



## **“Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar”<sup>1</sup>: os anos 90 e o rock no Brasil<sup>2</sup>**

Rafael Machado Saldanha<sup>3</sup>  
Centro de Pesquisa e Documentação de História  
Contemporânea da Fundação Getúlio Vargas

**Palavras-chave:** Música; rock brasileiro; mercado fonográfico.

**Resumo:** Nos últimos anos, fica difícil negar a grande mudança pela qual a música vem passando. O cenário da música pop sofreu mudanças não só de conteúdo, mas também em sua estrutura mercadológica. Entre o rock singelo da abertura política dos anos 80 e o circuito variado e segmentado de hoje, entre o mercado fonográfico centralizado de antigamente e as diversas alternativas de produção musical do presente, houve a década de 90. Este trabalho almeja elencar alguns dos motivos pelos quais os últimos dez anos do século XX possibilitaram (ou causaram?) o cenário completamente mudado dos tempos atuais: a chegada da MTV (*Music Television*), o surgimento dos principais selos alternativos, a popularização do CD (*Compact Disk*) e o avanço das tecnologias de produção e distribuição de conteúdo musical através de computadores.

---

<sup>1</sup> Citação da música “Um passeio no mundo livre”, de Chico Science & Nação Zumbi.

<sup>2</sup> Trabalho apresentado ao GT 09 – Rádio e Mídia Sonora, do Intercom Sudeste 2006.

<sup>3</sup> Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora e mestrando em Bens Culturais e Projetos Sociais pelo CPDOC-FGV. Em 2005, apresentou a monografia “Rock em Revista: o jornalismo de rock no Brasil”.



## O contexto musical e mercadológico do final dos anos 80

A década de 1980 marcou a volta do *rock and roll* às paradas de sucesso do país. Após quase duas décadas de uma ditadura militar que através de vários mecanismos tentou impedir as formas de expressão artísticas e culturais contrárias ao regime, a juventude da era da redemocratização elegeu o ritmo norte-americano como forma de expressar suas idéias. Temas proibidos pelos órgãos censores – como política, sexo e drogas – tocavam de forma bem-humorada nas rádios nas vozes de Engenheiros do Hawaii, Legião Urbana, Titãs e outros, ajudando a formar novas identidades, menos reprimidas, para a sociedade brasileira. O reconhecimento do movimento, batizado de BRock, veio em 13 de janeiro de 1984, na campanha das Diretas Já, quando o deputado Ulisses Guimarães fez piadas na imprensa, declarando que enviaria ao então presidente João Figueiredo um compacto da faixa “Inútil”, da banda paulista Ultraje a Rigor.

As grandes gravadoras da época abriram espaço para o BRock. O gênero deu às empresas alguns dos maiores sucessos comerciais daquela época, como o álbum “As aventuras da Blitz”, lançado em 1982 pela banda carioca Blitz e “Rádio Pirata ao vivo”, da banda RPM, lançado em 1986 e que até hoje detém o recorde de disco mais vendido de um artista brasileiro: 3,5 milhões de cópias. Porém, como é de praxe, estas gravadoras, em sua maioria ligadas à grupos multinacionais, não enxergavam o BRock como um movimento artístico e social importante, e sim como uma moda. No final da década, momento em que as vendas começaram a ser ameaçadas (em grande parte pelo grande volume de bandas despejadas no mercado sem qualquer critério de qualidade), o rock nacional foi descartado como um produto que já não mais atendia às necessidades de seus donos. Vale lembrar que o mercado fonográfico ainda se recuperava de uma crise que o abalou mundialmente. Essa crise fez com que as grandes indústrias de disco mudassem sua postura e passassem a investir somente em artistas que oferecessem retorno certo.<sup>4</sup>

Com a mudança da moda, ao final dos anos 80, o foco das gravadoras passou a ser na lambada, ritmo baiano com influências caribenhas e de dança sensual. A este cenário se seguiu, em princípios dos anos 90, o boom dos cantores sertanejos. A maioria dos artistas de rock que haviam feito sucesso na década de 80 foram dispensados do elenco das gravadoras ou tiveram que se sujeitar a condições contratuais e de promoção

---

<sup>4</sup> FRIEDLANDER, Paul. *Rock and Roll: uma história social*. Rio de Janeiro: Record, 2002.



muito inferiores aos que detinham anteriormente, alguns permanecendo anos sem gravar. Parecia que a moda de rock nacional estava definitivamente encerrada.

