com o surgimento da categoria MPB, qualidade e quantidade continuavam rimando nas vozes de Tom

Jobim, Chico Buarque, Caetano Veloso, Milton Nascimento, Djavan, Maria Bethânia, Gilberto Gil, entre outros artistas de proa da categoria, que sempre foram bons vendedores de discos e tiveram suas músicas tocadas em rádios e programas de televisão e acesso relativamente fácil aos veículos da imprensa. Seu lugar de destaque no mercado deriva exatamente dessa mão dupla que inclui uma reconhecida qualidade estética e um bom coeficiente de circulação na sociedade. Como dizia um verso de Haroldo de Campos musicado por Caetano Veloso no início da década de 1990, “aquela música se não canta não é popular” (*Circuladô de fulô*, de Caetano Veloso, 1991); ou, citando um outro verso famoso de Milton Nascimento e Fernando Brant, “todo artista tem que ir aonde o povo está” (*Nos bailes da vida*, de Milton Nascimento, 1981). Em outras palavras, a complexidade da obra dos compositores-cantores de MPB não impossibilitou sua projeção no mercado e sua apropriação por pelo menos alguns setores da população.

Assim como a qualidade nem sempre se opõe de forma tão categórica à quantidade, a ideia de participação corporal na música brasileira não está necessariamente implicada em uma posição hierárquica muito baixa. O samba nos anos 1930 se consolidou como música nacional por excelência, tendo como característica uma estrutura rítmica altamente contramétrica e polirrítmica que, por isso, sempre envolveu um irresistível convite à dança e à participação física – que, neste caso, inclui ainda o canto coletivo. O fato é que os critérios de valoração de música popular são alvo de contínua disputa e negociação, reforçando ou superando conflitos estéticos, sociais e políticos de cada momento pelo embate entre grupos identificados com determinadas categorias musicais e seus quadros de pensamentos e visões de mundo específicos. Nessas disputas, os indivíduos e grupos identificados com uma categoria musical dada buscam legitimar sua prática e aumentar seu prestígio simbólico compartilhado pelo conjunto da sociedade. Ainda que a referência de qualidade seja a música “erudita” e, no âmbito da música popular, a chamada “MPB”, as diversas práticas musicais que compõem o universo sonoro do mercado de música a todo instante buscam elevação de sua posição hierárquica pela valorização, em discursos e canções, de seus elementos característicos e dos símbolos que as identificam.



## SAMBA E MODERNIDADE

Na categoria samba, principalmente a partir da década de 1960, além de critérios estéticos de sofisticação estilística, individualização do autor (ambos representando uma proximidade com a música erudita), coeficiente de popularidade, público consumidor e participação corporal coletiva, a qualidade é atestada, também, pelo grau de referências ao passado do gênero e a seu imaginário, isto é, pela elaboração das suas “raízes”. Na estratégia de valorização da prática do samba, a afirmação do gênero como prática cultural “autêntica” da população (sub-)urbana industrializada do País é altamente recorrente e legitimada. O critério da tradição, de uma temporalidade longa, representada em referências à história do gênero, à sua mítica, a seu ambiente social e na apologia de autores e obras do passado incorpora uma legitimidade estética tomada de empréstimo das práticas folclóricas, reconhecidas e consagradas pelo fator *tempo* como manifestações “autênticas” da população rural de uma localidade.<sup>1</sup>

Por outro lado, a noção de tradição e de vínculo com o passado produz uma antítese, que também se torna um critério de valoração na música popular brasileira. Buscando se dissociar do paradigma rural ou folclórico de um passado musical muitas vezes visto enganosamente como estável e rígido, determinadas práticas musicais reivindicam legitimidade e consagração se autodeclarando *modernas*. Ser “moderno” representa adotar elementos e técnicas recém-inventadas, quase sempre ligadas a inovações tecnológicas de sonoridade, mas também se tornando visíveis pelo vestuário, comportamento, linguagem, enfim, por um imaginário mundial moderno. Representa, enfim, valorizar o tempo presente.

Na música popular, a partir de meados do século XX, a noção de modernidade se tornou um eixo de valoração que se apresenta em duas vertentes: a da vanguarda e a do mercado. Do lado da vanguarda, a modernidade representa uma associação com elementos estéticos legitimados, afastando-se da tradição rural em direção a uma urbanidade erudita, representada musicalmente na adoção de critérios de qualidade importados da música de concerto e compartilhados pelas elites econômicas e intelectuais. Os artistas envolvidos com

a bossa nova estavam em busca exatamente dessa valoração estética moderna, o que resultou na adoção de certos elementos musicais específicos, capazes de “sofisticar” o samba, modernizando-o. Por outro lado, a modernidade também é valorizada como forma de inclusão internacional, associada à cultura jovem, às simbologias da modernidade-mundo e às representações da cultura internacional-popular. A incorporação de instrumentos eletrônicos (guitarras, teclados, sintetizadores) e a própria popularização no Brasil de gêneros como o *rock* e o *reggae* são exemplos de manifestações musicais cuja legitimidade foi conquistada pela noção de uma modernidade mercadológica, que, por sua vez, também identifica como “atrasados” os elementos associados à “tradição”. A Jovem Guarda e o movimento tropicalista obtiveram essa consagração moderna voltada para o mercado, para o consumo.

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

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

diretos dos pressupostos modernos da bossa nova, precisam “resolver” a dicotomia entre samba e modernidade, conciliando elementos de alto prestígio estético com referências ao universo “tradicional” do samba.

No setor da modernidade mercadológica, uma iniciativa pioneira de “resolver” essa problemática “tradição” do samba apareceu na primeira metade dos anos 1960, na obra do jovem Jorge Ben. A partir da individualidade artística da MPB, mas projetando-se para o universo *pop* jovem, Jorge propõe um “esquema novo”<sup>2</sup> para o samba que se transformaria anos mais tarde numa importante referência para o surgimento da música *pop* brasileira. Construída numa fusão do samba com o *rock* que frequentava o mercado musical brasileiro desde os anos 1950, a importância de sua obra para música brasileira vai crescendo no decorrer dos anos com as diversificadas influências que dela partem. Em sua música, a categoria samba é utilizada como demarcadora de um signo nacional, mas não elimina um diálogo musical intenso com a cultura internacional popular.

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

É fenômeno mesmo, pois desde há muito tempo não aparecia ninguém como ele no meio artístico verde-amarelo. [...] Tudo bem “brasileirão”, tudo autêntico e, o que é importante, inteligentemente apresentado, dentro do processo evolutivo por que passa a música popular brasileira. É o esquema novo do samba. Talvez um retorno mais acentuado à nossa música popular primitiva, agora com características modernas – mas sem ser “bossa nova”, aquela “bossa nova” dos primeiros tempos e que agora já se acha em seu segundo (ou terceiro) estágio de evolução. [...] Reparem que a influência “negroide” trans-

borda em todos os momentos de sua música. Vale o sofrimento, o amor singelo (geralmente não correspondido), a pureza dos sentimentos e o próprio samba, isso em todas as suas letras. [...] O violão – que Jorge aprendeu sem professor, apenas com um “método” desses que por aí existem e muita força de vontade – é uma das chaves do seu êxito. Seu inato talento musical proporcionou-lhe descobrir uma nova “puxada” para o nosso samba – fazendo do violão um instrumento, sobretudo, de ritmo. Na sua “batida” se destaca o “baixo” como o desenho rítmico de sua pontuação na maneira toda sua de tocar. [...] Há em suas letras e melodias toda a nostalgia do sangue negro, todo o encanto da poesia pura e simples do brasileiro autêntico, todo o ritmo empolgante de quatro séculos de civilização baseada numa miscigenação de raças em que o negro africano tem seu papel preponderante. Da Etiópia vieram seus ancestrais. De nobre linhagem indígena, Jorge tirou de seu avô o sobrenome Ben. (Pittigliani, 1963)

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

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

Uma audição atenta dos discos do compositor revela, no entanto, que Jorge não executa *uma*, mas *várias* batidas diferentes de acordo com cada

canção. Dentre todas essas inflexões rítmicas do cantor-violonista, podemos destacar um padrão rítmico que, mesmo sem ser o mais recorrente em suas composições, será reaproveitado anos mais tarde por diversos sambistas de gerações futuras. No LP *Samba esquema novo*, essa batida aparece de forma bastante clara na primeira parte da música *Balança pema*.

No texto da capa do segundo disco de Jorge, *Sacudin Ben samba* (1964), o produtor Armando Pittigliani antevia que o compositor representava um novo inspirado capítulo na “MPM (Música Popular Moderna)”, no qual destacava novamente a “puxada” de seu violão. O aspecto rítmico da obra de Ben Jor vai

BALANÇA PEMA (JORGE BEN, 1963)

The image shows a musical score for the song 'Balança Pema' by Jorge Ben, 1963. It consists of three staves: Violão (Guitar), Bateria (contratempo) (Drums), and Baixo (Bass). The music is in 2/4 time. The Violão part features a rhythmic pattern of eighth notes and rests. The Bateria part shows a consistent pattern of eighth notes. The Baixo part features a rhythmic pattern of eighth notes and rests.

incorporando influências diversas que se tornam uma marca de seu suingue. Em *Taj Mahal*, gravada em 1976 no disco *África Brasil*, a mistura de elementos que Jorge propunha fica ainda mais clara, e a organização da polirritmia é diferente do modelo do samba. Em andamento acelerado, não há surdo ou pandeiro; a continuidade é dada pelo ganzá, que garante, ao lado da sonoridade da cuíca (que executa uma linha rítmica bem diferente da normalmente empregada pelo instrumento na prática do samba), uma forte referência ao ritmo do samba. No entanto, a levada da guitarra desenvolve um outro padrão rítmico, semelhante ao padrão encontrado no seu disco de estreia na música *Balança pema*. Segundo o músico e produtor Charles Gavin, organizador da reedição do LP (agora em CD) em 2001, o disco representa

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

Essas misturas são bastante audíveis em seus trabalhos e se tornam ainda mais expressivas a partir de uso recorrente desta batida. Em 1979, ela seria adotada novamente na gravação de *Ive Brussel*, com participação do ex-tropicalista Caetano Veloso. Lançada no LP *Salve simpatia*, com arranjos de Lincoln Olivetti, a faixa se inicia apenas com a guitarra de Jorge executando os acentos da batida, e se mantém durante toda a música.

Na última década do século XX, a levada de *Ive Brussel* seria utilizada por alguns artistas que protagonizaram um novo momento de “modernização” do samba, fortemente inspirados na obra de Jorge Ben. Neste momento, a inflexão rítmica ouvida nos discos do cantor-violonista se tornaria um padrão, que chamei de *padrão Ben Jor* (em virtude de problemas no recebimento internacional de direitos autorais, Jorge Ben iria adotar o nome artístico de *Jorge Ben Jor*, que é o título do seu disco de 1989).

PADRÃO BEN JOR



É necessário fazer aqui uma ressalva: a utilização desta levada, mesmo com a adoção proposital de elementos importados de outras práticas musicais, não representa, na obra de Jorge Ben Jor, uma ruptura ou um divisor de águas na prática do samba. Isso porque, ao mesmo tempo em que dialogava com outras estéticas e desenvolvia batidas específicas para o gênero, a maior parte dos sambas gravados pelo artista nos seus discos iniciais pode se encaixar perfeitamente à categoria. Identificada com o universo *pop* jovem e com a música dançante, a música de Jorge Ben Jor apresentou, no interior da categoria MPB, mas com forte aproximação com o gesto tropicalista da mistura, uma solução *peçoal* para o “problema” da modernização do samba. Sendo assim, o padrão rítmico adotado em algumas de suas canções mais famosas (*O dia em que o sol declarou seu amor pela Terra*, *Taj Mahal*, *Ive Brussel*, entre outras) não teve, em um primeiro momento, maiores repercussões além de representar a inventividade pessoal de Jorge. Somente quinze anos mais tarde é que esta levada deixará consequências em parcela significativa da música brasileira, inclusive no samba, se tornando um novo padrão rítmico amplamente difundido e utilizado.

SAMBA *VERSUS* MPB

A sedimentação da categoria MPB como eixo do “bom gosto” na música popular brasileira relegou o samba a uma posição hierárquica inferiorizada na música nacional. Isto porque, apesar do grande destaque do gênero no cenário musical brasileiro, sua legitimidade sempre foi dúbia e instável. Em alguns momentos, o gênero e seus representantes se tornam símbolos da unidade nacional, orgulho da criativa vida musical do Rio de Janeiro e do Brasil. Porém, esse mesmo orgulho se transforma numa espécie de vergonha por ser o samba, ao mesmo tempo, criação de populações de baixa renda, originária das práticas musicais de negros recém-libertados do início do século XX e associada a uma extensa gama de delinquências representadas no imaginário da malandragem: “vadiagem”, jogo, contrabando, pequenos furtos, cafetinagem etc. O sambista Moacyr Luz confirma a situação desconfortável do samba ao compará-lo com outras práticas musicais:

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

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

A MPB emprega uma grande elaboração harmônica, inovações melódicas, sofisticação formal poética, complexidade dos arranjos, além de alta qualidade de gravação, mixagem e programação visual das capas e encartes.

Enfim, ao lado do padrão estético-musical se encontra um referencial comercial-industrial que se dirige ao cosmopolitismo e à profissionalização. O referencial simbólico do samba, ao contrário, deriva do ambiente amador das rodas e é construído muito mais pelo encontro, pela coletividade, do que apoiado em artistas individuais. Os artistas identificados com o gênero, a todo instante, necessitam estabelecer elos de identidade com determinadas rodas, escolas de samba, associando-se a outros artistas, fazendo participações, *shows* coletivos, apadrinhamentos, se reunindo. Ainda que se lancem no mercado sob a aura individualizante do LP (e posteriormente do CD), as referências comunitárias dos sambistas são sempre sublinhadas, assim como seu pertencimento a uma escola ou roda.

Imprensada entre o “prestígio” e a “tradição”, a prática do samba adota critérios próprios de valorização interna que ora tendem para um lado ora para o outro, sendo que sua existência simbólica não consegue ocupar – salvo raras exceções – posições mais prestigiadas. De certa forma, as referências às rodas e ao fundo de quintal se opõem às demandas por sofisticação estética da MPB, dificultando a ampliação do *status* dos artistas de samba. Convém abrir um parêntese para um artista que, apesar de ter conseguido quebrar a oposição entre samba e MPB, protagonizou um acontecimento que confirma a posição inferior do samba no mercado: o sambista Paulinho da Viola.

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

No entanto, Paulinho nunca teve o mesmo *status* mercadológico de Tom Jobim, Caetano Veloso ou Chico Buarque, e seus discos invariavelmente



atingiam índices de vendas mais modestos do que os de seus contemporâneos da MPB. Entre o prestígio e a tradição, Paulinho desenvolveu sua carreira no caminho do meio, mantendo fortes referências ao imaginário do samba e atuando como artista de MPB. Esse caminho intermediário reflete exatamente a posição hierárquica dúbia do samba e pôde ser confirmada no famoso (e, ao mesmo tempo, instigante e lamentável) episódio do *Réveillon* de 1996.

Para comemorar a virada do ano, a Prefeitura do Rio contratou Paulinho da Viola, Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa e Milton Nascimento para um *show* conjunto em homenagem a Tom Jobim, falecido em 1994. Tratava-se, então, de seis dos mais importantes artistas da MPB prestando emocionante homenagem ao “maestro soberano”. A inclusão de Paulinho nessa lista demonstra a excelente posição do artista no mercado, que estava sem lançar discos havia sete anos, mas se mantinha no imaginário da música popular brasileira com grande prestígio. Ocorre que, após o *show*, durante o mês de janeiro, foi divulgado que todos os artistas receberam um cachê de 100 mil reais, *menos* Paulinho, que recebeu 35 mil reais. A diferença de cachês suscitou enorme polêmica nos jornais cariocas, com direito a textos acusatórios, amargos e duros trocados via imprensa entre os próprios artistas e alguns dos produtores envolvidos.

Independentemente das razões do episódio ou de seu julgamento, a diferença dos valores demonstra inequivocamente que o artista identificado com o samba, mesmo quando atinge posições de proa na hierarquia de valores do mercado, está constantemente sob o risco de ser tratado apenas como um “anteprojeto”. Uma das produtoras do evento, a empresária cultural Gilda Mattoso (1996), declarou categoricamente, no *Jornal do Brasil*, que a culpa pela diferença era do próprio Paulinho e da forma com que ele trata sua carreira, trabalhando no “fundo do quintal”, em oposição aos outros artistas que “têm escritórios e dão empregos a assessores e empresários justamente para evitar que uma m... dessas aconteça”. Sobre essa declaração, Eduardo Coutinho observa que a distinção entre “escritórios” e “fundo de quintal” é reveladora.

O campo simbólico dos escritórios é povoado por assessores e empresários sérios, profissionais e competentes. É o campo da modernidade, do capitalismo avançado. Se quisermos ir mais adiante,

é o campo da globalização, do neoliberalismo. O fundo de quintal, símbolo da não modernidade, da produção pré-capitalista e artesanal, é um espaço não hegemônico, o *locus* da identidade cultural subalterna. (Coutinho, 2001, p. 167)

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

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

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

Moacyr revela de forma bastante direta a relação paradoxal dos sambistas com as atividades relacionadas à comercialização do produto música. Os sambistas muitas vezes acham que ensaiar, ter cuidados com a voz, pagar

por um arranjador prestigiado, contratar um produtor de alto nível, são tarefas aborrecidas ou dispensáveis. Um ótimo exemplo desse descompasso é a gravação do DVD Acústico MTV de Zeca Pagodinho. Alçado no final da década de 1990 como estrela maior do mercado de música brasileira, Zeca manifesta um grande desconforto com a superprodução que gira em torno de seu DVD e explicita:

O Romário não gosta de treinar e eu não gosto de ensaiar. [...] Eu gosto mesmo é de partido, de criar coisa na hora, agilidade. Ali é brincadeira, manda o refrão, vai sacanear o outro. Ali não, eu sei que já está tudo preparado: presta atenção na introdução, cuidado que o cara vai entrar ali, volta na primeira, não repete a segunda. Vamos lá! Me chamaram, eu aceitei, agora estou nessa aqui. Não estou nem dormindo direito! (Zeca Pagodinho, 2003)

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

Ocorre que samba e MPB não compartilham os mesmos valores simbólicos e, por isso, sua separação parece inevitável. Atento a essa situação, Nei Lopes contesta tal distinção observando que a noção de uma “música popular brasileira” se funde com a ideia do samba como música nacional. Segundo o autor, essa operação tem objetivos “claramente discriminatórios”, pois o repertório da chamada MPB abriga “ótimos sambas, mas exclui sistematicamente os sambistas de morro para contemplar uma música que equivocadamente se supõe mais sofisticada e de bom gosto” (Lopes, 2003, p. 107).

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

### O PAGODE DOS ANOS 1980

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

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

Em 1983, antes da transformação em modismo pela mídia – que tomou a prática por gênero, apesar de reinar o partido-alto nos fundos de quintal –, a Zona Norte carioca fervilhava de pagodes: Piedade,

Oswaldo Cruz, Cascadura, Vila Isabel, Marechal Hermes, Vila Valqueire, Rocha Miranda, Vila da Penha e até o pioneiro da Zona Sul, do Cantinho da Fofoca e em Botafogo. Destaques ainda para o Terreirão da Doca, da Velha Guarda da Portela, e o de Neide do Império Serrano, com d. Guaracy, mãe de Arlindinho Cruz – que mais tarde também abriria o seu. Na época, bastava um terreno vazio, um paraquedas usado como teto, algumas cadeiras e uma mesa (duas tábuas de obra suspensas sobre dois cavaletes). Era só formar uma roda – lubrificada por cerveja gelada e tira-gostos. (Souza, 2003, p. 274)

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

O disco, produzido por Milton Manhães, atinge cem mil cópias vendidas, conquistando disco de ouro e possibilitando o início da carreira de diversos sambistas ligados ao pagode. Zeca Pagodinho, Almir Guineto e Jovelina Pérola Negra são os mais bem-sucedidos deste grupo.<sup>3</sup> O surgimento e subsequente crescimento comercial do “pagode” é um fato altamente relevante na construção desta nova forma de valorização do gênero. O movimento dos pagodes foi o resultado de uma articulação entre sambistas e profissionais de gravadoras e mídia envolvidos com o gênero, que amplificaram no mercado as vozes das rodas (Pereira, 2003, p. 128).

Vale destacar, contudo, que o “feliz encontro” entre samba e mercado foi produzido, na época, por uma categoria mercadológica nomeada de *pagode*

em vez de samba. Convém aprofundar alguns detalhes sobre esta categoria. O termo foi historicamente utilizado pelos admiradores e frequentadores do samba para designar o evento social do gênero, isto é, a roda. Segundo Nei Lopes,

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

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

O pessoal fala que o pagode é um gênero de samba. Está errado, é a mesma coisa. Começou a crescer depois que as escolas de samba foram tirando o espaço do pagodeiro. Primeiro porque cobra ingresso na porta. Depois não deixa o pagodeiro subir no palco para mostrar seus sambas novos. Para curtir um pagode num fundo de quintal desses, só se paga a cervejinha. A entrada é grátis e se pode puxar sambas. É melhor para o pagodeiro. (Guineto, 1986)

O afastamento do grupo de pagodeiros das instâncias de legitimação das escolas de samba parece ser um vetor primordial para o desenvolvimento do samba de pagode. Aliados das quadras das escolas, os sambistas partem para espaços onde “se podem puxar sambas”, onde a informalidade é maior e o profissionalismo aparece escamoteado (Pereira, 2003, p. 96). Esses eventos de fundo de quintal são caracterizados pelos improvisos, pela descontração, substancialmente diferentes do ambiente altamente profissionalizado do samba carnavalesco nos anos 1980. Sobre a questão do improviso, Roberto M. Moura assinala uma das principais colaborações dos sambistas que circundavam o Cacique:

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

O improviso reforça o clima de familiaridade, de intimidade que cerca a prática das rodas de samba, agora apelidadas de pagodes. Em oposição à robusta organização das escolas de samba, a intimidade do pagode se manifesta na adoção de alguns instrumentos específicos. A formação básica do pagode seria composta pelo banjo (introduzido por Almir Guineto nas rodas do Cacique por apresentar maior potência sonora do que o cavaquinho), pelo tantã – mais intimista do que o sonoro surdo de marcação –, e pelo repique de mão, fazendo as funções de caixa e repique da bateria completa (Pereira, 2003, p. 98). Nei Lopes fornece uma descrição mais detalhada das características básicas desta forma de samba:

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

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

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

No entanto, os discos de Zeca Pagodinho nunca foram atingidos por crítica semelhante. Isto porque o movimento do pagode sempre guardou uma proximidade estratégica com os sambistas oriundos das escolas, tanto estética quanto afetiva, o que lhe conferiu uma posição respeitada nos circuitos do samba. Apesar de nortear suas atuações artísticas de forma independente e de estarem mais abertos e influenciáveis pelas práticas musicais do mercado de música, o grupo de compositores formado nos arredores das rodas do Cacique de Ramos mantinha uma sábia e sincera reverência aos sambistas das escolas de samba, seu referencial simbólico e sua visão de mundo. Mais do que isso, esses sambistas construíram sua prática musical baseada no ambiente amador e comunitário que sempre norteou o imaginário do samba e, com isso, nutriam em relação ao grande mercado musical uma certa desconfiança e até mesmo um certo desdém, apesar de terem alcançado a partir de 1985 uma boa posição comercial. Em outras palavras, guardavam com carinho a relação paradoxal que o samba historicamente desenvolveu com as instâncias principais do mercado de música.



No entanto, sua inserção no mercado se deu por meio do termo pagode, um artifício terminológico cunhado como forma de sublinhar algumas distinções em relação ao samba até então praticado, em vez de demarcar suas semelhanças com a estética e com o imaginário do samba. Esse artifício, se por um lado promoveu as vendas de um determinado grupo de sambistas, por outro acabou estabelecendo uma linha divisória entre samba e pagode, que se firmou como um eixo de legitimidade.

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

No jogo das classificações, no entanto, os artistas identificados com o pagode nunca desejaram abandonar a categoria *samba*, ressaltando em entrevistas e canções a simbiose evidente dos dois termos. Essa percepção se torna particularmente evidente na letra do samba *Nova morada*, de Arlindo Cruz, Sombrinha e Franco, lançada pelo grupo Fundo de Quintal, em 1985, no LP *Divina Luz* (RGE).

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

Essa nova morada representava também a abertura de um diálogo mais estreito com o mercado, ainda que mantendo distância e desconfiança. A aproximação com o mercado, na verdade, era obtida com a noção de que a música

que estava sendo produzida era, afinal de contas, a música “do povo”, que conquistava um espaço privilegiado no cenário musical brasileiro por meio do samba. Em 1986, Jorge Aragão explicita este pensamento na faixa-título do seu terceiro LP, *Coisa de pele* (RGE), composta em parceria com Alcyr Marques, que viria a se tornar um dos maiores clássicos do repertório do pagode da década de 1980.

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

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

Em sua projeção comercial nacional, o movimento do pagode colaborou para estabelecer definitivamente uma dissociação entre o gênero samba e os seus antigos núcleos realizadores. A partir do sucesso de Jorge Aragão, Zeca Pagodinho, Almir Guineto, Fundo de Quintal, Jovelina Pérola Negra, entre outros, não era mais necessário pertencer a uma agremiação carnavalesca carioca para obter a legitimidade da chancela do samba, apesar de alguns de seus protagonistas serem, de fato, membros de algumas escolas. Com isso, o movimento dos pagodes ampliou o leque de possibilidades estéticas e variedade de estilos para a prática do samba, sem abrir mão de ser classificado como tal. Diferente do samba “esquema novo” de Jorge Ben, da “MPB” dos sambas de Chico Buarque e Caetano Veloso ou da “bossa nova” dos sambas de Tom Jobim, a música de Jorge Aragão, Zeca Pagodinho e Almir Guineto,

apesar de receber o tratamento de “pagode”, sempre esteve situada *dentro* do segmento de mercado “samba”.

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

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

#### MÚSICA POPULAR ROMÂNTICA

A estética do “pagode romântico” tem como característica principal uma forma específica de abordar o amor em suas letras, melodias, refrões e na elaboração rítmica e harmônica. Na verdade, os grupos que se enquadram

nessa categoria desenvolveram, no interior do samba, uma maneira de cantar o amor diferente da que caracterizava o gênero até então. O “pagode romântico” se alinhou à longa trajetória do cancionário romântico brasileiro, que data de séculos passados.

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

Assim, quando às vésperas do segundo reinado o romantismo surgiu como proposta de um maior apelo às emoções individuais, levando os poetas a encontrar na pieguice antecipadora das modinhas cheias de ais e suspiros o clima ideal para o derramamento lírico que caracterizaria a escola no Brasil, estava tudo pronto para o aparecimento – sob a forma eclética das modinhas em parceria – da moderna música popular urbana destinada ao consumo de camadas amplas e indeterminadas, que mais tarde se chamaria de massa. (Tinhorão, 1998, p. 131)

A modinha é talvez o primeiro gênero conhecido e documentado de música popular romântica brasileira. Afora a discussão sobre sua origem (portuguesa ou brasileira, culta, popular ou semierudita), o que nos interessa aqui é a temática do amor como eixo de uma composição musical que sempre gozou de grande popularidade. Esta temática aflora no âmbito da canção popular como experiência individual compartilhada, uma vez que “a paixão comove por identificação com os sentimentos de quem a relata” (Tatit, 1996, p. 127). Nesse sentido, o amor se associa ao individualismo e se presta mais do que nenhum outro tema à sedimentação de uma manifestação musical capaz de circular em praticamente todos os espaços sociais. A modinha canta o “desejo de reunir-se ao outro, a dor da separação ou de um amor sem reciprocidade” (Travassos, 1997, p. 108). É uma manifestação de grande intensidade afetiva, muitas vezes trágica, na qual o cantor parece estar sempre à beira da morte, do suicídio, do desespero. Em outras palavras: o amor na modinha e em boa parte do repertório romântico brasileiro, até meados do século XX, descreve o desencontro. A intensidade dramática é, na maioria das vezes, atingida pela ideia de um amor não realizado, impossível, secreto ou interrompido.

Para Luiz Tatit (1996, p. 22-23), a música brasileira tem no caráter passional um dos dois elementos de expressão mais significativo e recorrente. Segundo o autor, observa-se, na composição de canções, uma alternância entre estados afetivos eufóricos e disfóricos. O primeiro caso seria representado por canções de maior predominância rítmica, dançantes, dotadas de um certo grau de “corporificação” e de “materialização”, manifestados na predominância de ataques consonantais, pouca variação melódica e sustentadas por uma base rítmica incisiva. Os estados de euforia seriam contrastados, no âmbito do universo musical, com canções de cunho mais introspectivo, destinadas à descrição de estados afetivos individuais, subjetivos, enfim, às temáticas lírico-amorosas.

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

De fato, a música brasileira sempre teve no repertório romântico um espaço de destaque, que se sedimentou a partir das modinhas do período imperial e tem, na prática das serestas, uma forte permanência. Modinhas, valsas, canções, sambas-canções, toadas, baladas, boleros e toda uma infinidade de gêneros e estilos musicais foram, no decorrer dos anos, utilizados como formas de expressão de um romantismo muitas vezes exacerbado. No repertório seresteiro, a declamação do amor em melodias sinuosas e vogais sustentadas é reiterada em inúmeras canções. Sendo assim, a obra da maioria dos compositores da primeira metade do século XX é permeada de canções românticas, gravadas com enorme sucesso pelos cantores-artistas mais expressivos em atuação no mercado. A partir da década de 1950, a canção romântica se configura como grande fenômeno comercial, estabelecendo-se como um segmento do mercado

por meio do samba-canção. Influenciado diretamente pelo bolero que chegava ao Brasil pelas novelas de rádio cubanas e filmes mexicanos e norte-americanos com conteúdos latinos estilizados, o samba-canção populariza, por meio das gafeiras, um tipo de canção romântica dançante, em andamento lento, com leve percussão e letras que descrevem situações de impasse nas relações amorosas, apoiado em uma grande intensidade dramática (Araújo, 1999, p. 85-86). O estilo um tanto melodramático de algumas canções e as interpretações carregadas de certos cantores se tornaram elementos característicos do samba-canção, que se tornou alvo de críticas. Segundo Samuel Araújo, o ambiente estético-afetivo do bolero e do samba-canção diferia substancialmente do imaginário da modernidade que, adotado por artistas “eruditos” desde a década de 1920, estava em vias de se tornar um importante critério de valor para a música popular. Por este motivo, essas práticas musicais sofriam um rebaixamento hierárquico estético emitido por determinados setores da sociedade.

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

Os pesquisadores Jairo Severiano e Zuza Homem de Mello atestam que a presença marcante dos “sambas de fossa”, na década de 1950, colaborou para que, ao final do período, o público estivesse “saturado de boleros e sambas amargos” e pronto para “aceitar novidades mais amenas como a bossa nova e a Jovem Guarda” (Severiano e Melo, 1997, p. 243).<sup>4</sup> Uma vez que a bossa nova se consolidou como representação do “bom gosto”, que seria confirmado pela estética da MPB, instaurou-se no mercado de música popular uma oposição (já identificada em outras artes, como a música erudita e a literatura) entre *estilo romântico* e *qualidade musical*.

Na literatura, por exemplo, os textos vinculados à eclosão do modernismo no Brasil, por volta de 1922, adotavam, em sua maioria, forte conteúdo crítico à produção artística “sentimental”. O “sentimentalismo romântico” se opunha a uma “sensibilidade moderna”, que deveria conter os excessos e arroubos do primeiro (Travassos, 1997, p. 29). Na música popular, analogamente, a expressão amorosa se vincula com frequência a uma baixa qualidade musical, reflexo de um gosto menos evoluído e, exatamente por isso, mais “popular”. Esse rebaixamento estético pode ter sua origem na modinha do século XIX, que, criada a partir da aproximação de poetas cultos com compositores “populares”, foi em seguida apropriada por setores de baixa instrução da sociedade e foi transformando o “rebuscado” em “pernóstico” (Tinhorão, 1998, p. 132).

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

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

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

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

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

Assim, artistas de MPB, capazes de sintetizar samba, mercado e sofisticação, adquirem enorme prestígio estético, enquanto, do outro lado, os artistas classificados como “bregas” ressentem-se de grande demérito valorativo por não conseguirem se associar nem à tradição nem à modernidade.

Convém, no entanto, analisar de perto uma exceção que, por sua incomparável projeção comercial e bom trânsito em diversas esferas dos circuitos musicais, foi capaz de conciliar uma boa legitimidade estética com uma impressionante circulação por toda a sociedade, tendo como eixo o repertório romântico. Trata-se do maior vendedor de discos do País, alçado à categoria de “rei”: Roberto Carlos.<sup>5</sup>

Tendo sido um dos principais responsáveis pelo movimento roqueiro da Jovem Guarda, o cantor e compositor Roberto Carlos iria aos poucos se especializar no repertório romântico. Em 1970, Roberto e seu parceiro Erasmo



Carlos conquistam grande sucesso com a balada *Sentado à beira do caminho*. No ano seguinte, Roberto Carlos lança o nono disco de sua carreira (CBS), no qual assume de vez a mudança estética em suas composições e se torna o maior compositor romântico brasileiro. Gravado nos Estados Unidos com arranjos do americano Jimmy Wisner, o disco sedimentaria o afastamento do Rei do ambiente rebelde-juvenil para tentar atingir uma outra faixa de público, mais “adulta” (Severiano e Melo, 1997, p. 163).

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

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

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

No repertório consagrado do *rock* internacional constam diversas baladas românticas que nortearam a estética do romantismo de Roberto. Em 1956, Elvis Presley protagoniza o filme *Love Me Tender* com a canção homônima que iria inaugurar uma estética musical internacional romântica. Durante os anos 1960, os Beatles atingiram seu apogeu comercial com canções que tematizavam o amor de forma simples e direta – jovem, sincero, esperançoso. *Love*

*Me Do* (1962) e *She Loves You* (1963), *All My Loving* (1963) e *And I Love Her* (1964) são exemplos de canções de estrondoso sucesso que circulavam pelas mentes e corações de jovens do mundo todo. Musicalmente, o grupo inglês iria adotar a mesma linguagem coloquial em canções de amor de andamento lento, pouca percussão e ênfase em saltos melódicos e prolongamentos de vogais que se tornaram clássicos do repertório da música popular mundial, como *Yesterday*, *Something* e, anos mais tarde, *Imagine*.

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

No antigo imaginário, com exceção dos contos de fadas, o amor não chegava, senão raramente, a superar os conflitos fundamentais que o opunham à família e à sociedade; chocando-se tragicamente com os grandes tabus, ele próprio se convertia em trágica fatalidade, pondo em jogo a própria ordem da existência. [...] Ora, a partir da década de 1930, com o *happy end*, o amor se torna triunfal. (Morin, 1975, p. 117)

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

[...] narrativa bem simples, que retrata uma disjunção em nível pragmático (ou físico), coexistindo com uma indissolúvel conjunção em nível cognitivo (ou psíquico). Essa união é renovada a todo instante pela lembrança dos “detalhes” que marcaram a rotina da relação rompida. Tudo como se esses detalhes tivessem participado de um

convívio tão profundo que sua escala de ampliação ainda não tivesse sido bem-dimensionada pela ex-parceira. (Tatit, 1996, p. 204)

A ideia de um relato de separação que funciona, na verdade, como um elo entre os amantes é uma estratégia recorrente no repertório romântico, estabelecendo uma conexão entre passado e presente de um amor que se pretende, pela canção, ser permanente. Depois de *Detalhes*, Roberto lançou discos sucessivamente ancorados em canções românticas, muitas vezes descrevendo com detalhes as relações sexuais entre os amantes. Em *Os seus botões* (Roberto e Erasmo Carlos, lançada em 1976), amor e sexo se fundem em uma declaração eloquente e de enorme sucesso:

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

Capitaneado pelas canções e os discos superpopulares de Roberto, com reforço significativo das baladas românticas da música *pop* internacional, que cada vez, com mais desenvoltura e frequência, aportam nas emissoras de rádio, televisão e nas lojas de discos do País, o repertório romântico e seus elementos característicos começam a se espalhar por diversas outras categorias de classificação do mercado musical. A música romântica aparece no espaço legitimado da MPB, nas baladas roqueiras e, principalmente, na chamada música *sertaneja*.

A fusão dos elementos da música caipira (canto em terças, toadas em andamento lento, sotaque regional, uso sistemático da viola, pouca variação harmônica e melódica) com a estética do universo musical urbano já vinha se desenhando desde os anos 1930 com as gravações da Turma de Cornélio Pires e outros artistas da música rural que aportavam no mercado musical.<sup>6</sup> Segundo Waldenyr Caldas, a partir desse momento a música caipira já sofria diversas alterações que se manifestavam sobretudo na temática das letras.

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

A partir do final dos anos 1950, a música sertaneja – identificada com o interior e o caipira – se tornou símbolo de um atraso na modernização do País. Com isso, jovens artistas do mundo sertanejo passaram a buscar influências de outras estéticas mais “atuais”. A música caipira do interior do Sul e Centro-Oeste, que desde as primeiras décadas do século XX já recebera fortes influências da guarânia paraguaia e da habanera cubana, começa a trocar elementos com repertórios mais diversificados disponibilizados para consumo no mercado nacional. Neste processo, com vários personagens, idas e vindas, destaca-se a presença da dupla dos irmãos paranaenses Chitãozinho e Xororó, os quais, influenciados pela Jovem Guarda, pelo romantismo de Roberto Carlos e pela eletrificação *pop* dos Beatles, iniciaram carreira no final dos anos 1960. Seu primeiro LP, de 1970, teve circulação restrita aos eventos do mundo rural, das feiras e do circuito mercadológico do interior. Progressivamente, passaram a ocupar espaços mais prestigiados e, ao gravar pela então atuante gravadora Copacabana, atingiram um enorme sucesso comercial. Em 1982, lançam o LP *Somos apaixonados*, no qual se destaca a guarânia *Fio de cabelo* (Darcy Rossi/Marciano), que obteve sucesso retumbante em rádios e no circuito comercial rural. Neste disco, a temática do amor aparece em quase todas as faixas e, diferente do amor otimista das canções de Roberto Carlos, a tônica é a desilusão, a separação, a saudade. Apesar desse aspecto e do uso ainda bastante presente do violão rasgueado, característico das modas de viola caipiras herdadas das guarânias paraguaias em compasso ternário, a dupla faz uso sistemático de instrumentos como teclado, cordas e sopros, conferindo uma atmosfera *pop* evidente às canções. Alguns elementos do mundo da música *country* norte-americana (guitarras, estilos vocais, comportamento e vestuário), aos poucos, também vão sendo incorporados, facilitando sua circulação em espaços mais expressivos do mercado de música e conferindo maior legitimidade ao *country brasileiro*. No aspecto simbólico, a dupla inaugura, no ambiente do mercado musical, um novo imaginário do mundo rural, não mais identificado com o caipira atrasado, mas com o fazendeiro moderno e civilizado.