### **As mudanças da década de 90**

É claro que o fim do modismo do rock nacional não significou o fim do rock como um gênero musical produzido no país, nem restringiu sua produção àqueles artistas que já o faziam na década de 80. Porém, sem espaço na grande mídia de rádio e TV, os artistas surgidos cada vez mais se voltavam a públicos segmentados, perdendo a preocupação de se fazer acessível a qualquer um. Aos poucos, o inglês foi substituindo novamente o português como língua padrão dos roqueiros no Brasil. As principais bandas do diminuto e sectário cenário nacional do princípio dos anos 90 eram Pin-Ups, Killing Chainsaw, Sepultura e Maria Angélica, todas cantando em inglês. Fernando Naporano, crítico musical e vocalista do Maria Angélica, tinha uma posição radical:

O Brasil jamais vai entender que excetuando a valsa e a bossa nova – que caem bem em qualquer língua –, o rock é pra ser cantado em inglês – que é sua língua mãe – assim como o samba tem de ser cantado em português. A mídia brasileira é nacionalista e as universidades que por via de regra exercem influência na formação das pessoas, ao invés de darem ao aluno a poesia de Pasolini, oferecem Caetano.<sup>5</sup>

Porém, naquele momento, uma série de elementos começavam a ser construídos, elementos estes que possibilitariam uma renovação ampla no panorama do rock brasileiro. Estes fatores serão analisados a seguir.

### **Popularização do CD**

A popularização do CD, que já havia ocorrido no final dos anos 80 nos EUA, causou mudanças em todo o mundo. A primeira delas foi técnica. Além de uma qualidade de gravação e reprodução muito superior à dos antigos discos de vinil, o disco compacto (CD) era de manuseio mais simples e mais durável. O CD não exigia tantos cuidados no armazenamento quanto a tecnologia anterior e uma coleção ocupava agora muito menos espaço do que as coleções de *long-plays* (LP). Estas qualidades impulsionaram novamente a indústria fonográfica, que estava abalada desde a

---

<sup>5</sup> ALVES JUNIOR, Carlos. *Rock Brasil, o livro: um giro pelos últimos 20 anos do rock verde e amarelo* – Volume 2. São Paulo: Ed. Esfera, 2003. p. 157



popularização das fitas cassetes (que aqui aconteceu em meados dos anos 80). Além disso, a prensagem do CD era muito mais barata do que a dos LPs, e o tamanho diminuto dos álbuns reduzia em muito os custos com a parte gráfica do produto. Essa economia tornou a indústria fonográfica novamente lucrativa, e possibilitou novos investimentos que veremos neste trabalho posteriormente.

No entanto, não podemos menosprezar as mudanças estéticas possibilitadas pelo CD. Podendo originalmente comportar 74 minutos de gravação (hoje em dia os CDs gravam até 80 minutos), a duração dos álbuns poderia quase dobrar e as músicas não estariam limitadas ao espaço de um lado do LP. Além disso, o salto qualitativo da gravação digital trouxe novas possibilidades para os músicos em estúdio. Porém, o que parecia só trazer vantagens acabou gerando alguns contratemplos. Artistas, deslumbrados com a imensidão dos 74 minutos possibilitados pelo CD, enchiam o produto final com composições e experimentações que seriam lapidadas nos tempos dos vinis. Vários remixes da mesma faixa eram experimentados e discos pecavam pela irregularidade. Foram precisos alguns anos para que a produção nacional de álbuns voltasse à normalidade.

### **Selos alternativos<sup>6</sup>**

Das grandes modificações dos anos 90, essa foi a que gerou resultados mais imediatos e foi a que sofreu maior atraso em relação ao ocorrido no exterior, onde os selos independentes já dominavam uma fatia considerável do mercado desde a década de 70.

(...)os grandes selos estavam começando a restringir tudo que não pudesse garantir rendimentos futuros – uma consequência da visão mercantilista voltada para os resultados financeiros. A estratégia das grandes gravadoras consistia, então, na assinatura de longos contratos com os dinossauros já famosos, na expectativa de que estes artistas teriam vendas garantidas de cada lançamento. Se novos artistas ou estilos musicais surgissem, eles poderiam procurar o sistema paralelo, os selos independentes. Estas gravadoras independentes forneciam um espaço para que novos talentos pudessem ser descobertos ou criados. Isto significou uma mudança para as grandes gravadoras, que antigamente assinavam e gravavam com dez artistas conhecidos ou desconhecidos, torcendo para que um deles fosse bem sucedido e cobrisse o

---

<sup>6</sup> Neste trabalho, trataremos como “selo” aquelas empresas que participam somente de algumas partes da cadeia produtiva da música (gravação, pós-produção, prensagem, distribuição e divulgação), ou que começaram exercendo somente algumas destas funções. Já as “gravadoras” são aquelas que participam de todos estes estágios. As grandes gravadoras multinacionais, que ocupam a maior parcela do mercado, também são chamadas de *Majors*.



prejuízo dos outros. Agora elas só se comprometiam com o que julgavam ser um negócio seguro. As conseqüências desta filosofia foram consideráveis.<sup>7</sup>

Os selos independentes foram os principais responsáveis pela abertura do mercado musical para as cenas regionais, uma vez que novamente havia demanda por músicas jovens que resgatassem uma “brasilidade” (num previsível retorno ao que já havia acontecido na década de 70). Porém, no Brasil, o processo de surgimento destes selos não se deu como o estadunidense. Aqui, podemos falar numa independência vigiada, visto que alguns dos principais selos independentes da época estavam vinculados a grandes gravadoras. (O selo Banguela – hoje chamado Excelentes Discos – era da gravadora WEA. O Chaos, da Sony Music.).

Estes selos funcionavam como uma espécie de incubadora de artistas novos, que eram produzidos com o capital excedente gerado pela recuperação da indústria fonográfica. O Banguela lançou Raimundos, Mundo Livre S.A., Graforrêia Xilarmônica, Maskavo Roots e Little Quail and the Mad Birds. Já o Chaos foi responsável por Chico Science & Nação Zumbi, Skank e Planet Hemp. Apesar de sua curta duração, este impulso demonstrou que havia no Brasil um mercado consumidor para o rock nacional, que embora não vendesse 1 milhão de cópias, vendia 100 mil praticamente sem gastos com propaganda ou com a infame “verba de relacionamento”, eufemismo para Jabá<sup>8</sup>. Isso possibilitou mais tarde o surgimento de pequenas gravadoras nacionais, como a Trama e a Indie Records.

Paralelamente, surgiram selos que não estavam formalmente ligados à gravadoras, como o Cogumelo Discos, de Belo Horizonte, que lançou o Pato Fu, e o gaúcho Antídoto, que tinha em seu elenco Júpiter Maçã. Porém, mesmo estes dependiam muitas vezes da estrutura das grandes gravadoras para distribuírem seus produtos. Somente com o boom da Internet estes selos realmente independentes puderam prosperar sem precisar recorrer para os recursos das majors.

Em finais da década de 90, a idéia de pequenas gravadoras e selos independentes já estava tão consolidada no mercado brasileiro que possibilitou a inovação nos modelos de distribuição de CDs vigentes no Brasil. Em 1999, o cantor Lobão lança seu disco “A vida é doce” com a distribuição exclusiva através de bancas de jornal. Custando

---

<sup>7</sup> Idem, p. 346

<sup>8</sup> Jabá, ou Jabaculê, é o nome dado à propina paga pelas gravadoras para que se execute uma determinada música em um veículo de comunicação de massa. Apesar de proibida, a prática é comum no Brasil.



somente R\$9,90 (o preço médio do CD na época era de R\$23,00), o álbum atingiu facilmente a marca das 100 mil cópias vendidas.

No início dos anos 2000, as pequenas gravadoras já eram responsáveis pela grande maioria dos lançamentos de música nacional.<sup>9</sup>

### **MTV Brasil – *Music Television do Brasil***

A MTV começou suas transmissões no Brasil em 20 de outubro de 1990, quase 10 anos após sua versão americana (que entrou no ar em 1º de agosto de 1981). Apesar de não contar ainda com uma estrutura semelhante à matriz, a chegada da emissora por aqui modificou a maneira como os cantores e bandas lidavam com a imagem, num paralelo ao que ocorreu nos EUA quando do lançamento do canal.

O que poderia ter sido inicialmente um impulso para que os músicos expandissem sua expressão artística para uma dimensão visual tornou-se, no meio da década (de 80), um importante veículo para que as gravadoras promovessem seus produtos. Essencialmente, os grandes selos encaravam os videoclipes como comerciais televisivos, concebidos para vender mercadorias. O escritor Simon Frith comentou que as gravadoras, através dos clipes, estavam ajudando a criar um novo público para seus artistas através da ênfase em uma particular imagem visual ou identidade.<sup>10</sup>

No Brasil, a produção de videoclipes estava restrita até então a um artista ou outro, e sua exibição se dava somente em programas como o “Fantástico”, da rede Globo. A criação da versão brasileira do canal acabou abrindo espaço para toda uma nova geração, mais aberta à essa linguagem do que alguns figurões do cenário musical, que ainda tinha por parte de suas gravadoras uma certa descrença com o canal como formador de público. Este erro já havia sido cometido nos Estados Unidos:

(...) as rádios encaravam a MTV como uma ameaça e fizeram de tudo para denegrir o novo formato. Por isso, quando o grupo Men at Work emplacou dois singles no 1º lugar das paradas, canções que não tiveram uma execução significativa nas rádios, a MTV salientou que os vídeos da banda estavam constantemente sendo exibidos no canal. Aparecer na MTV vendia discos, influenciava os hábitos de compra e promovia a exibição de artistas desconhecidos.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> HERSCHMANN, Micael. KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Indústria da Música – uma crise anunciada*. p.9

<sup>10</sup> FRIEDLANDER, Paul. *Rock and Roll: uma história social*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.371

<sup>11</sup> idem, p.370



Com a escassez de material nacional, a MTV se viu, em seu início, sem saída senão aceitar clipes de bandas ainda sem muita expressão, divulgando-as. Essas bandas aproveitaram a oportunidade e rapidamente se fizeram conhecidas. Prova disso foram os prêmios de “Melhor videoclipe de Rock” para o Raimundos e “Melhor artista/banda revelação” para o Pato Fu, na primeira edição do Vídeo Music Brasil, em 1995, e os prêmios de “Melhor Videoclipe segundo a audiência” conquistados pelo Skank em 1996 e 1997. Porém, mais uma vez repetindo o que havia acontecido nos Estados Unidos, o mercado mudou causando uma alteração na postura da MTV Brasil:

A programação era neste momento um veículo ambicioso e eclético, os vídeos de orçamentos baixos feitos por artistas menos populares tinham agora uma competição árdua. Que videoclipe os anunciantes iriam preferir pagar – o novo da Madonna, Michael Jackson ou Prince, ou de uma desconhecida banda de new wave sem execução nas rádios? Qual iria ter maior audiência? Os negócios no rock triunfaram e a música não-comercial estava mais uma vez relegada ao segundo plano.<sup>12</sup>

Antes do final da década, a programação da emissora já era dominada pelos produtos vindos de grandes gravadoras

### **Novas tecnologias de produção e distribuição de conteúdo musical através de computadores.**

O quarto fator modificador influiu não somente no *rock'n roll*, mas em toda a música que viria a ser produzida posteriormente. A criação dos novos formatos de compactação musical para computadores na segunda metade dos anos 90 tornava possível a gravação em altíssima fidelidade em computadores pessoais. Arquivos que no formato anterior (.WAV) ocupavam centenas de megabytes passavam agora para a casa das unidades na compactação .MP3<sup>13</sup>. Pouco tempo depois, a tecnologia de gravação de CDs se tornaria mais acessível – pelo menos aos interessados em montar estúdios caseiros, uma vez que o preço dos gravadores só se tornou convidativo aos usuários comuns em princípios da década seguinte. Ao mesmo tempo, ocorria no país o boom da Internet, com o surgimento dos primeiros provedores de acesso comerciais. De olho neste novo mercado, várias gravadoras e selos se estabeleceram na rede, sendo estes últimos os maiores beneficiados, uma vez que agora podiam tornar visíveis seus

---

<sup>12</sup> idem. p.372.

<sup>13</sup> Sigla para o algoritmo para padrão de compressão de áudio, mpeg-1 Audio-Layer 3



produtos, dando inclusive amostras de som em MP3 para os possíveis compradores conhecerem as bandas. A Internet se mostrava desde já como o terreno onde *majors* e independentes disputariam o público em pé de igualdade.

Neste momento, no entanto, a Internet se limitava a reproduzir a lógica mercadológica existente fora dela, não sendo ainda motivo para a preocupação dos grandes nomes da indústria fonográfica. Essa situação mudaria radicalmente em outubro de 1999, quando o americano Shawn Fanning criou o sistema Napster.

O Napster foi o primeiro programa a utilizar, de forma acessível para o usuário comum, a tecnologia *peer-to-peer*<sup>14</sup> (p2p). Com isso, cada usuário do sistema poderia disponibilizar para *download* sua coleção de .MP3, sem nenhum custo. A idéia simples se espalhou tão rapidamente que menos de um ano depois já mudava a forma com que as *majors* enxergavam a Internet. De novo mercado a ser explorado, a rede passou a ser enxergada como inimiga, e combatida como tal.

Com o surgimento do Napster, e outros *sites* de música digital que brotaram em sua esteira, isto tornou-se acessível a qualquer usuário de computador. Entretanto, a Recording Industry Association of America (RIAA) não considera esta prática tão inocente assim, qualificando-a como pirataria. A Indústria viu seriamente ameaçados seus direitos reservados de propriedade intelectual e, em setembro de 2000, partiu para a briga nas cortes norte-americanas.<sup>15</sup>

Ao final do julgamento, a RIAA saiu vitoriosa e o Napster foi obrigado a encerrar suas atividades (embora tenha retornado recentemente, com uma estrutura totalmente modificada, à serviço da RIAA). Porém a semente plantada por Shawn Fanning daria novos frutos no século XXI.