A corrente musical liderada por Chitãozinho e Xororó veio traduzir esse interior brasileiro, agora rico, farto, interligado *online* ao primeiro mundo e ávido por novos ícones de cultura e comportamento – para aguentar o tranco do peão que corcoveava na potente *pick-up*,

do pecuarista que negociava em dólar e ia de jatinho de uma fazenda a outra, dos seus filhos universitários que falavam inglês e ouviam música internacional, e os colonos com *micro systems* na sala e antena no quintal, som sertanejo só bem acabado, com arranjos atuais, embalado por muitos *megawatts* de potência. (Nepomuceno, 1999)

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

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

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

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

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

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

dade individual passa a pertencer ao amor, ao casal, que nesse caso representa a totalidade da vida, agora a dois.

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

O repertório romântico das duplas sertanejas buscava conciliar aspectos da música caipira com a modernidade, tanto das narrativas românticas quanto da sonoridade de seus arranjos. Com isso, conquistaram grandes públicos, mas sua legitimidade artística permaneceu contestada. Na verdade, a consagração pela quantidade e a adoção de uma estética musical baseada na incorporação de elementos da cultura internacional-popular se tornaram eixos de uma separação muito acentuada entre “consumo” e “prestígio”. Ao se situarem nos espaços mais elevados da consagração pela quantidade, os artistas da nova música sertaneja se afastavam do prestígio da crítica com poder para atestar sua qualidade. O rebaixamento hierárquico das duplas, na crítica musical, sofria ainda com a associação de suas respectivas obras com a temática do amor, que ainda despertava (e desperta) sérias desconfiças quanto à qualidade estética.

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

#### SAMBA E AMOR

O amor está presente no repertório do samba desde sua consolidação como gênero musical. De forma recorrente, os sambistas compartilham, em

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

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

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

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



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

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

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

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

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

O compositor Paulinho da Viola, um dos mais legitimados representantes do samba na hierarquia de valoração da música brasileira, aborda o insucesso do amor em diversas de suas obras. Em poucas produções de sua autoria, o amor é visto como algo positivo e feliz. Paulinho parece mesmo acreditar que

o universo semântico do samba está associado a essa busca incessante por um amor completo, realizado, que nunca chega. Na canção *Quando bate uma saudade*, o autor explicita que a própria criação poético-musical no repertório do samba deriva dessa sensação de falta, de ausência:

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

Se o samba “vem” a partir do sofrimento e da saudade, não importa se o andamento é lento, se a base rítmica é incisiva ou se trata de uma música dançante. O imaginário do samba apresenta o amor muito mais como problema, impedimento ou frustração do que como satisfação, alegria, prazer. No samba lírico-amoroso, o casamento é uma “espécie de negócio, em que as vantagens materiais se convertem em valores afetivos” e representam, literalmente, um investimento (Matos, 1982, p. 168). É o caso, por exemplo, de *Escurinha*, também de Geraldo Pereira:

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

Por outro lado, os sentimentos positivos estão, de um modo geral, associados à coletividade, aos eventos sociais, à música e à orgia, em que o sexo não se apresenta com compromisso afetivo ou moral. A vivência social comunitária do samba é tão importante e gratificante que o tema do amor desgraçado, infiel ou impossível muitas vezes aparece de forma bem-humorada, contado de maneira risível e descontraída. É o caso, por exemplo, de *Tá maluca*, de Wilson Batista:

Já observei: minha mulher tá maluca, tá maluca  
 Já brigou com toda a vizinhança

Tem prazer em me ver em sinuca  
 Quando o galo canta e o sol vai despontar  
 Ela se levanta, lava o rosto e vai brigar

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

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

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

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

O aspecto da interlocução é fundamental para as estratégias de valorização do samba e sua inserção no mercado. Ao dialogar com sua comunidade, o sambista demarca uma atuação simbólica voltada para a coletividade, para os rituais de encontro (rodas, festas, escola de samba, Carnaval), que comumente servem de cenário para essas narrativas. Com isso, a temática do amor no repertório do samba reforça os elos de ligação de sua prática com a vivência amadora e coletiva do fundo de quintal, afastando-se dos ditames comerciais do individualismo do mercado. A felicidade, que se torna um objetivo perseguido pelo imaginário das músicas “de consumo” é de certa forma menosprezada na crônica desses amores impossíveis ou malsucedidos. Às vezes o sambista pode até ser feliz, mas esta felicidade não deriva de um amor verdadeiro, gratificante, mas de um “falso amor” que, no entanto, pode ser “sincero”, como neste criativo refrão de Nelson Sargento:

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

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

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

No verso final, apesar do bom humor, a visão pessimista do amor fica evidente. Os amores “de verdade” não podem ser tão felizes, sendo a felicidade, no amor, atingida exclusivamente por um amor contratual, que envolve dissimulações e falsidade. Trata-se de um amor que se apresenta invariavelmente marcado pela frustração, que difere radicalmente da noção de um amor concreto e corporificado, como, por exemplo, no romantismo de Roberto Carlos, em que “amantes se dão”. O tratamento do amor no samba se apresenta, assim, como um eixo temático que reforça o paradoxo do samba no mercado ao estabelecer um contraponto ao propagado *happy end* dos produtos culturais disponibili-

zados para consumo em larga escala. Ao mesmo tempo, a ênfase na narrativa comunitária implica uma valorização deste ambiente, caracterizando com mais força a oposição entre tradição e mercado. Nesse sentido, por meio do amor, a categoria samba reafirma seus critérios próprios de valorização estética, ainda que nem sempre eles sejam compartilhados pelo conjunto da sociedade.

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

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

Em *Fogo de saudade*, de Sombrinha e Adilson Victor, gravada por Beth Carvalho no mesmo ano, a saudade e o amor não anulam o desejo de um futuro melhor:

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

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

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

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

Meu coração carnavalesco não foi mais  
 Que um adereço, teve um dez na fantasia,  
 Mas perdeu em harmonia  
 Sei que atravessei um mar de alegorias  
 Desclassifiquei o amor de tantas alegrias  
 Agora eu sei desfilei sob aplausos da ilusão  
 E hoje tenho esse samba de amor por comissão  
 Fimdo o carnaval, nas cinzas pude perceber  
 Na apuração perdi você  
 (*Enredo do meu samba*, de Jorge Aragão e Dona Ivone Lara)

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

## NOTAS

<sup>1</sup> Micael Herschmann (2000, p. 222) observa que a prática do samba se utiliza da noção de autenticidade sem questionar o seu caráter construído, agindo como se essa “tradição” fosse algo inato. No campo oposto, os agentes culturais envolvidos com o paradigma da “modernidade” parecem ter abandonado o “mito” da autenticidade.

<sup>2</sup> *Samba esquema novo* é o título de seu LP de estreia (Philips, 1963).

<sup>3</sup> Depois do sucesso do *Raça Brasileira*, Zeca Pagodinho alcançou 450 mil cópias em seu disco de estreia em 1986, e o LP *Almir Guineto* chegou a 600 mil (RGE), puxado pela música *Caxambu* (Elcio do Pagode/Jorge Neguinho/Zé Lobo/Bidubi).

<sup>4</sup> A oposição entre samba-canção e bossa nova, associada às noções de excesso e contenção (mau gosto e refinamento), são contestadas pela pesquisadora Santuza Cambraia Naves, que destaca que autores importantes da bossa nova como Roberto Menescal e Carlos Lira afirmam terem sido influenciados pelos boleros de Lucho García e Agustín Lara, respectivamente (Naves, 2001, p. 37). Parece evidente que as músicas que circulam em larga escala em um determinado período sofrem influências recíprocas e que a adoção de elementos específicos de uma ou outra categoria musical, ou mesmo a mistura deliberada de pensamentos musicais, é um fenômeno intrínseco ao fazer música em qualquer sociedade, o que não anula os gestos prioritários e mais recorrentes de cada categoria.

<sup>5</sup> Em 1994, Roberto Carlos superou a marca de setenta milhões de discos vendidos, sendo o primeiro artista latino-americano a vender mais do que os Beatles (*Dicionário Cravo Albin*). Desde 1961, lança um disco por ano com vendagem média de 1 a 2 milhões de cópias *cada um* ([www.cliquemusic.com.br](http://www.cliquemusic.com.br)).

<sup>6</sup> Para maiores informações sobre as transformações na música sertaneja, ver Nepomuceno, 1999.

**UFRJ**

**EDITORIA**





## O PAGODE ROMÂNTICO

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

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

Paralelamente, um outro fenômeno musical comercial urbano crescia ano a ano no solo fértil do Carnaval da cidade de Salvador, cuja nacionalização teve

início a partir do final da década de 1980. O estilo do gesto baiano da mistura carnavalesca ficou conhecido como *axé music*, que, segundo Goli Guerreiro, “é o encontro da música dos blocos de trio com a música dos blocos afro (frevo baiano + samba-*reggae*). É um estilo mestiço, cuja linguagem mistura sonoridades harmônicas e percussivas” (2000, p. 133). O termo não se refere a um ritmo, um gênero ou um movimento musical. Trata-se de

[...] uma rotulação mercadológica muito útil para que uma série de artistas da cidade de Salvador, que faziam uma fusão de ritmos nordestinos, caribenhos e africanos com embalagem *pop rock*, tomassem as paradas de sucessos do Brasil inteiro a partir de 1992. (Essinger, 2000)

A data de 1992, escolhida pelo jornalista, marca o lançamento nacional do LP *O canto da cidade*, da cantora baiana Daniela Mercury, pela multinacional Columbia/Sony. O sucesso da faixa-título deste disco amplificou por todo País uma estética *pop* altamente dançante, que vinha movimentando o Carnaval de Salvador desde meados da década anterior. A música trazia todos os ingredientes da vibração *pop* jovem e uma base rítmica apoiada basicamente no *padrão Ben Jor*, executado incessantemente pela guitarra e pela percussão (caixas). Ao mesmo tempo, a letra da canção se refere ao ambiente urbano e coloca em evidência o forte componente étnico da música e da cidade de Salvador, talvez mais visível e problemático do que em qualquer outra do País.

The image displays a musical score for the song 'O Canto da Cidade'. It consists of two staves. The top staff is labeled 'canto' and is written in treble clef with a key signature of one sharp (F#) and a 4/4 time signature. The melody is simple and rhythmic, with lyrics written below it: 'A cor des-sa ci-da de sou eu O can-to des-sa ci-da de é me - e-eu'. The bottom staff is labeled 'caixas' and is written in bass clef with a 4/4 time signature. It shows a rhythmic pattern of eighth notes, characteristic of the 'Ben Jor' style.

A adoção do *padrão Ben Jor* em parte da produção da chamada “música baiana” representa uma tradução para a música brasileira de elementos estéticos da cultura *pop* internacional. De certa forma, a *axé music* é um desdobramento da obra *pop* de Ben Jor, recriada na atmosfera dançante do carnaval de rua soteropolitano. Outro aspecto predominante nas músicas classificadas como *axé music* é o da sensualidade, representando muitas vezes um importante meio de sedução pela dança, com coreografias ousadas e muitas vezes até eróticas. Segundo Mônica Leme (2003, p. 77-102), em pioneiro trabalho sobre a música do grupo É o Tchan, um dos integrantes da moda nacional da música

baiana, parte do repertório dos artistas dessa categoria se insere numa “vertente maliciosa” da música brasileira que teria sido uma forma de expressão muito popular em todas as épocas).<sup>1</sup>

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

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

#### O FENÔMENO RAÇA NEGRA

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

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

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

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

A própria roda de samba do famoso Cacique surgiu a partir de um jogo de futebol que ocorria às quartas-feiras na quadra do bloco. O fato é que as rodas de violão do Coalhada em pouco tempo resultaram em um convite para uma atuação profissional em um lugar chamado Heliu’s Bar. Luiz Carlos e os outros integrantes da banda começaram a perceber que o som que eles estavam fazendo fazia sucesso e rapidamente apareceram convites para apresentações em outras casas noturnas. É importante destacar que a reunião musical após o futebol dominical era realizada em torno do violão de Luiz Carlos, o que acabava determinando uma certa liderança natural do cantor para escolha de repertório e, inclusive, para que ele cantasse suas próprias canções.

Só que, desde essa época, eu já cantava as minhas músicas, que eu fazia em casa, que gostava de fazer e as pessoas gostavam dessas músicas e a gente se preocupou em fazer um trabalho dentro das limitações, mas direito [...]. Porque, na realidade, esse som, essa maneira de tocar que eu tinha, é que as pessoas achavam que era diferente,

que eu peguei meu jeito misturando o samba, com samba-*rock*, com suingue. (Luiz Carlos, 2005a)

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

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

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

O samba nessa época aparecia com razoável intensidade na periferia da capital paulista. Contando com a importante colaboração do programa de rádio O Samba Pede Passagem, do radialista Moisés da Rocha (2005) – chamado eventualmente de o “Adelzon Alves de São Paulo” –, artistas ligados ao gênero construíam um sucesso orgânico nos arredores da capital. Além dos artistas de grande projeção, como Clara Nunes e Beth Carvalho, que chegavam pelas grandes gravadoras em todas as capitais com enorme força, havia as rodas promovidas pelas escolas de samba de São Paulo – estruturadas à imagem das suas irmãs cariocas desde os anos 1930 –, que organizavam concursos e revelavam sambistas. Em 1987, o grupo ganha o Festival da Escola de Samba Leandro de Itaquera e se projeta ainda mais no circuito paulistano. Nesta época, eles se apresentavam todos os domingos no bar Chanel, de propriedade de Armando Santos, um dos entusiastas da banda e que aceitou ajudá-los a gravar uma fita *demo* para servir de base para um primeiro LP do Raça Negra.

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

Até que essa *demo* foi parar na mão do Irupê, que fazia nossos arranjos. O irmão dele era muito amigo do Antônio Carlos Carvalho, que era diretor da RGE, e, quando ele ouviu, ele falou: “Pô, tem coisa interessante aqui! É diferente, no mínimo diferente”. E o Irupê convidou ele para assistir a gente tocar na Chanel. E ele chegou lá no domingo e, na segunda-feira, às oito horas da manhã, nós estávamos na RGE assinando o contrato com ele. Ele falou “quero isso para mim”, que ele viu a empolgação do povo, todo mundo cantando músicas que ele nunca tinha ouvido – e ele perguntava: “de quem é essa música?”

E a gente: “noventa por cento do repertório é nosso” –, que o povo já tinha na mente. (Luiz Carlos, 2005a)

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

O primeiro disco lançado pela RGE em 1991 trazia apenas o nome da banda na capa e uma foto dos integrantes portando seus instrumentos, sugestivamente em fundo preto. Uma produção extremamente simples (e barata) que conciliava estrategicamente uma redução dos riscos financeiros da gravação do LP e, por outro lado, uma deliberada intenção de ser acessível. De acordo com o produtor Antônio Carlos de Carvalho, a receita do sucesso foi exatamente fugir de qualquer sofisticação. “Com a gente não tem nada disso, nem fazemos encartes, que é para não complicar”, atesta (Fonseca, 1994). Nesta primeira experiência fonográfica, a RGE aproveitou as gravações da fita demo e simplesmente a colocou no mercado.

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

Os novos conjuntos vêm conquistando espaços no rádio e quebrando tabus da noite. A rádio Transcontinental FM, de São Paulo,

que há nove meses mudou de receita e passou a dedicar 80% de sua programação ao samba, pulou do 24º para o 2º lugar entre as emissoras mais ouvidas da capital. (*Veja*, 1993)

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

O Raça Negra foi um fenômeno musical que obrigou as FMs a tocarem samba. Até então não se tocava samba em FM. O Raça Negra abriu essa porta para o samba. Logicamente, tiveram de tocar o Raça Negra e também outros grupos, outras bandas, outros cantores de samba. E também nós sofremos uma resistência tremenda quando fomos tocar no Canecão – nunca vi nenhum sambista dentro do Canecão. E falamos: “Vamos entrar no Canecão!” Eles não queriam: “Não, isso não vai dar nada!” Até hoje é o recorde de bilheteria no Canecão. E também no antigo Metropolitan, e lá em São Paulo, também no Olympia. Foi a primeira banda a entrar nessas casas fazendo um grande espetáculo [...]. Naquela época, o sertanejo estava fazendo grandes produções. “Vamos fazer também para mostrar para eles que o samba também faz espetáculo, com bailarinos, com cenário, direção”. Fizemos isso e deu certo. (Luiz Carlos, 2005a)

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

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



como encarregado de manutenção de uma consultora internacional.  
(Masson, 1996)

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

Você tem uma banda em que você não tem um problema de droga. Dentro do Raça Negra, para você ter uma ideia, o único que fuma cigarro, cigarro normal, sou eu. Quem bebia também era eu, que tomava um *drink*. O restante não bebia, não fumava, são pessoas tranquilas. E profissionais, sempre exige isso. Chegar no horário, se marcavam televisão para as 10h, 9h30 nós estávamos lá. Marcavam *show* para a meia-noite, 11h nós estávamos lá. Nós éramos artistas que não davam trabalho. (Luiz Carlos, 2005a)

Não davam trabalho e vendiam muito. Nas coberturas da imprensa sobre o grupo, pipocam uma profusão de números contundentes que atestam a magnitude da circulação da música do Raça Negra. Em 1994, a revista *Isto É* noticiava o lançamento de mais um disco do grupo, destacando a marca de 1,3 milhões de cópias do lançamento anterior (Fonseca, 1994). No ano seguinte, uma extensa matéria no *Jornal do Brasil* esmiuçava o patrimônio da *holding* Raça Negra, com faturamento de três milhões de dólares por ano, com 180 funcionários e cobrando cachê de 30 mil dólares. A reportagem chega a detalhar o valor do automóvel do cantor Luiz Carlos: “BMW 325 conversível, vermelho, avaliado em cem mil dólares” (1995). O jornalista Xico Sá (1996), da *Folha de S. Paulo*, destaca que uma das canções do grupo chegou a ser executada até 47 vezes por dia em emissoras de rádio da capital paulista e que o grupo havia atingido a marca de 12 milhões de cópias vendidas em apenas 5 anos de carreira fonográfica. Já em 2001, comemorando 10 anos desde seu primeiro lançamento, o *site* da gravadora Universal destacava a superação da marca de 16 milhões de cópias vendidas pelo grupo.

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

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

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

Nosso som tem aquele suingue. Nossa música é simples e vai ao encontro de todo mundo, do excêntrico ao plebeu. Falamos de amor porque o público está carente disso. Não podemos abandonar uma ideia que deu certo. Não podemos magoar o povo que gosta de nós. (Pavam, 1993)

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

Eu gosto muito do ritmo da música deles. É aquele suingue bem romântico, como dizem. As letras são todas muito lindas, a maioria

composta pelo Luiz Carlos mesmo. Têm tudo a ver as letras das músicas deles. O que eu gosto, o que me atrai é o estilo da música, a letra diz tudo. Sei lá se é pagode ou se é suingue, mas aquela coisinha mais leve, eu sempre gostei. (Barros, 2005)

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

#### ECOS DO RAÇA NEGRA: NEGRITUDE JÚNIOR

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

Nas palavras de Nenê, integrante do Negritude Júnior, “na comunidade, você conhece os vizinhos, bate na porta deles para pedir açúcar, se preocupa e ajuda quando acontece algum problema ou quando um filho de alguém está doente” (2005). Para as crianças, o ambiente da Cohab era particularmente interessante, pois não só gozavam de uma certa liberdade característica de

idades de interior, mas também pela formação de amizades sólidas, fundadas nesses mesmos valores.

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

A narrativa um tanto romântica de Nenê demonstra bem a força dessa experiência social, caracterizada pelo percussionista Ari como uma “convivência típica de gueto” (Ferreira, 1997). Unidos por laços de vizinhança, parentesco, solidariedade e pela religião bastante presente, essa convivência iria ensinar para os jovens “o que é a vida”. Esse ambiente seria posteriormente descrito no samba *Terra prometida* (Wagninho/S. Procópio/Nenegritude/Netinho), gravado pelo grupo em 1997:

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

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

Já no início dos anos 1980, os jovens da Cohab ouviam em casa discos que eram lançados com enorme sucesso pelas gravadoras. Cantores de samba como Clara Nunes, Beth Carvalho, Martinho da Vila, Luiz Ayrão, Agepê e Fundo de Quintal gozavam de razoável prestígio nas moradias populares e

forneciam a “batida do pandeiro” que determinaria a estética musical principal do grupo. Mas a música desses artistas se misturava com outras influências do rádio e da televisão, também representadas com destaque na programação diária desses veículos: Jorge Ben Jor, Tim Maia, Blitz, Jackson Five, Earth, Wind and Fire, Madonna e Michael Jackson.

O contexto do samba na metrópole paulistana é de grande importância na estruturação do Negritude Júnior. Os concursos promovidos pelas escolas de samba movimentavam um circuito de samba pelas periferias da cidade, fazendo circular o ritmo, o imaginário e os valores do gênero. Um dos mais concorridos era conhecido como Botequim do Camisa, realizado na quadra da Escola de Samba Camisa Verde e Branco. Um outro local de grande importância é conhecido como Praça do Samba, no bairro Km 18, em Osasco, onde uma roda organizada pelo músico Baptista Júnior servia de ponto de partida para uma caravana de sambistas pela cidade.

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

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

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

O samba dos meninos gerou curiosidade, pois se tratava de músicos então bastante jovens e, segundo Nenê, “era bonitinho” vê-los tocar. Em uma dessas tardes, um dos organizadores da Praça do Samba convidou os meninos para se apresentarem no palco do evento. Surpresos, os jovens Netinho, Wagninho, Chambourcy, Lino, Claudinho, Nenê, Fabinho, Feijão e Ari apresentaram-se como um grupo que se chamava “Negritude Júnior”.<sup>2</sup>

Deste início, “por acaso”, os jovens do grupo enxergaram uma possibilidade comercial concreta e decidiram se organizar para tentar viabilizar sua carreira. O primeiro passo para a profissionalização foi a elaboração de um conjunto de “regras” que deveriam nortear a carreira do grupo. As regras eram indicações de conduta pessoal e coletiva com o objetivo de estabelecer critérios e parâmetros para os integrantes do Negritude atuarem no mercado musical. Nas palavras de Nenê:

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

A opção pela elaboração dessas regras torna as intenções do grupo bastante claras. “Falar certo” e “não fumar nem beber” são atitudes que revelam uma preocupação com a imagem pública artística do samba. Os jovens estavam atentos ao preconceito da sociedade em relação à prática do samba e buscavam neutralizá-lo eliminando aspectos de linguagem e imagem que colaboravam para acentuar a posição hierárquica dúbia do gênero. Nenê é contundente: “a gente ficava ouvindo todo aquele repertório e via letras maravilhosas, melodias lindas e não concordávamos com o preconceito em relação ao samba. Queríamos nos apresentar como sambistas, mas sem esse estigma” (2005).

A estratégia era bastante inteligente e demonstra o grau de preocupação comercial que o grupo já possuía, mesmo com tão pouca idade. Mas o aspecto mercadológico não se restringia às regras de comportamento. A sedimentação

dos parâmetros comerciais do Negritude foi apoiada na organização de uma identidade visual para o grupo.

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

O que é interessante observar é que o Negritude criou um modelo de vestuário que, ao alcance dos seus limitados recursos, já estava em grande sintonia com o grande mercado musical da época. No final dos anos 1980, apesar de o *rock* brasileiro começar a dar sinais de cansaço comercial, o *pop* internacional frequentava as paradas de sucesso trazendo na bagagem uma aposta definitiva na *performance* musical de grande porte. Canções e videocliques de artistas como Madonna e Michael Jackson, além de mega *shows* promovidos no Brasil – como o Rock in Rio, em 1985 –, forneciam experiências musicais concretas que estabeleciam uma associação entre música e imagem na esfera da circulação comercial dos produtos musicais. De certa forma, a opção do Negritude correspondia a uma escolha intencional e deliberada de integrar o mundo do *showbiz*, utilizando sua linguagem específica: o espetáculo.

Em sua incisiva crítica à “sociedade do espetáculo”, Guy Debord aponta o espetáculo como uma forma de “relação social”.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real”. (Debord, 2003)

Onde se lê “irrealidade”, podemos entender “fantasia” ou “imaginário”. De fato, o espetáculo tem papel preponderante na cultura internacional-popular por permitir um acesso universal aos códigos dessa cultura por meio da imagem/*performance*. A preocupação com a “apresentação” representada no figurino calculado do Negritude Júnior é uma aceitação da imagem como norteadora de

hierarquias e, ao mesmo tempo, um reconhecimento da capacidade do visual de facilitar o trânsito e romper os preconceitos.

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

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

“Ser moderno” significava, então, se adequar ao ritmo do *videogame* e aplicar uma visão comercial à música do grupo, agora transformada em trabalho. A opção representava ainda uma organização empresarial e um certo tipo de mistura musical capaz de conciliar os elementos do samba com a música e os



desejos da “geração anos 1990”. O Negritude fez parte de um ambiente onde uma nova forma de tocar e pensar o samba estava em curso, ampliando suas fronteiras e transcendendo os circuitos restritos no qual o gênero circulava desde sua origem, estabelecendo uma posição mais vantajosa no mercado fonográfico.

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

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

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

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

Em 1991, o mercado de samba seria sacudido pelo sucesso do primeiro disco do Raça Negra. A estética do grupo passou, então, a servir de modelo para

gerações de jovens sambistas, como o Negritude, que, atentos aos movimentos deste mercado e com uma opção bastante clara de se adaptar ao seu perfil para ocupar um espaço nele, incorpora alguns elementos do trabalho do Raça Negra à sua sonoridade. Trata-se de um processo natural, em que as ideias musicais de uma determinada época circulam e são reutilizadas por artistas com um perfil musical semelhante. Em 1992, o grupo reúne uma coleção de onze canções e lança seu primeiro LP, intitulado *Jeito de seduzir*, que, em pouco tempo, atinge a excelente marca de trezentas mil cópias vendidas.

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

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

A mudança para a EMI representou para o grupo algo mais do que uma simples troca de selo. Ao ser lançado por uma *major*, o Negritude tem a possibilidade de atingir um público muito amplo e diversificado, característico dos produtos veiculados em larga escala. Por outro lado, para a gravadora EMI, o Negritude era um grupo que deveria se encaixar no segmento aberto pelo Raça Negra, desenvolvendo uma linha estética análoga capaz de abocanhar as

vendas estratosféricas que a banda conseguia na RGE. Apesar de ser possível identificar afinidades estilísticas entre os dois grupos, a EMI tratou de fazê-los ainda mais parecidos, e isso representava alterar alguns aspectos dos arranjos do grupo e incluir algumas canções em seu repertório. Para nenhum artista essa ingerência sobre sua criação é algo absolutamente simples e sem conflitos. No entanto, a ótica empresarial implementada no grupo permitia uma conciliação pouco traumática entre os objetivos artísticos e comerciais.

Muita gente não tem noção do que é gravar um disco: a gravadora investe muito dinheiro e tem que se preocupar com a comercialização, com o mercado. Quando a gente foi para a EMI, teve uma música que o produtor impôs, que era uma música sertaneja [*Contos de fadas*, de Pagom e Beto Correa], que era para gente fazer em ritmo de samba. A música era até bonita, mas não tinha *nada* a ver com o nosso trabalho. Isso deu muita discussão entre a gente, eu e o Wagninho chegamos até a chorar porque a gente não queria gravar aquela música. Mas depois nós conversamos e, no voto, decidimos gravar aquela música para, no resto do disco, colocar as músicas que a gente gostava. Não foi fácil, mas, depois, com a maturidade, a gente adquiriu essa consciência, de que tem que colocar no disco músicas que a gravadora vai trabalhar. A proporção é assim: 80% do repertório dos discos são de nossa escolha e 20%, deles. Parece desigual, mas esses 20% é que vão ser mais divulgados em rádios e televisão, aí equilibra. (Nenê, 2005)

É interessante observar que Nenê utiliza o termo “imposição”, mas narra “com maturidade” os eventos que envolveram o lançamento do segundo disco do grupo, como se estivesse em curso, na verdade, uma *parceria*. Desconsidera, em sua argumentação, a desigualdade de poder entre um grupo iniciante formado por jovens com pouca experiência no mundo dos negócios e um gigante da indústria fonográfica internacional. Para ele, o poder econômico não é irremediavelmente inconciliável com as opções estéticas do grupo, podendo ser compatibilizados em torno de um objetivo comum. O fato é que, a partir do lançamento do LP *Natural*, em 1993, o Negritude alcançou uma projeção nacional no mercado de música, conquistando sucessivos discos de ouro e platina a cada lançamento.

## ECOS DO RAÇA NEGRA: SÓ PRA CONTRARIAR

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

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

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

A partir desse ambiente musical que circulava na casa dos Pires, a aproximação dos jovens com a música era um caminho natural. Desde criança, Alexandre se interessava pelo cavaquinho e, aos treze anos, resolveu chamar seu irmão e seu primo para formar um grupo. Completando o conjunto, convidaram ainda os amigos Luiz Antonio, Popó, Serginho, Hamilton, Rogério e Luiz Fernando e batizaram o novo grupo com o nome da primeira música que Alexandre aprendeu a tocar: *Só Pra Contrariar*, de Almir Guineto, Arlindo

Cruz e Sombrinha, gravada em 1986 pelo grupo Fundo de Quintal no LP *Mapa da mina*. Nascia, em 1989, um dos maiores fenômenos comerciais do samba.

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

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

Misturando o romantismo sertanejo com o balanço do samba carioca e a versatilidade estilística da MPB, Alexandre, Fernando e os outros integrantes do “SPC”<sup>3</sup> colocaram o pé na estrada. Apesar de ser o mais jovem, a liderança de Alexandre Pires começa a se desenhar nos palcos mineiros, resultado de sua desenvoltura como cantor e compositor. O início da carreira, como sempre, é descrito pelos integrantes como uma época de muito trabalho e pouco reconhecimento. De acordo com Luiz Antonio,

[...] as dificuldades são aquelas básicas que todo artista quando começa um trabalho enfrenta, que é a de conseguir uma boa gravadora, um selo que possa te representar nacionalmente, onde você possa levar tua música nos quatro cantos do País. Então a gente batalhou bastante, fizemos três anos de baile em Uberlândia, nossa terra natal, à procura de um selo que pudesse levar o grupo adiante. (Luiz Antonio, 2004)

Neste período, circulavam pelos bares de Uberlândia – Tribuna, Coliseu e Black Chic eram os que eles mais frequentavam – e apresentavam-se cantando sambas da moda e também músicas próprias, principalmente as de Alexandre. O crescente sucesso na cidade fez com que o grupo fosse convidado diversas

vezes para “abrir *shows*” de grupos famosos, como o próprio Raça Negra. Essa estratégia de organizar pequenas apresentações de grupos estreantes antecedendo o *show* principal é muito utilizada no *showbiz* e representa, para o público, uma ampliação na duração do evento, e, para os novos artistas, uma possibilidade ímpar de apresentar seu trabalho para grandes audiências. Neste momento, o SPC conta um pouco com a sorte.

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

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

Toda vez que eu chego em casa  
A barata da vizinha está na minha cama  
Diz aí Luiz Fernando o que cê vai fazer

– “Eu vou comprar um chicote pra me defender”  
 Ele vai dar uma chicotada na barata dela

Segundo Mônica Leme (2003, p. 102), essa canção é uma representante atual da “vertente maliciosa” da música popular brasileira, presente no cancionário popular, com enorme sucesso desde pelo menos o século XVIII. O bom humor da letra se completa com uma interpretação que valoriza a participação coletiva do grupo, com expressões, comentários e sonoplastias que percorrem a gravação. Por meio da sonoridade, o grupo se aproximava bastante da estética prestigiada do samba. Por outro lado, o componente malicioso da canção reforçou tanto o preconceito contra o samba quanto a oposição entre qualidade e quantidade. Para a antropóloga Letícia Vianna, por exemplo, a canção evidencia a violência como “polarização do amor na dimensão da sexualidade”, considerando seu conteúdo “aviltante” (1998, p. 136).

O pensamento da pesquisadora é compartilhado por grande parte da intelectualidade urbana, que condenou de imediato a música do SPC a um baixo patamar hierárquico, classificando-a como representante do setor menos prestigiado do samba.

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

De certa forma, o sucesso da “barata” obrigou o SPC a reafirmar nos discos seguintes sua identificação com o pagode romântico, sob pena de se isolar do mercado sem conseguir respaldo dos sambistas mais antigos. Nesse sentido, os três discos seguintes (*Só Pra Contrariar*, de 1994, *O samba não tem fronteiras*, de 1995, e *Só Pra Contrariar Futebol Clube*, de 1996, todos com vendas em torno de 1 milhão de cópias) vão adotar com bastante ênfase a

temática romântica, que se concretizará definitivamente em 1997, quando se inicia um terceiro momento em suas carreiras. É Alexandre quem nos conta o processo de gravação deste disco:

Em 1997 nós estávamos produzindo o quinto disco do SPC e eu pedi para os meus empresários e para minha gravadora: “eu gostaria de produzir esse disco”. Era uma grande responsabilidade para mim porque eu estava assumindo uma coisa muito séria, mas eu tinha segurança no que eu estava fazendo. Fizemos o disco. Aí eu fiz uma promessa que esse disco fizesse muito sucesso e se a gente ganhasse um disco de diamante, com um milhão de cópias, eu ia lá a pé. (Pires, 2002)

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

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

É interessante notar que o grupo triplicou sua média anual de vendas exatamente em um disco produzido por um de seus integrantes. Com esse feito, o argumento de que os produtos veiculados em larga escala são resultado de um planejamento frio e numérico realizado pelos “escritórios” das gravadoras



se inviabiliza. O SPC atingiu um sucesso ainda mais incisivo exatamente no momento em que os tais “escritórios” concederam ao cantor e compositor Alexandre Pires maior autonomia artística. Vale destacar que esse disco, diferente das produções anteriores, contou com a participação de dezenas de músicos de cordas e sopros, em arranjos de Jota Moraes, revelando-se um grande investimento da BMG. Esteticamente, a ênfase no romantismo foi o resultado de uma opção artística e mercadológica *pensada e realizada* por Alexandre e seus parceiros do grupo. Isto é, o aumento da autonomia representou uma decisão comercialmente acertada da multinacional, que colheu rapidamente os louros dos três milhões.

De acordo com o diretor de *marketing* da gravadora, “a filial brasileira da BMG ficou conceituada no mercado fonográfico mundial graças aos três milhões de cópias vendidas do álbum” (Fortino, 1998). E o *Só Pra Contrariar* deixou de ser um grupo local para ocupar o catálogo internacional da gravadora. Em 1998, o grupo recebeu um disco de ouro em Portugal em uma festa na qual se apresentaram para “artistas, jogadores de futebol e o presidente mundial da BMG, além de oitenta executivos da gravadora no mundo todo” (ibid.). Em Mônaco, receberam o World Music Awards e as atenções de artistas internacionais como Mariah Carey e Gloria Estefan.

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

O *Só Pra Contrariar*, hoje, é o maior nome da música brasileira fora do país. Existe um respeito muito grande com o trabalho da gente pelos profissionais da imprensa lá fora [...]. Se eu falar para você que não posso sair na rua na Argentina, você vai rir na minha cara, mas é verdade, cara. A gente não gravou em espanhol por gravar. Gravou para ir trabalhar lá. A gente está com um produtor de música latina,

o Emílio. [...] Nossa meta é dar um espaço a mais para a carreira internacional. Aqui vamos continuar trabalhando, fazendo *shows*. Não vamos acomodar, achar que está tudo bom, seguir a fórmula. Com a gente não é assim. (Pires, 1999)

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

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

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

[...] com a saída do Alexandre, obrigatoriamente, a responsabilidade aumenta. “Puxa, o cabeça do grupo saiu e agora, o que vai ser? Não, eu vou ter que participar mais, vou ter que dar um pouco mais de mim”. Cada um vai ter que dar um pouco mais de si para a gente conseguir manter o trabalho. O Popó é um exemplo vivo disso: resolveu entrar numa dieta, se cuidou, está bem. Isso é autoestima, isso é uma coisa que vem naturalmente, você trabalha, corre atrás e colhe os frutos. (Luiz Antonio, 2004)

Mas o fato é que as vendas do pagode romântico chegaram ao ápice em 1997 e, depois disso, encolheram ano a ano como reflexo da própria retração do mercado no final do século. Como alternativa, diversos cantores dos grupos

de maior projeção se arriscaram em carreiras solo, nem sempre bem-sucedidas. Em 2000, a revista *Veja* apontava para as quedas nas vendas (Martins, 2000) e, no ano seguinte, o *Jornal do Brasil* dava os números mais modestos atingidos pelos grupos Exaltasamba, Soweto, Kiloucora, Negritude Júnior e Só Pra Contrariar, levantando a hipótese de o “movimento” ter encerrado seu ciclo, ao menos como fenômeno comercial massivo (Pereira, 2001).

### É O AMOR!

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

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

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

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

Eu não quero mais fazer amor à toa  
[...]  
Tô a fim de amor com uma só pessoa  
Só com você, só com você  
[...]

Só espero que o seu modo de vida  
Se afine com o meu jeito de ser

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Foi bom te encontrar, foi bom te conhecer  
 Procurava alguém assim, eu vou amar você

Você é o que eu preciso, é tudo que eu sempre quis  
Maravilha nossas vidas, você e eu, que bom amar

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

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

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

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

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

Ah, quantas lágrimas eu tenho derramado  
Só em saber que não posso mais  
Reviver o meu passado  
[...]  
Só melancolia os meus olhos trazem  
Ai quanta saudade que a lembrança traz

Se houvesse retrocesso na idade  
Eu não teria saudade da minha mocidade

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

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

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

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

Personificada, a saudade é com frequência associada à morte, atingindo o coração de sua vítima. Neste caso, a única alternativa que resta é *fugir* da saudade, entendida aqui como uma estratégia de sobrevivência, como em *1.800 Colinas* (Gracia do Salgueiro):

Subi mais de 1.800 colinas  
Não vi nem a sombra de quem eu desejo encontrar  
Oh Deus eu preciso encontrar esse amor, oh oh  
Pra matar a saudade que quer me matar

A narrativa da saudade costuma evocar uma imobilidade, uma falta de perspectiva diante do mundo e da vida. Por isso, no repertório do samba, costuma ser tratada como “uma rua sem saída”, associada à solidão, dor e morte (*Pra fugir da saudade*, de Paulinho da Viola). A relação com o passado é distante, idealizada e, por isso, altamente dramática. No pagode romântico, a

saudade também é vivida como sofrimento, mas esse sentimento se reveste de uma espera, voltado para o futuro, onde a dor irá ser resolvida. A saudade tem uma causa específica, que é o fim do relacionamento do casal, e a reconciliação é quase sempre o caminho para (re)encontrar a felicidade. O samba *Sempre assim* (Gabu), gravado em 1995 pelo Raça Negra, é emblemático:

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

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

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

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

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



Que se chama amor, tomou conta do meu ser  
 Dia a dia, pouco a pouco já estou ficando louco  
 Só por causa de você

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[...] assume contornos da universalidade, podendo ser cantado por homens e mulheres em paixão homo e heterossexuais, posto que é sentimento centrado no indivíduo e há suspensão de referência a qualquer papel social. Mas, nas letras, as relações homossexuais não são mencionadas; em geral, fala-se da paixão de um homem por uma mulher. (Vianna, 1998, p. 132)

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

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

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

No pagode romântico, o amor é o único caminho possível para a felicidade. A associação entre os dois sentimentos está presente em parte significativa da obra gravada dos principais grupos, e algumas ideias são particularmente frequentes. A alta taxa de recorrências, bastante presente sobretudo na obra do Raça Negra, pode ser reflexo de uma estratégia intencional de facilitar a compreensão imediata do público ou se apoiar na adoção de um “modelo” estético do qual os seus integrantes nunca quiseram (puderam?) se afastar. O fato é que este modelo de composição estreitamente identificado com o imaginário do amor na cultura internacional-popular tornou-se o eixo de uma estética que, ao ser transposto para as criações de outros artistas, desencadeou um processo de unificação estilística com ares de “movimento” durante a década de 1990.

A construção de um novo modelo estético “moderno” para o samba não se restringiu ao ambiente das letras e melodias coloquiais, tendo se completado com a adoção de uma certa sonoridade e com o uso sistemático de um outro tipo de padrão rítmico, menos comprometido com o imaginário do “fundo de quintal”.

## SONORIDADE

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

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

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

Mas a principal característica do som do grupo é a utilização sistemática de teclados e do saxofone. A maioria das introduções e dos contracantos está a cargo do saxofonista, e o teclado é utilizado “ao fundo”, fazendo o que os arranjadores chamam de “cama”, com acordes “parados” em notas longas. Nas músicas mais animadas, o timbre do teclado é alterado para simular um naipe de metais, às vezes acompanhando o saxofone, outras vezes respondendo às suas intervenções melódicas. O teclado está sempre presente; por vezes, ele é

encarregado de iniciar as canções, em caráter recitativo, sem nenhum padrão rítmico, estabelecendo uma atmosfera ainda mais próxima das baladas românticas da música *pop* internacional. Sobre este instrumento, cabem algumas observações.

Os teclados eletrônicos surgiram em gravações comerciais no final da década de 1960, sendo sua invenção atribuída a Robert Moog. O sintetizador Moog se popularizou na década de 1970 em gravações de artistas da música *pop* internacional, como Beatles, Stevie Wonder e o grupo The Monkeys. Veiculado como instrumento moderno, capaz de imitar o som de vários instrumentistas, os sintetizadores se multiplicaram e, aos poucos, foram se sofisticando. O som sintético se tornou símbolo de uma determinada estética musical internacional, e as facilidades práticas do uso desses instrumentos – barateamento na contratação de músicos pela possibilidade de uma única pessoa realizar uma gravação completa – fizeram com que os sintetizadores se tornassem uma “mania” nos estúdios do mundo inteiro. Seu uso mais recorrente é ao fundo da mixagem, com som análogo ao de um órgão de igreja, mas claramente sintético, instaurando um “clima” na canção. Tanto em músicas animadas quanto em canções românticas, a “cama” de teclado funciona como um elemento de continuidade harmônica, tendo se tornado uma característica da estética *pop* internacional.

A partir da década de 1970, grupos de sucesso como The Doors e U2 fizeram uso constante de teclados como demarcadores de suas sonoridades e, nos anos 1980, o instrumento esteve presente na música *pop* internacional, representada nos mega-astros Madonna e Michael Jackson. Na gravação de *Like a Virgin* (1984), que iniciou a carreira internacional de Madonna, o acompanhamento é feito exclusivamente por teclados e bateria, sendo que seu uso é ritmado. No disco *Thriller*, de Michael Jackson, lançado em 1982, a estética do teclado aparece de forma contundente em praticamente todas as faixas, sempre “ao fundo”, dando o clima.

A sonoridade do teclado chegou rapidamente ao repertório romântico brasileiro, que desenvolveu uma especial predileção pelo timbre das “cordas” fazendo a “cama”. A ambientação do teclado ao fundo, ao mesmo tempo em que amplia a sensação de afetividade e introspecção, imprime uma certa sofisticação à canção, estabelecendo uma associação direta com a “modernidade”

do repertório da música *pop* internacional e seu ambiente simbólico. Na música sertaneja, sobretudo a partir do sucesso de Chitãozinho e Xororó, em 1982, o teclado passou a aparecer com bastante frequência.

Símbolo de uma certa modernidade internacional-popular, o teclado foi usado com parcimônia no samba até os anos 1990. Sempre houve uma certa desconfiança dos sambistas com relação à incorporação de elementos da estética *pop* à sonoridade do samba, que, apesar de sua variedade timbrística, continuava fiel ao referencial do cavaquinho, pandeiro e tamborim. Afinal, a “tradição” se afirmava como negação da “modernidade”, sobretudo da comercial, representada pelo teclado. Apesar disso, diversos sambistas fizeram uso esporadicamente do instrumento, sobretudo nos anos 1970. Em 1973, Benito di Paula lança *Retalhos de cetim*, de sua autoria, em seu LP *Um novo samba*, usando teclados ao fundo. Dois anos depois, Alcione grava teclados na música *É, amor, deixa doer*, de Mita, mas não fazendo a “cama”, e sim, intervenções melódicas. Mesmo quando o teclado aparecia em sambas românticos, por exemplo, de artistas ligados ao que se convencionou chamar de “sambão-joia”, como Luiz Ayrão e o próprio Benito di Paula, seu uso não é constante nem configura uma estética.

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

No repertório do Raça Negra, ao contrário, o uso do teclado é estrutural na montagem de sua sonoridade. Sem cavaquinho, com o acompanhamento feito basicamente pelo violão e pelo teclado, com incursões de saxofone e ritmo conduzido pela bateria, o grupo sedimentou um som que aparece em *toda* sua obra. A estética do grupo prima pela clareza da melodia entoada pelo cantor, que deve ser ouvida sem ruídos, interferências ou comentários. A percussão é leve, colocada ao fundo da mixagem, apenas para conduzir o padrão rítmico que, por sua vez, realiza poucas variações. A intenção de “não complicar” por

meio de contracantos ou surpresas (rítmicas, poéticas, melódicas ou harmônicas) é uma estratégia para atingir o maior número de pessoas, e a insistente repetição deste modelo de arranjo é digna de nota. A opção do Raça Negra por esta sonoridade é radical, sendo recorrente em praticamente todas as músicas gravadas pelo grupo.

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

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

Essa evidência se torna mais clara se compararmos o uso da sonoridade do pagode romântico em outros grupos, como o SPC e o Negritude Júnior.

Em ambos, o teclado aparece em destaque sobretudo nas músicas românticas, mais lentas, eventualmente fazendo a “cama” ou tecendo contracantos melódicos. Neste último caso, normalmente o timbre é de piano (ou similar), que, por vezes, inicia as canções em andamento lento, sem a batida do samba. Nas músicas mais animadas, os arranjos do Negritude Júnior utilizam a “cama” de teclado com mais frequência do que o SPC, nos quais a opção se desloca para o timbre de naipe de metais, imprimindo uma atmosfera festiva. Vale destacar que, mais do que o Raça Negra, ambos os grupos utilizam o coro fazendo vocalizações ao fundo, muitas vezes dobrando os teclados, numa referência bastante explícita à música romântica internacional.

Nos dois grupos, a estética do pagode romântico não elimina a utilização de outras combinações instrumentais. De acordo com o “clima” da música, eventualmente os teclados são abandonados e a ênfase recai sobre violões, cavaquinho e pandeiro. Aliás, o cavaquinho é utilizado com frequência, especialmente nas músicas mais animadas, nas quais a percussão assume maior importância na mixagem. Em *Quem dera*, do SPC, há inclusive um solo de cavaquinho, e o início da letra tem um acompanhamento de tamborim. Da mesma forma, na autobiográfica *Terra prometida*, o Negritude Júnior utiliza violão de sete cordas, cavaco e pandeiro, numa sonoridade que corresponde perfeitamente ao imaginário do samba “tradicional”.

Em comparação com o Raça Negra, o Negritude Júnior e o Só Pra Contrariar estabelecem um diálogo bem mais estreito com a sonoridade do samba produzido até a década de 1980 e, em diversas gravações, fazem referências diretas a este elemento. No entanto, no jogo das semelhanças e diferenças, a inserção dos dois grupos no mercado de música se deu a partir de aproximações com a sonoridade da música internacional-popular e, mais especificamente, com a sonoridade *pop* nacional que havia sido gestada desde a Jovem Guarda, passando pela tropicália, pelo repertório romântico, pelo sertanejo e que agora alcançava enorme projeção e sucesso com o samba romântico do Raça Negra.

Trata-se de uma sonoridade específica do pagode romântico, que contribuiu para que grupos, em princípio distantes, fossem agrupados em uma mesma categoria de classificação comercial, ocupando um lugar de destaque no cenário musical nacional. Digo que *contribuiu*, porque essa sonoridade esteve



associada à adoção de outros elementos musicais, como a abordagem concreta e bem-sucedida da temática do amor e a utilização de um outro padrão rítmico, diferente do até então hegemônico paradigma do Estácio.

#### UMA OUTRA BATIDA

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

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

No repertório do samba, esse movimento se torna bastante intenso a partir dos anos 1960/1970, quando novas sonoridades passam a habitar grande universo de gravações do gênero, quase sempre com implicações na levada e com graus de variação em torno do padrão polirrítmico característico. Em 1963, Jorge Ben propõe um “esquema novo” para o samba, baseado ritmicamente na levada do seu violão, que executava um outro padrão rítmico misturando acentos e elementos de outras searas musicais. A gravação de *Ive Brussel*, em 1979, é uma referência na utilização deste padrão.

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

Em relação à polirritmia do modelo referencial do samba, baseada no paradigma do Estácio, o padrão Ben Jor representa a eliminação da antecipação do tempo forte que ocorria a cada dois compassos. Com isso, o segundo compasso passa a apresentar uma fórmula rítmica acéfala, e o padrão geral se torna mais cométrico do que o do modelo do samba ou, se preferir, do “esquema

#### PADRÃO POLIRRÍTMICO DO PAGODE ROMÂNTICO

The musical notation is presented in three staves. The top staff, labeled 'Padrão Ben Jor', shows a melodic line with notes and rests over four measures. The middle staff, labeled 'pandeiro ou ganzá', shows a rhythmic pattern of eighth notes with accents (>) over the same four measures. The bottom staff, labeled 'surdo', shows a simple bass line with notes and rests over the four measures.

antigo”. Sandroni afirma que o paradigma do Estácio foi o resultado de uma negociação entre práticas culturais de setores marginalizados da população e a sociedade “oficial”, uma forma de incluir discursos e práticas que estavam recalcadas na identidade brasileira (Sandroni, 2001, p. 222). Analogamente, a eliminação da antecipação deste paradigma e a redução da quantidade de ataques *fora da métrica* representa a adoção de uma estética mais aproximada da clareza da música urbana internacional. Trata-se, sem dúvida, de uma opção por uma música com menor taxa de deslocamentos, mais coincidente com a regularidade, com a permanência, com a estabilidade: uma música com o claro objetivo de conquistar público, dialogar com a música internacional, adquirir

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

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

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

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

Este caso evidencia ainda um outro fenômeno interessante que pode, em parte, ser atribuído à adoção de um modelo rítmico mais cométrico: as “importações” de outros gêneros musicais. A estratégia de gravar sucessos de artistas pertencentes a outras categorias musicais irá aparecer em diversos discos. Segundo Luiz Carlos, a ideia, na verdade, partiu do produtor, inspirado por uma “brincadeira” sua.

The musical score is presented in four systems, each with a key signature change and a time signature change to 2/4. The instruments are arranged in a standard samba format: voz (voice), violão (guitar), pandeiro (pandero), and surdo (surdo).

**System 1:** Key signature: one sharp (F#). Time signature: 2/4. Chords: G, G7, C. Lyrics: É o a-mo - o-or Que me-xe com mi - nha ca-be - o-or Que vei-o co-mo um tí-ro cer -

**System 2:** Key signature: one sharp (F#). Time signature: 2/4. Chords: G, Em. Lyrics: çã\_eme dei - xa assi - i - im Que faz eu pens-sar em vo-cê e esque-cer de mi - to no meu co-ra - çã-ão E der-ru bou a ba-se for - te da mi - nha pai -

**System 3:** Key signature: one sharp (F#). Time signature: 2/4. Chords: Am, D7, G, G7. Lyrics: i - im Que faz eu es que cer que\_a vi - da\_é fei-ta pra vi-ve - er É\_o a-mo - xã-ão

**System 4:** Key signature: one sharp (F#). Time signature: 2/4. Chords: D7, G. Lyrics: E fez eu en - ten - der que\_a vi - da\_é na - da sem vo - cê

Eu brincava muito de cantar *rock* no ritmo do Raça Negra. Então o Antônio Carlos de Carvalho teve uma sacada no segundo disco e falou: “Pô, porque vocês não gravam essa música sertaneja que tava vindo forte do Zezé Di Camargo, *É o amor*”? E aí nós gravamos e tocamos e ficou muito legal, ficou na divisão certinha, não ficou nada forçado, ficou legal. Isso foi uma ideia do Carvalho. No outro disco, gravamos *Será*, do Legião Urbana; gravamos música do Cazusa, *Pro dia nascer feliz*; tudo ideia do Carvalho, de passar tudo para o nosso ritmo. (Luiz Carlos, 2005a)

Repare que Luiz Carlos se refere ao “nosso ritmo”, isto é, a uma maneira peculiar do grupo de executar o samba, inspirados, conscientemente ou não, no suingue de Jorge Ben Jor. Esse “ritmo” peculiar permitiria ao grupo uma série de importações, principalmente de sucessos do *rock* e da música sertaneja. Além das músicas citadas por Luiz Carlos, o Raça Negra regravou *Ciúme de você*, de Luiz Ayrão, lançada em 1968 por Roberto Carlos no bojo do movimento da Jovem Guarda, e *Gostoso sentimento*, do sertanejo Zezé Di Camargo em parceria com Fátima Leão. Como sempre, também neste aspecto do repertório, o Raça Negra abriu as portas para que outros grupos seguissem a mesma linha. Em julho de 1993, o *Jornal do Brasil* publica uma longa matéria intitulada “Tem Beatles no samba”, na qual comenta a nova moda de gravar sucessos do *rock* “em ritmo de pagode” (Karabtchvsky, 1993).

A adoção de um padrão rítmico mais cométrico permitiu um diálogo amplo com outras práticas musicais disponibilizadas no mercado de música. E a utilização desta levada baseada no *padrão Ben Jor* não foi uma iniciativa isolada do Raça Negra. Sua repetição em outros grupos de samba, na década de 1990, configura um modelo rítmico referencial para o gênero ou, pelo menos, para determinados artistas do gênero. O primeiro grande sucesso do grupo Só Pra Contrariar, em 1993, a famosa *A barata* (Alexandre Pires), faz uso desta mesma levada. No segundo disco do grupo, o mesmo padrão reaparece em *É bom demais* (Jorge Cardoso/Lourenço). Mais emblemático ainda é o disco lançado em 1995, sob o sugestivo título *O samba não tem fronteiras*, no qual o grupo grava a própria *Ive Brussel*, de Jorge Ben, eliminando quaisquer dúvidas quanto à referência da levada utilizada pelos protagonistas do pagode romântico dos anos 1990. Um ano antes, o Negritude Júnior lança o disco

*Deixa acontecer*, com a faixa *Beijo geladinho* (Wagninho/Netinho), na qual o mesmo padrão rítmico aparece. Este modelo seria ainda repetido pelo grupo em *Amor no elevador* (Charles André/Job Jr./Marcelo Magal, 1995), *Paixão nua e crua* (Arlindo Cruz/Jorge David/Acyr Marques, 1998) e *Periferia* (Wagninho/Netinho, 2000).

Apesar de ser possível encontrar o *padrão Ben Jor* em algumas gravações de praticamente todos os grupos de pagode romântico dos anos 1990, seu uso pelos artistas é variável. Enquanto o Raça Negra o adota com alta taxa de recorrência, sucessivamente, em seus discos, o Só Pra Contrariar faz uma utilização menos abundante em menor porcentagem de gravações. A ideia de eliminação de fronteiras, no caso do SPC, é bastante ampla e comporta, inclusive, no seu disco de 1994, gravações de sambas referenciais de compositores ligados à Mangueira num *pot-pourri* em homenagem à escola de samba carioca.<sup>4</sup> Nesse sentido, o paradigma do Estácio está mais presente em seus discos, demonstrando um diálogo – ainda que discreto – com o histórico do samba até os anos 1990.

No Negritude Júnior, o uso do *padrão Ben Jor* é ainda mais escasso, não sendo definitivamente característico do estilo do grupo, que desenvolve o elemento rítmico de sua sonoridade a partir de uma referência muito mais evidente ao padrão polirrítmico do samba, baseado no paradigma do Estácio. No grupo de Carapicuíba, o padrão extraído da levada de Ben Jor funciona como um elemento de contraste, de variação rítmica de suas gravações, eventualmente aproximando a sonoridade do grupo do movimento do pagode romântico que passava por um estouro comercial no início da década.

Mesmo com essas ressalvas, o Negritude e o SPC estão categorizados no mercado de música no mesmo movimento musical iniciado pelo Raça Negra, numa associação que deriva do reconhecimento de elementos comuns em suas músicas. Raça Negra, Só Pra Contrariar e Negritude Júnior estão agrupados mercadologicamente a partir de semelhanças entre eles e, ao mesmo tempo, pelas diferenças entre sua prática musical (especialmente a parte mais difundida dela) e o imaginário estabelecido do samba.

Nesse jogo classificatório, três elementos sedimentam a categoria. Em primeiro lugar, o tratamento que os grupos de pagode romântico dos anos 1990

dão à temática do amor, que deixa de ser um amor inatingível ou pessimista para se tornar um amor concreto e feliz, mesmo quando a narrativa evoca a dor, a saudade e os sentimentos de perda. O tratamento otimista do amor é estrutural nos três grupos analisados e se configura em um elo de aproximação com o imaginário da cultura internacional-popular, sobretudo com as práticas musicais mundializadas das duas últimas décadas do século XX. Em seguida, Raça Negra, Negritude e SPC adotam uma nova sonoridade para os arranjos de samba, representada principalmente pelo uso abundante de teclados em suas gravações. Ao teclado, somam-se eventualmente introduções e contracantos nos sopros (quase sempre metais ou saxofones), que conferem um clima dançante e animado: a trilha sonora do amor bem-sucedido. Essa sonoridade também estreita o diálogo com a música *pop* internacional e com os movimentos recentes em voga no mercado de música: o axé e o sertanejo. Por último, podemos destacar que, no aspecto rítmico, o paradigma do Estácio deixa de ser o principal demarcador da categoria, dividindo espaço com uma levada menos contramétrica tomada de empréstimo da obra de Jorge Ben Jor.

Ao lado desses três elementos musicais – letra, sonoridade e ritmo –, que foram analisados mais de perto, os grupos de pagode romântico apresentam características mais sutis, que também auxiliam na definição da categoria e, de certa forma, os distanciam do samba praticado até então. O estilo vocal de seus cantores, o tipo de estrutura harmônica, os arranjos e a relação letra–música encontrada em parte significativa do repertório são alguns exemplos. Apesar disso, a demarcação de fronteiras estilísticas entre o pagode romântico e o imaginário do samba produzido até os anos 1990 fica satisfatoriamente clara a partir da análise desses três elementos.

Somadas, estas características credenciam o Raça Negra, o Negritude e o Só Pra Contrariar, entre outros, a estabelecerem um outro tipo de contato com o mercado musical, abrindo possibilidades de fusões de estilos que, por sua vez, permitiram descolar o samba do ambiente amador, doméstico e informal que o caracterizava até então e que estabelecia uma relação paradoxal com as instâncias profissionalizadas do mercado. Ao se aproximarem do imaginário da cultura *pop* jovem, os grupos de Uberlândia, Carapicuíba e da Vila Nhocuné abandonam a desconfiança que sempre marcou a relação entre o samba e o mercado, manifestada em dicotomias do tipo “tradição” e “modernidade”

ou “prestígio” e “consumo”, para conciliar os dois aspectos em uma parceria estética e comercial. O mercado passa a ser visto como aliado na busca por uma expressiva circulação de suas músicas pela sociedade. Com isso, o samba deixa de adotar discursos e posicionamentos paradoxais. O pagode romântico representou exatamente o ocaso deste paradoxo.

As diferenças estilísticas entre os três grupos analisados não eliminam a identificação entre eles, reforçada pela construção de uma relação profissional com o mercado de música. Eles passam a compartilhar não só alguns símbolos musicais, mas também eventos e casas de *shows* onde se apresentam, mídias de divulgação (rádio, programas de televisão, videoclipes) e também boa parte do público. Isto é, o mercado de música, na década de 1990, os aproxima não só por meio do componente estético, mas também comercial e simbolicamente, ao categorizá-los como novos protagonistas do samba, agora com patamares de vendas e penetração popular incrivelmente potencializados.

#### O MERCADO DE MÚSICA NOS ANOS 1990

Durante a década de 1990, o mercado de música passou por sucessivas e significativas transformações que alteraram seu perfil, sua forma de relacionamento com os artistas e sua própria segmentação. As mudanças se referem a aspectos tecnológicos, empresariais, econômicos e estéticos, todos vinculados à conjuntura político-econômica nacional e à progressiva integração internacional – a globalização.

No campo empresarial, as duas décadas finais do século XX representam um momento de reorganização da estrutura interna das grandes gravadoras. Segundo Márcia Dias (2000, p. 111), neste período, ocorreu o que ela chamou de “fragmentação na produção fonográfica”, isto é, uma ênfase empresarial nos setores chamados de Artistas & Repertório (A&R), *Marketing* e Vendas, em detrimento das áreas de gravação, fabricação, distribuição e estoque, que foram terceirizados. Os três setores subordinados diretamente às respectivas presidências locais são responsáveis pela escolha dos lançamentos, elaboração de estratégias de divulgação e planejamento de capacidade comercial do produto. O produtor Carlos de Andrade, o Carlão, dono da pequena gravadora Visom e atuante no mercado fonográfico há mais de vinte anos, fornece deta-



lhes sobre o funcionamento e a articulação entre as três diretorias, simulando uma reunião comercial:

O diretor artístico pega uma música e faz a apresentação dele. Porque, no mundo corporativo, tudo gira em torno da apresentação. Aí você apresenta: “Está aqui: pá!” O cara de Vendas fala: “Cara, isso vai vender muito! 250 mil eu boto na praça agora. Vendo tanto para Americanas, tanto para Fnac, Carrefour, Pão de Açúcar”. Aí, o presidente diz: “Bom, 250 mil dá para a gente investir uns 500 mil reais de *marketing*, o que dá para fazer, *Marketing?*” Aí o *Marketing*: “Vamos fazer acordo com a MTV, tocar no Fantástico, botar jabá na rádio tal, tal e tal para tocar cinco vezes por dia na [Rádio FM] 98 e etc. e tal”. Então você tem um cálculo aproximado desse ponto de equilíbrio: Vendas acha que coloca tanto; Produção [A&R] apresentou um produto vendável, *Marketing* tem sua estratégia previamente definida. Aí começam as liberações de verba para as ações. (Andrade, 2005)

A concentração nos três setores, mais do que uma adaptação à realidade do mercado mundial, representava uma posição estratégica das matrizes das grandes empresas do ramo. Em uma entrevista concedida à *Folha de S. Paulo*, André Midani, ex-diretor da Philips/Polygram, aponta que, neste período, houve uma mudança nas expectativas de lucro das matrizes das gravadoras.

Nos anos em que trabalhei na Philips, uma vez por ano ia à Holanda e dizia: “O ano foi assim”. Quando muito, a cada três meses, a gente mandava um relatório. As companhias, naquela época, eram uma brincadeira gostosa do dono de cada conglomerado. A coisa começou a degingolar quando as companhias de discos e seus conglomerados foram comprados por megainvestidores que tinham suas ações no mercado de Wall Street. Paulatinamente, a indústria fonográfica, que era talvez uma indústria de relações públicas, de imagem, passou a ser um centro de lucro completo. Na medida em que o mercado de Wall Street começou a encurtar os prazos, os investidores começaram a ficar mais sedentos. Isso impossibilitou aos presidentes dos conglomerados terem políticas de compaixão com seus negócios. Cada vez Wall Street foi mais nervosa quanto aos resultados semestrais, depois trimestrais, depois mensais. Se deu uma variação, por pequena que fosse, as ações já ficavam nervosas. Dali então foi: “Dá lucro! E já!”. Na medida que

isso foi penetrando na indústria fonográfica, se instalou uma pressão sobre os dirigentes locais, daqui e do resto do mundo, cada vez mais feroz. O cara que está sentado aqui recebe telefonemas a cada três dias: “Como é que está esta semana?”. Ele pira daqui. É “não quero saber, eu quero os números”. Eu estive do outro lado, sei bem como é esse negócio (risos). (Midani, 2003)

É evidente que devemos suavizar algumas cores do depoimento de Midani, visivelmente frustrado com os rumos da indústria fonográfica no final do século. Possivelmente, nunca houve uma “brincadeira gostosa”, e a “compaixão” com os negócios é algo vago e discutível demais para ser comentada mais profundamente. Mas o fato é que, financiadas pelo capital especulativo da Bolsa de Valores de Nova York, as matrizes das multinacionais do disco passam a pressionar as filiais locais e a condicionar os lançamentos anuais realizados nos diversos países à obrigação do lucro imediato. Marcos Maynard, importante executivo da antiga Polygram, confirma essa mudança:

Na época do romantismo, tudo é possível. O mundo teve várias eras românticas, esta de agora não é. As multinacionais ganhavam tanto dinheiro lá fora que podiam perder dinheiro aqui. Perderam todo dinheiro que queriam aqui, jogaram dinheiro fora. Aí acabou a era bonita, fecharam a torneira. Dos 70 para os 80 disseram: “Agora vocês têm que ganhar dinheiro, parem de perder dinheiro”. A crise foi mundial, tudo foi aumentando. Vai fazer o quê? Lança menos artistas, menos *marketing*, menos tudo, para dar conta do óbvio. (apud Sanches, 2001)

Para “dar conta do óbvio”, as multinacionais do disco progressivamente reduzem o espaço da “experiência”, “romantismo” ou “compaixão”, investindo suas energias na busca por lançamentos capazes de responder às novas demandas de suas matrizes. A partir desse momento, a indústria musical brasileira instaura as modas musicais, enfatizando lançamentos destinados ao público “jovem”, cujo modelo estético seria definido pelo *pop rock* internacional. Em meados da década de 1980, contudo, a redefinição empresarial das gravadoras tem estreita relação com a mudança da base tecnológica de produção, venda e circulação de produtos musicais, que passa a adotar o formato digital. Segundo dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (International Federation of

the Phonographic Industry – IFPI), a produção mundial de discos compactos digitais (CDs) cresce exponencialmente durante os anos 1980, chegando a triplicar entre 1988 (400 milhões de unidades) e 1993 (1.400 milhões).<sup>5</sup>

No mercado brasileiro, no entanto, as multinacionais do disco enfrentavam uma grande instabilidade econômica que marcava a virada dos anos 1980 para a década de 1990. O sucesso do Plano Cruzado, que havia aquecido o consumo de bens duráveis e também de LPs em meados da década se mostrou enganoso e circunstancial e, em pouco tempo, a inflação retornou ao cenário brasileiro, chegando a níveis altíssimos entre 1989 e 1993.<sup>6</sup> A retração no consumo atingiu todas as indústrias, especialmente os setores de entretenimento, como o fonográfico.

No consumo de discos, a consequência desta instabilidade é facilmente verificável. Se em 1989 a indústria fonográfica nacional totalizou 76 milhões de unidades vendidas, esse número cai para 45 milhões nos dois anos seguintes, sendo ainda mais reduzido em 1992, com 30 milhões de cópias comercializadas (apud Dias, 2000, p. 106). Essa redução promoveu um freio significativo na popularização dos CDs no País, pois o novo suporte de comercialização de músicas prescindia da compra de um outro aparelho de execução, o que, em tempos de redução salarial e inflação descontrolada, se torna impossível para a maioria da população economicamente ativa. O mercado brasileiro de música vivia uma espécie de compasso de espera para sua expansão.

A redução de vendas verificada nos primeiros anos da década de 1990 trouxe ainda imediatas consequências estéticas para o mercado. Num período em que as vendas globais não iam bem, as grandes gravadoras apostaram todas suas fichas nos segmentos musicais menos arriscados e mais lucrativos. Como o *rock* nacional começava a diminuir seu volume total de vendas, fixando-se em apenas alguns artistas, os empresários do setor promoveram o que poderia ser chamado de nacionalização de sucessos locais. Do interior do Centro-Sul do País, viria a música sertaneja, capitaneada por Chitãozinho e Xororó e seguida de perto pelos novos ídolos dos anos 1990: as duplas Leandro e Leonardo/Zezé Di Camargo e Luciano. Diretamente do Carnaval da Bahia, artistas como Daniela Mercury, Luiz Caldas, Netinho, Banda Cheiro de Amor, Gerasamba (É o Tchan), Banda Eva, entre outros, inauguram o “movimento axé *music*”.

Desterritorializando o samba de sua matriz carioca, o pagode romântico gestado principalmente na periferia da Grande São Paulo viria a elaborar uma espécie de síntese entre as duas tendências estéticas, suprimindo tanto as demandas românticas e introspectivas das canções de amor sertanejas quanto a animação entusiástica da música de carnaval da Bahia.

Com o Raça Negra, o Negritude Júnior e o Só Pra Contrariar, entre muitos outros, estava construído o tripé principal sobre o qual a grande indústria fonográfica nacional se apoiou firmemente nos anos iniciais da década de 1990. As gigantescas vendas dos artistas de maior projeção dos três gêneros produziram uma ampliação da porcentagem das vendas de música brasileira em território nacional, que se fixaria, durante a década, em torno dos 75%.

No campo político-cultural, é importante mencionar a eleição do presidente Fernando Collor em 1989, que inauguraria uma fase democrática no País, mobilizando grandes esperanças populares na solução dos problemas socioeconômicos nacionais. Collor se elegeu com um discurso de combate à inflação e à corrupção, implantando, logo nos primeiros meses de seu governo, um rigoroso e infrutífero plano econômico, além de uma brusca e ampla abertura comercial que permitiria a modernização tecnológica do País.<sup>7</sup> Acusado de corrupção, o presidente foi destituído do poder e, ao seu *impeachment*, sucedeu-se um governo de consenso do mineiro Itamar Franco que, em 1993, lançou mais um plano econômico. O Plano Real atingiu rápido respaldo popular e sucesso metodológico, resultando, no ano seguinte, na vitória eleitoral do seu ministro da fazenda, Fernando Henrique Cardoso. O Plano representou ainda, para o mercado brasileiro, um novo momento de explosão de consumo – semelhante à euforia de oito anos antes do Plano Cruzado – que, como sempre, favoreceu a venda de discos. Com uma “moeda forte” no bolso, a população sai às ruas para adquirir o tão sonhado aparelho de CD e começa a montar sua discoteca. Em 1994, o consumo de CDs dobra para quarenta milhões de unidades, enquanto as vendas de LPs são progressivamente reduzidas (quatorze milhões em 1994 e apenas sete milhões no ano seguinte).

Com a estabilização econômica e progressiva popularização dos CDs, as *majors* abocanham vendas estratosféricas. Os CDs fornecem um elemento comercial altamente lucrativo para as empresas do setor: a possibilidade de

relançar títulos antigos no novo suporte. Com isso, as vendas de discos aumentam vertiginosamente no mundo todo a partir de meados da década de 1990, impulsionando a indústria fonográfica mundial, que dribla crises políticas e econômicas sazonais e regionais por meio desses relançamentos. Nesta época, o mercado brasileiro se inunda de relançamentos em CD de títulos antigos, lançados em LP, e de compilações do tipo *A arte de...*, *O melhor de*, *O essencial de...* etc. Altamente lucrativos, pois não envolvem pagamentos de estúdios, músicos, *marketing*, arte gráfica, esses títulos se apoiam no prestígio acumulado dos artistas e podem ser comercializados a preços baixos, movimentando o mercado de música e os caixas das gravadoras (Dias, 2000, p. 108).

Esteticamente, os relançamentos fomentam uma recirculação de músicas que estavam fora de catálogo. As facilidades de acesso popularizam – ainda que em doses relativamente moderadas – a obra de compositores que estavam esquecidos e, com isso, geram novas formas de intercâmbio entre elementos musicais do passado e do presente. Um bom exemplo deste fenômeno, no âmbito da categoria samba, é o ressurgimento de diversas canções de Noel Rosa, o qual, com uma intensa presença midiática em livros, discos e homenagens diversas, tornou-se novamente um compositor de muita popularidade. No entanto, essa ampliação na facilidade de acesso a repertórios antigos somente iria trazer consequências estéticas diretas, na música popular brasileira, no final da década.

Desde a abertura comercial de Collor, o Brasil vivia uma nova noção de modernidade, associada a padrões de consumo de uma elite jovem, dinâmica e globalizada, que se afinava com os teclados e com a estética da música *pop*. Assim, os lançamentos também são beneficiados por este novo momento comercial favorável da indústria fonográfica. Discos de platina duplos e diamante (respectivamente representativos, à época, de vendas de quinhentos mil e um milhão de cópias) são distribuídos a um contingente relativamente grande de artistas. Entre 1994 e 1998, o sucesso é medido em milhões. As *majors* promoveram, no período, uma ênfase intensa na circulação e nos lançamentos dos três gêneros massivos.

Por outro lado, parte do público consumidor de música popular foi cultivando uma crescente demanda por variedade estética. Essa demanda iria escoar

com a ajuda das pequenas gravadoras e selos, que a cada ano se multiplicavam, estabelecendo um contato estreito com o público, artistas e músicos. A digitalização dos processos de gravação vai promover um progressivo barateamento nos custos de produção e fabricação de discos e, ao final do século, chega-se à possibilidade de realizar todo o processo de produção e gravação em estúdios caseiros. No Brasil, já nos anos 1980, a viabilidade de financiar lançamentos “independentes” vinha sendo testada em diversos estúdios pequenos em todo o País, alguns com razoável êxito. Neste período, as *majors* começam a se associar a essas produtoras de pequeno porte, estabelecendo parcerias. De um lado, uma produção pulverizada e mais próxima dos movimentos musicais das cidades e, de outro, o poderio de distribuição em larga escala e a penetração das grandes produtoras nas instâncias de divulgação do mercado de música (rádio e TV). Os discos gerados no forno das pequenas gravadoras gozavam de uma certa autonomia de produção e diversificavam o cenário musical. Alguns artistas de grande expressão no mercado brasileiro, na última década do século, como o Negritude Júnior (Zimbabwe) e o grupo baiano É o Tchan (WR), foram lançados a partir desses estúdios. A proliferação das pequenas gravadoras produziu um fato novo no mercado musical do final do século XX: permitiu uma diversificação estética na disponibilização de músicas para consumo.

Com vendas incomparavelmente mais modestas, essas empresas se beneficiam da popularização dos CDs e, aos poucos, se viabilizam comercialmente. Vários artistas ligados às escolas de samba, mas com pouca projeção no mercado de música, têm seus discos lançados nesta época, muitas vezes depois de anos sem registrar suas vozes. Monarco (*A voz do samba*, Kuarup, 1992), Moacyr Luz (*Vitória da ilusão*, Caju Music, 1995), Elton Medeiros (*Mais feliz*, Leblon Records, 1996), Nei Lopes (*Zumbi 300 Anos*, Saci, 1996) e Nelson Sargento (*Só Cartola*, com Elton Medeiros, Rob Digital, 1998) são exemplos de sambistas que voltaram a atuar no mercado fonográfico no período. A diversificação abriu portas também para artistas de samba ainda sem uma carreira consolidada, alguns ligados ao samba das escolas e de rodas, como Walter Alfaiate (*Olha aí*, Alma, 1998) e outros inteiramente desconhecidos, como os grupos cariocas Família Roitman (*O samba nas regras da arte*, Dubas Música, 1995) e Arranco de Varsóvia (*Quem é de sambar*, Dubas Música, 1997). Ao mesmo tempo, sambistas consagrados têm a chance de ampliar o seu

público, vendendo acima de sua média anual. Martinho da Vila (*Tá delícia, tá gostoso*, 1995, um milhão de cópias) e Zeca Pagodinho (*Samba pras moças*, 1995, 800 mil cópias) são alguns exemplos de sambistas que, lançados por majors, se equiparam às marcas de vendagens do período.

Neste ambiente, a categoria samba será o palco de intenso debate e de disputas simbólicas. Sendo um gênero altamente representativo no imaginário nacional, dotado de forte historicidade e repleto de autorreferências, as transformações estilísticas operadas pelos protagonistas do pagode romântico tornaram-se alvo de inúmeras críticas. Coloca-se então, no âmbito do mercado, uma questão crucial: *o que é samba?*

Trata-se, a rigor, de uma disputa simbólica pelo direito de utilizar a nomeação da categoria samba e, ao mesmo tempo, legitimar sua prática musical. As oposições entre modernidade e tradição, profissionalismo e amadorismo, mercado e roda aparecem como pano de fundo para um debate que, em última instância, circunda os elementos legitimadores de qualidade estética. De um lado, estão a valorização da capacidade de organização comercial, a comunicação direta, a modernidade e a atualidade do gênero, o nacionalismo musical globalizado e um desejo manifesto de derrubar as fronteiras estéticas do gênero; e, do outro, estão os critérios de qualidade que destacam uma temporalidade longa, a permanência das práticas comunitárias, a tradição como visão de mundo, o fundo de quintal, o nacionalismo um tanto “folclorizado”. Duas visões dicotômicas nas quais dois grupos sociomusicais vão se encaixar e disputar o direito de ocupar o mercado com o samba.

## NOTAS

<sup>1</sup> Um exemplo bastante interessante dessa “vertente maliciosa” é uma música atribuída ao compositor Laurindo Rabelo intitulada *A rosa do cume*, possivelmente datada do final do século XIX. Eis alguns de seus versos: “No cume da minha serra/ Eu plantei uma roseira/ Quanto mais as rosas brotam/ Tanto mais o cume cheira/ À tarde quando o sol posto/ E o vento o cume adeja/ Vem travessa borboleta/ E as rosas do cume beija/ No tempo das invernações/ Que as plantas do cume lavam/ Quanto mais molhadas eram/ Tanto mais no cume davam/ [...] Ah, porém se o sol brilhante/ Seca logo a catadupa/ O calor que a terra abrasa/ As águas do cume chupa” (apud Tinhorão, 1998, p. 144-145).

<sup>2</sup> A pouca idade e a “convivência de gueto” do grupo se revelam nos nomes artísticos adotados, que são resultado ou de diminutivos (Netinho, Wagninho, Fabinho, Nenê) ou de brincadeiras entre colegas (Chambourcy, Feijão). Esse processo de nomeação é bastante comum no universo do samba, se constituindo uma marca de identidade entre músicos e sambistas. No entanto, no ambiente consagrado do samba, é frequente o acréscimo ao nome de algum termo que caracterize a origem ou, no caso de músicos, o instrumento dos sambistas. Os exemplos são infinitos: Nelson Cavaquinho, Paulinho da Viola, Carlinhos Sete Cordas, Mano Décio da Viola, além de apelidos como Monarco e Cartola, ou nomes que identifiquem origem geográfica (Xangô da Mangueira, Serginho Meriti, Marquinhos de Oswaldo Cruz) ou profissão (Nelson Sargento, Walter Alfaiate).

<sup>3</sup> “SPC” é uma sigla, ao mesmo tempo carinhosa e irônica, utilizada pelo grupo em encartes e capas de discos, que remete a outra música do repertório do pagode dos anos 1980, de autoria de Zeca Pagodinho, que faz menção ao temido Serviço de Proteção ao Crédito.