## **A estética musical dos anos 90**

Graças a estes fatores, a chamada “geração 90” foi surgindo. Assim como a geração BRock conseguiu consolidar o português como idioma viável (e vendável) para o rock, a geração que surgiu nos anos 90 resgatou o diálogo – principiado com a Tropicália no final dos anos 60 – entre a música estrangeira (rock, funk, música eletrônica, jazz, psicodelia, etc) e a música nacional tradicional (samba, maracatu, frevo e outros).

---

<sup>14</sup> Ponto a ponto.

<sup>15</sup> CASTRO, Gisela G.S. *O Caso Napster: direitos de propriedade intelectual em questão*. p.5.



Quando revisitam aquele repertório “brega”, ou quando conjugam saberes culturais diversos (locais e mundiais), estes músicos não apenas tornam explícitas as fontes que, ao lado de referências jazzísticas, clássicas, folclóricas ou roqueiras, os alimentaram, mas evidenciam, sobretudo, como funciona a complexa trama da cultura. Evidenciam ainda, para nós, ouvintes, a complexidade do material de que está composta nossa história e nossa memória individual e coletiva.<sup>16</sup>

De Minas Gerais, saem Skank, com uma mistura de reggae e ritmos brasileiros, e Pato Fu, que fazia uma salada musical com elementos da renascente música eletrônica. Do Rio de Janeiro, surgem os engajados Planet Hemp, com seu discurso pró-legalização da maconha, e O Rappa, que apesar de seu começo reggae, beberia nas influências *rock and roll*. Porém os gêneros que marcariam a primeira metade da década atendiam pelos nomes *farró-core* e mangue bit (ou mangue beat, como foi chamado mais tarde).

O *farró-core* foi um daqueles chamados “movimentos de uma banda só”. Seu único expoente foi a banda brasiliense Raimundos, que misturava baiões com letras de duplo sentido e *hardcores* calcados à semelhança de bandas estadunidenses, como Ramones e Suicidal Tendencies. Mesmo com músicas repletas de palavrões (o primeiro *hit* foi “Puteiro em João Pessoa”), o Raimundos atingiu vendagens consideráveis já a partir do primeiro disco e tinha forte execução nas rádios. Algumas bandas, como a cearense Catapulta, tentaram copiar a fórmula, mas essa mostrou que só funcionava com o quarteto de Brasília. O Raimundos fez sucesso até 1999, quando lançou o disco “Só no forevis”, quinto de sua carreira e último com a formação original.

Já o mangue bit se mostrou como uma escola artística mais estável, com bases mais sólidas. Com uma proposta de misturar ritmos folclóricos de Pernambuco (Maracatu, coco, embolada) a estilos musicais estrangeiros (sobretudo o *rock* e a música eletrônica), o movimento começou com poucas bandas e foi arrebanhando adeptos por Recife. Porém, estavam longe de ser unanimidade dentro da própria cidade.

Para Ariano Suassuna, artistas que fazem uso da chamada diversidade cultural brasileira para acolher o “lixo” da indústria cultural norte-americana (como exemplo, a guitarra elétrica de tropicalistas e mangueboys), estão comprometidos com os princípios de massificação os quais, desde meados do século passado, ajudaram a exportar pelo mundo imagens estereotipadas dos latino-americanos, uma “avacalhão” das culturas nacionais desses povos. Enquanto esteve na Secretaria de Cultura, uma das críticas mais constantes a

---

<sup>16</sup> BONFIM, Carlos. *Quando o rock e o brega se encontram: saberes musicais diversos na América Latina*. p.5



Suassuna, é que o escritor não dava qualquer tipo de apoio ao movimento, alegando “que misturar rock com embolada não traz nada de positivo para a cultura nordestina”<sup>17</sup>

Em seu princípio, poderíamos destacar Chico Science & Nação Zumbi, Mundo Livre S.A. e Mestre Ambrósio. No entanto, com essa expansão, o mangue bit (agora já rebatizado de mangue beat) perdeu a unidade que lhe conferia características de movimento, se tornando uma designação para a variedade de bandas que formava a cena recifense. Nessa segunda fase podemos acrescentar bandas como Eddie e Querosene Jacaré. E foi com essa segunda configuração que o mangue beat chegou às rádios do sudeste do país, colocando os idealizadores do movimento (Chico Science, vocalista da banda Chico Science & Nação Zumbi, e Fred 04, vocalista do Mundo Livre S.A.) no papel de comandantes da música brasileira a ser feita a partir de então. Mas um acidente automobilístico em fevereiro de 1997 mataria Chico Science, enfraquecendo o que ainda estava começando. As bandas continuariam na ativa (até mesmo a Nação Zumbi, cujo percussionista Jorge Du Peixe assumiria os vocais) sem jamais conseguir novamente a projeção do biênio 95-96.