<sup>4</sup> Neste *pot-pourri*, intitulado *Mangueira de todas as gerações*, foram gravadas as músicas *Exaltação à Mangueira* (Eneias/Aluísio Augusto), *Fala Mangueira* (Milton de Oliveira/Mirabeau), *Folhas secas* (Nelson Cavaquinho/Guilherme de Brito) e o sambanredo do desfile de 1994, *Atrás da verde rosa só não vai quem já morreu* (David Correa/Bira do Porto/Paulinho Carvalho/Carlos Sena). A gravação tem ainda participação da mangueirense Alcione, numa clara intenção de dissolver as fronteiras. Vale destacar que as músicas *Exaltação à Mangueira* e *Folhas secas* gozam de altíssimo prestígio no repertório consagrado do samba, sendo executadas e reverenciadas frequentemente nas mais variadas rodas de samba.

<sup>5</sup> Dados da International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) apud Dias, 2000, p. 107.

<sup>6</sup> O Índice de Preços ao Consumidor-Disponibilidade Interna (IPC-DI), medido pela Fundação Getúlio Vargas, que reflete a variação dos preços no varejo, alcançou, em 1989, um total acumulado anual de 1.759%. Quatro anos depois, esse índice chegaria ao topo de 2.850%, caracterizando uma inflação média mensal de 50% ([http://www.portalbrasil.net/ipc\\_di.htm](http://www.portalbrasil.net/ipc_di.htm)).

<sup>7</sup> O novo presidente buscava se filiar ao “Consenso de Washington”, um documento de inspiração política neoliberal que enumerava ações a serem tomadas pelos países latino-americanos para superar suas respectivas crises, envolvendo privatizações, reforma tributária, abertura comercial e disciplina fiscal, entre outras.



## SAMBA “DE RAIZ” VERSUS PAGODE ROMÂNTICO: A LEGITIMIDADE EM DISPUTA

### “RAIZ” E “PAGODE”

O sucesso dos grupos de pagode romântico, na década de 1990, fez surgir aos poucos uma nova classificação de mercado no interior da categoria samba: a “raiz”. Não é possível precisar quando o substantivo passou a ser incorporado ao sistema classificatório, mas é fácil notar que ele vai ganhando força, no decorrer da década, veiculado pelas notícias em jornais e revistas, publicidade de *shows*, rodas e informalmente no cotidiano das práticas musicais urbanas brasileiras. Em um primeiro momento, buscava-se simplesmente estabelecer uma distinção, explicar *que tipo* de samba estava sendo referido. Aos poucos, o termo passou a nomear uma categoria de classificação, trazendo informações sobre aspectos estéticos, estilísticos, sobre visões de mundo, pensamentos e valores associados a ela. A utilização do termo evidencia que designar uma música como “samba” não era mais suficiente, tornando-se necessário explicar mais, associar a música a um conjunto mais específico de elementos semelhantes e característicos do gênero. Na prática, significava a criação de uma demanda por um maior refinamento na classificação da categoria samba.

A noção de raiz evoca a ideia de um mito de origem, uma vez que a raiz é uma “base” sobre a qual algo brota ou cresce. Seja uma árvore, uma planta, uma montanha, um prédio, um dente, um órgão do corpo, uma palavra ou um gênero musical, a ideia de “base” fornece simultaneamente ancestralidade e sustentação, algo que surge e se estabelece antes da coisa em si e que a apoia. Sobre esta base que sustenta, que nutre, da qual se nasce, a árvore, palavra

ou música irá se desenvolver, se ramificar, se transformar e ocupar o espaço, gerando significações. O conceito que permeia a categoria “samba de raiz”, portanto, procura estabelecer um vínculo com o passado, que seria formador de uma base musical, ideológica, estética e afetiva para o desenvolvimento do samba. O “samba de raiz” seria um samba que procura se referir a esse passado, estabelecendo sua legitimidade por esta “tradição”.

A tradição pode ser entendida como uma “reinterpretação de mensagens ancestrais”, ou seja, a utilização, no presente, de práticas e elementos estabelecidos no passado, caracterizando uma “comunicação intertemporal” (Coutinho, 2001, p. 24). Musicalmente, essa interpelação do passado perante o presente aparece por meio de elementos musicais utilizados em obras de autores do passado, reforçados por sua recorrência em novos sambas e atualizados em cada momento de experiência musical em torno do gênero. Entre esses elementos, podemos destacar a referência nas letras ao universo semântico do samba, ao amadorismo das rodas, à dinâmica do fundo de quintal e uma certa abordagem da temática do amor como “sentimento perdido”.<sup>1</sup> Ao mesmo tempo, a utilização da sonoridade característica do gênero (cavaquinho, pandeiro, violão e surdo) e a adoção do padrão polirrítmico baseado no paradigma do Estácio em gravações e rodas reforça a ideia de uma prática dotada de longa temporalidade, sendo cada realização sonora uma atualização de uma experiência musical duradoura, originária em tempos imemoriais, distantes, que vem diretamente da raiz.

A associação entre a prática de samba e a ancestralidade representada na raiz não foi criada na década de 1990. Em 1978, o sambista Candeia lança com Isnard Araújo o livro *Escola de samba: árvore que esqueceu a raiz*, no qual criticavam as transformações nas escolas rumo à profissionalização e à espetacularização dos desfiles. Sobre a composição de sambas-enredo, os autores são bastante incisivos:

As deformações e os descaminhos no meio musical da escola de samba têm apresentado problemas os mais variados. Gostaríamos de denunciar (com o objetivo de conscientizar) o comportamento de grande número de compositores que pedem ajuda a grupos de intelectuais. [...] O fato é que grande número [de intelectuais] faz a letra [do

samba-enredo] tirando do compositor a criatividade e a autenticidade do samba. Por esta razão encontramos, atualmente, verdadeiros poemas com palavras nunca dantes navegadas no meio do samba. [...] Tudo isso em nome de uma falsa cultura que não se identifica com nossas raízes. (Candeia e Isnard, 1978, p. 65)

Para os autores, o elemento “letra” se coloca como demarcador da autenticidade do samba. A inclusão de “palavras nunca dantes navegadas no meio do samba” significa a adoção de características externas ao universo semântico do gênero, causando as “deformações e descaminhos”. No contexto da prática do samba nas escolas na década de 1970, a noção de raiz se opõe à descaracterização dos desfiles carnavalescos, representando, mais uma vez, a ideia de permanência temporal dos elementos característicos do samba e sua valorização frente a algo que viria a eliminar essa “base”. Essa oposição aparece de forma bastante clara no prefácio do livro de Candeia e Isnard, assinado por Sérgio Cabral.

O samba é a mais expressiva linguagem musical do povo carioca. Hoje enriquece os donos do mercado musical, enquanto as escolas de samba são utilizadas pelo seu potencial turístico, sugadas pelo que oferecem de supérfluo e desprezadas pelo fundamental. Há tantos interesses em torno do samba e das escolas que fica muito difícil saber onde é a fronteira entre a manifestação espontânea do povo e a ganância. (Cabral, 1978, p. 7)

Samba e mercado comumente são abordados como espaços simbólicos antagônicos. A noção de um samba “do povo” e fundado nas “raízes” disputa espaço, nesta época, no interior das escolas de samba, com as influências externas, com a “ganância”, com a “descaracterização”, quase sempre associadas à profissionalização das agremiações carnavalescas. Ao mesmo tempo, os sambistas começam a ocupar lançamentos fonográficos, casas de espetáculos e espaços alternativos onde são formadas concorridas rodas. A partir de então, o samba “de raiz” – que ainda não tinha esse nome – vai disputar espaço também com outros gêneros musicais.

A metáfora da raiz simbolizando ancestralidade, tradição, vínculo com o passado vai aparecer em letras de canções, discos e em textos na imprensa como

estratégia de legitimação da prática do samba, a “mais expressiva linguagem musical do povo brasileiro”. Em 1971, o segundo disco de Candeia tem como título *Raiz*, e traz um de seus sambas mais conhecidos, *Filosofia ao samba*. Cinco anos mais tarde, a cantora Elza Soares grava um samba de Dona Ivone Lara e Délcio Carvalho, intitulado *Samba, minha raiz*.

Como agradeço por nascer  
 O samba é minha raiz  
 Minha herança, meu viver  
 Me consola a beleza que ninguém deseja achar  
 Me guia na minha incerteza, não me deixa tropeçar

A legitimidade da prática do samba se reafirma como uma “herança” que não deixa tropeçar. Na década de 1980, a ideia de raiz volta a habitar o repertório em títulos de canções lançadas comercialmente.<sup>2</sup> O samba, assim, se legitima e adquire prestígio simbólico por caracterizar essa tradição brasileira, em oposição a outras práticas musicais que não apresentavam a mesma temporalidade longa e a mesma relação com o passado.

No entanto, a “raiz” só começa a se caracterizar como uma classificação de mercado quando essa historicidade se opõe a uma outra estética que busca negar, dentro do âmbito da categoria samba,<sup>3</sup> a relação reverencial com o passado, dialogando de forma mais intensa e recorrente com o presente e com os símbolos da modernidade.

Nesse momento, a reverência ao passado por meio de uma categoria de classificação reforça a legitimidade daqueles que nela se enquadram e, paralelamente, desqualifica o samba que não é “de raiz”. Esse alcance duplo da categoria samba de raiz, no jogo das valorações do mercado de música, é percebido pelo sambista Luiz Carlos, cantor e líder do Raça Negra.

Eu não entendo o que é samba de raiz. O samba tem vários ritmos, a maneira de jogar com isso é que varia. Quando eles falam que tocam samba de raiz, nem eles mesmos sabem que raiz é essa. Se falar de amor não é raiz, eu não sei o que é. [...] Antigamente ninguém conseguia namorar ou dar uma letra de samba de presente para a namorada. Hoje em dia eu vejo muitos namorados falando que

tudo o que o Raça Negra canta é o que eles sentem. Samba pra mim é Tom Jobim, Fundo de Quintal, Agepê etc. Existem diversas maneiras de se fazer o samba. (Luiz Carlos, 1995)

A “raiz” como algo valorizado é particularmente nítida nesse trecho de Luiz Carlos, que contesta a atribuição de qualidade a esta música, da qual seu grupo estava, obviamente, sendo excluído. Essa estratégia fica evidente quando, do outro lado do “samba de raiz”, nomeiam-se os grupos de samba de sucesso, na década de 1990, como “grupos de pagode”. O termo “pagode”, emprestado do movimento do samba no mercado musical, na década de 1980, representa um rebaixamento hierárquico com relação ao samba mais prestigiado.

O “movimento dos pagodes”, que girou em torno do grupo que frequentava a quadra do Cacique de Ramos, sobretudo o Fundo de Quintal, experimentou grande sucesso comercial. No entanto, apesar dos esforços de seus protagonistas em afirmar a sinonímia entre o seu “pagode” e o “samba”, sua veiculação no mercado foi realizada por uma nomeação alternativa. As razões para isso são várias, entre elas, algumas diferenças estruturais no ritmo, na sonoridade e na distância com relação às escolas de samba, o que acabou beneficiando comercialmente esses sambistas.

Por outro lado, o pagode da década de 1980 recuperava parte da trajetória do samba identificada com o “fundo de quintal”, incorporando, inclusive, uma certa sujeira sonora e um grande e notório descompromisso com o mercado e sua profissionalização. Com isso, a prática do pagode esteve associada a um consumo musical com menor taxa de valorização estética, realizado principalmente por camadas mais humildes da população e estreitamente relacionado às práticas comunitárias desse amplo grupo social. A ênfase na polirritmia, nos instrumentos de percussão e no canto coletivo ajudavam a manter essa música em um patamar hierárquico ainda mais baixo do que o da categoria samba, que, ao menos, se legitimava por sua temporalidade longa e pelo prestígio de alguns sambistas renomados.

Até hoje, ser classificado como “pagodeiro” é altamente pejorativo no campo da música popular urbana brasileira, e essa categoria está associada a barulho, incômodo, baixa qualidade musical e pobreza, além do aspecto étnico

que perpassa como pano de fundo todo o universo da canção brasileira. A cantora Beth Carvalho observa uma escala de valores nos termos, que sedimenta uma “discriminação”:

Eu acho muito engraçada essa separação entre MPB e samba, quando samba é MPB. A mesma discriminação que existe em relação a “pagodeiro” por oposição a “sambista”. Eu acho engraçado. Todo sambista é pagodeiro. E todo pagodeiro é sambista. É a mesma coisa. E todo sambista é parte da música popular brasileira. (apud Pereira, 2003, p. 144)

Um exemplo disso pode ser verificado em reportagem publicada no *Jornal do Brasil* intitulada “Invasão no território emergente”, assinada por Bráulio Neto, na qual descreve os incômodos gerados por um *pagode* no bar Escriptório do Chopp, na Barra da Tijuca:

No meio da semana, cerca de duas mil pessoas batem ponto no Escriptório na mesma noite, tendo como mote o *pagode*. Engarrafamento, superlotação, indignação dos vizinhos nobres do local não afugentam essa massa que, literalmente, interrompe a circulação nas ruas próximas. Veículos são arranhados, ônibus têm de dar marcha a ré e quando um carro da polícia se aproxima, sua única função é decorar este carnaval com as cores da sirene. Sem som. (Bráulio Neto, 1995)

Como se pode notar, o jornalista se refere ao evento que causa transtornos “no meio da semana” como “pagode” e não como “samba”. Em outro ponto da matéria, o autor enumera os inconvenientes dos dias em que ocorre o pagode, aplicando o subtítulo “Samba atravessado”. Na hierarquia das categorias musicais, apesar de todo o preconceito e de sua posição dúbia, o termo “samba” ainda goza de certa legitimidade, enquanto que a noção de “pagode” é mais facilmente associada a tumulto, engarrafamento, superlotação, delinquências.

Quando a música romântica dos grupos Raça Negra, Só Pra Contrariar e Negritude Júnior passou a ser veiculada em larga escala pelas gravadoras e conquistou audiências gigantescas, a adoção do termo pagode para caracterizá-la foi imediata. Buscava-se, antes de tudo, estabelecer uma faixa de consumo associando sua prática aos sambistas-pagodeiros que fizeram sucesso meia década antes. Firmava-se, também, uma posição hierárquica para esses novos

grupos, que nitidamente estavam sendo lançados no mercado para atingir o mesmo público potencial, ampliando-o. Esse fato ajuda a compreender a ênfase que os grupos da década dedicaram à sua “apresentação”, tanto no aspecto visual quanto nos cuidados de postura e “regras” de conduta, como estratégias de dissociação do caráter delincente e desviante que o termo pagode indelevelmente impunha no imaginário social.

Apesar das enormes diferenças estilísticas entre as práticas dos novos grupos e dos artistas identificados com o pagode dos anos 1980, a categoria se estabeleceu no mercado e acabou se cristalizando, apesar de seus protagonistas a rejeitarem com veemência.

Eu não considero o SPC um grupo de pagode. O pagode, se perguntar para Leci Brandão, Almir Guineto e Beth Carvalho, eles respondem o que é. [...] Pagode é Zeca Pagodinho, Jovelina Pérola Negra, Fundo de Quintal, violão de sete cordas, uma mesa, cavaco, banjo e repique. É um movimento. [...] Mas o Só Pra Contrariar é samba porque tem pandeiro, surdo, percussão, cavaquinho. A roupagem é diferente da do pagode. (Pires, 1999)

Indiferente aos protestos, a publicidade dos discos e *shows* dos principais grupos, as apresentações de suas músicas nas rádios e na televisão e a crítica na imprensa sedimentaram o termo pagode para classificar sua música, acrescentando a noção de *romantismo* como estratégia para diferenciá-lo do pagode da década anterior e, ao mesmo tempo, estabelecer uma associação com outra música igualmente pouco reconhecida esteticamente. A crítica do disco *Raça Negra 3*, assinada por Tárík de Souza e publicada no *Jornal do Brasil* em 1993, esclarece uma visão compartilhada por parcela significativa da classe jornalística e musical. Mesmo sem utilizar a nomeação de pagode, Tárík elabora um ácido juízo de valor sobre a música do grupo e reforça a associação com o segmento pejorativamente conhecido como “brega”.

De volta às paradas, ele [o samba] foi invadido pela tecladeira brega. Mordido por terças sertanejas, anda na cola do suingão de Beбето, uma segunda via da levada sacundin de Jorge Ben Jor. Na comissão de frente dessa (de)formação desfila o Raça Negra, que a cada disco – como no mais recente, Raça Negra (RGE) – arrocha mais

sua linha de montagem. Além da semelhança de melodia e arranjos, as letras viajam num curto-circuito entre a dor de corno (*Não quero mais sofrer, Estou mal*) e a mulher-maravilha (*Estrela guia, Doce paixão*), sem concessões à criatividade. Até os textos são recorrentes, como o de *Não vou aceitar* e *Tempo perdido*. “Nosso amor foi tempo perdido pra você”, diz a primeira usando o título da segunda. “Sem você eu não sou nada”, reclama *Estou mal* logo depois da faixa *Sem você*. Nem o *hit* da Jovem Guarda, *Ciúme de você*, de Luis Ayrão – pilar do sambão-joia dos 70 – escapou ao escalpo do sambanejo. É o metabrega em ação. (Souza, 1993)

É evidente que, para contrastar com o “metabrega”, seria necessário um novo rótulo capaz de designar o estilo de samba que permanecia imune à invasão da “tecladeira” e fiel à sua relação com o passado, com sua história. Nesse sentido, a raiz dá pé e torna facilmente compreensível a relação com a “base” do gênero e, ao mesmo tempo, isola a prática do pagode das referências legitimadas pelo tempo.

No entanto, a utilização da categoria “samba de raiz” não é consensual nem mesmo entre os sambistas a ela vinculados, que, em tese, seriam beneficiados por essa associação. Para Nei Lopes,

[...] samba de raiz não existe. Samba é samba. A minha discussão quanto a isso é exatamente sobre essa rotulação. O samba tem várias formas, umas boas, outras más. O importante é a gente distinguir as formas que nos interessam. [...] O que me incomoda é querer transformar o samba num híbrido pra pasteurizar em nível internacional. Eu vejo nesse rótulo (samba de raiz) uma forma de a indústria cultural dizer que o samba tradicional é uma forma passadista e inventa novas fórmulas. (Lopes, 2002)<sup>4</sup>

Para o autor, a oposição que se estabelece é entre samba “bom” e samba “mau”,<sup>5</sup> ou seja, uma diferença de qualidade musical que ultrapassa os rótulos. Ao mesmo tempo, Lopes esclarece que é necessário distinguir “o que interessa”, deixando claro que a “pasteurização” do gênero é um aspecto altamente maléfico.



## JUÍZOS DE VALOR E O VALOR DOS JUÍZOS

A consagração pela popularidade e a legitimidade estética são buscas constantes de todo aquele que trabalha direta ou indiretamente com música popular. Músicos, produtores, donos e gerentes de gravadoras, técnicos de som, empresários, artistas, compositores, sociedades arrecadadoras de direitos, patrocinadores, enfim, *todas* as pessoas e empresas envolvidas com a comercialização de música desejam que seu produto artístico seja reconhecido como de alto valor estético e consumido pelo maior número possível de pessoas. Não basta um e nem basta o outro, todos querem os dois.

No entanto, os principais critérios de valoração estética da música popular são derivados da prática musical erudita, cujo paradigma é a complexidade e, inversamente, a conquista de popularidade tende a ser alcançada a partir de elementos musicais que se afastam deste referencial. Com isso, a consagração em música popular ocorre a partir de uma mescla de critérios que estão continuamente sendo discutidos e reelaborados.

Na oposição entre “samba de raiz” e “pagode romântico”, diversos desses critérios são arrolados para justificar a valorização de um e a desqualificação de outro, dependendo da posição do interlocutor. Do lado da “raiz”, um time expressivo de jornalistas, pesquisadores e sambistas, com razoável destaque em jornais e revistas, manifesta de forma recorrente um amplo leque de julgamentos negativos com relação aos grupos de pagode romântico. Esses músicos e críticos, com acesso privilegiado aos meios de comunicação de massa, amplificam suas opiniões sobre o samba, sempre tendo como modelo o conjunto de representações que se enquadram na categoria “de raiz”, reconhecida como de maior valor estético. A partir dessa posição, o julgamento de valor negativo sobre o pagode é construído com omissões, exaltações e adjetivações muitas vezes excessivas. Tudo é feito para desqualificar a música dos grupos que obtiveram sucesso comercial no final do século XX e, em contrapartida, legitimar o imaginário e os elementos sedimentados na história do samba. É assim, por exemplo, que Nei Lopes descreve o pagode dos anos 1990 no seu livro *Sambeabá*:

[Nos anos 1990], a indústria internacional do entretenimento apropriou-se da denominação pagode. Aí, o que era uma revolucionária forma de compor e interpretar o samba, fruto de um movimento estrutural, passou a ser apenas uma diluição, expressa em um produto sem a malícia das sínopes, sem as divisões rítmicas surpreendentes, de melodias e harmonias intencionalmente primárias, letras infantilmente erotizadas, com arranjos sempre previsíveis e cada vez mais próximo da massificação do *pop*. (Lopes, 2003, p. 111)

Um aspecto que ressalta na definição do autor é que essa diluição é protagonizada pela “indústria internacional do entretenimento”, isto é, os sambistas estão alijados do processo. As grandes gravadoras seriam responsáveis pela música desses grupos, que, segundo essa visão, funcionariam apenas como propagadores de fórmulas de sucesso elaboradas nos tais “escritórios” dessas empresas. A mesma ideia aparece no texto do pesquisador Luiz Tatit, que afirma que “os verdadeiros sujeitos” do mercado musical do final do século XX

[...] foram os representantes das empresas (diretores, produtores e homens e mídia), que respondiam pelo perfil artístico dos grupos e pelos acordos com os veículos de divulgação. Os artistas em sua maioria eram tratados como peças de uma engrenagem que poderiam ser substituídas a qualquer instante sem causar prejuízos significativos à carreira do grupo. (Tatit, 2004, p. 107)

Apesar de destacar que essas substituições não representavam ausência de talento individual, Tatit corrobora a ideia de que os grupos de sucesso, no período, tinham pouca ou nenhuma autonomia artística e que não respondiam esteticamente por seus trabalhos. Essa afirmativa não condiz com os relatos e os dados das trajetórias dos grupos, que desenvolveram sua estética *antes* de sua grande visibilidade mercadológica. Trata-se, a meu ver, do reflexo de uma visão que enxerga a relação entre música e mercado como uma oposição, e não como setores complementares.

O mesmo se aplica à teoria da diluição. A noção é interessante e, numa interpretação literal, a diluição representa a progressiva perda de uma essência, de um elemento estruturador, característico. Segundo o texto de Lopes, a proximidade da música dos grupos de samba da década de 1990 com a música

*pop* seria, também, um instrumento de diluição. A mesma ideia ressurgiu na declaração do reconhecido compositor de MPB, Chico Buarque, ainda que o autor declare não ter antipatia nenhuma pelos grupos de pagode romântico:

Acho que a música popular, o samba e mesmo a música sertaneja estão sujeitas à diluição, estão sendo diluídos o tempo todo. Eu não vou comparar esses grupos a João Gilberto ou ao Paulinho da Viola. O problema é que a diluição da diluição da diluição acaba numa coisa muito rala. E cansativa também. As pessoas sempre perguntam por que a minha geração continua. Eu acho que, naquela época, não havia essa velocidade toda na substituição de um produto por outro. Não havia nem mesmo a noção de música como produto. Era um trabalho bastante amador. Não existia essa visão de mercado que existe hoje. (Hollanda, 1994)

Chico destaca o aspecto da velocidade e do mercado, observando o nível de profissionalismo do momento, distinto do encontrado por sua geração no início de carreira, trinta anos antes. Sobre os critérios de qualidade, o compositor se exime da comparação com artistas legitimados da MPB ou mesmo do samba que conseguiram trafegar na categoria da prestigiada sigla. É como se os parâmetros de avaliação aplicados à música popular consagrada esteticamente não pudessem ser utilizados para as práticas “diluídas” do mercado de música. O mercado, nesse caso, tende a representar uma antítese à qualidade, repetindo a oposição que permeia a teoria da diluição. Mas, a rigor, *quais são* esses critérios de qualidade e de que forma eles podem ser eleitos e reconhecidos como legítimos?

Uma das críticas mais recorrentes à música dos grupos de pagode romântico é com relação à temática das letras. A sambista Dona Ivone Lara, personagem central da Escola de Samba Império Serrano, é categórica: “Você vê perfeitamente em que os pagodes estão pecando hoje: é a qualidade da letra. Tem umas letras que não querem dizer nada, umas letras de apelação, repetitivas, enquanto que os grandes mestres não tinham isso” (1999).

Dona Ivone menciona não só o rebaixamento da “qualidade”, representado em discursos vazios e apelativos, mas aborda também a relação com as obras dos “grandes mestres”. As letras dos grupos de pagodes estariam “pecando”

por não estabelecerem um contato com o passado do gênero e seus elementos característicos. Evidencia-se uma crítica que diz respeito não à música em si, mas à relação que os grupos de pagode romântico mantêm com os elementos consagrados do samba e com o mercado. Leci Brandão, também ligada às escolas de samba do Rio de Janeiro, tem opinião semelhante:

Isso se chama trabalho de gravadora. Elas resolveram investir nos grupos, depois do estouro do Raça Negra, com dois milhões de discos. E isso não adianta discutir. Foi o sucesso deles que abriu caminho para os que vieram depois. Isso porque cada gravadora resolveu ter o seu próprio Raça Negra. Veja, por exemplo, a questão da temática. Só se fala de amorzinho [...] Porque o Raça Negra estourou falando de amor. Quem não fala de amor está falando de sacanagem. Está todo mundo indo na aba da Bahia, depois que se viu que essa sacanagem que o baiano sempre teve, a sexualidade, dá pé. Então eles falam de uma coisa ou de outra. (Brandão, 1998)

Mais explícita, Leci cita o componente mercadológico que induz a uma repetição de temática. Seja na referência à música do Raça Negra ou na inspiração da música do carnaval baiano, é o mercado que favorece a recorrência da temática do “amorzinho”. A ideia de que “cada gravadora resolveu ter seu Raça Negra”, apesar de não se distanciar da verdade, reflete a mesma noção de que os principais agentes da cena musical da década não foram os artistas, mas os empresários do setor. O lançamento comercial de *Negritude Júnior* e *Só Pra Contrariar*, de fato, foram derivados desse movimento de cópia entre as *majors*, mas não se pode ignorar que esses grupos já vinham fazendo sucesso regional desde o final dos anos 1980, o que invalida a tese de uma clonagem estética planejada.

Em uma crítica escrita para o *site* Cliquemusic sobre o lançamento do CD *Bom astral* (BMG, 2000), do *Só Pra Contrariar*, o pesquisador Silvio Essinger é ainda mais incisivo ao afirmar a “precariedade” das letras:

O problema de *Bom Astral* é que, por mais que se capriche nos balanços, com um time de arranjadotes e músicos de estúdio de primeira, resta a completa precariedade das letras, fartas em clichês e de rimas *ilusão-solidão-emoção-paixão-sedução*. (Essinger, 2000)

A menção à utilização de clichês guarda estreita semelhança com a teoria apocalíptica da estandardização defendida por Adorno e Horkheimer. A recorrência de determinados padrões poéticos, melódicos e harmônicos é elemento estrutural em qualquer música popular, sendo utilizada em maior ou menor grau de acordo com as necessidades expressivas e com a função da música nos momentos de experiência musical coletiva. Para Essinger, a repetição de fórmulas seria, no entanto, um indicativo de rebaixamento de qualidade, pois se afastaria da possibilidade de inovação, de combinação inédita de elementos. Trata-se, novamente, de um critério importado das práticas musicais eruditas, nas quais espera-se do compositor uma manipulação sempre inovadora dos parâmetros sonoros – timbre, harmonia, desenvolvimento melódico, textura, acompanhamento, tratamento rítmico etc. No mesmo *site*, escrevendo sobre o disco *Raça Negra* (Universal, 2001), Marco Antonio Barbosa carrega ainda mais nas tintas:

Mas se o embrulho ficou tinindo, o presente decepciona. Letras paupérrimas (“Nosso amor, essa coisinha maluca/ É gostoso e não machuca... Sou o seu queijinho, você é meu doce”, pérolas tiradas de *Gostoso demais*), melodias idem, tudo nivelado pelo baixo patamar estabelecido por Vavás e Alexandre Pires da vida. (Barbosa, 2005)

O julgamento da qualidade da letra evidencia o mesmo critério erudito de análise. Uma boa letra seria aquela que trouxesse em sua estrutura figuras de linguagem, rimas ricas, metáforas, e que, ao mesmo tempo, recusasse repetições de fórmulas textuais vulgarizadas. Para sambistas e jornalistas, a utilização recorrente de determinadas palavras e figuras poéticas elimina a inventividade, a criatividade das canções. Daí a utilização de clichês conferir à criação poético-melódica uma baixa qualidade, situando-a comparativamente em patamar inferior à obra de compositores que buscam soluções com menor taxa de recorrência e, portanto, mais inovadoras. Na mesma direção, o crítico Mauro Ferreira, do jornal *O Dia*, desqualifica a música do grupo Negritude Júnior, exatamente por adotar uma “receita de sucesso”:

Bem, não convém esperar do Negritude Júnior melodias e letras consistentes. O grupo se firmou justamente pelo estilo popularesco, que passa ao largo da criatividade de nomes como Martinho da Vila

e Paulinho da Viola. Pegam-se algumas letras safadas, uma música de toque social, uma brincadeira e mistura-se tudo com baladas açucaradas. Eis a receita do sucesso e, nesse quesito, o Negritude Júnior é mestre-cuca. (Ferreira, 1998a)

Um teor semelhante é possível encontrar no texto de Tárík de Souza, que, já em 1993, criticava a suposta baixa qualidade do samba praticado pelos grupos que ocupavam as primeiras posições do mercado musical. O jornalista se refere a “assassinatos sonoros” cometidos pelo iniciante Muleke Travesso e emite uma opinião bastante negativa sobre o disco de estreia de um dos mais importantes grupos de samba da década.

Mas o desembarque de Só Pra Contrariar (BMG) atesta que a praga ganhou plagas mineiras. De Uberlândia, o sexteto, com idades entre os 17 aos 24, fuzila *Go Back* (Titãs), *Você* (Tim Maia) e investe no metabrega, piorando os Sullivan & Massadas de *Um dia de domingo e Retratos e canções*. (Souza, 1993)

Para Pedro Alexandre Sanches, jornalista da *Folha de S. Paulo*, a receita pouco criativa do sucesso não se restringe ao universo do samba, mas se torna uma característica de todas as músicas de sucesso comercial.

No Império Unificado do Brasil Popular, todo mundo tem a mesma cara. O tripé em que se finca atualmente o mercado musical nacional – e não a música nacional, se se puder diferenciar –, todos se reconfiguram num exército de mutantes descarados. Axé, pagode e música sertaneja, as pernas do tripé, se alimentam e se retroalimentam com reciprocidade. Até a Carla Perez se pendura na aba do moço desta banda, a SPC. Mas é mais gosmento que a coluna social de “Caras”. Quando quer ser romântica, essa “banda de pagode” fica sertaneja; quando namora uma rumbinha, parece o Latino; para “abrasileirar” o *rhythm 'n' blues* norte-americano, faz versão de *pop* negro melado – e fica parecido com Ivete Sangalo querendo cantar *soul music* com voz de pomba-gira. (Sanches, 1999)

Em seu desabafo, Sanches reconhece um “ar de semelhança” em todos os artistas de sucesso da música nacional. A inspiração adorniana é evidente, como também um grande preconceito contra as músicas de sucesso. O jornalista

propõe ainda uma obscura separação entre o mercado de música e a própria música brasileira, nitidamente conferindo ao primeiro um nível hierárquico inferior. Em sua adjetivação abundante, o crítico afirma uma posição estética elitizada, refletindo um juízo de valor altamente negativo com relação a todas as músicas de sucesso no mercado. Mais uma vez, aqui, mercado e qualidade parecem incompatíveis.

Dois anos antes, ao redigir a crítica do disco *Sedução na pele* (EMI, 1997), do Negritude Júnior, Mauro Ferreira menciona a atuação negativa das instâncias de mercado na prática musical em detrimento da qualidade.

O grupo repete em *Sedução na pele* sua rala receita de sambalanço. Falta consistência, criatividade e tudo o mais que sobra no Fundo de Quintal, por exemplo. Mas a melosa *Que dure para sempre* mostra que o departamento de *marketing* da EMI tem faro certo para o sucesso. A ordem é fazer o Negritude manter seu alto patamar de vendagem, superado apenas, no gênero, pelo Raça Negra e Só Pra Contrariar. A julgar pela audição do disco, não vai ser difícil. (Ferreira, 1997)

Aqui podemos observar novamente que quem dá as cartas não são os músicos, cantores, arranjadores, produtores e compositores que atuam no disco, mas o “departamento de *marketing*”, que profere uma “ordem” para fazer o grupo vender muito. “Consistência” e “criatividade” são parâmetros vagos, abordados comparativamente em relação à música do Fundo de Quintal. E depreende-se do texto de Mauro Ferreira que uma vendagem expressiva é fator incompatível com um samba menos “ralo”.

Mas o que seria um samba mais espesso, consistente e criativo? Para o sambista Monarco, da Portela, o bom samba é

[...] o samba do coração, que vem pelo sentimento do artista e não pressionado pelo mercado ou por uma linguagem mais comercial. De uma forma geral, os sambas que enaltecem o amor e a natureza. [...] Eu pretendo continuar fazendo o samba que eu sempre fiz, conforme eles surgirem no meu coração, sem ligar para o mercado. Quero continuar fazendo o samba de verdade. Muita coisa que se toca na rádio é de mentira. O samba de verdade é aquele que aparece, que vem do coração. (Monarco, 2002)

Eis aqui um outro critério de valorização. A ideia de uma “verdade” ou de um samba que nasce do “coração” é recorrente no imaginário e no repertório do samba e se transforma em um critério que norteia o julgamento de sua qualidade. Por outro lado, para o sambista da Portela, os sambas que tocam na rádio são “de mentira”, assim como seus autores e intérpretes. Verdade e mentira se tornam demarcadores de qualidade ao simbolizarem as noções de tradição (natureza, coração, antimercado) e mercado (comércio). Novamente neste aspecto, a referência de valoração remete à noção de *raiz*, dos elementos comumente empregados na composição de sambas, legitimados por compositores consagrados do passado em suas obras mais famosas. Nesse sentido, o sambista Nei Lopes resume, com grande poder de concisão, a necessidade de o samba ser produzido por pessoas ligadas ao universo simbólico do gênero para adquirir um bom nível qualitativo: “Um bom samba é feito, principalmente, de conhecimento do universo do samba. Tem gente que pensa que está fazendo samba e não está. Isto porque não conhece o segredo, os fundamentos” (Lopes, 2000).

Nei Lopes toca no âmago da questão. O que se discute, a rigor, não é tanto *o que é* o samba, mas, no fundo, *quem* pode ou não utilizar essa denominação e se apropriar da categoria com toda sua simbologia, seu histórico e sua legitimidade. A clareza do compositor exprime a visão de setores da sociedade ligados à prática comunitária do samba, às rodas, às escolas, à história do samba como reafirmação de um ambiente cultural construído à margem do grande mercado, dos circuitos reconhecidos da alta (e média) sociedade. Só pode dizer que faz samba e que é sambista quem pertence a este universo, quem transita por esses espaços e domina seus códigos e referências simbólicas.

“Assassinatos sonoros”, “receitas ralas”, “estilo popularesco”, “melodias inconsistentes”, “letras paupérrimas”: a profusão de termos pejorativos, na análise crítica da música dos grupos de pagode romântico, denota um sentimento de desprezo pelo seu trabalho que, por sua vez, reflete a intenção de separá-los do segmento consagrado da categoria samba e deslegitimar o uso desta nomeação. É uma estratégia cuja finalidade é exatamente determinar que esses grupos *não estão fazendo samba*. E *não podem* fazer samba, pois não compartilham essa vivência comunitária, “os segredos e o fundamento” do imaginário do gênero.



Neste ponto podemos recuperar a tese de Paulo César de Araújo, de que a tradição e a modernidade configuram dois eixos de valoração da música popular brasileira (Araújo, 2003, p. 339). Isso é verdade quanto ao que pode ser chamado de modernidade *estética*, nos moldes utilizados pela bossa nova, pela MPB e, mais recentemente, pela nova música *pop* brasileira. Ao se aproximarem de uma modernidade *comercial*, voltada para o consumo, os grupos de pagode romântico produziram um afastamento da “tradição” que vinha se constituindo desde os anos 1960 como eixo de valoração do samba e não incorporaram o prestígio estético da modernidade. Essa “tradição”, apesar de ocupar um patamar hierárquico inferior em relação aos parâmetros de aferição de qualidade da música erudita e, por consequência, da bossa nova e da MPB, tem sido valorizada por setores da intelectualidade urbana e se constituiu em um objeto privilegiado de análises sobre música popular. Segundo Araújo, esse setor social é responsável pelo “enquadramento da memória” coletiva, ao determinar personagens e músicas do passado que mereçam ser eternizadas em livros, compilações, reedições de discos e, por isso, elogiadas em críticas.

A análise específica de preferência musical do público de classe média é fundamental porque é deste segmento da população que saem os críticos, pesquisadores, historiadores, musicólogos, enfim, os “enquadradores” da memória da nossa música popular. E isto ajuda a explicar por que a quase totalidade do que existe hoje publicado sobre música popular brasileira – biografias, ensaios, estudos acadêmicos e coleções em fascículos – se refere a gêneros e compositores identificados com a “tradição” ou com a “modernidade”. (Araújo, 2003, p. 343)

Sendo assim, a importância da “classe média” intelectualizada para a determinação dos critérios de valoração em música popular é bastante grande. É como se o valor de seus juízos de valor assumisse uma condição de verdade e pudesse, por isso, reverberar por intermédio dos meios de comunicação para toda a sociedade. A violência com que alguns críticos se referem à prática musical dos grupos de pagode romântico é reflexo de sua aspiração de determinar, efetivamente, os critérios de qualidade musical, segundo a sua ótica.

Do outro lado deste ringue, os músicos e cantores dos grupos de pagode enumeram motivos e razões para legitimar sua prática e serem reconhecidos como sambistas. Reivindicam, assim, o direito de serem incluídos na categoria

samba e de utilizarem o gênero como forma de expressão cultural, mesmo não se adequando inteiramente ao seu ambiente simbólico legitimado. O cantor Wagner, do grupo Os Morenos, defende a música do grupo, reivindicando a utilização da categoria:

Acima de tudo, somos sambistas, já que todas as nossas canções são na cadência do surdo, do pandeiro e do tamborim. Fazemos a fusão da música jovem, do nosso tempo, com o samba mais tradicional. [...] O samba vem mudando desde os tempos do Donga e do Pixinguinha. O tradicional foi o de sessenta anos atrás. A música evoluiu e nem por isso o que fazemos deixará de ser samba. (apud Uchoa, 1996)

O argumento do sambista para legitimar sua música é o da modernidade. A partir dessa visão, o samba praticado pelos grupos de pagode romântico é um samba atualizado, feito a partir de matrizes do final do milênio, incorporando elementos característicos do samba em alguns aspectos e não em outros. E, mesmo não se referindo ao passado do gênero, continua sendo samba porque é uma música “na cadência do surdo, do pandeiro e do tamborim”. O elemento sonoridade é escolhido como eixo de comparação para a determinação da classificação musical e como porta de entrada para o conjunto de significações e a posição hierárquica da categoria samba no mercado de música.

Atento à importância das classificações do universo da música popular e da significação que essas categorias assumem nas disputas por prestígio no mercado musical, o sambista Nelson Sargento, integrante da ala de compositores da Mangueira, afirma que

[...] a música que caracteriza o País é o samba. O samba é a música popular do Brasil. Então tem que estar sempre em destaque. Isso não impede a existência de outros ritmos como o samba pagode, o samba bossa, o samba *hip hop*, porque todo mundo inventa mas ninguém cria. O samba é uma instituição. Por isso que ninguém tira o nome samba. (Nelson Sargento, 2002)

Mas as nomeações não são escolhidas ao acaso, de acordo com a vontade pessoal de cada artista ou grupo. Há fatores que determinam e orientam musical e socialmente a classificação de uma música como samba, como *rock*, como baião. Por outro lado, é fato que existem zonas de misturas, de interseções, de

fusões, onde a mescla de elementos é tão intensa que acaba sendo nomeada também com uma mistura de termos classificatórios. Mas esse não é o caso do samba nos anos 1990.

Apesar de adotar elementos da música *pop* internacional, tomar emprestado levadas e sonoridades do cancionero romântico e do já misturado *samba-rock* de Jorge Ben Jor, o samba veiculado no mercado de música, nos últimos anos do século XX, não se afasta demasiadamente de alguns elementos característicos da prática do samba (como fragmentos do padrão polirrítmico característico e a sonoridade do pandeiro, que todos os grupos utilizam) e têm razão ao reivindicar sua inclusão na categoria. Como estratégia de afirmação e valorização de sua música, o sambista Nenê, do Negritude Júnior, desqualifica a crítica de alguns jornalistas:

Tem muita gente que não devia escrever. A gente acha que tem muita gente que quer que o samba fique sempre marginalizado, mas quando vê numa grande gravadora, vendendo bem, tocando nas melhores casas, com uma estrutura profissional, acha ruim e fala mal. Tem jornalista que não sabe das coisas que rolam e fica escrevendo bobagem. Esses caras vão entrevistar sambistas antigos, de outra geração, que têm uma outra visão do samba. Porque tem uma coisa de época, de geração. (Nenê, 2005)

Em sua linha de raciocínio, o samba do Negritude e dos outros grupos seria “moderno”, enquanto os sambistas “antigos” teriam uma outra visão sobre o gênero. A ideia de que o samba dos grupos da década de 1990 provoca uma espécie de conflito geracional é corroborada por Alexandre Pires: “Alguns sambistas largados criticam a nova geração, mas nós tiramos o samba da coisa marginalizada. Agora os mauricinhos curtem, as crianças curtem e o samba entra no Canecão, no Palace, nas maiores casas de *show* do Brasil” (apud Só, 1994).

Mais incisivo e direto, o ex-cantor do Só Pra Contrariar aposta na valorização pela popularidade, legitimando a música de seu grupo por meio do argumento da quantidade e, conseqüentemente, da penetração do gênero em espaços anteriormente fechados a ele. Alexandre Pires toca ainda em outro ponto, a marginalização do samba, ou seja, a zona hierárquica imprecisa na qual o gênero se situa, sendo utilizado em nichos de mercado fechados, re-

presentando práticas comunitárias restritas. Nesse sentido, a música do SPC e dos outros grupos de pagode romântico estaria promovendo um aumento do prestígio comercial e do alcance do samba na sociedade, devendo ser valorizada por isso. Nenê confirma a importância do Raça Negra na valorização do samba como produto no mercado de música e seu consequente sucesso comercial.

O Raça Negra foi o responsável pela explosão do samba em um outro nível. Eles já começaram com uma equipe, uma estrutura diferente, mais condizente com todo o profissionalismo que estávamos buscando. Depois deles, até as gravadoras mesmo, até a EMI, já passaram a ver o samba com outros olhos e a querer lançar sambistas. (Nenê, 2005)

Na estratégia de aumento de cacife simbólico e prestígio social, os sambistas dos grupos de pagode romântico dedicaram atenção especial ao vestuário. Com isso, um outro foco de disputas se abriu, caracterizando esses sambistas como “mauricinhos” ou, ainda mais pejorativamente, “mauriçolas”. Silvio Essinger, em sua descrição de “pagode” para o *site* [www.cliquemusic.com.br](http://www.cliquemusic.com.br), é taxativo:

Esse *pagode suingado*, também conhecido como *samba mauriçola* (por causa da opção dos músicos pelos símbolos de *status* da classe alta – roupas finas, telefones celulares e namoradas louras), foi um dos grandes sucessos ao longo da década, com músicas de refrões fáceis e romantismo deslavado (não raro encomendadas a *hitmakers* profissionais), predominância de instrumentos eletrônicos e coreografias de gosto duvidoso. Como se houvesse uma linha de montagem, os grupos se multiplicaram por todo o País. (Essinger, 2005)

O jornalista elege os bens de consumo como argumentos para uma desvalorização estética. Note que, na preocupação de desqualificar, o texto reforça preconceitos e estereótipos associando “namoradas louras” a “telefones celulares”. É como se os símbolos de *status* da classe alta não pudessem ser utilizados por cantores de samba, caracterizando um rebaixamento estético e social. Ora, os músicos desses grupos, de fato, *pertencem* à classe alta, e a utilização de símbolos de consumo não é nenhuma incongruência e nem pode ser tomada como critério de desvalorização.

Por outro lado, é verdade que, ao ascenderem social e comercialmente, os protagonistas dos principais grupos de pagode romântico passaram a cultivar uma grande preocupação com os figurinos e com sua imagem. Porém, como vimos, essa preocupação deriva muito mais de uma opção comercial de inserção no mercado do que de um símbolo de ostentação. Em entrevista ao jornal *O Dia*, Alexandre Pires conta que a opção de vestuário adotada pelo grupo (terno e gravata) “virou sinônimo de elegância e *respeito ao público*” (grifo meu).

Na mesma reportagem, a jornalista Márcia Disitzer comenta o trabalho de figurinistas que passaram a atuar nesse mercado, identificando detalhes estéticos que norteiam a relação entre roupas, *showbiz* e pagode romântico. Segundo a reportagem,

[...] conter o uso excessivo de roupas coloridas e brilhosas, evitar peças de gosto duvidoso e criar um estilo próprio são algumas tarefas dos figurinistas que cuidam do visual dos pagodeiros. O exemplo mais feliz dessa união é o trabalho feito pela estilista pessoal Fabiana Kherlakian com o grupo Só Pra Contrariar: o visual luxuoso do grupo lançou o vocalista Alexandre Pires como símbolo do pagode elegante. (apud Ferreira, 1998d)

O vestuário é um símbolo de posição social que se completa com outros bens de consumo (carros, casas, celulares), conferindo legitimidade e credibilidade aos artistas. Ao adotarem terno e gravata e contratar estilistas profissionais, os grupos estão investindo em imagem com a certeza de que o retorno midiático se reflete em maior respeitabilidade social e, por que não, estética. Ao mesmo tempo, sucesso comercial em música popular representa um excelente retorno financeiro, e o enriquecimento dos artistas do pagode romântico é assunto sempre abordado (muitas vezes, é o tema central) em diversas reportagens em revistas e jornais. Nessas matérias, nota-se um certo desprezo artístico pelo trabalho dos grupos ao enfatizar valores e futilidades dos artistas em detrimento da apreciação estética de sua obra. Alguns títulos se dedicam exclusivamente à imagem ou à listagem de práticas de consumo dos grupos, enfatizando exageradamente o aspecto financeiro (“Os bonitões do sambalanch”, “Pagode S./A.”, “Milionários do pagode” etc.). Temos, portanto, uma situação ambígua sobre o patrimônio adquirido dos artistas, que,

ao mesmo tempo, serve para desqualificá-los em matérias que conferem um ar pitoresco a seus hábitos de consumo, e funciona como símbolo de *status* social, conquistado por meio de suas músicas.

Dentre as estratégias de legitimação, a ampliação do mercado – que resulta em compensações financeiras – integra um argumento de cunho mais econômico do que exatamente estético:

As pessoas que criticam o samba devem querer ouvir essas Madonna da vida. Deviam procurar saber que quem está tocando no violão música popular brasileira dá emprego para muita gente. Quem critica só pode estar ganhando lá fora para poder criticar um trabalho que é a nossa língua, a nossa cultura. O Michael Jackson paga salário pra elas, a Madonna paga salário para elas. (Luiz Carlos, 1995)

A oposição nacional x estrangeiro é tema central na argumentação de Luiz Carlos. O samba do Raça Negra teria, sim, uma qualidade musical conquistada a partir de seu mérito comercial e ocuparia uma faixa de mercado anteriormente preenchida por artistas da música *pop* americana. Para Luiz Carlos, a área estética na qual o Raça Negra atua não comporta formas musicais muito diferentes das que o grupo pratica. Isto porque se trata de uma música que deve ser comprada por milhões de consumidores, devendo, por isso, ter fácil comunicabilidade. A legitimidade desta música estaria exatamente em seu potencial comercial e no fato de ter nacionalizado o mercado, “dando emprego pra muita gente”. O jornalista Celso Masson, da revista *Veja*, compartilha da mesma opinião, confirmando o critério da quantidade como determinante de qualidade:

Se, no princípio, o som do Raça Negra irritou os defensores do samba de museu, aqueles que se contentam em espanar o busto dos ídolos do passado mas não fazem nada de novo, hoje já conquistou até alguns sambistas tradicionais [...]. Parte do respeito conquistado pelo grupo se deve à qualidade das músicas do compositor Luiz Carlos. Elas estão sempre entre as mais tocadas e, com isso, ele se tornou um dos maiores arrecadadores de direitos autorais no País. (Masson, 1996)

Antônio Carlos de Carvalho, produtor responsável pelo lançamento do Raça Negra, afirma, sem falsa modéstia, que o sucesso do grupo produziu um

fato novo no mercado musical brasileiro, o que também se caracteriza como uma estratégia de legitimação. “Os intelectuais acham lindo o Jorge Ben usar três acordes para dizer que a chuva chove. Essas pessoas confundem brega com pobreza. Eu revigorei toda a MPB através do Raça Negra. Sedimentei o sucesso para a volta do chefão Jorge Ben Jor”(apud Pavam, 1993).

Em sua particular versão da história recente da música popular brasileira, o produtor traz para a discussão a questão da complexidade harmônica e da originalidade da letra. Na visão direta de Carvalho, se Jorge Ben Jor pode falar de coisas banais com três acordes e ser reconhecido como artista de grande prestígio na MPB, por que o mesmo não ocorre com o Raça Negra, que, segundo ele, é um divisor de águas no mercado nacional? E mais: se é legítimo falar de uma chuva que chove sem parar, porque não falar de “amorzinho”? Luiz Carlos minimiza a importância das críticas a seu trabalho:

Nunca fui de prestar atenção em crítica. Não vai ser agora, com dois milhões de discos vendidos, que vou passar a prestar. Samba é samba em todo o Brasil. O nosso só é mais reto, com uma batida diferente. Demos uma roupa nova ao samba. E 100% das nossas músicas falam de amor, paixão. (apud Só, 1994)

Apoiados em vendas expressivas de seus grupos, os sambistas da nova geração recorrentemente desdenham e desqualificam as críticas que recebem. Segundo a visão dos protagonistas desses grupos, as críticas derivam de um setor da intelectualidade e do samba que permanece à margem do mercado, cultuando o passado e deixando de se posicionar frente ao futuro: os “defensores do samba de museu”. Porém, não se pode ignorar o peso das análises críticas, derivado principalmente de onde elas partem, isto é, do grau de legitimidade que determinados jornalistas, sambistas e pesquisadores gozam para fazer essas críticas reverberarem. O reconhecimento estético desse setor não é desprezível no mercado de música, sendo continuamente buscado por todos os artistas, mesmo os de maior sucesso comercial.

É fato que a imprensa possui o poder de formar opiniões, e a publicação de uma crítica positiva tem um enorme potencial de incrementar as vendas de certos produtos culturais. Peças de teatro, filmes e espetáculos de dança tendem a obter maior sucesso comercial quando recebem críticas positivas. Mas

o mesmo não acontece quando se trata do mercado de música e de programas de televisão. O grau de alcance dos produtos audiovisuais televisivos e das canções populares supera em muito as vendas de jornais e revistas, atingindo uma percentagem bem maior da população nacional. Isso significa que um crítico de jornal pode declarar que um CD é de baixíssima qualidade, pouco criativo e de conteúdo ralo (e vimos que, de fato, isso é feito) e, ainda assim, esse disco atingir vendas estratosféricas. Analogamente, um artista ou grupo musical pode mobilizar enormes plateias em suas apresentações, vender milhares e até milhões de discos e se ressentir de pouco prestígio nas instâncias da crítica do mercado nacional de música. Essa dicotomia revela um descompasso entre o valor que cada julgamento de qualidade possui no conjunto da sociedade, ou seja, que instâncias e pessoas são reconhecidas como detentoras de um saber tal que sua opinião sobre um determinado disco ou artista adquire peso simbólico e colabora para fixar uma posição hierárquica para este produto.

Uma vez que “pagode romântico” e “samba de raiz” ocupam o mesmo segmento estético e categoria mercadológica – o “samba” –, tanto a crítica negativa quanto a positiva colaboram para associar as duas correntes estéticas no mercado de música. Graças ao sucesso comercial dos grupos de pagode romântico e à ferrenha crítica dos setores legitimados da sociedade, o gênero samba ampliou consideravelmente sua penetração no cenário da música nacional. O resultado foi uma valorização de artistas de samba, reconhecidos como de boa qualidade, que voltaram a ocupar espaço de destaque no mercado. O jornalista Carlos Rennó observa esse fenômeno:

Há momentos em que, na coexistência de variantes estilísticas de um mesmo gênero, a mais pobre, redundante e portanto mais acessível, pode até contribuir para a continuidade daquela mais rica e original, com maior taxa de informação estética, em vez de substituí-la no mercado. É o que ocorre hoje, de certo modo, com o samba tradicional e com aquilo que estamos chamando de pagode. (Rennó, 1998)

Apesar de deixar clara sua posição sobre os parâmetros de qualidade estética, Rennó reluta em aceitar simplesmente a denominação de “pagode” e reconhece a possibilidade de simultaneidade entre as duas práticas. A mesma opinião é compartilhada pelo veterano sambista Martinho da Vila, que, em



1995, atingiu a impressionante marca de 1,5 milhão de cópias vendidas de seu CD *Tá delícia, tá gostoso*, explorando uma estética musical bem semelhante a do chamado pagode romântico.

O *boom* desses grupos ajudou, indiretamente, pois acordou o departamento de *marketing* das gravadoras para o samba. As vendas sempre foram expressivas, mas não como agora. Aconteceria a mesma coisa se alguns brasileiros fizessem música italiana. Isso abriria o mercado para bons artistas da Itália também. (Martinho da Vila, 1997)

A comparação com a música italiana é instigante porque remete a um critério de valoração geograficamente determinado, como se músicos brasileiros não pudessem gravar músicas italianas com qualidade, ou grupos de São Paulo e Minas não pudessem fazer um samba de bom nível estético. A mensagem implícita nessa declaração de Martinho é que existe uma prática legitimada *a priori* e uma outra que, por utilizar elementos musicais externos aos praticados em sua localidade, se ressent de menor valor simbólico. Esse pensamento abre brecha para uma rixa muito intensa entre alguns momentos, na valorização do samba, na década de 1990: a velha disputa simbólica entre Rio de Janeiro e São Paulo.

Tendo surgido no Rio e sedimentado suas referências estéticas em torno dos bairros, morros e escolas de samba da então capital federal, a cidade é continuamente evocada e valorizada no repertório e no imaginário do gênero. Lugares específicos da cidade como Mangueira, Madureira, Estácio, Praça Onze e Lapa, além de nomearem espaços públicos, fornecem uma alta dose de representação simbólica ao serem referenciados como lugares de samba e de sambistas. A partir da desterritorialização do samba, as referências geográficas cariocas transitam em todo o território nacional e conferem ainda maior legitimidade a esse circuito físico do gênero. É claro que, ao assumir a ponta do mercado musical no início da década, o samba do grupo paulista Raça Negra mexeu com os brios do bairrismo carioca.

No imaginário caricato das distinções entre as duas capitais, a cidade de São Paulo é uma cidade profissionalizada, sede de empresas endinheiradas do capital internacional, onde as pessoas são sérias, trabalhadoras e mais “duras”, seja no molejo físico, seja no trato pessoal. O carioca, ao contrário, é um ser

alegre, sensual, pouco afeito ao trabalho, feliz com sua deslumbrante cidade e se esmera em seu constante “jeitinho” para resolver as coisas – uma cultura do trabalho e uma cultura do botequim. As distinções de lazer são ironizadas no anedotário carioca, que afirma que os paulistas, não tendo a beleza natural e democrática das mais belas praias a seu dispor, passam os finais de semana lavando carros e indo ao aeroporto “para ver avião subir e descer”.

Musicalmente, o Rio é a principal cidade do mercado de música, onde foi gestado o mais importante gênero musical do País. A música carioca seria, portanto, ritmicamente interessante, própria para manifestação coreográfica coletiva, para o *swing*, para a festa, uma vocação da cidade. Ao mesmo tempo, segundo o poeta carioca Vinícius de Moraes, São Paulo seria a cidade do “túmulo do samba”, vista apenas como um ótimo mercado para *shows* – pelo alto poder aquisitivo de sua população de elite e pela própria demanda de suas opções de lazer.

De fato, até a década de 1990, apesar de um intenso movimento do samba na capital paulista em torno das escolas de samba locais, também estimulado pela circulação nacional de artistas ligados ao gênero (cariocas ou radicados no Rio), o único sambista paulista que conquistou alguma notoriedade foi Adoniran Barbosa. A prática do samba veiculada nacionalmente continuava a ser exclusividade de artistas cariocas, e tudo parecia confirmar a sentença irônica de Vinícius. No entanto, o sucesso do Raça Negra e o posterior lançamento de outros grupos paulistas (Negritude Júnior, Art Popular, Soweto, Katinguelê, Karametade etc.) alterou esse quadro. No momento em que esses grupos passam a conquistar públicos numerosos, a legitimidade comercial do samba de São Paulo adquire visibilidade nacional e, no âmbito do mercado, ocupa casas de espetáculos – inclusive em praias cariocas, como o Canecão.

No entanto, na hierarquia estética de consagração da música popular brasileira, o Raça Negra e os outros grupos de pagode romântico não conseguiram grande projeção e sua origem geográfica se tornava mais um determinante de pouca qualidade musical. No Rio, o samba desses grupos era classificado pejorativamente como “paulista”, representando o avesso do conjunto de representações simbólicas do samba – identificado com a cultura popular carioca, com fundo de quintal, com o amadorismo, com o botequim.

João Freire Filho (2001, p. 168-172) observa ainda que a rejeição estética expressa por setores da intelectualidade carioca não se dirigia apenas ao pagode romântico, mas a todas as práticas musicais massivas produzidas fora das redondezas do Cristo Redentor. Nesse sentido, o pagode (da capital paulista), o sertanejo (do interior paulista) e o axé (de Salvador) se tornavam alvo de reações violentas de escritores e jornalistas que condenavam – estética e geograficamente – a “invasão popularesca” que ocupou o mercado de música nos anos 1990.

Luiz Carlos se defende, contestando a distinção geográfica:

Não existe essa rivalidade entre Rio e São Paulo. Os grupos de samba tocam nas duas cidades e nunca houve problema. Os que tentam criar esse clima ruim são artistas que não fazem nada de bom e querem aparecer. Tenho pena desses caras, não vale citá-los. (Luiz Carlos, 1997)

Para Sílvio Rodrigues, então produtor do grupo Negritude Júnior, a diversidade geográfica é um dado positivo no mercado, colaborando para o surgimento de novas estéticas:

Os pioneiros são do Rio, mas o estouro aconteceu em São Paulo, onde surgiram grupos como o Raça Negra. Grande parte dos artistas mais populares não são cariocas. Isso é um estímulo, pois abre novos espaços. Em Minas, por exemplo, há também grupos de samba locais vendendo bem e criando novos consumidores. (Rodrigues, 1997)

É como se a oposição entre samba de raiz e pagode romântico fosse uma atualização da antiga rivalidade entre paulistas e cariocas. Apesar disso, com o decorrer da década e a entrada em cena de diversos outros grupos como o Só Pra Contrariar, de Minas, e o Grupo Molejo, do Rio, essa distinção deixou de ser importante e se tornou superficial. Grupos cariocas como o Raça e Swing e Simpatia seguiram o mesmo padrão estético do Raça Negra e colaboraram para que essa divisão geográfica ficasse irrelevante.

Nas discussões sobre a consagração estética do pagode romântico e do samba de raiz, independentemente de sua origem geográfica, percebe-se que o primeiro tende a ser legitimado comercialmente pelo público consumidor,

que lota *shows* e esgota lançamentos fonográficos, enquanto a prática “de raiz” tende a ser valorizada esteticamente em opiniões de jornalistas e sambistas, mas seu impacto quantitativo no mercado de música é pequeno. A separação entre as duas correntes estilísticas funcionou no mercado para dar visibilidade a essa disputa em torno da legitimidade comercial e estética, mas ofuscou a percepção de que o samba voltou a ocupar um lugar de destaque no mercado de música. Para Nenê, a oposição (e as críticas recebidas) não correspondia à prática musical do grupo e apenas serviram para dividir o universo do samba no mercado.

Foi duro [receber as críticas], porque a gente era fã de alguns artistas, como a Beth, que a gente decorava a ficha técnica, pra saber quem era quem, quem tocava, quais eram os compositores. Com as críticas como a dela, a gente se decepcionou um pouco. Porque, na época, o certo era a gente do samba se juntar pra ter mais força e não ficar criticando. (Nenê, 2005)

De fato, o momento de mercado era propício para o samba, e a disputa em torno de posições prestigiadas, tanto nos parâmetros comerciais quanto estéticos, evidenciou ainda mais o gênero no mercado. No meio das discussões sobre *o que* era samba e *quem* tinha legitimidade para afirmar pública e mercadologicamente que fazia samba, algumas questões que historicamente dificultavam a projeção comercial do gênero e mantinham a posição simbólica dúbia no imaginário nacional estavam sendo reelaboradas. Dentre essas, o tema mais visível e que aparece de forma mais contundente, não só na música mas em toda a sociedade brasileira, é a questão étnica. O sucesso de grupos formados principalmente por negros e com nomes tão explícitos como Raça Negra, Grupo Raça, Negritude Júnior, Raça Brasileira, Só Preto Sem Preconceito, Os Morenos, entre outros, trouxe à tona, no campo da música popular brasileira, de forma evidente, o grande debate em torno da posição social do negro na sociedade brasileira.

#### O NEGRO E O SAMBA

No final do século XX, intensos debates em torno do preconceito racial no Brasil ocorriam em várias esferas, promovendo uma “conscientização” da

população para suas manifestações. Diversos movimentos populares passam a denunciar o racismo da sociedade brasileira numa atuação que culmina na fundação do Movimento Negro Unificado em 1978 e, onze anos mais tarde, na regulamentação da lei 7.716/89, que pune com reclusão e multa os crimes resultantes da “discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional”. Institui-se o Dia Nacional da Consciência Negra, posteriormente reconhecido como feriado nacional e comemorado pelos quatro cantos do País no dia 20 de novembro, data do aniversário do assassinato de Zumbi, o mais importante líder do referencial Quilombo dos Palmares. O centenário da Abolição reforça os debates. A baixa representação de negros em programas e novelas de televisão, na política e nas diretorias de empresas começa a ser questionada, e são criados produtos destinados ao público negro (linhas de cosméticos, revistas, penteados etc.).

Todo esse movimento tinha (e ainda tem) um alvo bastante claro: o forte racismo camuflado que habita até os dias de hoje o imaginário compartilhado da cultura nacional. Nesse sentido, a valorização das práticas culturais trazidas pelos africanos escravizados em solo brasileiro se constitui em uma importante estratégia de aumento do prestígio da influência negro-africana na sociedade brasileira e, conseqüentemente, de eliminação progressiva do racismo. O samba, sendo um gênero valorizado da cultura nacional e reconhecidamente uma manifestação musical criada em ambientes majoritariamente frequentados por negros, se torna um dos pilares dessa luta.

Segundo José Jorge de Carvalho, os principais modelos de construção identitária de uma cultura musical afro-brasileira derivam dos cultos religiosos trazidos pelos escravos e adaptados às duras condições sociais do regime escravocrata. Esses modelos (fundados nas práticas do candomblé, das congadas e da umbanda) têm como característica uma estratégia de *inclusão*, isto é, de estabelecimento de um pertencimento ampliado capaz de abranger não só os negros africanos e seus descendentes, mas também brancos, mulatos ou imigrantes de várias localidades.

Do ponto de vista da identidade étnica, o *candomblé* não estabelece distinção de cor, racial ou social: todo mundo é um membro em potencial, uma vez que todo ser humano tem seu orixá; então,

pretos ou não pretos, brasileiros ou não brasileiros, são oposições que não fazem sentido no mundo dos orixás; eles são apenas africanos no nível mitológico; e no nível da identificação individual, eles são simplesmente universais. (Carvalho, 1992, p. 188)

É evidente que esse caráter inclusivo foi estratégico para que as práticas religiosas fossem toleradas pela elite branca europeizada. O sentido de inclusão foi ainda fundamental para o samba no momento de sua fixação como gênero nacional, driblando os fortes preconceitos raciais para sedimentar seu espaço no mercado musical.

Por outro lado, a estreita identificação do samba com setores marginalizados da população, formados principalmente por negros, era evidente. Assim, as estratégias de legitimação do gênero no incipiente mercado musical da primeira metade do século XX procuravam, sempre que possível, neutralizar essa óbvia identificação, recorrendo a metáforas e omissões, cujo eixo principal era a valorização do próprio samba (representado como forma ideal), de seus elementos característicos (pandeiro, violão) e de seus lugares específicos (morros, botequins, terreiros). Com o passar dos anos, o gênero passou a ser valorizado também por sua história, por meio de obras e sambistas consagrados, continuamente revisitados, homenageados e cantados em rodas e *shows* de samba. Entre mestres do passado, elementos musicais recorrentes, espaços comunitários referenciais e obras regularmente cantadas, os protagonistas da categoria samba valorizavam não só o gênero, mas também sua ancestralidade, que, é claro, incluía referências às culturas africanas que lhe serviram de inspiração, mas que foram quase sempre apresentadas de forma indireta ou apenas presumida.

Nas últimas décadas do século XX, houve uma mudança nesse padrão, tornando mais explícita a caracterização do samba como uma música criada por negros, tanto em canções quanto em textos de sambistas e pesquisadores, os quais começam a utilizar o gênero como um exemplo para a valorização da cultura negra. No início de seu livro *Escola de samba, árvore que esqueceu a raiz*, publicado em 1978, Candeia e Isnard são categóricos: “para se falar de samba, temos que falar de negro; para se falar de negro, temos que contar sua árdua luta através de muitas gerações, erguendo seu grito contra o preconceito

de raça e de cor, herança da escravidão” (1978, p. 5). No mesmo ano, Muniz Sodré publica a primeira edição de seu livro *Samba, o dono do corpo*, no qual afirma:

Na realidade, os diversos tipos de samba (samba de terreiro, samba duro, partido-alto, samba cantado, samba de salão e outros) são perpassados por um mesmo sistema genealógico e semiótico: a cultura negra. Foi graças a um processo dinâmico de seleção de elementos negros que o samba se afirmou como gênero-síntese, adequado à reprodução fonográfica e radiofônica, ou seja, à comercialização em bases urbano-industriais. (Sodré, 1998, p. 35)

A valorização da contribuição dos negros na sociedade brasileira por meio do samba estava, de fato, na ordem do dia. Três anos antes do lançamento do livro de Sodré, o sambista Candeia, insatisfeito com o já irreversível processo de espetacularização profissionalizada da Portela, funda o Grêmio Recreativo de Arte Negra e Escola de Samba Quilombo, cujo principal objetivo seria o de “desenvolver um centro de pesquisas de arte negra, enfatizando sua contribuição à formação da cultura brasileira” (apud Vargens, 1997, p. 75). Em 1978, a Quilombo desfila com um samba de Wilson Moreira e Nei Lopes intitulado *Ao povo em forma de arte*, cuja letra, apesar de extensa, merece transcrição:

Quilombo  
 Pesquisou suas raízes  
 E os momentos mais felizes  
 De uma raça singular  
 E veio pra mostrar essa pesquisa  
 Na ocasião precisa  
 Em forma de arte popular  
 Há mais de quarenta mil anos atrás  
 A arte negra já resplandecia  
 Mais tarde a Etiópia milenar  
 Sua cultura até o Egito estendia  
 Aí o legendário mundo grego  
 A todo negro de etíope chamou  
 Depois vieram os reinos suntuosos  
 De nível cultural superior  
 Que hoje são lembranças de um passado

Que a força da ambição exterminou  
 Em toda cultura nacional  
 Na arte e até mesmo na ciência  
 O modo africano de viver  
 Exerceu grande influência  
 E o negro brasileiro  
 Apesar de tempos infelizes  
 Lutou, viveu, morreu e se integrou  
 Sem abandonar suas raízes  
 Por isso o Quilombo desfila  
 Devolvendo em seu estandarte  
 A história de suas origens  
 Ao povo em forma de arte

A letra deste samba contextualiza muito bem a noção que norteava o movimento negro no final do século XX: uma revisão histórica para reafirmar a força da colaboração africana na cultura nacional, na arte e “até mesmo na ciência”. Neste período, ocorre uma “mudança real no modelo de construção estética da identidade negra no Brasil, apresentada em certos estilos de música popular (entendida como comercial) [...], que, de forma explícita e consciente, procura se identificar como “negra” (Carvalho, 1992, p. 197).<sup>6</sup> Os exemplos dessa adoção de uma nova visão sobre a temática são diversos e passam pela importação do *reggae* jamaicano, do *blues* e da *soul music* norte-americana e, posteriormente, do *funk* e do *rap*, todas manifestações musicais profundamente identificadas com a etnia negra. O samba, evidentemente, acompanhava este processo e começava a ser explicitamente tratado como uma manifestação artística de negros, instrumento de valorização do orgulho de “uma raça singular” no País. Dez anos depois de *Ao povo em forma de arte*, a temática seria abordada novamente no samba-enredo da Escola de Samba Vila Isabel intitulado *Kizomba, festa da raça* (Rodolpho/Jonas/Luis Carlos da Vila), que venceu o prestigiado desfile carioca:

Valeu Zumbi  
 O grito forte dos Palmares  
 Que correu terra, céu e mares  
 Influenciando a Abolição



É nesse contexto que devemos entender o surgimento comercial de grupos de samba cujos nomes faziam, direta ou indiretamente, referências à questão étnica. A adoção de nomes politicamente implicados com a luta contra o racismo e com a afirmação do orgulho negro pertence a um conjunto de ações e elaborações do pensamento social que, de fato, têm promovido uma mudança no modo de a sociedade absorver seu passado escravista. Nesse sentido, a “causa” negra estava presente no imaginário da população e aparecia de forma evidente nas práticas populares historicamente identificadas com as populações negras das cidades. Grupos de música popular compostos por jovens negros habitantes das periferias das grandes cidades que, sintomaticamente, criavam sua linguagem musical a partir do samba, estavam em uma posição sociopolítica particularmente sensível a esse pensamento.

O percussionista Gabu, ex-integrante do Raça Negra, fornece uma explicação bem direta para o nome do grupo: “Sete negões, né? Não tinha outra!” (1994). A simplificação da frase do músico revela uma relação direta entre toda essa ambientação política e a prática musical desses jovens. Parece que não havia mesmo outra opção: a “festa da raça” se impunha. No início da carreira, antes de se chamar Raça Negra, o grupo se apresentava com o nome de “A cor do samba”.

No entanto, a identificação do samba com sua origem negra não deriva exclusivamente de uma aproximação filosófica, hereditária e social previamente determinada. Há elementos característicos, na prática do samba, que favorecem essa identificação com o “modo africano de viver” e reforçam a ancestralidade da música dos ritos africanos e sua influência na prática sociomusical do samba. A utilização do paradigma do Estácio, por exemplo, revela um traço reprocessado da contrametricidade da música africana e aproxima a prática do samba deste passado referencial, auxiliando no estabelecimento de sua origem étnica. Ao mesmo tempo, a ênfase e a valorização do fazer musical amador, cujo modelo é a prática de “fundo de quintal”, associa a música-samba ao contexto étnico e social de sua criação, intensificando a identificação do gênero com as populações negras marginalizadas do início do século XX.

Porém, paradoxalmente, a música do Raça Negra evita de forma intencional esses elementos e associações, o que gera uma espécie de descompasso

entre a música e o nome do grupo, numa posição pouco clara frente à questão do preconceito racial. Talvez a frase de Gabu esclareça a ideia: apesar de não apresentar em sua prática musical nenhuma referência mais explícita ao tema da etnicidade, a evidente identificação entre os integrantes pela cor da pele, inserida em um contexto sociocultural de afirmação do orgulho negro e somado à utilização do samba como forma de expressão, direcionavam o grupo para uma espécie de *obrigatoriedade* de engajamento na luta contra o preconceito racial. Reforçando esta noção, o cantor Luiz Carlos afirma que o nome do grupo não tinha conotação “nem social, nem racial, nem de levantar bandeira, nada disso”.

Acho que a melhor coisa pra você defender a sua etnia, a sua cor, é você agindo nas suas atitudes [sic]. Não adianta você levantar a bandeira do negro no país e ser um mau-caráter... Pra você levantar bandeira, você tem que levantar bandeira da forma correta. Musicalmente falando, eu acho uma besteira, uma tolice, a não ser que você esteja num local propício pra isso. Eu não ia entrar na casa de umas pessoas com músicas de conotação racista ou defendendo alguma bandeira. Sei lá se a pessoa quer saber disso. O público do Raça Negra não é o negro, o branco; é todos eles: o branco, o negro, o amarelo, o vermelho. (Luiz Carlos, 2005a)

De fato, a música do Raça Negra é absolutamente universal, abrindo possibilidades múltiplas de identificações: homem, mulher, branco, negro, “amarelo ou vermelho”. O tema é o amor e o amor não tem cor.

Contudo, entre militantes do Movimento Negro e simpatizantes da luta contra o preconceito, o discurso integrador de Luiz Carlos não é corroborado com tanta naturalidade. O sambista Nei Lopes (sempre ele!), por exemplo, critica a posição adotada pelo grupo e seguida por alguns outros que obtiveram sucesso no período. Segundo o autor, no final do século XX, o samba se transformou em um produto “fútil e imediatista”.

E isto talvez por conta do conjunto de estratégias de desqualificação que ainda sustentam as bases do racismo antinegro no Brasil. É esse racismo que, no nosso entender, vai cada vez mais separando coisas indissociáveis como o samba e a macumba, a ginga e a mandin-

ga, a música religiosa e a música profana, desaffricanizando, enfim, a música popular brasileira. Ou “africanizando-a” só na aparência, ao sabor das modas globalizantes *made in* Jamaica ou Bronx. (Lopes, 2004, p. 55)

Segundo essa visão, ao separar “samba e macumba”, os grupos de pagode romântico da década de 1990 estariam eliminando elementos característicos do gênero que remeteriam à sua ancestralidade africana e à própria formação do gênero. O processo de desaffricanização seria, portanto, representado por uma progressiva perda de referências às raízes da música brasileira e, com isso, promoveria um ambiente cultural cuja valorização da contribuição da cultura negra estaria camuflada. Em outras palavras, ao incluir referências musicais exógenas à prática consagrada do samba e eliminar alguns de seus elementos simbólicos mais expressivos (o cavaquinho, o paradigma do Estácio, a reverência aos mestres do passado, a estreita simbiose com a religião), este samba estaria se afastando de sua origem afro-brasileira. Para Nei Lopes, o “*pop* milionário, sem pátria e sem identidade palpável (mesmo quando pretende ser étnico), é exatamente aquela parte da música dos negros americanos que a indústria do entretenimento desaffricanizou” (2004, p. 55).

A tese da desaffricanização é coerente com a ideologia que postula que a fonte mais expressiva de valor cultural se encontra na “raiz”. Já vimos que, definitivamente, este não é o caso do Raça Negra. Nos dez discos lançados pelo grupo entre 1991 e 2000, a utilização recorrente de elementos da música *pop* internacional e a ênfase insistente na temática do amor concreto e realizável escondem propositadamente uma aproximação com a questão étnica. O grupo desenvolve seu samba com a intenção evidente de evitar associações com sua etnicidade, tão acentuada em seu nome. É como se, na música do Raça Negra, não existisse a raça negra. Porém, essa ambiguidade revela a profundidade da questão étnica na sociedade brasileira. Ao atuar no mercado com a intenção explícita de agradar a “vermelhos e amarelos”, o grupo apresenta uma versão da inclusão do negro na sociedade desvinculada do passado escravista e ligada à imagem de sucesso profissional e à valorização de *status* social. Uma estratégia, de fato, “desaffricanizada”, mas que manifesta uma outra forma de luta contra o racismo ao difundir, via indústria do entretenimento, um modelo

alternativo de orgulho negro, não necessariamente fundado na África. Nesse sentido, a teoria da africanização como eixo de valorização e identidade negra perde força, cedendo lugar a uma inserção midiática de grupos formados por negros nas esferas mais valorizadas comercialmente do mercado musical.

Vale destacar, mais uma vez, que nem todos os grupos de pagode romântico rezam pela mesma cartilha inaugurada pelo grupo paulista. Adotando a temática da etnia no nome, assim como seu conterrâneo Raça Negra, o Negritude Júnior inclui sistematicamente em sua obra um componente de crítica social e, em entrevistas, manifesta indignação com a situação do negro nas periferias das grandes cidades. Essa opção já se evidencia a partir do primeiro disco do grupo, lançado pela gravadora Zimbabwe, voltada para o lançamento de artistas negros. A gravadora surgiu como um desdobramento de uma empresa de bailes que já apresentava uma ênfase na atuação social-racial. Segundo William Santiago, um de seus sócios,

[...] na época em que começamos, a gente só fazia bailes para a comunidade. Lembro que, na época, investimos o lucro de todos os nossos bailes. A nossa proposta era trabalhar com artistas negros. E acredito que conseguimos. Tem de ser assim, nosso povo tem menos oportunidade. (1999)

Imbuídos do espírito politicamente engajado de William, os integrantes do Negritude, no decorrer de sua vitoriosa carreira, abordaram em diversas oportunidades a temática do preconceito racial e da exclusão social. Na música *Sr. presidente* (Wagninho/Netinho), lançada em 1996, esse teor é bastante evidente:

Senhor presidente espero que se encontre bem  
 Pois a nossa gente ainda anda esmagada no trem  
 Idosos vendendo pipoca e amendoim  
 Que país é esse, meu Deus, o que será de mim  
 Senhor presidente, a semana passada quem viu  
 A nossa cidade de tanta água quase que sumiu  
 No posto de saúde não tinha ninguém pra atender  
 A pobre da moça que estava pra ganhar neném  
 Acabou nascendo um menino forte e bonitão

Que a gente faz votos pra que não vire ladrão  
 A mãe só tem quinze e o pai foi preso na boca  
 E nas faculdades o *crack* é a nova onda (quem diria!)