As misturas dos roqueiros dessa primeira metade da década acabariam por render frutos até mesmo em outras áreas da música brasileira. Em seu último disco com a formação original (Roots, 1995), o Sepultura misturava seu Thrash Metal aos tambores de Carlinhos Brown e da tribo indígena Xavantes. A banda de Heavy Metal Melódico Angra também acrescenta batuques negros a seu segundo disco (*Holy Land*, 1996). Além disso, a MPB, que já apadrinhava o mangue beat (o que pode ser constatado na parceria entre Chico Science e Gilberto Gil na música “Macô”, do segundo disco do pernambucano) começa a aceitar a reciprocidade de influências.

A aproximação feita por Chico Science e Raimundos com a música brasileira mais tradicional deu margem para que uma série de artistas na fronteira entre o pop-rock (a novidade sonora) e a MPB (a tradição, a qualidade das letras) chegassem à mídia: vieram os cariocas Paulinho Moska (ex-Inimigos do Rei, banda de rock que apareceu em 1989 e teve apenas dois sucessos: Uma Barata Chamada Kafka e Adelaide) e Pedro Luís (com sua banda de percussões, A Parede), o pernambucano Lenine, o paraibano Chico César e o maranhense Zeca Baleiro (do disco *Vô Imbolá*, de 1999).<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> REIS, Ana. *Manguetown X Cidade Armorial*: pelos dez anos de Manguebit. p. 5.

<sup>18</sup> ESSINGER, Sílvio. [http://www.cliquemusic.com.br/br/Generos/Generos.asp?Nu\\_Materia=31](http://www.cliquemusic.com.br/br/Generos/Generos.asp?Nu_Materia=31). Visitado em 9/12/2004.



Uma corrente que destoava um pouco do som dos *mangueboys*<sup>19</sup> e do *Forró-core* era a cena do Rio Grande do Sul. Ali, também havia o elemento de mistura. Porém, ao invés de elementos tradicionais da música brasileira, os gaúchos atualizavam o som da jovem guarda e misturavam rock'n roll clássico com a música romântica de rádio dos anos 70, comumente conhecida como brega. Apesar de não ter causado sensação fora do estado, artistas como Júpiter Maçã, Wander Wildner e a banda Graforrêia Xilarmônica influenciaram a música gaúcha daquela época e continuam a reverberar em outros lugares até hoje.

Outra carreira meteórica (e tragicamente breve) que marcaria os anos 90 foi a dos paulistas Mamonas Assassinas. Apesar de ser, acima de tudo, um grupo de humor, o som da banda remetia sobretudo ao rock'n roll, com algumas misturas de gêneros condizentes com o que se fazia na época. Com letras de humor escrachado, a banda tinha forte apelo sobretudo com o público infantil, e conseguiu vender mais de 2,5 milhões de discos. Em dois de março de 1996, um acidente aéreo mataria todos os integrantes da banda.

A partir de 98, o *rock* nacional passa a viver uma nova crise de criatividade, com poucas bandas de relevância surgindo. O único destaque do período é a banda Charlie Brown Jr., mais por sua popularidade do que por valor artístico. Numa possível antecipação ao que aconteceria na década seguinte, artistas dos anos 80 voltam a ter visibilidade, principalmente após o sucesso do show “Acústico MTV”, dos Titãs. O show foi registrado em vídeo e CD, e acabou se tornando uma febre. O formato virou moda e acabou “ressuscitando” carreiras como a dos Paralamas do Sucesso e aumentando as vendas do Legião Urbana (que havia gravado um especial desplugado antes da morte do vocalista Renato Russo, em 1996). Na esteira, vieram bandas como Capital Inicial e Biquíni Cavado.

Mas, no verão de 1999, o aparecimento da banda carioca Los Hermanos colocava novamente artistas novos de rock nas paradas de sucesso. Pode-se dizer que começava ali uma “Geração 2000”.

## **A música no século XXI**

---

<sup>19</sup> Como eram chamados os entusiastas do Mangubeat



O sucesso de “Anna Júlia” lançou ao estrelato a banda carioca Los Hermanos. Porém, o reconhecimento artístico só veio com o segundo disco, “O Bloco do eu sozinho”, de 2001. Dando uma guinada radical em sua carreira, a banda passou a fazer um *rock* com influências do samba e dos discos de Chico Buarque da década de 70. Por suas letras poéticas e seu som agradável, a banda acabou obtendo sucesso de público e crítica, com seus fãs formando um culto sobre o grupo somente comparável ao criado sobre a Legião Urbana. Em 2003, a banda lançou o álbum “Ventura”, também com grande aceitação, se estabelecendo como o nome mais forte do *rock* brasileiro do novo século.