Essa letra, impensável no repertório do Raça Negra, apesar de não ser explícita quanto à questão étnica, aborda de forma implícita no quadro dramático da crônica social. Para o Negritude, o componente étnico se funde com a crítica das condições de vida da população das periferias. Neste aspecto, apesar de ter ocupado o mercado de música por meio de seus sambas românticos, interpretados pela voz suave e quase infantil do cantor Netinho, o conteúdo crítico de algumas de suas canções permite ao grupo se aproximar, por exemplo, do *rapper* Mano Brown, dos Racionais MC (também lançado pela Zimbabwe), que participa da gravação da faixa-título do disco *Gente da gente*, de autoria de Wagninho e Netinho:

Esse samba é pra gente da gente  
 Que vive a pegar no batente  
 Com sol ou com chuva ou doente  
 Sabe que tem que trabalhar  
 [...]  
 Essa gente é na gente que crê  
 Negritude é lição de viver  
 Juventude drogada pra quê  
 Ai meu deus o que posso fazer  
 Essa gente já sofre demais  
 São tratados como animais  
 E só querem um pouquinho de paz  
 E precisam ouvir Racionais

Em todas essas músicas, há uma relação clara entre exclusão social, preconceito racial, drogas e criminalidade, muitas vezes se configurando como uma relação de causa e efeito contra a qual é necessário resistir e encontrar uma alternativa. Em *Terra prometida*, os autores são bem explícitos:

Se liga no assunto, pivete  
 Pra que assaltar lanchonete  
 A massa já está de olho em você  
 Aí vê se entende o recado

Você está no caminho errado  
Ficar nesse embalo de drogas pra quê

Ao mesmo tempo, o Negritude se coloca uma função social ao patrocinar programas sociais na Cohab de Carapicuíba e promover, por meio de sua música, uma valorização da “negritude”. O refrão da música *Periferia* (EMI, 2000), também de Wagninho e Netinho, demonstra claramente essa opção:

Honre sua cor  
Mostre seu valor  
Periferia é amor  
Negro é luz, calor

Netinho, ex-cantor do grupo, manifesta com frequência em entrevistas sua indignação com a discriminação racial no Brasil: “Queremos mostrar para os diretores de dramaturgia que existem negros no Brasil. Sinto dificuldade de ver negros na televisão. Contam-se nos dedos os negros que trabalham em novelas” (1998). Sobre o sucesso dos grupos de pagode romântico e a valorização implícita da autoestima dos negros, atesta: “O cara vê o Só Pra Contrariar na televisão e diz: ‘Olha, o Alexandre Pires é bonito, então eu também sou bonito!’”. Faltava isso. Esse cara não tinha referência. Não tinha no país ninguém com uma história como a nossa” (ibid.).

A ação política de valorização da negritude não se restringe, no caso do grupo, ao aspecto simbólico de sua prática musical. Em entrevista à revista *Raça*, Netinho fornece detalhes sobre o funcionamento empresarial das empresas que trabalham em torno do Negritude Júnior e de sua atuação diversificada no mercado. Na ocasião, descreve uma ampliação nos negócios, sem perder o foco da questão étnica:

Nos últimos anos, houve uma exploração da beleza negra por parte dos brancos. Eu não acho isso justo. Se meu povo tem que pagar pela beleza, que esse dinheiro vá para as mãos de gente de nossa comunidade. Então, eu resolvi montar um salão classe A para negros, com o mesmo padrão de um Jacques Janine. Fiz acordo com os fornecedores, de forma que meu preço não precisa ser igual ao daquele salão, porque a maioria do meu povo não tem o mesmo dinheiro que os clientes de lá. Os salões que eu via por aí, dedicados ao público

negro, tinham ótimos profissionais, mas com espaço muito indigno, muito feio, sujo, muito deteriorado. O que estou fazendo aqui na região de Osasco, e também em Santana, onde abrimos a primeira franquia, é seguir o exemplo branco: pegamos os melhores funcionários e os trazemos para trabalhar aqui. Agora estamos nos unindo à Wagner Company, um dos melhores salões de São Paulo. (Netinho, 2000)

Nesta narrativa, podemos observar que o engajamento do grupo na valorização do negro, na sociedade, não é intuitivo ou secundário, mas uma intenção política, cultural e empresarial, com ramificações em diversas áreas (projetos sociais, músicas, produtos de beleza, camisetas e *shows*).

É verdade que, ao mesmo tempo que a temática surge com força em parte do seu repertório, em declarações à imprensa e em atitudes práticas, a obra do Negritude Júnior, de uma forma geral, tem poucas referências musicais e simbólicas à prática do samba comunitário, fundado no referencial etnicossociocultural do fundo de quintal e das relações comunitárias. Nesse sentido, a ideia de Nei Lopes, de que se trata de uma música “desafricanizada”, ganha força e pertinência. Apesar disso, não é possível dizer que o Negritude Júnior ou mesmo o Raça Negra são grupos cuja atuação artística ocorra sem abordar a questão da etnicidade. A música popular como forma de expressão e ambiente simbólico no qual pensamentos são processados e compartilhados é uma prática cultural que naturalmente tende a representar essas diferentes formas de ação e pensamento, que refletem e revelam as ambiguidades e complexidades da própria sociedade. É possível entender que a abordagem que o Negritude Júnior dá ao tema é mais sintonizada com o momento cultural, no qual a valorização do orgulho negro se tornou eixo principal da atuação dos movimentos que lutam contra o preconceito racial. Ocorre que esse orgulho não está construído sobre uma valorização de um passado, mas em cima de conquistas e processos presentes, voltados para o futuro. Há, de fato, uma diferença de estratégias entre a “pesquisa de raízes” que o Grêmio Recreativo de Arte Negra e Escola de Samba Quilombo desenvolvia na década de 1970 e a abordagem direta de quem recomenda “honrar a cor” para uma gente que ainda anda “esmagada no trem” e precisa “ouvir Racionais”. No entanto, ambos são modelos de construção de identidade negra por meio da música popular,

que convergem em ações práticas e simbólicas de valorização do negro na sociedade e na luta contra a discriminação.

No caso do samba, essas duas visões sobre a questão se unem na denúncia e nas disputas para aumentar o valor simbólico da categoria no quadro hierárquico da música popular e, com isso, conquistar reconhecimento estético e mercadológico.

#### UM TRAÇO DE UNIÃO: O PRECONCEITO

A noção de que o samba é uma categoria tratada com preconceito é compartilhada pela esmagadora maioria das pessoas que trabalham e convivem com essa prática musical. Desde sua fixação como gênero nacional e, principalmente, a partir da década de 1960, quando a MPB assume um lugar de maior prestígio hierárquico no mercado de música, os sambistas denunciam e lutam para reduzir esse preconceito. Não é raro perceber que, em diversas ocasiões, o gênero é relegado a um plano de prestígio inferior e qualificado como prática subalterna, protagonizado por sujeitos de menor legitimidade na sociedade. Nesse sentido, há uma inter-relação muito estreita entre a questão étnica e a social.

Umbilicalmente identificado como música criada por setores marginalizados da sociedade, no seio de uma população majoritariamente negra ou mulata, o samba percorreu, no decorrer do século XX, um longo caminho de idas e vindas para se afirmar no mercado e conquistar prestígio. O preconceito contra o samba é uma face do preconceito que as classes sociais de maior poder econômico nutrem com relação aos setores mais humildes da sociedade. Portanto, um gênero musical que traz a marca de um contingente populacional de menor poder aquisitivo é, inevitavelmente, diminuído em seu valor cultural por setores da elite econômica. Completando o quadro que caracteriza sua valoração inferiorizada no mercado, o ambiente cultural representado na utilização de determinados elementos estéticos, no repertório do samba (rítmicos, sonoros, poéticos, estilísticos etc.), reforça o pertencimento do gênero ao fundo de quintal, à prática comunitária e amadora do fazer musical, rechaçando elementos e pensamentos estranhos a esse espaço cultural. Com isso, o preconceito se acentua.



Por outro lado, esse mesmo samba ocupa espaços legitimados do mercado de música e é praticado e defendido por parcelas intelectualizadas da classe média, com acesso privilegiado a determinadas instâncias de decisão de políticas culturais e aos meios de comunicação – sobretudo rádio e imprensa em geral. Ao mesmo tempo, muitos sambistas conquistaram razoável legitimidade estética no mercado musical, compartilhada inclusive pelos setores mais preconceituosos da elite econômica. Paulo da Portela, Cartola, Nelson Cavaquinho e Paulinho da Viola são exemplos de sambistas que obtiveram um bom reconhecimento cultural no mercado e colaboraram para legitimar o samba como música de alto valor na sociedade.

Todo esse contexto de disputa colaborou para o desenvolvimento da noção de que o samba é uma prática de *resistência* das populações marginalizadas. E essa resistência se caracteriza pela adoção de valores perenes, provocando, muitas vezes, um certo fechamento estético a influências externas. O samba deve resistir à cultura internacional-popular, ao mercado, à influência americana, à ganância dos proprietários de gravadoras e meios de comunicação, ao *rock*, ao *pop*, enfim, deve sobreviver em meio a um ambiente hostil.

A noção de um samba que se coloca em oposição a outras práticas musicais levou, no decorrer dos anos, a uma outra ideia bastante presente no imaginário do samba, que diz respeito ao “fim” do samba, à sua morte. Essa morte anunciada é revisitada com impressionante frequência nas letras de samba e funciona, mais uma vez, como uma afirmação da permanência temporal do gênero, que, por sua vez, extrai sua força e sua renovação exatamente da sua proximidade e comunicação estreita com a “raiz”.

Em 1975, Alcione grava um samba de Edson e Aloísio que implora já no título: *Não deixe o samba morrer*. Três anos depois, no famoso disco *De pé no chão*, Beth Carvalho lança o clássico *Agoniza mas não morre*, de Nelson Sargento. Em 1983, um samba de Jorge Aragão e Dida, protagonistas da “nova morada” do samba, nos anos 1980, afirmava que, “se alguém disser que o samba acabou, diga que se enganou, se enganou” (*Questão de fé*, gravado por Alcione no disco *Almas e Corações*). A mesma ideia ressurgiu em *Eu canto samba*, de Paulinho da Viola, de 1989:

Há muito tempo  
Eu escuto esse papo furado  
Dizendo que o samba acabou  
Só se foi quando o dia clareou

Quatro anos depois, já no auge da explosão do pagode romântico, o grupo Fundo de Quintal lança um LP cuja faixa-título diz: “fazem de tudo pra silenciar a *batucada dos nossos tantãs*”. Neste caso, a resistência é contra um sujeito oculto, que deseja efetivamente impor o silêncio ao samba. Pensar nesses termos em 1993, ano que marca a entrada de Só Pra Contrariar e Negritude Júnior no grande mercado, depois de dois discos de vendagem milionária do Raça Negra, pode ser um tanto estranho, mas evidencia uma preocupação constante dos sambistas, que acaba se tornando um tema prestigiado do repertório do samba. Ao mesmo tempo, reforça uma separação entre a prática musical do pagode romântico e a “raiz” do samba do Fundo de Quintal. Mas porque querem silenciar essa batucada?

Segundo Neoci, importante sambista do Cacique de Ramos, a resposta se encontra no fato de o samba ser “uma manifestação de preto e de pobre” (1987). Na década de 1980, com a explosão do pagode, a discussão em torno da discriminação do samba no mercado foi tema recorrente. Para Marcos Silva, então gerente da RGE – gravadora que mais lançou sambistas no período –, o sucesso foi uma vitória da persistência de todos os agentes envolvidos.

Fomos tombando obstáculos. Antes, nos restaurantes e bares, existia uma plaqueta: “É proibido batucar”. Hoje, eles mesmos contratam pagodeiros. Mas tivemos que trabalhar com muitas barreiras, porque o pagode era considerado coisa de malandro, e as rádios não queriam tocar também por causa do medo. (Silva, 1987)

Com o sucesso do pagode, o preconceito passava a ser administrado no mercado e conseguia furar alguns espaços. Na mesma época, Ubirany, do Fundo de Quintal, observa:

O samba ainda é um pouco discriminado. É claro que houve progressos. Os meios de comunicação passaram a divulgar mais, as gravadoras se interessaram e o público atualmente compra mais discos.

Além disso, algumas rádios passaram a tocar o pagode diariamente. Mas, em compensação, nas FMs, quase não se ouve samba. Quando muito, eles fazem um programa exclusivo de samba com dia e hora marcada. (Ubirany, 1987)

No entanto, a ênfase no amadorismo da prática do samba e o grande prazer com que alguns dos protagonistas do pagode dos anos 1980 cultivavam essa vivência comunitária dificultaram uma maior projeção do gênero em uma conjuntura de mercado que buscava, cada vez com mais afinco, uma otimização das carreiras e profissionalização de todos os aspectos que envolviam o *showbiz*. Luiz Carlos, do Raça Negra, conta que o grupo teve dificuldades no mercado, antes do lançamento do primeiro disco, em 1991.

Quando cheguei na Copacabana, antes da RGE, para mostrar nosso demo, ele nem quis atender. “Não quero negócio de samba aqui não, essa cambada de maconheiro”. Até hoje eu me lembro, foi isso que ele falou. Então, o samba tinha essa coisa por ter estourado, ter virado um produto de mercado e eles não souberam aproveitar na época. O samba na realidade, nesse momento, estava marginalizado porque estava vindo o sertanejo com Chitãozinho e Xororó e os caras com profissionalismo e uma produção enorme em cima do sertanejo. E estava todo mundo de olho no sertanejo, que era o grande mercado. (Luiz Carlos, 2005a)

O cantor e compositor Luiz Carlos aponta um outro aspecto do preconceito contra o samba: a falta de profissionalismo e a associação com drogas e marginalidade. Pudemos observar que a estratégia comercial de todos os grupos de samba que surgiram no contexto dos anos 1990 buscava estabelecer uma relação profissional com o mercado que queriam ocupar, elaborando “regras” de conduta e se posicionando como aliados dos agentes de gravadoras e empresários de *shows*. Com essa postura, conseguiram, de fato, alcançar voos mais expressivos no mercado profissional de música, ocupando rádios FM, prestigiadas casas de espetáculos de grande porte e as primeiras colocações em listas de mais vendidos e mais tocados. Não é exagero afirmar que os grupos de pagode romântico dos anos 1990, ao compatibilizarem samba com comunicação de massa, samba e mercado, produziram uma diminuição

no preconceito comercial que alguns agentes de empresas de entretenimento tinham com relação ao gênero.

Por outro lado, ao se afastarem esteticamente de alguns elementos característicos da prática legitimada do samba, esses grupos perderam o respaldo da crítica especializada e a identificação com sambistas prestigiados no cenário musical, o que os relegou a um plano hierárquico inferior nas categorias de classificação do mercado. A consequência é que não foi possível, em um primeiro momento, vencer outros preconceitos que ainda circundam o fazer samba, esses relacionados às questões étnicas e sociais. O samba e, mais especificamente, o *pagode*, continuaram associados negativamente às populações negras das periferias. O experiente produtor Rildo Hora confirma que os artistas de samba, especialmente os que estão em início de carreira, sofrem um certo preconceito:

Existe uma espécie de uma coisa muito disfarçada, assim, um pouco de racismo. Não digo por parte das gravadoras não, digo da sociedade de um modo geral, de ver a ascensão de um cara de uma classe menos privilegiada; isso cria um certo problema pra quem esteja chegando. Mas depois que o cara consegue botar o bloco na rua, começam a achar bonitinho. Isso existe mesmo no mundo inteiro, principalmente contra os negros, acho, existe um certo preconceito. (Hora, 2005)

Acostumado com a instabilidade do mercado e com as resistências dos diretores de gravadoras, Rildo não acredita que o preconceito seja responsável por uma diminuição do espaço do samba no mercado.

As gravadoras encontram um caminho que está dando pé e vão naquilo. Se por acaso for samba, muito bem. Se for outra coisa, eles também vão ganhar. Eles não têm essa preocupação com “aspectos e cores” da paisagem brasileira. Não acho que haja má vontade. (Hora, 2005)

É verdade que, de tempos em tempos, o mercado fonográfico brasileiro vivencia um grande sucesso de samba, ora configurando um movimento ou uma moda, ora representando êxito isolado de algum artista mais legitimado comercialmente. No entanto, a percepção de que os sambistas sofrem uma

certa discriminação, mesmo quando ocupam os lugares mais altos nas listas dos “dez mais”, é comum a quase todos os músicos. Para Luiz Carlos, este preconceito é mais social do que racial:

Até hoje, logicamente, existe um preconceito muito grande em cima do samba. Tem muita gente que adora. No Carnaval, se veste de baiana e, quando você vai entrevistar, ele diz que detesta esse ritmo. Mas, no carnaval, ele tava cantando, todo suado, com sua roupinha, sambando e tudo. Existe um preconceito social. É muito mais fácil eu falar que escuto todo dia *A Voz do Brasil*, que vão dizer: “Esse cara é culto”, do que dizer que escuto a FM O Dia ou a Transcontinental [que tocam samba]. (Luiz Carlos apud Saint-Clair, 1995)

Alexandre Pires observa ainda que existe um preconceito nos profissionais da imprensa, que relutam em divulgar e comentar positivamente as conquistas dos grupos de pagode romântico.

O Só Pra Contrariar, hoje, é o maior nome da música brasileira fora do país, e aqui ninguém fala. Existe um respeito muito grande com o trabalho da gente pelos profissionais da imprensa lá fora. Aqui, acho que acontece o famoso preconceito contra o samba. Se fosse outro gênero, não seria assim. (Pires, 1999)

Comparando com outros gêneros, o cantor Salgadinho, do grupo Katinguelê, resume de forma bem direta a sensação de que os sambistas são sempre preteridos nas instâncias de mercado, mesmo quando atingem públicos mais expressivos: “Um grupo de *rock* vende 250 mil cópias e consegue um contrato com a Coca-Cola. O pagode vende pelo menos 700 mil e não consegue isso e, quando fica em 300 mil, dizem que é um fracasso” (2001).

É claro que a situação descrita pelo músico não pode ser explicada somente pelo viés comercial. A música popular é repleta de simbologias e identificações que se manifestam nas categorias do mercado, conferindo faixas de gosto e graus de legitimidade estética compartilhados.<sup>7</sup> O samba, apesar de ter rompido diversas barreiras mercadológicas durante a década de 1990, ocupando espaços de consagração máxima no mercado de música e superando vendas de artistas anteriormente considerados imbatíveis, ainda não foi capaz de aumentar significativamente seu *status* hierárquico neste mercado. No entanto,

a legitimidade comercial que os grupos de pagode romântico conquistaram possibilitou uma nova configuração na categoria samba e sua inserção no mercado de música, que se estendeu a todos os artistas envolvidos – novos e antigos – com sua prática.

Apesar de o Raça Negra, o Negritude Júnior e o Só Pra Contrariar, entre outros, não terem adquirido reconhecimento estético pelos agentes legitimados das instâncias de crítica e, também, pelos sambistas mais consagrados no mercado, seu sucesso promoveu um intenso debate em torno da categoria samba, de sua prática e de seus protagonistas. Desse intenso ambiente de disputas simbólicas, comerciais e estéticas, houve efetivamente uma transformação no mercado de samba que possibilitou o surgimento de novos artistas, capazes de lutar por um melhor posicionamento hierárquico do gênero no mercado de música, agora a partir de sua valorização estética.

#### NOTAS

<sup>1</sup> *Sentimento perdido* é o título de um samba de Paulinho da Viola lançado em 1978.

<sup>2</sup> Em 1985, Roberto Ribeiro lança seu 11º LP individual com a faixa *Raiz e flor*, dos jovens compositores Sombrinha e Jorge Aragão. No ano seguinte, Sereno e Arlindo Cruz registram *Força, fé e raiz*, no disco *O mapa da mina*, do Fundo de Quintal. Ainda em 1986, Alcione grava um LP cuja faixa-título, de autoria de Franco e Lourenço, se intitula *Fruto e raiz*.

<sup>3</sup> Musicalmente, pode-se argumentar que a bossa nova já trazia esse debate para o interior da classificação samba. No entanto, o mercado musical do período sedimentou o rótulo classificatório “bossa nova” afastando-o do termo “samba”, que passa a representar então uma forma musical tradicionalizada e antimoderna. Nesse sentido, é somente nos anos 1990 que esse debate questiona de fato a denominação “samba” a partir de uma disputa pelo direito à utilização do termo.

<sup>4</sup> Em entrevista ao *site* [www.clicknoticias.com.br](http://www.clicknoticias.com.br).

<sup>5</sup> É interessante notar que o sambista aplica uma dicotomia entre bom e “mau”, que, diferente de “ruim”, transcende um julgamento de qualidade, sugerindo um rebaixamento moral que se opõe a uma conduta “boa”. Esse pequeno “ato falho” revela a intensa carga emocional que cerca o debate.

<sup>6</sup> O autor cita como exemplo a música *Sarará miolo*, de Gilberto Gil, na qual o compositor prega que a personagem “Sara” se “cure” da “doença de branco de querer

cabelo liso já tendo cabelo louro”, concluindo que “cabelo duro é preciso pra saber você crioulo”. O refrão afirma, num interessante jogo de palavras, que “Sara sarará” da tal doença.

<sup>7</sup> Uma outra categoria musical em que a questão do preconceito se coloca de forma bastante parecida é o *funk*. Praticado principalmente por jovens negros das periferias, o *funk* passou, durante a década de 1990, por uma ampla exposição midiática e foi acompanhado por um processo de “demonização”, associado à violência, brigas, arrastões e gangues (Herschmann, 2000, p. 279). *Grosso modo*, é possível estabelecer estreitas analogias entre a perseguição movida contra o samba em sua fase de implementação no mercado e o processo de construção de legitimidade cultural do *funk*. Beneficiado por uma maior longevidade, o preconceito contra o samba, atualmente, se manifesta de forma residual, abrindo possibilidade para um remanejamento de seu prestígio social, que, acredito, esteja em curso. Já o *funk*, apesar de percorrer caminhos semelhantes, ainda parece longe de alcançar o mesmo patamar hierárquico do samba. As próximas décadas fornecerão os dados para uma interpretação mais precisa.

**UFRJ**

**EDITORIA**





## SAMBA E DIVERSIDADE ESTÉTICA

### MUDANÇAS DO SAMBA NO MERCADO

No início dos anos 1990, o grande mercado fonográfico brasileiro esteve concentrado nos produtos que atingiram altíssimos índices de vendagem, centrados nas três categorias (axé, sertanejo e pagode romântico) que movimentaram o caixa das *majors* no período. É a partir de 1994 que, em um novo momento de estabilização econômica, ocorre a consolidação da mudança tecnológica do LP para o CD, permitindo um maior fluxo de caixa nas gravadoras e a volta de investimentos em artistas consagrados. Era o início da era dos CDs e da digitalização musical, que traria mudanças significativas na configuração deste mercado, sobretudo em função do aumento da diversidade dos lançamentos.<sup>1</sup> Para a categoria samba, que já nessa época aparecia muito bem representada pelos grupos de pagode romântico, a diversificação estilística começa a surgir em 1995, principalmente pelas mãos do produtor Rildo Hora. Neste ano, Rildo produz dois discos de enorme sucesso mercadológico que alteraram o panorama do mercado de samba a partir de então: *Tá delícia, tá gostoso*, de Martinho da Vila (Sony), e *Samba pras moças*, de Zeca Pagodinho (Polygram).

O sucesso estrondoso de Martinho (1,5 milhão de cópias vendidas) não era nenhuma novidade. Com o nome sedimentado no panorama nacional há quase três décadas, o compositor de Vila Isabel acumulava prestígio e potencial comercial suficiente para, a qualquer momento, conquistar novamente posições de destaque no grande mercado. Além do mais, a chave do sucesso desse disco de Martinho era a música *Mulheres*, de Toninho Geraes, construída numa estética de vendagem milionária bastante aparentada com a do pagode romântico.

A novidade do ano, sem dúvida, foi o “ressurgimento” de Zeca para o grande mercado, iniciado com a mudança para sua nova gravadora, a Polygram.

O nome de Zeca começou a circular no mercado a partir do movimento do pagode, nos anos 1980, com enorme sucesso. Após um curto período de estrelato, o artista experimentou uma “fase estranha”<sup>2</sup> em sua carreira, entre 1988 e 1995, quando, apesar de lançar discos com regularidade, não conseguiu atingir grandes vendagens. Na época, influenciado pelo descompromisso comercial que caracterizava o samba, Zeca se esquivava dos compromissos profissionais e buscava se estabelecer no mercado sem se adequar às suas obrigações. Ele mesmo descreve a relação amadora com o sucesso que dominou seu início de carreira:

Camarada, eu abria a porta do meu quarto e tinha um monte de repórter na minha sala. E dali para o Chacrinha. Não é à toa que eu faltei uns quatro Chacrinhas, o que era um pecado. A produção vinha me buscar e eu ficava em cima do telhado só olhando o que acontecia. A avó da minha mulher dizia: “mas ele não está. Eu vou fechar a porta, com licença”. E os caras xingavam: “Não vou com os cornos dessa velha...”. E eu falava pra Neném: “Os caras te xingaram para caramba” [...]. Aí, levei uma chamada do Bira Presidente, que pediu para eu não fazer mais isso, que prejudicava o pessoal todo. Teve uma vez que eu pulei o muro e fui embora da TV Manchete. Eles tiravam muita onda com samba em televisão. O samba sempre teve esse negócio, parecia que estavam te fazendo um favor. Você perguntava a que horas ia começar e o cara respondia: “Ah não sei não, aguenta aí”. Como quem diz: “Não tem que estar reclamando de porra nenhuma”. Mudou porque nós botamos pé firme. (Sukman, 2005a)

Além do “pé firme” e da “chamada” de Bira Presidente – integrante do Fundo de Quintal, atuante no mercado desde 1980 e mais acostumado com os trâmites profissionais –, é indiscutível que o próprio mercado de samba se alterou. Essa postura amadora, já mal recebida em meados nos anos 1980, seria simplesmente inaceitável na década seguinte. Principalmente a partir da explosão do pagode romântico, samba e mercado se tornaram cúmplices, eliminando parte do paradoxo que marcava a relação tão bem caracterizada no relato acima. A nova fase na carreira do sambista só pôde ser efetivamente

vitoriosa porque o astro provou que “não é mais disso”. Tratava-se, agora, de um artista profissional, responsável, trabalhador e bem-sucedido, que, ao mesmo tempo, se identifica e projeta identificações com a imagem do “malandro”, com os momentos de festa, prazer e liberação.

A sonoridade das canções do *Samba pras moças* representa muito bem esse intercâmbio entre mercado e fundo de quintal ao associar uma complexa rede de polifonias de instrumentos em tratamento sinfônico (cordas e grande variedade de sopros) com uma forte batucada, com alta taxa de contrametricidade, polirritmias e variações de acentos e levadas. Isto é, de um lado, havia as harmonias trabalhadas e as polifonias melódicas formando um intrincado jogo de perguntas e respostas, contracantos e timbres executados com rigor milimétrico – orquestra e fundo de quintal em simbiose, disciplina e improviso, precisão e informalidade. E, do outro, o improviso da batucada livre, contramétrica, variada, vigorosa e coletiva – mercado e roda. Em matéria intitulada “O som da era Zeca”, o jornalista Hugo Sukman fornece detalhes sobre a sonoridade:

Rildo Hora e Paulão 7 Cordas<sup>3</sup> [...] inventaram um novo som para o samba. E seu laboratório, desde o disco *Samba pras moças* (1995), foi Zeca Pagodinho. Tal som, que podemos chamar de – vá lá – samba sinfônico, consiste em percussão pesada, mais calcada em instrumentos graves, como surdo e caixa, do que nos leves tamborim e agogô (embora sem dispensá-los); cordas e sopros consistentes, e não apenas como cama; e introduções e solos supertrabalhados de violões, cavaquinhos e demais instrumentos de cordas dedilhadas, além da marca registrada, a gaita de Rildo. (Sukman, 2003)

Apesar de o jornalista atribuir esse “samba sinfônico” aos arranjadores e produtores, essa determinação estética representa, antes de tudo, uma escolha do artista. Sobre a sonoridade de seus discos, Zeca Pagodinho (2003) declara: “Eu acho legal o negócio que o Rildo faz, o negócio de cordas e orquestra, porque eu digo sempre que a gente não pode perder a batucada. Pode botar o que quiser, mas a batucada tem que estar presente”. A mistura entre batucada e orquestra representa um custo alto para as gravadoras, e o fato de o produtor ter conseguido essa verba generosa evidencia que a Polygram estava mesmo em busca de um grande retorno comercial. Rildo explica a opção:

Eu luto para conseguir mais verbas para as minhas produções. As minhas produções não são as mais caras do mercado, não. Talvez o Zeca seja, no momento. Mas eu fico ali no meio, não sou aquele que tem a verba menor nem me preocupo em ter verba muito grande, ter lanche, aquelas badalações: uva, uísque, vinho, isso não. Eu prefiro mandar comprar um sanduíche ali na esquina para o meu artista e gastar a verba investindo nos músicos. Minha grande arma é ser amigo dos músicos de gravação. Eu trabalho com gente muito boa e muito querida. [...] Às vezes os músicos colaboram, eu peço que trabalhem por um preço mais baixo. Porque meu disco tem muita gente tocando, eu não faço disco de pouca gente. Eu gosto de colocar cordas, sopros. Então, um disco com um orçamento de 150 mil, tendo muita gente para tocar, o preço tem que ser um pouco menor individualmente. [...] Mas é melhor que você coloque muita gente para trabalhar, porque é muita gente envolvida naquele projeto e a falar sobre aquilo. Isso cria uma força impressionante, o cara leva o disco para casa e está falando. Acho que é meu *marketing*, sei lá, é meu jeito de agir e de pensar. (Hora, 2005)

É interessante notar que o produtor menciona a qualidade dos músicos e sua relação afetiva como ingredientes do disco, ao lado da participação de “muita gente”. A ideia é a de que um disco com muita gente tem mais força para ser entendida em um plano metafísico espiritual, mas também num plano concreto pela noção de *massa sonora*. A sonoridade de muitos instrumentos, juntos, recria um fazer coletivo de grande impacto nos ouvintes, colaborando para a comunicação da música e para o estabelecimento de um ambiente animado, festivo. O caráter “animação” foi fundamental, por exemplo, para conquistar um público jovem que desconhecia Zeca e tinha pouca relação com o samba, mas que ouvia pelo rádio os sucessos dos grupos de pagode romântico. Ao mesmo tempo, a gravadora investiu pesado na divulgação do disco, que chegou às lojas com uma bem montada estratégia de *marketing*. Por meio de uma articulação entre o ambiente amador afetivo dos encontros sociais domésticos e o altíssimo nível de profissionalismo de sua produção, o segmento “samba de raiz” produzia um novo ídolo que fazia circular seu imaginário, colaborando para diversificar o mercado da categoria samba.

A diversidade do samba, neste período, era um assunto que aparecia como pano de fundo no mercado de música. No mesmo ano do lançamento de *Samba*

*pra moças*, chega um outro lançamento altamente significativo no mercado: o CD *O samba não tem fronteiras*, do SPC, cuja faixa-título (de Alexandre Pires, Regis Danese e Luiz Cláudio) confirma a nova situação do mercado.

Assim como semente que cai na terra  
 Brotando linda flor  
 Nascia no mundo do samba  
 Um grupo do interior  
 Amigos, filhos de filhos do sertão  
 O suingue corre nas veias  
 De uma nova geração

Nascia ali no Triângulo Mineiro  
 Um samba de Rio de Janeiro

Só assim se descobriu  
 Que não há fronteiras para o samba  
 Pois o samba, com certeza

Está em cada canto do Brasil  
 Digo *trem bão*, digo *uai*, digo *pruquê*  
 O samba não tem fronteiras  
 Existe em qualquer lugar  
 De leste a oeste, de norte a sul desse país  
 O nosso samba está  
 Só Pra Contrariar

As fronteiras geográficas do gênero servem de eixo temático para contestar os próprios limites estéticos da categoria samba. Ao associar a desterritorialização com o surgimento de “uma nova geração” que também tem suingue “nas veias”, os autores produzem um novo critério de valorização, desvinculado da prestigiada matriz carioca do gênero e identificado com a modernidade e com uma espécie de conflito geracional. Essa intenção se confirma musicalmente na adoção do padrão Ben Jor em praticamente toda a gravação, sobretudo no refrão.

O padrão Ben Jor funciona aqui como um elemento literal de ampliação das fronteiras do samba, dialogando com o samba-*rock* dos anos 1970, com o referencial cunhado pelo Raça Negra e com a *axé music* contemporânea.<sup>4</sup>

voz  
Di-go trem bão Di-go u-ai Di-go pru-qué O sam-ba não tem fron-tei - ras E -  
violão

voz  
xis-te em qual-quer lu-gar De les - te a\_o - es - te De nor-te\_a sul  
tamborim e cavaquinho

voz  
Des-se pa-ís O nos-sosam-ba está Só pra-contra - ri-ar  
tamborim e cavaquinho

Executado pelo violão, sem a presença de cavaquinho, a sonoridade deste refrão não deixa dúvidas quanto aos elementos mais característicos do pagode romântico.

Na sequência, durante a estrofe que menciona o Rio de Janeiro, a mixagem coloca o pandeiro mais à frente, aparece um cavaquinho, uma cuíca e, principalmente, o *padrão Ben Jor* é abandonado, cedendo espaço para o paradigma do Estácio. Ao mesmo tempo, a melodia é muito mais contramétrica, caracterizada por contínuas antecipações e deslocamentos.

voz  
Nas - ci-a-li no Tri-ân-gu-lo mi-nei - ro um sam - ba de Ri-o de Ja-nei - ro Só as -  
tamborim e cavaquinho

voz  
sim se des-co-briu Que-não há fron-tei - ras pa - ra\_o sam - ba pois o sam -  
tamborim e cavaquinho

voz  
29  
ba com cer-te - za está Em ca-da can-to do Bra-si - il.  
tamborim e cavaquinho

A representação musical do “samba de Rio de Janeiro” é icônica e contundente, mas em seguida é abandonada, “contrariada”, confirmando a aposta do grupo na eliminação das fronteiras do samba e na possibilidade concreta de o mercado absorver a diversidade. Aliás, esse disco inteiro do SPC representa bem a diversidade, com músicas inteiramente baseadas no *padrão Ben Jor*, outras com base na levada “estaciana” do cavaquinho, além de vários sambas românticos e uma sintomática regravação de *Ive Brussel*, de Jorge Ben Jor.<sup>5</sup>

O sucesso simultâneo de *Samba pras moças*, *O samba não tem fronteiras* e *Tá delícia, tá gostoso* revelam um mercado que já não se apresentava tão fechado para o gênero quanto na década anterior e que, ao mesmo tempo, manifestava uma demanda reprimida por maior diversidade estética. Em fevereiro de 1996, o *Jornal do Brasil* publica uma reportagem sobre o sucesso do samba e reproduz uma lista dos discos mais vendidos:

Os campeões:

- 1º) *O samba não tem fronteiras* – Só Pra Contrariar [BMG]
- 2º) *Tá delícia, tá gostoso* – Martinho da Vila [Sony]
- 3º) *É o tchan* – Gerasamba [Polygram]
- 4º) *Mamonas assassinas* – Mamonas Assassinas [EMI]
- 5º) *Samba pras moças* – Zeca Pagodinho [Polygram]
- 6º) *Gente da gente* – Negritude Júnior [EMI]

(*Jornal do Brasil*, fev. 1996)

Por essa lista podemos observar que o espaço do samba estava, de fato, passando por uma reordenação no grande mercado. Negritude Júnior e Só Pra Contrariar iniciavam as melhores fases de suas carreiras, com vendas que chegariam a quinhentos mil discos, no caso do grupo paulista (em 1995 e 1996), e mais de seis milhões de unidades vendidas dos quatro discos lançados pelos mineiros entre 1995 e 1998. Ao mesmo tempo, a disputa e o debate em torno do samba e o surgimento da noção da categoria “samba de raiz” criava, no mercado, uma demanda por artistas capazes de se identificar com essa nova categoria. Era como se o público, ou pelo menos parte dele, estivesse esperando uma “resposta” do mercado para o sucesso dos artistas de pagode romântico, que haviam dominado a cena musical até então. Essa demanda começou a ser atendida a partir dos discos de Martinho da Vila e de Zeca Pagodinho, que

desencadearam um processo de diversificação no mercado de samba. Se, por um lado, a oposição pura e simples entre o “samba de raiz” e o “pagode romântico” vai perdendo a força no mercado à medida que ambas as categorias começam a vender muito bem, é inegável que o embate entre as duas estéticas ainda apresentava uma grande relevância no final do século XX. Em novembro de 1997, Tárík de Souza descreve assim os novos lançamentos do mercado:

Com as vendas monumentais de *Tá delícia, tá gostoso*, de Martinho da Vila (o iniciador do ciclo de ouro, na virada dos 1960 para os 1970), e a volta de Zeca Pagodinho aos níveis de consumo da era pagode/cruzado, o samba de raiz recuperou o fôlego. Mas sua margem de manobra ainda é exígua. Entre os requebros do É o Tchan, a choradeira do sertanejo *mauriçola* e *sambanejo* diluidor há que ter jogo de cintura para evitar a tentação do lucro rastaquera. Daí a importância dos novos discos de Martinho da Vila (*Coisa de Deus*, Sony) e Pagodinho (*Hoje é dia de festa*, Polygram) na manutenção desse oxigênio para os que não batucam o samba apenas na caixa registradora. (Souza, 2003, p. 279)

O preconceito contra a “tentação do lucro rastaquera” impedia o jornalista de enxergar que estava em curso uma transformação no mercado, que passava a comportar cada vez mais diversidade em seus lançamentos de samba. É fato que, em 1997, o pagode romântico ainda gozava de vendas muito superiores às do samba “de raiz” (é o ano, por exemplo, dos 3,3 milhões do SPC), mas os números vão progressivamente se alinhando à medida que o mercado vai ampliando sua variedade estética. Em 2000, mesmo sem esconder um juízo de valor predeterminado, o jornalista João Máximo identificava uma estreita relação entre os sucessos emplacados sucessivamente pelos grupos de pagode romântico e a “descoberta” do “samba de raiz” por jovens:

O importante é que o ritmo, a essência, a alma do bom samba estejam embutidos no que se ouve. Porque, afinal, quem aprende as primeiras lições ouvindo Negritude Júnior, ou o Só Pra Contrariar, talvez acabe descobrindo Paulinho da Viola, Néelson Sargento, Noca da Portela, Nei Lopes, Martinho da Vila, Zeca Pagodinho, Luís Carlos da Vila, Arlindo Cruz, os bambas de verdade, [...] possibilidade que não existe para aqueles cujo be-a-bá foi, por exemplo, o *rock* da vez. (Máximo, 2000)



A questão é que a categoria samba, neste período, ia aos poucos atraindo mais e mais consumidores. Aliás, a indústria fonográfica vivia um momento de efervescência e euforia pela estabilidade do Plano Real, que ampliou consideravelmente a capacidade de compra de grande parte da população. Até o ano 2000, o mercado de discos viveu uma época muito próspera, tanto no balanço financeiro das *majors* quanto nos índices de vendagem e intensidade de *shows* dos artistas que conseguiam participar das altas esferas comerciais. Esse momento favorável motivou o surgimento de gravadoras de pequeno porte, que passaram a atuar em circuitos mais modestos, com sucessivos lançamentos que a cada ano chegavam ao mercado com muita dificuldade, disposição e pouco dinheiro. São essas gravadoras que serão responsáveis, na virada do milênio, por uma efetiva ampliação na diversidade estética, não só do samba, mas em todas as searas do mercado de música.