Paralelamente ao êxito do Los Hermanos, outro estilo começou a fazer sucesso: o chamado *emocore* (musicalmente falando, o *emocore* traz pouquíssimas diferenças do *hardcore*. A principal diferença está na temática, com letras falando de amor.) O *emocore* tem como principais expoentes no Brasil a banda paulista CPM22 e a banda carioca Detonautas Roque Clube.

Em 2003, o *rock* volta às paradas de sucesso das rádios com a baiana Pitty, que com seu disco de estréia por uma gravadora independente vendeu mais de 150.000 cópias. A grande característica do cenário musical de *rock* atual é o fortalecimento do circuito *underground*, que possibilita a existência das chamadas “bandas médias” que, apesar de não ter forte execução nas rádios ou apoio das majors, conseguem se tornar conhecidas em todo o país. Podemos destacar dentre essas os paulistas do Gram, os cariocas Matanza e Leela e os brasilienses do Sapatos Bicolores.

Em 2004, o mercado fonográfico pela primeira vez em dez anos apresentou alta, impulsionado principalmente pelo crescimento de gravadoras pequenas como a Deckdisc (gravadora que lançou Pitty, que teve um crescimento de 50% no ano) e Indie Records (que teve o crescimento de 600%).

Na metade da primeira década do século XXI, o panorama se mostra bastante claro. Embora a IFPI<sup>20</sup> afirme que a cada três discos comercializados, um vem da pirataria, as grandes gravadoras ainda ocupam 80% do mercado fonográfico mundial. Mesmo destes discos piratas, a maior parte do conteúdo ainda é das majors.

Hoje em dia, são três as principais ferramentas no combate à soberania de conteúdo das grandes gravadoras. Elencaremos como primeira a possibilidade oferecida pelas novas tecnologias de se montar um estúdio de gravação de qualidade considerável

---

<sup>20</sup> International Federation of Phonographic Industry – Federação Internacional da Indústria Fonográfica.



utilizando-se somente um micro-computador. Isso tirou das mãos das grandes gravadoras a exclusividade na criação musical, socializando os meios de produção com qualquer um que deseje executá-los.

O surgimento dos microcomputadores *Macintosh* e dos *chips* de processamento sonoro digital inauguram a era da microinformática musical. A crescente demanda por novas tecnologias digitais teve como consequência uma rápida popularização dos recursos tecnológicos de produção musical. O que antes era exclusivo aos grandes estúdios ou aos principais centros acadêmicos mundiais devido aos altos custos e à enorme complexidade de operação dos equipamentos, agora vem se tornando acessível a uma quantidade maior de usuários.<sup>21</sup>

A segunda “arma” é o avanço na tentativa de se disponibilizar rádios na Internet. O que nos anos 90 não passava de ensaios hoje se consolida como uma forma viável de transmissão de conteúdos. Essa adaptação transformou a rádio *on-line* numa ferramenta importantíssima dentro de uma democratização do acesso ao conhecimento, pois

a nova tecnologia tem o poder de colocar no mesmo patamar todas as emissoras, não importando onde elas estejam, uma vez que, teoricamente, estão igualmente preparadas (utilizam o mesmo ciberespaço). O rádio via *web* equipara todas as rádios. Caem as fronteiras regionais, nacionais e globaliza-se o rádio.<sup>22</sup>

Além disso, possibilita maior comunicação entre receptor e emissor, já que a Internet é um meio que prima pela interatividade. Mas o principal fator que coloca a rádio *on-line* como ponto-chave para a quebra do monopólio das grandes gravadoras é a democratização da propagação da informação já que “a total ausência de uma legislação que regulamente a implantação de uma emissora de rádio na rede mundial de computadores facilita a entrada no setor de grupos excluídos por motivos políticos, econômicos e sociais”<sup>23</sup>. Com o avanço da tecnologia *wireless*<sup>24</sup>, que possibilita o acesso à Internet através do aparelho de telefone celular, em breve as rádios da *web* ganharão a mobilidade que fez o rádio não perder totalmente seu lugar para a TV nos anos 60. O avanço nos estudos do celular como mídia sonora pode significar uma nova forma de se enxergar a música, valorizando o conteúdo e fugindo da “angústia do formato”<sup>25</sup>.

---

<sup>21</sup> CASTRO, Gisela G. S.. *Música & tecnologia: transformações nas posturas de escuta na cultura contemporânea*. p. 5.

<sup>22</sup> ALVES, Raquel P.A.S. . *Rádio no ciberespaço – interseção, adaptação, mudança e transformação*. p.7-8

<sup>23</sup> BUFARAH JR., Álvaro. *Rádio na Internet: convergência de possibilidades*. p. 12.

<sup>24</sup> “Sem Fio”

<sup>25</sup> DE MARCHI, Leonardo. *A angústia do formato: a história dos formatos fonográficos*. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - abril de 2005.



O terceiro recurso na luta contra o poder cultural estabelecido pelas *majors* é a nova geração da tecnologia *p2p*. Segundo Bauwens, “a nova onda de sistemas P2P evitam servidores centrais”<sup>26</sup>, sendo “impossíveis de se rastrear, se tornando imunes a disputas legais”<sup>27</sup>. Para o autor, tal método se justifica:

A complexidade da era pós-industrial faz com que comandos centralizados e tentativas de controle, baseadas em um controle central, inoperáveis. Hoje, a inteligência sem dúvida está em todo lugar, e a organização da tecnologia e trabalho deve levar isso em conta. E mais e mais, nós somos forçados a concluir incontestavelmente que o *peer-to-peer* é uma tecnologia mais produtiva e uma maneira de se organizar a produção melhor que o modelo hierárquico, nos quais eram baseadas suas antecessoras. Isso é ainda mais claro na indústria musical, onde o fluxo de distribuição de músicas via *P2P* é assustadoramente maior, e a um custo mínimo, do que a indústria baseada no meio físico, o CD.<sup>28</sup>

Combinando estes três elementos, constrói-se uma rede que consegue divulgar sua mensagem musical independente dos esquemas das grandes gravadoras e sem gastar fortunas nessa tarefa. Resta saber como se dará este combate.

### **Bibliografia:**

ALVES, Raquel P.A.S. . *Rádio no ciberespaço – interseção, adaptação, mudança e transformação*. Apresentado no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: 2003.

ALVES JUNIOR, Carlos. *Rock Brasil, o livro: um giro pelos últimos 20 anos do rock verde e amarelo – Volume 2*. São Paulo: Ed. Esfera, 2003.

Associação Brasileira de Produtores de Discos. <http://www.abpd.org.br> . Visitado em 05/04/2006.

Associação Brasileira de Música Independente. <http://www.abmi.com.br> . Visitado em 05/04/2006.

BANDEIRA, Messias. “*Hackeando*” a indústria do disco: o ciberespaço e a superação da cultura fonográfica. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: 2005.

---

<sup>26</sup> BAUWENS, Michael. *Peer to peer – from technology to politics to a new civilization?*

<sup>27</sup> Ibidem.

<sup>28</sup> Ibidem



BAUWENS, Michael. *Peer to peer – from technology to politics to a new civilization?*. In: <http://noosphere.cc/peerToPeer.html> . Visitado em 26/08/2005.

BONFIM, Carlos. *Quando o rock e o brega se encontram: saberes musicais diversos na América Latina*. Artigo apresentado no V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Rio de Janeiro: 2005.

BUFARAH JR., Álvaro. *Rádio na Internet: convergência de possibilidades*. Apresentado no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: 2003.

CASTRO, Gisela G. S.. *Música & tecnologia: transformações nas posturas de escuta na cultura contemporânea*. Artigo apresentado no IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre: 2004.

-----, *O caso Napster: direitos de propriedade intelectual em questão*. Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação. Campo Grande: 2001.

DAPIEVE, Arthur. *Brock – o rock brasileiro dos anos 80*. São Paulo: Ed. 34, 2000.

DE MARCHI, Leonardo. *A angústia do formato: a história dos formatos fonográficos*. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - abril de 2005.

FRIEDLANDER, Paul. *Rock and Roll: uma história social*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HERSCHMANN, Micael. KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Indústria da Música – uma crise anunciada*. Artigo apresentado no XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Rio de Janeiro: 2005.

KAHN, Richard. KELLNER, Douglas. *Internet Subcultures and oppositional politics*. In: <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/internetsubculturesoppositionalpolitics.pdf> . Visitado em 15/08/2005.

MELLO, Zuzá Homem de. SEVERIANO, Jairo. *A canção no tempo – 85 anos de músicas brasileiras – Vol. 2: 1958 –1985*. São Paulo: Ed. 34, 1998.

REIS, Ana. *Manguetown X Cidade Armorial: pelos dez anos de Manguêbit*. Artigo apresentado no II Encontro Regional de Comunicação. Juiz de Fora: 2004.

TELES, José. *Do frevo ao manguebeat*. São Paulo: Ed. 34, 2000.