#### MAJORS EM CRISE E NOVAS GRAVADORAS

A década de 1990 foi profundamente marcada pela tecnologia. No âmbito do mercado de música, o processo de digitalização dos estúdios e dos suportes comerciais de circulação de músicas, no início do período, transformou radicalmente as condições de produção de discos e reduziu consideravelmente seu custo. Em meados da década, esse processo representou um lucro significativo para as finanças das grandes gravadoras, apoiado em um consumo crescente e na possibilidade de relançamentos em CD de discos de vinil já consagrados. Entre 1997 e 2000, os dados da Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD) apontam para uma vendagem média de 103,5 milhões de discos por ano,<sup>6</sup> mais do que o dobro das vendas de 1993 (44 milhões) e quase 50% acima do ótimo índice atingido em 1995 (71 milhões).<sup>7</sup> Não foi à toa que, nesta época, o samba sedimentou o seu espaço prestigiado no mercado, principalmente graças ao grupo Raça Negra (média anual de 2 milhões), a Martinho da Vila (1,5 milhão em 1995), a Zeca Pagodinho (1 milhão em 1996) e ao Só Pra Contrariar (3,3 milhões em 1997).

Mas a euforia não durou muito. No mesmo período, os microcomputadores pessoais se popularizaram e verificou-se um vertiginoso crescimento de acesso à internet, que, aliado ao barateamento dos custos de produção de

músicas, iria, em pouco tempo, afetar drasticamente a economia e os balanços das gravadoras transnacionais. Em 2002, o então presidente da Sony, José Antonio Eboli, declara que a retração do mercado havia se tornado irreversível.

Essa é uma indústria muito competitiva, e a competitividade às vezes leva para coisas boas e às vezes, para coisas ruins. Quando você vê um artista que vende um milhão de cópias, não se importa se esse um milhão vai ser por um ano e depois vai acabar. Hoje, disco de ouro (cem mil cópias vendidas [na época]) tem de ser comemorado como se fosse disco de um milhão. Antes, disco de ouro era obrigação. [...] Os anos 1990 foram a época do dinheiro fácil. Posso te dizer que acabou a época de vender um milhão de CDs. Hoje não espero isso de ninguém. (Eboli, 2002)

Essa mudança de configuração e de expectativas de vendas do mercado teve dois eixos tecnológicos fundamentais: a popularização dos gravadores de CD, que puderam ser adquiridos a um custo baixo e instalados em qualquer computador; e a invenção do formato de áudio conhecido como mp3. O mp3 é a sigla de uma forma de compressão digital de áudio que permite que os arquivos gerados tenham um tamanho até dez vezes menor do que o de outros formatos, como o wav e o aiff. A consequência direta disso é que a transmissão de arquivos mp3 se torna compatível com a velocidade de comunicação da internet, possibilitando vendas e trocas de arquivos de áudio *online*. A partir de 1999, uma empresa chamada Subpop passou a disponibilizar músicas de discos em formato mp3, inaugurando uma nova fase do comércio e na circulação de músicas pela sociedade. No mesmo ano, foi criado o Napster, um programa de computador capaz de realizar trocas de arquivos (principalmente músicas) entre computadores pessoais por meio da internet. A partir de então, músicas puderam ser vendidas e trocadas na grande rede, prescindindo o formato sólido do disco. Simultaneamente, empresas de equipamentos eletrônicos e de informática passam a fabricar “tocadores de mp3” portáteis, aparelhos capazes de tocar um número extenso de músicas no formato, agora fora do computador.

Pela primeira vez desde sua implementação, a indústria fonográfica passou a enfrentar, de fato, a circulação imaterial de música. Até então, a necessidade do suporte era uma garantia da demanda pelo seu produto – o disco. Mesmo quando o rádio se sedimentou, eram as gravadoras que forneciam o

material para ser tocado, e a programação sempre foi de controle relativamente fácil, tanto que se estabeleceu uma relação estreita de cumplicidade (ainda que corrompida) entre as duas instâncias. Ao inaugurar um momento de trocas indiscriminadas de músicas na internet, o formato mp3 colocou em xeque os modelos empresariais de comércio de músicas centrados no suporte sólido. Por outro lado, os fonogramas ganharam autonomia em relação às gravadoras, permitindo uma circulação intensa de músicas que haviam se tornado inacessíveis por constarem em discos fora de catálogo.

A grande indústria fonográfica brasileira, que terminou o ano de 2000 contabilizando 104,2 milhões de discos vendidos, sofre, a partir de então, reduções significativas ano a ano, tendo vendido, em 2004, apenas 52 milhões de unidades. Como consequência, em 2003, a ABPD reduziu à metade o número de cópias vendidas necessárias para obtenção de discos de ouro, platina e diamante, evidenciando essa retração nas vendas. Como a “pirataria” se transformou no mais importante problema da indústria fonográfica mundial, as grandes empresas internacionais sentiram-se no direito de cobrar duramente dos governos e polícias a repreensão dos pontos de venda de discos ilegais e a retirada do ar de *sites* que permitem *download* gratuito de músicas.<sup>8</sup>

No entanto, apesar da redução nas vendas globais de discos, os números da ABPD e do IFPI não refletem uma outra importante característica do mercado atual de música: sua diversidade. Ao baixar os custos de gravação e disponibilização de músicas, a digitalização permitiu a consolidação de um setor do mercado que tinha pouca participação na circulação de músicas pela sociedade: os chamados “independentes”.

Desde os primórdios da fonografia brasileira, é possível arrolar exemplos de iniciativas fonográficas realizadas em pequenas empresas, ou mesmo por meio de financiamento dos próprios artistas. No final da década de 1970 e início do período seguinte, algumas iniciativas bem-sucedidas de músicos ou apaixonados que se dispuseram a bancar discos de forma independente motivaram o mercado de circulação restrita.<sup>9</sup> As iniciativas, contudo, eram isoladas e não se pode dizer que criaram espaço no mercado musical para sedimentação de um núcleo permanente para a produção “independente”. A sobrevivência das pequenas e médias gravadoras sempre esteve ameaçada pelas dificuldades

de distribuição e divulgação de seus produtos. No primeiro caso, pelo próprio custo operacional de construção de uma rede de vendedores ampla, capaz de colocar os produtos nos mais variados pontos de venda; quanto à divulgação, o crescimento e a popularização dos produtos das pequenas gravadoras esbarram na corrupção, dentro das rádios e televisões (o “jabá”), impedindo a criação de demanda para aquele disco ou artista.

Por este motivo, até meados da década de 1990, era comum a associação entre selos independentes e grandes gravadoras em acordo que envolvia produção dos primeiros e distribuição das *majors*. A distribuição era garantida pela inclusão dos lançamentos das pequenas gravadoras nos catálogos das grandes, possibilitando a chegada do produto nos mais afastados pontos de venda. Entretanto, essa associação não se mostrou muito benéfica, pois, em grande parte dos casos, os vendedores das *majors* buscavam apoiar seu *marketing* nos artistas de grande visibilidade, o que, na prática, representava uma venda efetiva muito baixa para os produtos dos selos.<sup>10</sup> Integrar o catálogo das grandes gravadoras só se torna comercialmente interessante se o artista e a pequena gravadora forem capazes de realizar uma extensa divulgação do disco, o que esbarra, invariavelmente, no jabá. Como a venda de discos das pequenas gravadoras depende dos *shows* dos artistas, a distribuição da multinacional muitas vezes se torna irrelevante.

É importante destacar que as pequenas e médias gravadoras trazem de forma mais explícita para o mercado uma valorização do componente estético dos lançamentos, sendo muitas delas movidas pelo gosto e desejo pessoal de seus donos. Nesse sentido, ao se desobrigarem de atingir vendas muito altas, essas empresas podem se concentrar em produtos mais sofisticados e/ou destinados a um público menor, mais segmentado. Por isso, apesar de experimentarem dificuldades operacionais, as pequenas gravadoras gozam de ótima legitimidade estética e podem, a partir do final do milênio, construir canais de divulgação e distribuição que contemplem seu público-alvo. Diversos selos conquistaram fama e prestígio no mercado nacional, alguns atuando em nichos específicos, em que a divulgação é mais restrita e, por isso, eficiente. Nomes como a Rob Digital, Kuarup, Zimbabwe, Baratos Afins, Visom, Cid e Eldorado atuam no mercado desde o início da década de 1990 (algumas até antes disso), sendo

responsáveis por lançamentos de músicas não contempladas pelas *majors*, envolvendo categorias como instrumental, *rock*, samba, música sertaneja, *jazz* e MPB. Muitas dessas empresas nasceram e se apoiam em outros ramos de negócios, cuja entrada no mercado fonográfico deriva, em muitos casos, de um desejo de seus donos. A Rob Digital surgiu a partir da Rob Filmes, empresa que atua em sonorização de cinema e publicidade; a gravadora Eldorado é um braço da Rádio Eldorado; a Zimbabwe era uma empresa de sonorização de bailes e festas; o selo paulista Baratos Afins foi criado a partir de uma famosa loja de discos homônima, e assim por diante.

No final do milênio, a crise de vendas e de gerenciamento das grandes transnacionais do disco, paradoxalmente, movimentou o pequeno mercado musical, formado por gravadoras de pequeno porte e alcance restrito, que vislumbraram a possibilidade de se estabelecerem comercialmente, aproveitando a queda dos custos de produção na última década e o aumento da disponibilidade de caixa para investir em distribuição. Assim, alguns profissionais experientes oriundos das *majors* resolvem abrir seus próprios negócios.<sup>11</sup> Veiculando um conteúdo estético legitimado e buscando alternativas comerciais viáveis, as pequenas gravadoras passaram a atuar também como distribuidoras, associando-se e fundando, em 2002, a Associação Brasileira de Música Independente (ABMI), que reunia inicialmente trinta selos de “empresas brasileiras dirigidas por residentes no Brasil e atuantes na produção de distribuição musical”.<sup>12</sup> Graças à ABMI, o espaço de produção e circulação de músicas no mercado pelas gravadoras de alcance restrito pôde, de fato, ser caracterizado como “independente”, pois ganhou uma autonomia em relação às *majors*, ainda em busca de sucessos de massa num contexto econômico de estagnação do poder de compra da população.<sup>13</sup>

No meio desse processo todo, como sempre ocorreu em momentos de ebulição do mercado de música, a categoria samba ocupa um espaço de destaque no cenário musical brasileiro. Foi assim quando se iniciaram as primeiras experiências fonográficas (Sinhô, Donga), na fase de implementação e popularização do rádio (Noel Rosa, Francisco Alves, Orlando Silva, Mário Reis, a “Época de Ouro”), na consolidação da MPB (com a bossa nova de Tom Jobim e o samba “autêntico” de Paulinho da Viola, Martinho da Vila e Clara

Nunes), no sucesso do Plano Cruzado (Zeca Pagodinho, Fundo de Quintal, Jovelina Pérola Negra), no momento de passagem de LP para CD e estabilização da economia do Plano Real (com Raça Negra, Negritude Júnior e Só Pra Contrariar) e, agora, no início do século XXI, quando o mercado musical passa por uma fase de inédita diversidade. Símbolo da musicalidade nacional, a circulação comercial do samba ressurgiu a cada momento como trilha sonora da especificidade da cultura brasileira.

#### UMA INTENSA CIRCULAÇÃO DE SAMBAS

A partir de 1995, motivadas pelo intenso debate entre pagode romântico e “samba de raiz”, as grandes gravadoras aumentaram a diversidade estética dos lançamentos de samba. Analogamente, as pequenas e médias gravadoras tiveram, no gênero, um forte aliado em seu processo de sedimentação mercadológica. O fato é que, “nas esquinas, botequins e terreiros”,<sup>14</sup> o samba estava sendo redescoberto por jovens de todas as origens sociais, que vinham lotando algumas concorridas rodas de samba – um movimento orgânico do mercado, que atingiu simultaneamente todas as esferas de circulação de músicas, possibilitando o surgimento de novos artistas ligados ao gênero.<sup>15</sup> A categoria samba havia conquistado públicos que formavam um contingente grande de consumidores potenciais à espera dos produtos disponibilizados pelo mercado fonográfico. Apostando neste público é que a Indie Records contrata Jorge Aragão e lança, em 1997, o CD *Sambista a bordo*, atingindo a marca de cem mil cópias vendidas (na época representava disco de ouro). Em matéria para o *site* Cliquemusic, o jornalista Rodrigo Faour comenta o sucesso da gravadora e do sambista:

Um dos maiores vendedores de discos do Brasil hoje e maior fenômeno comercial da Indie, Jorge Aragão foi alvo de um longo trabalho – uma sementinha regada dia após dia. Alexandre Martins, diretor de produção e *marketing* da Indie, explica que Jorge foi favorecido pela onda de samba de raiz, desencadeada pelo sucesso de Martinho da Vila e de Zeca Pagodinho, mas ressalta que a gravadora souou para trabalhar o disco e vencer o bloqueio das emissoras de rádio e de TV. (Faour, 2000)

Realmente, havia uma “onda” que favorecia enormemente os artistas ligados à nova categoria “de raiz”. Depois de Jorge Aragão, a Indie ainda iria lançar diversos outros artistas ligados ao samba, como Beth Carvalho, Leci Brandão, Fundo de Quintal e, mais recentemente, Alcione. Até janeiro de 2005, Jorge Aragão já havia alcançado a incrível marca de 2,5 milhões de discos vendidos pela Indie, revelando o acerto comercial da empresa. Em caminho semelhante, a Biscoito Fino surgiu no início do ano 2000 a partir de uma série de *shows* organizados por Olívia Hime, intitulada *Compasso Samba e Choro*, que originou os primeiros lançamentos da gravadora e sua entrada no mercado, com os dois gêneros. Do catálogo da Biscoito Fino, atualmente representante comercial de selos como Acari e Quelé, especializados em samba, constam diversos lançamentos do gênero, como Elton Medeiros, Marcos Sacramento, Roque Ferreira, Marcelo Vianna e Zé Renato, entre outros.<sup>16</sup>

Mas não é só na área “alternativa” das gravadoras pequenas e médias que o mercado de samba encontrou maior diversidade estética. Em 1999, apadrinhado por figuras do calibre de Zeca Pagodinho e Rildo Hora, o cavaquinista e compositor Dudu Nobre lança seu primeiro disco pela multinacional BMG, com enorme repercussão. Dudu, ex-integrante da banda de Zeca, já havia emplacado sucessos como compositor em discos do cantor e se confirmava como uma aposta de baixo risco, uma vez que seu perfil estético é bem semelhante ao de seu padrinho ilustre. No samba *Quase que o bicho pegou* (Dudu Nobre/Luisinho SP), de seu disco de estreia, o compositor reforça a estética de crônica social bem-humorada de Zeca, embalada pelos arranjos sofisticados de Rildo Hora:

Quase que me machuquei no pagode do Cacique  
 Eram três namoradas na festa, a Dadá, a Neném e a Edith  
 E como se não bastasse ingrediente pra tal confusão  
 A Dadá me chegou com o pai, a Neném com a mãe e a Edith com o irmão  
 Que terror, quase que o bicho pegou  
 Que terror, de repente a chapa esquentou  
 E o meu sogro, que é pai de Dadá foi chegando mais perto  
 E veio gritando “garoto esperto pra mim nessa roda é o melhor tocador  
 E a minha sogra que é mãe de Neném, foi chegando também  
 Dizendo que genro igual ninguém tem, é, “dessa vez minha filha acertou”  
 E o meu cunhado, irmão da Edith, de braço cruzado

Olhando meio desconfiado com jeito de quem  
vai armar bololô, que terror, que terror  
Que terror, quase que o bicho pegou

Contextualizando a roda no Cacique, incorporando linguajar característico e descrevendo situações com toque de humor peculiar, o samba revela não só o talento do compositor, mas sua filiação musical, suas referências simbólicas e, com isso, define sua inserção no mercado, a partir do apadrinhamento de Zeca.<sup>17</sup>

Por outro lado, apesar de os grupos de pagode romântico verificarem uma redução em vendas de discos, os principais artistas deste segmento também mantêm índices invejáveis em qualquer ocasião neste mercado. No início de 2001, o *Jornal do Brasil* publicava uma reportagem intitulada “Náufragos do pagode”, que refletia a nova configuração do mercado:

Estão aí a onda *rock* e de samba de raiz, além dos números de venda, para comprovar a decadência do pagode romântico. O Só Pra Contrariar, por exemplo, grande ícone da explosão do ritmo que se escorava em coreografias e terninhos, vende hoje só 600 mil cópias, marca que está a anos-luz dos 3,3 milhões do trabalho de 1997. É claro que seis centenas de milhares de discos ainda são de dar água na boca de qualquer companhia, ainda mais em época de pirataria, mas a redução é enorme. (Pereira, 2001)

A indiscutível queda nos números pode ser atribuída não só à pirataria, mas a toda nova distribuição do mercado de música, na qual os lançamentos das grandes gravadoras passaram a disputar espaço com as pequenas, as médias, a internet, a TV a cabo, e diversas outras formas de entretenimento que surgiram em virtude de mudanças tecnológicas. Ainda assim, os principais atores do pagode romântico asseguraram lugar de destaque no mercado, reafirmando sua música como uma estética de circulação ampla em vários setores da sociedade. O Raça Negra, por exemplo, mantém contrato com a Universal e lança anualmente discos de grande sucesso. Seu escritório foi transferido para o Nordeste (com base em Fortaleza), onde, segundo Luiz Carlos (2005a), há diversas casas noturnas nas quais o grupo se apresenta para “vinte, trinta mil pessoas”. Em 2005, foi lançado o primeiro DVD do grupo, também pela Universal.



O Só Pra Contrariar e Negritude Júnior, apesar de se ressentirem comercialmente da saída de seus cantores, permanecem em atuação no mercado, mantendo o público fiel, mas perderam contrato com suas respectivas gravadoras, que mantiveram os ex-integrantes. Alexandre Pires foi contratado pela BMG latina, partindo para uma curta e bem-sucedida carreira internacional como cantor romântico. Em 2005, voltou ao Brasil e ao samba com o lançamento do CD *Meu samba* (BMG). O ex-líder do Negritude Júnior, Netinho de Paula, depois de um desentendimento com o restante do grupo, passou a apresentar o programa de televisão “Domingo da Gente”, pela Rede Record, e lançou três discos pela EMI, intitulados respectivamente *Coração aberto* (2001), *Sou eu* (2002) e *Paixão ardente* (2003). A categoria pagode romântico ainda está muito bem representada no mercado musical com grupos como Art Popular, Soweto, Exaltasamba, Katinguelê, Terrasamba e artistas individuais que se destacaram de seus grupos, como Belo (ex-cantor do grupo Soweto), Délcio Luiz (com passagem pelo Grupo Raça e Kiloucura), Salgadinho (ex-Katinguelê) e Vavá (ex-Karametade), entre outros.

O samba tem aparecido também com incrível frequência nas trilhas sonoras das prestigiadas telenovelas da Rede Globo. Em 2003, a novela *Celebridade* dedica especial atenção ao gênero ao incorporar à trama uma casa de *shows* no bairro do Andaraí, o “Sobradinho”, especialmente voltada para o samba, onde se apresentam artistas como Zeca Pagodinho, Dudu Nobre e Teresa Cristina. Num movimento cíclico, o sucesso orgânico do samba nas rodas e no grande mercado possibilita a entrada do gênero no horário nobre do canal de maior audiência e, com isso, potencializa sua penetração popular e sua permanência numa posição de destaque no mercado. Essa poderosa simbiose mercadológica se materializa no lançamento de um CD inteiramente dedicado ao gênero como trilha sonora complementar da novela. Além das tradicionais trilhas sonoras nacional e internacional, a Som Livre lança, pela primeira vez, um disco de novela destinado a uma só categoria musical. O CD *Celebridade samba* (Som Livre, 2004) reunia gravações de artistas ligados ao gênero, que se apresentaram no Sobradinho, contemplando os diversos estilos de samba no mercado musical.<sup>18</sup>

O lançamento de um CD de novela inteiramente dedicado ao gênero musical reflete o novo momento do samba no mercado, no qual ele se apresenta como parte do repertório cotidiano da população e interage com diversos setores da sociedade, ou seja, caracteriza uma espécie de “moda de samba”. Depois de *Celebridade*, a Globo estreia a novela *Senhora do Destino*, cuja trama principal gira em torno dos bastidores da Escola de Samba Unidos de Vila São Miguel. Apesar de não ter gerado nenhum CD temático, *Senhora do Destino* foi recorde de audiência da emissora, e o ambiente do samba nas escolas estava retratado – ainda que de forma caricata – e participava da caracterização do bairro Vila São Miguel. Após o final de *Senhora do Destino* em março de 2005, com a cinematográfica morte da vilã Nazaré (Renata Sorrah), estreia no mesmo horário a novela *América*, cuja trilha sonora também iria incluir CDs temáticos, um dedicado à música sertaneja, com o título de *América rodeio*, e o outro ao samba, intitulado *América, berço do samba*. Novamente em *América*, o samba serviria para representar o bairro de Vila Isabel, zona norte do Rio de Janeiro, onde moravam alguns de seus principais personagens.<sup>19</sup> Essa estratégia seria reeditada em 2009 na novela *Caminho das Índias*, com um CD dedicado ao núcleo pobre da novela, situado no bairro da Lapa. O CD Lapa é composto quase exclusivamente de sambas, puxados pelas gravações de Mart’Nália, filha de Martinho da Vila, e da consagrada cantora Elza Soares.

Apesar dessa grande exposição midiática, é importante destacar que o gênero aparece nas novelas como representação sonora e simbólica de bairros pobres, personagens populares e situações engraçadas ou embaraçosas. A caracterização do Andaraí, de Vila São Miguel, Vila Isabel ou Lapa sempre prioriza as cenas externas, onde boa parte dos diálogos ocorre em bares, esquinas ou em portões das casas. Há um ambiente de interação social que ocorre nas ruas, diferindo radicalmente dos outros núcleos das novelas, onde os apartamentos são os cenários preferenciais. Muitas vezes os personagens são caricaturas de tipos sedimentados no imaginário suburbano, retratados quase sempre de forma bem-humorada. Sintomaticamente, são esses núcleos pobres que abrigam os poucos atores negros que participam das telenovelas da Rede Globo, cristalizando uma associação entre populações pobres, negros e samba. O ambiente cultural do gênero parece indissociável desse estereótipo. Mesmo quando é tratado com carinho pelos personagens e valorizado em diálogos elogiosos

(o Sobradinho de Celebridade foi cenário de muitas cenas que buscavam legitimar o gênero e seus artistas), a prática do samba ainda tem um lugar muito específico no imaginário oficial da nação, compartilhado pelas telenovelas. Trata-se de uma prática musical de negros, pobres, moradores de subúrbios e bairros onde as relações sociais comunitárias prevalecem.

Nesse sentido, se por um lado podemos identificar uma nova forma de administração do paradoxo entre samba e mercado, é fato que os valores comunitários e amadores do fazer musical que compõem o imaginário do gênero permanecem enraizados e não foram anulados pelo sucesso dos grupos de pagode romântico. O samba continua a ser representado como uma música comprometida com esse ambiente, produzida por habitantes de periferias, morros e subúrbios, de baixo poder aquisitivo e fortes laços sociais. Por outro lado, o mercado de música absorve com mais naturalidade novos e antigos artistas ligados ao gênero, sem temer o amadorismo ou a falta de compromisso dos artistas. Este mercado altamente profissionalizado não parece ameaçado pela apologia de valores amadores e comunitários e, a partir das grandes transformações tecnológicas da última década, tem sido capaz de fazer circular taxas crescentes de variedade estética. A partir do final da década de 1990, as fronteiras estéticas do gênero ficaram menos evidentes, comportando uma quantidade maior de elementos e, com isso, conquistando públicos mais expressivos e circulando de forma mais ampla pela sociedade.

#### NOTAS

<sup>1</sup> Observando o movimento do *funk* na cidade do Rio de Janeiro, George Yúdice identifica, em meados da década de 1990, uma mudança na própria noção de cultura jovem, que passa a abranger uma maior diversidade (Yúdice, 1997, p. 27). De fato, a segmentação do mercado musical iria incluir, a partir do período, também, o público juvenil, que poderia se identificar com o *pop rock*, sertanejo, pagode romântico ou *funk*, dependendo de outros condicionantes socioculturais.

<sup>2</sup> A expressão foi retirada da biografia no *site* do sambista ([www.zecapagodinho.com.br](http://www.zecapagodinho.com.br)), que assim define o período.

<sup>3</sup> Paulão é violonista e diretor musical dos *shows* de Zeca e, trabalhando junto com Rildo em algumas produções, ajudou a sedimentar a sonoridade que atualmente é apresentada na obra do artista.

<sup>4</sup> É também em 1995 que o grupo Gerasamba lança a canção *É o tchan* no disco homônimo, que, de tanto sucesso, acabou rebatizando o grupo. Vale destacar que a música *É o tchan* não utiliza o *padrão Ben Jor*, mas um modelo rítmico que Carlos Sandroni denominou de *paradigma do tresilo*, um famoso ritmo 3-3-2, presente em diversas práticas musicais afrodescendentes em todo o mundo (ver Sandroni, 2001, p. 28-31). Como vimos, a *axé music* é uma categoria de mercado que abrange diversos ritmos e gêneros e, em sua prática, o *padrão Ben Jor* é apenas uma entre as diversas variantes. Ainda assim, pensando “lateralmente”, como propõe Tagg, a audição do *padrão Ben Jor* remete à estética da música baiana dos anos 1990.

<sup>5</sup> Nas músicas *Vem cá menina*, *Água na boca* e *Vida colorida*, o *padrão Ben Jor* constitui-se como ritmo principal do acompanhamento. Já em *Nunca mais te machucar* e *O amor é cego*, a levada de cavaquinho está destacada na mixagem, baseada no paradigma do Estácio. Os sambas românticos *Nosso sonho não é ilusão*, *Cola do meu lado*, *Tão só*, *Dói demais*, *Escuta teu coração*, *Me leva no seu coração* e *Não diga nada* completam o repertório do disco, caracterizado pela diversificação estilística do samba.

<sup>6</sup> Dados obtidos no relatório Mercado Brasileiro de Música, produzido para a ABPD em 2001. Os números detalhados são 107,9 milhões de unidades vendidas em 1997; 105,3, em 1998; 96,9, em 1999; e 104,2, em 2000. A partir de 2001, a indústria inicia um processo de queda anual, registrando 78,2 milhões de discos vendidos.

<sup>7</sup> Dados da ABPD e da IFPI (International Federation of the Phonographic Industry ou Federação Internacional da Indústria Fonográfica) (Dias, 2000, p. 106).

<sup>8</sup> Atualmente, o próprio Napster, que já foi símbolo da troca gratuita de arquivos musicais, é regulado e fornece músicas mediante pagamento. Porém, a internet é um ambiente de difícil controle e, a cada instante, surgem novos programas e *sites* que se popularizam e permitem troca de músicas sem pagamento de direitos autorais.

<sup>9</sup> Dentre os mais famosos, podemos citar as iniciativas de Antônio Adolfo, Marcus Pereira, Itamar Assumpção, Alouysio de Oliveira, responsáveis pelo lançamento de artistas que, de fato, conquistaram espaço no mercado, como Boca Livre, Cartola, o próprio Itamar, além dos grupos paulistas Premeditando o Breque, Língua de Trapo, entre outros (Dias, 2000, p. 140). No mercado de samba, podem-se destacar os discos lançados (e pagos) pelo japonês Tanaka, em 1986, que incluíam LPs de sambistas como Wilson Moreira, Nelson Sargento e Velha Guarda da Portela.

<sup>10</sup> Márcia Dias cita um acordo entre o selo Tinitus para distribuição com a Polygram, que não atingiu os objetivos e foi desfeito em apenas três anos (2000, p. 147). Tive a oportunidade de participar de um grupo de samba (Família Roitman) que lançou um disco, em 1995, pelo selo Dubas e com distribuição da Warner e pude verificar que as mesmas dificuldades ocorriam. O disco não aparecia em lojas com bom potencial de

vendas, como em cinemas e livrarias especializadas, pois os vendedores não tinham interesse em atualizar as compras desses estabelecimentos. Ao mesmo tempo, as lojas de alto giro não se interessavam em comprar um disco de um grupo desconhecido que chegou ao mercado com pouco investimento em divulgação massiva.

<sup>11</sup> João Augusto (Deckdisc, criada em 1998), Marco Mazzola (MZA, 1998) e Pena-Schimit (Tinitus, 1992), ex-diretores artísticos da EMI, Polygram e Warner, respectivamente, e o produtor musical Líber Gadelha (Indie Records, 1997) são alguns exemplos de grande destaque.

<sup>12</sup> Ver *site* da associação: [www.abmi.com.br](http://www.abmi.com.br). A ABMI conta atualmente com noventa associados e tem conquistado importantes vitórias que facilitaram o gerenciamento das pequenas gravadoras, sobretudo em seu relacionamento com editoras, fábricas, lojas, meios de comunicação, além de *sites* de comércio legal de música pela internet.

<sup>13</sup> Um outro dado importante no mercado é o surgimento de novas gravadoras médias resultantes de associações entre músicos, produtores e empresários dispostos a investir no setor musical. Destacam-se, neste caso, as gravadoras Trama e Biscoito Fino. A Trama nasceu de uma associação entre o músico João Marcelo Bôscoli, filho do compositor Ronaldo Bôscoli e da cantora Elis Regina, e os irmãos André e Cláudio Szajman, controladores do Grupo Szajman, formado por empresas do ramo de comércio eletrônico, financeiro e *tickets* refeição, sendo a mais conhecida a VR Vales. A Biscoito Fino, por sua vez, nasceu de um encontro entre a cantora Olívia Hime e sua amiga Kati Almeida Braga, dona da *holding* Icatu Hartford, controladora de diversas empresas com atuação há mais de vinte anos no ramo financeiro (a seguradora Icatu e a financeira Fininvest são as mais famosas). O poderio financeiro associado a uma certa sensibilidade musical, bastante distinta dos moldes clássicos de gestão das multinacionais, logo transforma essas duas empresas em referências para lançamento de novos artistas. Em pouco tempo, o mercado fonográfico brasileiro alcança grande diversidade nos lançamentos, principalmente pela atuação de gravadoras pequenas e, sobretudo, das médias, capazes de competir com as *majors* em excelentes condições.

<sup>14</sup> Trecho de famoso samba de Nelson Sargento, intitulado *Agoniza mas não morre*.

<sup>15</sup> Um exemplo bastante significativo da emergência de novos artistas ligados ao samba é o da cantora Teresa Cristina, atualmente bastante consagrada no mercado de samba carioca. Além dela, dezenas de artistas (cantores, cantoras, compositores, instrumentistas e grupos) têm se destacado desde o final dos anos 1990, formando um intenso movimento cultural, cujo polo irradiador é o intenso circuito da Lapa carioca (ver Herschmann, 2007).

<sup>16</sup> Numa atuação arrojada no mercado, com distribuição ampla e projetos sofisticados, a Biscoito Fino tem seduzido artistas de alta legitimidade do segmento MPB para seu

catálogo, como Maria Bethânia, Paulinho da Viola, Leila Pinheiro e, recentemente, o prestigiadíssimo Chico Buarque (CHICO agora é da Biscoito Fino, 2005). A inclusão de nomes de alto prestígio em seu catálogo colabora não só para ampliação nas vendas mas, também, para sedimentação da gravadora no cenário musical brasileiro, numa inteligente (e bem financiada) estratégia de *marketing* a médio e longo prazo.

<sup>17</sup> Na virada dos anos 1990 para a década seguinte, o samba identificado com essa “raiz” experimentou um período de grande projeção no mercado de música, que permanece com a mesma intensidade até hoje. Ao contrário do que ocorria no início da década, a categoria “samba de raiz” demonstra sua força no mercado e sua permanência, não só em rodas cada vez mais disputadas, mas também nos lançamentos fonográficos e até “furando o bloqueio” das rádios. A partir do sucesso de Zeca (Universal, 1995), Martinho (Sony, 1995) e Fundo de Quintal (BMG, 1997), o redescobrimto de Jorge Aragão (Indie, 1997) e o surgimento de novos artistas como Dudu Nobre (BMG, 1999), o grupo Revelação e Teresa Cristina (Deckdisc, 1998 e 2002, respectivamente), além da valorização de sambistas ligados às escolas que lançaram discos no período (Elton Medeiros, Nei Lopes, Luiz Carlos da Vila, Marquinhos de Osvaldo Cruz, entre muitos outros), o samba que reforça seus vínculos com a trajetória do gênero e se associa a um passado referencial também conquistou boa projeção no mercado.

<sup>18</sup> Além dos óbvios Zeca Pagodinho, Martinho da Vila, Fundo de Quintal, Jorge Aragão, Raça Negra e Só Pra Contrariar, o disco ainda conta com a presença de artistas em início de carreira fonográfica, como Dudu Nobre, Teresa Cristina e a cantora Nalanda, egressa do programa de revelação de talentos Fama, da mesma Rede Globo. O repertório tem grande ênfase no prestigiado “samba de raiz”, com a gravação de sambas de compositores legitimados como Cartola (*Alvorada*), Monarco e Walter Rosa (*Tudo menos amor*), Nelson Sargento (*Falso amor sincero*) e Manacéia (*Quantas lágrimas*), mas abre espaço também para o pagode romântico com *Cigana* (de Luiz Carlos, cantada pelo Raça Negra) e *Encaixe perfeito* (Luiz Carlos Picolé e Serginho Procópio, gravada pelo grupo Swing & Simpatia) e até mesmo para aproximações com a música *pop*, com a participação de Pedro Luís e A Parede, em parceria com Ney Matogrosso (*A ordem é samba*, de Jackson do Pandeiro e Severino Ramos). A proporção desigual entre samba de raiz e as outras estéticas revela o momento de grande exposição comercial que a categoria passa, tendo se tornado critério de valor do segmento samba.

<sup>19</sup> Entre eles podemos citar Feitosa (Aílton Graça), Islene (Paula Burlamarqui) e Creuza (Juliana Paes), que fizeram enorme sucesso ao protagonizarem um curioso triângulo amoroso com ares de chanchada. Também nascida no bairro, a personagem principal, Sol (Débora Secco) movimenta a trama da novela – inspirando-lhe o próprio título – ao realizar seu sonho de conhecer e morar na “América”.

## CONCLUSÃO

A valorização estética do samba foi construída no decorrer do século XX (e principalmente na década de 1960) a partir da ideia de *tradição*. Como vimos, essa tradição tem dois componentes principais: a reafirmação do gênero como prática de populações marginalizadas da sociedade, formadas majoritariamente por negros e mulatos; e a construção de uma relação íntima e reverente ao passado do gênero, ao seu repertório, compositores, lugares e símbolos que demarcam sua origem e identificam seus referenciais. A roda de samba é um evento informal que funciona como fator de coesão de um determinado grupo social em torno das referências do repertório e se tornou um símbolo fundamental para a consolidação da noção de tradição e para a própria definição do gênero.

Ao mesmo tempo, o mercado de música passou por intensas mudanças no mesmo período, culminando num alto grau de profissionalismo que, no ramo empresarial, significa a busca incessante por produtos capazes de gerar lucros imediatos e volumosos. Para isso, a indústria fonográfica internacional se concentrou na distribuição e divulgação de músicas voltadas para a juventude, capazes de cativar corações jovens em todo o planeta. Assim como o ideal da juventude expressa uma valorização da modernidade, de um tempo de curta duração, voltado para o presente, para o aqui e agora, o mercado também se volta para o “moderno”, para o “novo”, para o “jovem”.

A relação entre o samba e o mercado, durante boa parte do século XX, foi marcada por um paradoxo: ao mesmo tempo em que lutam para ocupar os espaços mais prestigiados comercialmente do mercado profissional moderno,

os sambistas apoiam suas referências simbólicas em valores antimercado, baseados nas rodas amadoras e na valorização do passado e da história do gênero.

Até a década de 1990, a oposição entre tradição e modernização ocorreu entre o samba e as outras músicas do mercado. A ideia de modernização na música popular tem, na verdade, duas vertentes. A primeira, a modernidade *estética*, representa um núcleo de bom gosto e de qualidade e tem como referência a obra de compositores e cantores da chamada MPB. Construída a partir da criação individual desses artistas e destinada a um público de classe média e alta, a estética da MPB prima pela utilização de elementos sofisticados e de alta complexidade. Assim, sua valoração ocorre a partir de critérios aparentados com os critérios de qualidade aplicados à música de concerto clássica-romântica europeia, representada nas obras referenciais de Bach, Mozart e Beethoven. Uma segunda vertente modernizadora, mais *comercial*, se constitui a partir da utilização de elementos da música *pop* internacional, baseada na estética jovem que, de certa forma, teve como marco inicial o enorme sucesso mundial do *rock and roll* de Elvis Presley e dos Beatles. A estética musical jovem está associada a uma sonoridade derivada de invenções tecnológicas, como a guitarra elétrica e o teclado, representando este modelo moderno de valorização musical.

O samba, então, ocupava o mercado como uma categoria relativamente coesa, representando a música nacional e estabelecendo contrapontos à “invasão” de elementos da cultura internacional-popular e, ao mesmo tempo, às práticas sofisticadas e “modernas” da produção musical nacional. No campo estético, a categoria samba se opunha à MPB, lutando para legitimar seus critérios específicos de valoração e atingir o mesmo padrão hierárquico da famosa sigla. O episódio do *Réveillon* de 1996 revela que ainda há um longo caminho a percorrer até que os artistas identificados com o samba consigam o mesmo grau de consagração e valoração de seus colegas da MPB.

Comercialmente, sempre houve oposição entre o samba e a música *pop* internacional, cujo símbolo mais contundente é o *rock*. As noções de “modernidade” associada ao *rock* e de “atraso” vinculada ao samba são, na verdade, representações musicais de uma oposição entre nacional e estrangeiro que, como vimos, é um dos eixos principais de estruturação da cultura nacional. É por isso que o samba é a trilha sonora mais representativa do Brasil há mais de



setenta anos e sua manifestação artística, a mais contundente. Até a década de 1990, o gênero funcionou como representante desse ideal nacionalista ameaçado pelo *rock* e, ao mesmo tempo, disputou legitimidade com a modernidade cosmopolita da MPB. O embate foi, portanto, até o surgimento do pagode romântico, *externo* à categoria.

A partir do sucesso do Raça Negra e da emergência do pagode romântico, essa disputa entre tradição e modernidade passou para *dentro* do universo do samba, instaurando uma distinção entre um tipo de samba identificado com o passado, a “raiz”, e uma outra estética voltada para o presente, o novo “pagode”. O pagode romântico estava imbuído do desejo concreto de modernizar a prática do samba aproximando-a dos referenciais de modernidade da cultura *pop* internacional. Com isso, afastou-se ainda mais dos critérios de qualidade musical moderna tomados de empréstimo da música erudita e representados nos elementos característicos da MPB. Instaurou-se, então, um eixo de modernização do samba, que funcionava também como argumento para sua desqualificação estética, uma vez que o pagode romântico se afastava tanto do referencial do “bom gosto” quanto dos elementos característicos da “tradição”. Por outro lado, atingia níveis de consagração comercial altíssimos, com públicos fiéis e cada vez mais amplos.

Com a estabilização monetária do Plano Real e o aquecimento da economia, a base de consumidores de música se ampliou, o que aumentou consideravelmente as vendas e os lucros da indústria fonográfica brasileira.<sup>1</sup> A legitimação pela quantidade se fortalece à medida que ela vai ficando mais numerosa e abrangendo amplas parcelas dos consumidores de música. Ao incorporarem ao universo comercial e simbólico do samba novas cores, sotaques, elementos musicais, formais e temáticos, os artistas identificados com o pagode romântico eliminaram parte das oposições que norteavam a relação entre samba e mercado. Puderam então estabelecer um padrão de atuação artística no mundo dos negócios sem carregarem o estigma da relação paradoxal dos protagonistas do samba que tratavam o mercado como inimigo, desdenhando sua estrutura, funcionamento e referências estéticas. Ao elaborarem as questões que sedimentavam a relação paradoxal com o mercado, os grupos de pagode romântico definiram uma nova forma de atuação profissional dos sambistas

nesse mercado. Como consequência, o público do samba foi gradativamente se ampliando no decorrer da década e permitindo o (re)surgimento comercial de artistas identificados com o histórico do gênero, que haviam passado por “fases estranhas”. A ampliação da base de consumo colabora para o início de um processo de diversificação estética, que vai se confirmar na virada do milênio. Neste período, os lançamentos de Zeca Pagodinho e Martinho da Vila acentuam a divisão do grande mercado de samba entre “raiz” e “pagode”, ampliando as vendas do primeiro. O meio da década é ainda um momento de grande riqueza na luta para a categoria samba aumentar seu prestígio simbólico e melhorar sua posição no *ranking* hierárquico de qualidade musical.

Entre tradição, modernidade, consumo e prestígio, a prática do samba ocupou um lugar de destaque no mercado de música brasileira na última década do século XX, projetando-se para o milênio seguinte com grande força. O jornalista Hugo Sukman mapeia esse novo momento do samba:

Eu acho que tem três fenômenos. [...] Teve um fenômeno que foi a volta do Zeca Pagodinho, que aliou o samba mais bem feito com qualidade de produção. Segundo fenômeno: o samba sempre foi contemporâneo de si próprio e evoluiu assim. Chega nos anos 1990, encontra uma classe média universitária interessada nele a fim de congelar a estética do samba, que se deu o nome de “samba de raiz”. [...] E o terceiro e último – mas não menos importante – fenômeno é que, de fato, você vai ter um mercado de samba popular, o pagodão. [...] Os anos 1990 foi uma época de maturidade do samba como produto cultural, como produto comercial. (Sukman, 2005b)

A palavra-chave desse processo é diversidade. Essa maturidade comercial se reflete na diversidade dos produtos de samba que conseguem circular entre as três vertentes básicas apontadas por Sukman: qualidade de produção, samba “de raiz”<sup>2</sup> e pagode romântico. É claro que entre os “fenômenos” há gradações e uma infinidade de estilos que não podem se enquadrar rigidamente nesse breve resumo elaborado pelo jornalista. Mas sua opinião demonstra que, ao final da década de 1990, o mercado de música passou a ser ocupado por um leque relativamente amplo de correntes estéticas do samba, incluindo jovens interessados em “cultivar e congelar” o gênero de acordo com seu modelo

referencial de sonoridade e repertório. E houve, também, a modernização do pagode romântico, em diálogo estreito com a estética *pop* jovem, representado por artistas de destaque na grande indústria fonográfica.

Podemos incluir ainda uma ampla lista de artistas ligados ao samba que, com estilos e idades variadas, lançam discos que circulam pelas pequenas e médias gravadoras, fazendo regularmente *shows* em várias capitais. Soma-se a esse time o (re)nascimento comercial de sambistas identificados com as “velhas guardas” das escolas de samba, pertencentes a uma segunda geração dos fundadores das agremiações cariocas. Isso sem contar a grande influência do samba para outros gêneros do mercado, como a própria MPB, o *pop* e o *funk*, entre outros.

Nos dias de hoje, o samba ocupa todas as esferas do mercado brasileiro de música, desde pequenas rodas de samba afastadas dos centros urbanos até disputados *shows* em grandes casas noturnas; desde lançamentos restritos de pequenas gravadoras até amplas campanhas comerciais agressivas dos discos lançados pelas *majors*; desde programas de baixa audiência em redes de televisão educativas até recordistas de ibope, como o Domingão do Faustão e as telenovelas do horário nobre; desde obscuros programas noturnos de emissoras de rádio AM até rádios FM líderes de audiência inteiramente dedicadas ao gênero. O samba circula pelo mercado e pela sociedade de forma diversificada e intensa, minimizando a rígida oposição que norteava a categoria, impensada entre o *showbiz* e o fundo de quintal.

É claro que a conjuntura econômica e tecnológica deu uma forcinha para essa diversidade. A proliferação e o sucesso empresarial de gravadoras de porte médio e pequeno puderam oxigenar o mercado de música em todas as suas categorias, dando voz a artistas e a movimentos musicais não contemplados pelas grandes gravadoras. No entanto, é fato que a diversidade estética que o samba conseguiu abranger no interior de sua própria categoria foi a condição básica e necessária para essa ampliação do alcance e da circulação de sambas pelo mercado de música e pela sociedade. É como se o gênero tivesse reavaliado a rigidez de suas fronteiras e, com isso, assumido uma nova posição no mercado musical, agora com maior destaque.

Se não é possível afirmar que o paradoxo entre samba e mercado se extinguiu, ao menos parece indiscutível que, atualmente, a relação entre os dois se tornou mais próxima e íntima. Deixando de lado as indelicadezas e ofensas de parte a parte, a vigorosa discussão entre “samba de raiz” e “pagode romântico” atualmente se minimizou em importância, pois “o samba, com certeza, está em cada canto do Brasil”. Ainda bem!

## NOTAS

<sup>1</sup> Neste período, verifica-se um aumento na compra de televisões e aparelhos de CD, e a indústria fonográfica dobra sua média anual de unidades vendidas.

<sup>2</sup> Cabe ressaltar que o jornalista aplica a classificação “samba de raiz” em um sentido um pouco diferente do que foi tratada neste trabalho. Segundo ele, a categoria estaria identificada apenas à noção de “congelamento estético” do gênero, promovida por setores da classe média intelectualizada. No entanto, acredito tratar-se de uma opinião pessoal de Sukman, pois a noção de “samba de raiz” que circula amplamente na imprensa, de um modo geral, remete a todo universo de artistas identificados com a história e com a “tradição” do gênero. E isso inclui aqueles que conciliam “samba bem feito” com “qualidade de produção”, como Zeca, Dudu Nobre, Beth Carvalho, entre outros.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIVROS E ARTIGOS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: \_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. *Textos escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1999. p. 65-108. (Os Pensadores).

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. p. 155-204.

\_\_\_\_\_; SIMPSON, George. *On Popular Music*. Disponível em: <http://www2.rz.hu-berlin.de/fpm/texte/adorno.htm> Acesso em: 21 jan. 2005.

ARAÚJO, Paulo César de. *Eu não sou cachorro não*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

ARAÚJO, Samuel. The Politics of Passion: the Impact of Bolero on Brazilian Musical Expressions. In: CHRISTENSEN, Dieter (org.). *Yearbook for Tradicional Music*. Londres: IASPM, 1999. p. 81-93.

\_\_\_\_\_. *Acoustic Labor in Timing of Every Day Life: A Critical History of Samba in Rio de Janeiro, 1917-1990*. 1992. Tese (Doutorado em Etnomusicologia) – School of Music, University of Illinois, Urbana. 1992.

BARBOSA, Marco Antonio. *Raça negra*. Disponível em: <http://www.cliquemusic.com.br>. Acesso em: 27 jun. 2005.

BAUMAN, Zygmunt. *Work, Consumerism and the New Poor*. Buckingham: Open University Press, 1998.

- BLACKING, John. *Music, Culture and Experience*. Chicago: Chicago University Press, 1995.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre/São Paulo: Zouk/Edusp, 2007.
- \_\_\_\_\_. O mercado de bens simbólicos. In: \_\_\_\_\_. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- CABRAL, Sérgio. *As escolas de samba, o quê, quem, como, onde e por quê*. Rio de Janeiro: Fontana, 1974.
- \_\_\_\_\_. Prefácio. In: CANDEIA FILHO, Antonio; ARAÚJO, Isnard. *Escola de samba: árvore que esqueceu a raiz*. Rio de Janeiro: Lidador, 1978.
- CALADO, Carlos. *Tropicália: a história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997.
- CALDAS, Waldenyr. *Acorde na aurora: música sertaneja e indústria cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.
- CANCLINI, Néstor García. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- CANDEIA FILHO, Antonio; ARAÚJO, Isnard. *Escola de samba: árvore que esqueceu a raiz*. Rio de Janeiro: Lidador, 1978.
- CARVALHO, José Jorge de. Black Music of All Colors: the Construction of Black Ethnicity in Ritual and Popular Genres of Afro-Brazilian Music. In: BÉHAGUE, Gerard H. (org.). *Music and Black Ethnicity: the Caribbean and South America*. Miami: University of Miami, 1992. p. 187-206.
- CASÉ, Rafael. *Programa Casé: o rádio começou aqui*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- CAVALCANTI, Maria Laura V. Castro. *Carnaval carioca: dos bastidores ao desfile*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Funarte, 1994.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- CONNOR, Steven. *Teoria e valor cultural*. São Paulo: Loyola, 1994.

- COSTA NETO, José Carlos. A música e o sistema brasileiro de controle de direitos de autor e conexos. In: BOULAY, Marinilda B. (org.). *Guia do mercado brasileiro de música*. São Paulo: Imprensa Oficial/ABMI, 2004.
- COUTINHO, Eduardo G. *Velhas histórias, memórias futuras: o sentido da tradição na obra de Paulinho da Viola*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001.
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- DAPIEVE, Arthur. *BRock: o rock brasileiro dos anos 80*. São Paulo: Editora 34, 1995.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Disponível em: [http://www.arq.ufsc.br/esteticadaarquitectura/debord\\_sociedade\\_do\\_espetaculo.pdf](http://www.arq.ufsc.br/esteticadaarquitectura/debord_sociedade_do_espetaculo.pdf). Acesso em: 2003.
- DIAS, Márcia T. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. Londres/Nova York: Routledge, 1996.
- DOURADO, Henrique Autran. *Dicionário de termos e expressões da música*. São Paulo: Editora 34, 2004.
- DREIFUSS, René Armand. Corporações estratégicas e mundialização cultural. In: MORAES, Denis de (org.). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- ESSINGER, Silvio. *Bom astral*. Disponível em: <http://cliquemusic.com.br>. Acesso em: 25 jun. 2005.
- \_\_\_\_\_. *O Carnaval de Salvador embala o País*. Disponível em: <http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/axe-music>. Acesso em: 1º jan. 2000.
- FABBRI, Franco. A Theory of Musical Genres: Two Applications. In: HORN, David; TAGG, Philip (org.). *Popular Music Perspectives, Papers from the First International Conference on Popular Music Research*. Göteborg/Exeter: IASPM, 1982.
- \_\_\_\_\_. Browsing Music Spaces: Categories and the Musical Mind. In: CONGRESSO DA IASPM-UK. 1999. Disponível em: <http://www.tagg.org/others/ffabbri9907.html>. Acesso em: 2 jun. 2002.

- FAOUR, Rodrigo. A fórmula do sucesso da Indie Records. Disponível em: <http://www.cliquemusic.com.br>. Acesso em: 19 jul. 2000.
- FENERICK, José Adriano. *Nem no morro, nem na cidade: as transformações do samba e a indústria cultural (1920-1945)*. 2002. Tese (Doutorado em História Econômica) – Departamento de História, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2002.
- FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- FREIRE FILHO, João. *A elite ilustrada e “os clamores anônimos da Barbárie”*. 2001. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2001.
- FRITH, Simon. Rumo a uma estética da música popular. In: MCCLARY, Susan; LEPPERT, Richard (org.). *Music and Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. p. 133-149.
- FROTA, Wander Nunes. *Auxílio luxuoso: o samba símbolo nacional, geração de Noel Rosa e indústria cultural*. São Paulo: Annablume, 2003.
- GAVIN, Charles. Texto do encarte da reedição em CD do disco de Jorge Ben *Samba Esquema Novo*. Manaus: Universal, 2001. 1 CD: digital, estéreo.
- GUERREIRO, Goli. *A trama dos tambores: a música afro-pop de Salvador*. São Paulo: Editora 34, 2000.
- GUIMARÃES, Francisco (Vagalume). *Na roda de samba*. Rio de Janeiro: MEC/Funarte, 1978 [1933].
- GUMES, Nadja Vladi Cardoso. RG: Jovem – culturas juvenis e a formação das identidades da juventude. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26. 2003, Belo Horizonte. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/nucleos\\_np13.shtml](http://www.intercom.org.br/papers/congresso2003/nucleos_np13.shtml). Acesso em: 12 maio 2005.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- HENION, Antoine. The Production of Success: an Antimusicology of the Pop Song. In: FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew (org.). *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. Nova York: Panteon Books, 1990 [1983]. p. 185-206.



- HERSCHMANN, Micael. Na trilha do Brasil contemporâneo. In: \_\_\_\_\_ (org.). *Abalando os anos 90: funk, hip hop, globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p. 52-85.
- \_\_\_\_\_. *Lapa, cidade da música*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- \_\_\_\_\_. *O funk e o hip hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
- HOBSBAWM, Eric. A invenção das tradições. In: \_\_\_\_\_; RANGER, Terence (org.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- \_\_\_\_\_. *A história social do jazz*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- HOLLANDA, Heloísa B. de; GONÇALVES, Marcos A. *Cultura e participação nos anos 60*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- JANOTTI JÚNIOR, Jedder. *Aumenta que isso aí é rock and roll: mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.
- LASMAR, José Osvaldo Guimarães. Aspectos conceituais e metodológicos de uma abordagem econômica da indústria cultural. In: *Economia da cultura: reflexões sobre indústria cultural no Brasil*. Brasília: MinC, 1998.
- LEME, Mônica. *Que Tchan é esse? Indústria e produção musical no Brasil dos anos 90*. São Paulo: Annablume, 2003.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LOPES, Nei. Nei Lopes. Disponível em: <http://www.clicknoticias.com.br>. Acesso em: 19 set. 2002.
- \_\_\_\_\_. *O negro no Rio de Janeiro e sua tradição musical*. Rio de Janeiro: Pallas, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Sambeabá: o samba que não se aprende na escola*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Zé Kéti. O samba sem senhor*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2000. (Perfis do Rio)
- LUNDBERG, Dan; MALM, Krister; RONSTRÖM, Owe. *Music Media Multiculture: Changing Music Scapes*. Suécia: Svenskt Visarkiv, 2003. Disponível em: <http://www.visarkiv.se/mmm/book/index.htm>. Acesso em: 10 mar. 2005.

- MANSUR, Fernando. *Rádio: um veículo subutilizado?* 2004. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MATOS, Claudia. *Acertei no milhar*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- MIDDLETON, Richard. *Studying Popular Music*. Filadélfia: Open Music University, 1990.
- MORELLI, Rita. *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas: Unicamp, 1991.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975.
- \_\_\_\_\_. Não se conhece a canção. In: \_\_\_\_\_. *Linguagem da cultura de massas*. Petrópolis: Vozes, 1973. p. 143-156.
- MOURA, Roberto M. *No princípio, era a roda*. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Tia Ciata e a pequena África no Brasil*. Rio de Janeiro: Funarte, 1983.
- MUKUNA, Kazadi Wa. *Contribuição bantu na música brasileira: perspectivas etnomusicológicas*. São Paulo: Terceira Margem, 2000.
- NAPOLITANO, Marcos. *A música popular brasileira (MPB) dos anos 70: resistência política e consumo cultural*. In: CONGRESSO DA IASPM-LA (International Association for Study of Popular Music – Latin America), 4. 2002, Cidade do México. Disponível em: <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/actasmexico.html>. Acesso em: 5 set. 2004.
- \_\_\_\_\_. O tropicalismo no contexto dos festivais. *Alta Fidelidade*, 1997. Disponível em: <http://www.geocities.com/altafidelidade/arquitema.htm>. Acesso em: 20 dez. 2005.
- \_\_\_\_\_. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2001.
- NAVES, Santuza. *Da bossa nova à tropicália*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- NEPOMUCENO, Rosa. *Música caipira: da roça ao rodeio*. São Paulo: Editora 34, 1999.

- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- PARANHOS, Adalberto. O Brasil dá samba? Os sambistas e a invenção do samba como “coisa nossa”. In: CONGRESSO DA IASPM–LA (International Association for Study of Popular Music – Latin America), 2. 1997, Santiago do Chile. Disponível em: <http://www.samba-choro.com.br>. Acesso em: 5 fev. 2004.
- PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *Cacique de Ramos: uma história que deu samba*. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.
- PIRES, Alexandre. *Minha Vida, minha música*. Manaus: BMG Brasil, 2002. 1 disco: digital, estéreo.
- PITTIGLIANI, Armando. Texto da contracapa do LP de Jorge Ben, *Samba esquema novo*. Rio de Janeiro: Phillips, 1963. 1 disco: 331/3 rpm, microsulco, estéreo.
- PRESTES, Luiz Carlos. A cadeia produtiva da economia da música. In: BOULAY, Marinilda B. (org.). *Guia do mercado brasileiro de música*. São Paulo: Imprensa Oficial/ABMI, 2004.
- PUTERMAN, Paulo. *Indústria cultural: a agonia de um conceito*. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- SADIE, Stanley (org.). *Dicionário Grove de música*. Edição concisa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- SANCHES, Pedro Alexandre. *Como dois e dois são cinco*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- SANDRONI, Carlos. Adeus à MPB. In: GALVÃO, Berenice; STARLING, Heloísa; EISENBERG, José (org.). *Decantando a República*. Rio de Janeiro/São Paulo: Nova Fronteira/Perseu Abramo, 2004. V. 1, p. 25-35.
- \_\_\_\_\_. *Feitiço decente: transformações no samba (1917-1933)*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

- SEEGER, Anthony. Whoever We Are Today, We Can Sing You a Song About It. In: BÉHAGUE, Gerard H. (org.). *Music and Black Ethnicity: the Caribbean and South America*. Miami: University of Miami, 1992. p. 1-16.
- SEVERIANO, Jairo; MELLO, Zuza Homem de. *A canção no tempo: 85 anos de músicas brasileiras*. V. 1 e 2. São Paulo: Editora 34, 1997.
- SILVA, Marília T. Barbosa; OLIVEIRA FILHO, Arthur. *Cartola: os tempos idos*. Rio de Janeiro: Funarte, 1997.
- \_\_\_\_\_; SANTOS, Lygia. *Paulo da Portela*. Traço de união entre duas culturas. Rio de Janeiro: Funarte, 1979.
- SODRÉ, Muniz. *Samba, o dono do corpo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
- SOUZA, Tárík de. *Tem mais samba: das raízes à eletrônica*. São Paulo: Editora 34, 2003.
- TAGG, Philip. *Fernando the Flute*. Liverpool: Institute of Popular Music/University of Liverpool, 1991.
- \_\_\_\_\_. *Introductory Notes to the Semiotics of Music*. Liverpool, 1999. Disponível em: <http://www.tagg.org>. Acesso em: 19 jan. 2004.
- TATIT, Luiz. *O cancionista: composição de canções no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1996.
- \_\_\_\_\_. *O século da canção*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Musicando a semiótica*. São Paulo: Annablume, 1997.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- TINHORÃO, José Ramos. *História social da música popular brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- TRAVASSOS, Elizabeth. *Modernismo e música brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Os mandarins milagrosos: arte e etnografia em Mário de Andrade e Bela Bartók*. Rio de Janeiro: Funarte/Jorge Zahar, 1997.
- \_\_\_\_\_. O repertório do samba. In: ENCONTRO DA ANPPOM (Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música), 18. 2001, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: UFMG, 2001a.

- \_\_\_\_\_. *Paulinho da Viola e o mundo do samba*. 2001. Dissertação (Mestrado em Música) – Escola de Música, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2001b.
- ULLOA, Alejandro Sanmiguel. *Pagode: a festa do samba no Rio de Janeiro e nas Américas*. Rio de Janeiro: Multimais, 1998.
- VARGENS, João Baptista M. *Candeia: luz da inspiração*. Rio de Janeiro: Funarte, 1997.
- VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Abril Cultural, 1985.
- VIANNA, Hermano. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/Zahar, 1995.
- VIANNA, Leticia C. R. A idade média: uma reflexão sobre o mito da juventude na cultura de massa. *Série Antropologia*, Brasília, UnB, 1992. Disponível em: <http://www.unb.br/ics/dan>. Acesso em: 3 abr. 2003.
- \_\_\_\_\_. *Bezerra da Silva: produto do morro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- WISNIK, José Miguel. Algumas questões de música e política no Brasil. In: BOSI, Alfredo (org.). *Cultura brasileira: temas e situações*. São Paulo: Ática, 1992.
- \_\_\_\_\_. *O som e o sentido*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- YÚDICE, George. A funkificação do Rio. In: *Abalando os anos 90: funk, hip hop, globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 22-51.
- ZECA Pagodinho. *Acústico MTV ao vivo*. Rio de Janeiro: Universal, 2003. 155 min.

#### JORNAIS E REVISTAS

- A EXPLOSAÇÃO do CD. *Veja*, 29 dez. 1993.
- BARCELOS, Edmundo. Tá delícia, tá gostoso. *Jornal do Brasil*, 3 fev. 1996.
- BLORIS, Simone. Passarela do samba. *O Dia*, 21 out. 1998.
- BRANDÃO, Leci. Leci Brandão. *Raça*, mar. 1998. Entrevista realizada por Maria Amélia Rocha Lopes.
- BRASILEIRO conquista o sonho do CD *player*. *Jornal do Brasil*, 30 jan. 1994.
- BRÁULIO NETO. Invasão no território emergente. *Jornal do Brasil*, 6 ago. 1995.

- CABALLERO, Mara. A Zona Sul está mudando o pagode. *Jornal do Brasil*, 8 maio 1986.
- CABRAL, Sérgio. A música que vem do Sul. *Opinião*, n. 150, 19 set. 1975.
- CALADO, Carlos. Chico redescobre a música em *Paratodos*. *Folha de S. Paulo*, 10 mar. 1994.
- CARDOSO, Rodrigo; CAPRIGLIONE, Laura. A cor do sucesso. *Veja*, 24 jun. 1998.
- CHACUR, Fabian. Aula de malandragem. *O Dia*, 11 mar. 1997.
- CHICO agora é da Biscoito Fino. *O Globo*, 6 ago. 2005.
- CLAUDIA Cecília. Os bonitões do sambalço. *O Dia*, 19 jan. 1997.
- DAMASCENO, João Batista. Malandro, cerveja, ética protestante e espírito do capitalismo. *Achegas. Revista de Ciência Política*, n. 17, 2004. Disponível em: <http://www.achegas.net>. Acesso em: 7 ago. 2005.
- DIAS, Mauro. Teresa Cristina canta a obra de Paulinho da Viola. *O Estado de S. Paulo*, 11 nov. 2002.
- DONA IVONE LARA. *Palavra*, out. 1999. Entrevista.
- EBOLI, José Antonio. Acabou a época de vender 1 milhão de CDs. *IstoÉ Gente*, 2 set. 2002.
- EXPLOÇÃO nacional. *Veja*, 20 mar. 1996.
- FAUSTINO, Oswaldo. José de Paula Neto, um homem de visão. *Raça*, fev. 2000. Entrevista realizada com Netinho, do grupo Negritude Júnior.
- FELIX, Jorgemar. Sambalço monta *holding* milionária. *Jornal do Brasil*, 21 abr. 1995.
- FERREIRA, Mauro. Batuque no cinema. *O Dia*, 16 set. 1997.
- \_\_\_\_\_. No passo do SPC. *O Dia*, 3 maio 1999a.
- \_\_\_\_\_. Os beijoqueiros do sucesso. *O Dia*, 15 ago. 1998a.
- \_\_\_\_\_. Os magnatas do pagode. *O Dia*, 17 abr. 1998b.
- \_\_\_\_\_. Refém do público. *O Dia*, 13 maio 1999b.
- \_\_\_\_\_. Alto-astral. *O Dia*, 18 jul. 2000.

- \_\_\_\_\_. Deus do pagode. *O Dia*, 11 jun. 1998c.
- \_\_\_\_\_. *O Dia*, 21 out. 1998d.
- FICHTNER, Míriam. Bebadafama. *IstoÉ*, 31 dez 1997.
- \_\_\_\_\_. Samba não é *world music*. *IstoÉ*, 10 dez. 1997.
- FONSECA, Celso. Reis do batuque. *IstoÉ*, 27 jul. 1994. Entrevista.
- FORTINO, Leandro. Só Pra Contrariar comemora três milhões de discos vendidos. *Folha de S. Paulo*, 20 maio 1998.
- FRANCO, Carlos. Brahma “rouba” Zeca Pagodinho da Nova Schin. *O Estadão*, 14 mar. 2004.
- GABU, ex-integrante do grupo Raça Negra. *O Dia*, 30 jun 1994. Entrevista.
- GOMES, Márcia. Pagode com dendê e malagueta. *Jornal do Brasil*, 20 set. 1994.
- GUINETO, Almir. A revolução do Fundo de Quintal, por Tárík de Souza, Cleusa Maria, Márcia Cezimbra e Diana Aragão. *Jornal do Brasil*, 14 dez. 1986.
- HOLLANDA, Francisco B. de. In: CALADO, Carlos. Chico redescobre a música em *Paratodos*. *Folha de S. Paulo*, 10 mar. 1994. Entrevista.
- INDÚSTRIA mundial do disco tem retração histórica. *O Globo*, 8 abr. 2004.
- IVAN CLÁUDIO. Revoada pagodeira. *IstoÉ*, 4 abr. 2001.
- JOANA ANGÉLICA. Samba guerrilheiro. *IstoÉ*, 18 jun. 1986.
- JORNAL DO BRASIL, fev. 1996.
- KARABTCHVSKY, Teresa. Tem Beatles no samba. *Jornal do Brasil*, 18 jul. 1993.
- LEDA Maria. Sexta-feira, depois do expediente. O pagode chega ao Centro do Rio. *O Globo*, 24 jul. 1986.
- LESSA, Jefferson. É pagode pra valer. *O Globo*, Revista Rio Show, 5 ago. 2005.
- LOPES, Nei. Nei Lopes reúne “amigos” e celebra o samba em novo CD. *Folha de S. Paulo*, 21 dez. 2000. Entrevista.
- \_\_\_\_\_. A presença africana na música popular brasileira. *Revista ArtCultura*, Uberlândia, Universidade Federal de Uberlândia, Instituto de História, n. 9, 2004.

LOPES, Tim. Maratona do pagode. *IstoÉ*, 12 nov. 1986.

LUIZ Antonio. Disponível em: <http://www.sambando.com.br>. Acesso em: set. 2004.  
Entrevista.

LUIZ Carlos, componente do grupo Raça Negra. *O Dia*, 11 mar. 1997. Entrevista.

\_\_\_\_\_. Entrevista realizada por telefone, Rio de Janeiro, 8 abr. 2005a.

\_\_\_\_\_. *Jornal do Brasil*, 22 abr., 2005b. Entrevista.

\_\_\_\_\_. *Jornal do Brasil*, Revista Domingo, 10 set. 1995. Entrevista.

MALM, Krister. Music on the Move: Traditions and Mass Media. *Ethnomusicology*, v. 37, n. 3, 1993.

MARTINHO da Vila. *Jornal do Brasil*, 3 fev. 1997.

MARTINS, Sérgio. Tchau pagode. *Veja*, 29 mar. 2000.

MASSON, Celso. Jovem guarda negra. *Veja*, 22 maio 1996.

MATTOSO, Gilda. *Jornal do Brasil*, 18 jan. 1996.

MÁXIMO, João. Caminhos asfaltados para o samba. *O Globo*, 7 nov. 2000.

\_\_\_\_\_. *Jingle também acaba em samba. O Globo*, 19 abr. 2004.

\_\_\_\_\_. Bambas de primeira em três andamentos. *O Globo*, 19 abr. 2001.

\_\_\_\_\_. Tem japonês no samba. *Jornal do Brasil*, 11 dez. 1986.

MESQUITA, Cláudia; VALE, Israel do. A guerrilha do samba do bem. *Palavra*, 7 out. 1999.

MIDANI, André. Ex-executivo da indústria fonográfica confirma existência do jabá. *Folha de S. Paulo*, 21 maio 2003.

\_\_\_\_\_. Poder egocêntrico, poder responsável. *Revista Next-Brasil*, v. 2, n. 2, 2004, p. 18-24. Disponível em: <http://www.nextbrasil.com.br>. Acesso em: 27 abr. 2005.

\_\_\_\_\_. A MPB está em alta. *Veja*, Rio de Janeiro, 12 dez. 1990. Entrevista.

MONARCO (Hildemar Diniz). Os sambistas estão se acabando. Disponível em: <http://www.clicknoticias.com.br>. Acesso em: 4 out. 2002. Entrevista.

MONTEIRO, Priscila. Pornôsamba, a perereca tá solta. *O Dia*, 30 nov. 1995.



- MOREIRA, Paulo Ricardo. *Réveillon* do pagode. *O Dia*, 30 dez. 1993.
- NA BATIDA de Benito di Paula. *Diário do Nordeste*, 13 ago. 2004.
- NEGRITUDE Júnior é revelação. *Folha de S. Paulo*, 16 dez. 1992.
- NELSON SARGENTO. Nelson Sargento. O samba é uma instituição. Disponível em: <http://www.clicknoticias.com.br>. Acesso em: 18 out. 2002. Entrevista.
- NEOCI, sambista do Cacique de Ramos. *Afinal*, 28 abr. 1987.
- NETINHO, cantor do grupo Negritude Júnior. *O Dia*, 15 ago. 1998.
- \_\_\_\_\_. *Raça*, fev. 2000. Entrevista concedida a José de Paula Neto.
- NETTL, Bruno. Relating the Present to the Past: Thoughts on the Study of Musical Change and Cultural Change in Ethnomusicology. *Music and Anthropology*, Bolonha, n. 1, 1996. Disponível em: <http://www.muspe.unibo.it/period/ma/index.html>. Acesso em: 22 jul. 2005.
- O PAGODE em glória. *Veja*, 12 nov. 1986.
- O SAMBA da garoa. *Veja*, 20 jan. 1993.
- OS NOVOS “, de raiz” e “urbanos”. *Jornal do Brasil*, 9 dez. 1993.
- PAVAM, Roseane. O samba-metal. *IstoÉ*, 15 dez. 1993.
- PEREIRA, Adilson. Náufragos do pagode. *Jornal do Brasil*, 27 fev. 2001.
- PEREZ, Luís. Contrariar a lógica. *Folha de S. Paulo*, 17 set. 1999.
- PIMENTA, Ângela; SANCHES, Neuza. Talento para fazer milhões. *Veja*, 3 set. 1997.
- PIMENTEL, João. *Shopping* Samba. *O Globo*, 13 jun. 2004.
- \_\_\_\_\_. Selo especializado no samba e nas suas variações. *O Globo*, 16 jul. 2004.
- \_\_\_\_\_. Uma trilha de sucesso. *O Globo*, 9 nov. 2003.
- PINTO, Tânia Regina. Deu samba na FM. *Afinal*, 3 fev. 1987.
- PIRES, Alexandre. Contrariar a lógica. *Folha de S. Paulo*, 17 set. 1999.
- \_\_\_\_\_. *O Dia*, 13 set. 1994.
- PRYSTHON, Angela. Tropicália: o cosmopolitismo *pop* do Terceiro Mundo. *Revista Graphos*, João Pessoa, v. 10, n. 2, 2008.

- RENNÓ, Carlos. O samba vive. *Época*, 22 jun. 1998.
- ROCHA, Everardo. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. *Alceu. Revista de Comunicação, Cultura e Política*, Rio de Janeiro, v. 1, p. 18-37, 2000.
- RODRIGUES, Cinthia. Pagode \$/A. *Época*, 22 jun. 1998.
- RODRIGUES, Sílvio. *Jornal do Brasil*, 3 fev. 1997.
- RUIZ, Silvia. Acabou a época de vender um milhão de CDs. *IstoÉ Gente*, 2 set. 2002.
- SÁ, Xico. Raça Negra chega ao topo tocando pagode do asfalto. *Folha de S. Paulo*, 18 maio 1996.
- SAINT-CLAIR, Clóvis. O língua-solta do samba. *Jornal do Brasil*, Revista Domingo, 10 set. 1995.
- SALGADINHO, cantor do grupo Katinguelê. *Jornal do Brasil*, 27 fev. 2001. Entrevista.
- SANCHES, Pedro Alexandre. *Jornal do Brasil*, 9 nov. 1993.
- \_\_\_\_\_. Indústria fonográfica reclama da pirataria e prevê extinção do mercado. *Folha de S. Paulo*, 25 jul. 2001.
- \_\_\_\_\_. Simonal, o bode. *Folha de S. Paulo*, 17 set. 1999.
- SANTIAGO, William. *Raça*, ago. 1999. Entrevista.
- SANTOS, Vilmar dos. Pagode de graça na Cinelândia. *O Dia*, 9 maio 1990.
- SILVA, Marcos. *Afinal*, 28 abr. 1987.
- SÓ, Pedro. Pagode a jato. *O Dia*, 30 jun. 1994.
- \_\_\_\_\_. A morte da barata. *O Dia*, 13 set. 1994.
- \_\_\_\_\_. Os bambas de São Paulo. *Jornal do Brasil*, 17 jun. 1992.
- SOUZA, Okky de. Milionários do samba. *Veja*, 1 abr. 1998.
- SOUZA, Tárík de. Alteração nos tamborins. *Jornal do Brasil*, 9 nov. 1993.
- \_\_\_\_\_. O pagode na hora da explosão. *Jornal do Brasil*, 2 jul. 1986a.
- \_\_\_\_\_. et. al. A revolução do Fundo de Quintal. *Jornal do Brasil*, 14 dez. 1986b.

SUKMAN, Hugo. E o samba ganhou as paradas. *O Globo*, 6 jun. 2005a. Entrevista com Jorge Aragão, Mauro Diniz e Zeca Pagodinho.

\_\_\_\_\_. Eternizando o pagode. *O Globo*, 5 set. 2005b. Entrevista.

\_\_\_\_\_. O som da era Zeca. *O Globo*, 11 nov. 2003.

TAGG, Philip. Musicology and the Semiotics of Popular Music. *Semiótica*, n. 66-1/3, p. 279-298, 1987. Disponível em: <http://www.tagg.org>. Acesso em: 19 jan. 2004.

TRAVASSOS, Elisabeth. Vocações musicais e contexto social. *Cadernos do Colóquio 1998*, Rio de Janeiro, Uni-Rio, p. 7-12, 1999.

TROTTA, Felipe. Música popular e mercado: a força das classificações. *Revista Contemporânea*, Salvador, UFBA, v. 3, n. 2, p. 181-195, 2005. Disponível em: <http://www.contemporanea.poscom.ufba.br>. Acesso em: 30 jun. 2010.

UBIRANY, integrante do grupo Fundo de Quintal. *O Globo*, 1º jun. 1987. Entrevista.

UCHOA, Cláudio. Pagode para toda a família. *O Dia*, 30 abr. 1996.

\_\_\_\_\_. Pelados em Uberlândia. *O Dia*, 7 ago 1996.

ULHÔA, Martha Tupinambá de. Música sertaneja em Uberlândia na década de 1990. *Revista ArtCultura*, Uberlândia, Instituto de História, Universidade Federal de Uberlândia, v. 9, 2004.

VEJA, 23 abr. 1993.

VELOSO, Beatriz. Alexandre, o grande. *Época*, 7 jul. 2003.

## DEPOIMENTOS

ALVES, Adelson. *Entrevista concedida ao autor*. Rio de Janeiro, 27 fev. 2003.

ANDRADE, Carlos de (Carlão). *Entrevista realizada pelo autor com o produtor fonográfico da Visom, por telefone*. Rio de Janeiro, 14 fev. 2005.

BARROS, Rosineide Francisca de. *Entrevista realizada pelo autor com a presidente do fã-clubê Cheio de Manias*. São Paulo, 7 fev. e 8 abr. 2005.

CARVALHO, Roberto; CALMANOWITZ, Claudia (gravadora Rob Digital). *Entrevista concedida ao autor*. Rio de Janeiro, 26 maio 2004.

HORA, Rildo. *Entrevista realizada pelo autor com o produtor musical*. Rio de Janeiro, 8 abr. 2005.

LUZ, Moacyr. *Entrevista concedida ao autor pelo cantor e compositor*. Rio de Janeiro, 4 abr. 2005.

MEDEIROS, Beatriz. *Entrevista realizada com a integrante do fã-clube do SPC, por e-mail*. Rio de Janeiro, 22 maio 2005.

MILTON, José. *Entrevista realizada com o produtor musical*. Rio de Janeiro, 18 fev. 2005.

MOURA, Roberto M. *Entrevista concedida ao autor*. Rio de Janeiro, em 30 mar. 2005.

NENÊ. *Entrevista concedida ao autor pelo integrante do grupo Negritude Júnior, por telefone*. 7 jan. e 31 jan. 2005.

ROCHA, Moisés da. *Entrevista concedida ao autor*. 18 maio 2005a.

\_\_\_\_\_. *Entrevista concedida ao autor por e-mail*. 10 abr. 2005b.

SUKMAN, Hugo. *Entrevista concedida ao autor*. Rio de Janeiro, 23 mar. 2005c.

**UFRJ**

**EDITORIA**

**UFRJ**

**EDITORA**

# COLEÇÃO HISTÓRIA, CULTURA E IDEIAS

## TÍTULOS PUBLICADOS:

1. *O século XIX e a história: o caso Fustel de Coulanges*  
François Hartog
2. *América Latina: as cidades e as ideias*  
José Luis Romero
3. *Inventando carnavais: o surgimento do carnaval carioca no século XIX e outras questões carnavalescas*  
Felipe Ferreira
4. *História da literatura hispano-americana*  
Bella Jozef
5. *Os cronistas de Momo: imprensa e carnaval na Primeira República*  
Eduardo Granja Coutinho
6. *Carnaval carioca: dos bastidores ao desfile*  
Maria Laura Viveiros de Castro Cavalcanti
7. *Música, sociedade e política: Alberto Nepomuceno e a República Musical*  
Avelino Romero Pereira
8. *A invenção do Brasil: ensaios de história e cultura*  
Afonso Carlos Marques dos Santos
9. *Dicionário crítico Nelson Werneck Sodré*  
Marcos Silva (org.)
10. *Escola de samba, ritual e sociedade*  
José Sávio Leopoldi
11. *O patronato rural no Brasil recente (1964-1993)*  
Sonia Regina de Mendonça



Este livro foi impresso pela RioCor Gráfica e Editora para a Editora UFRJ em maio de 2011. Utilizaram-se as fontes Times New Roman e Weiss BT na composição, papel pólen soft 80 g/m<sup>2</sup> para o miolo e cartão supremo 250 g/m<sup>2</sup> para a capa.