

CONVERGÊNCIA EM MEIO À DICOTOMIA: PRODUÇÃO MUSICAL NO PAGODE DAS DÉCADAS DE 1980 E 1990

Waldir de Amorim Pinto¹

Resumo

Este artigo pretende discutir o papel desempenhado pelos produtores musicais ligados ao movimento do pagode das décadas de 1980 e 1990. No âmbito das discussões relacionadas ao pagode e que envolvem os binômios “tradição x modernidade”, “originalidade x hibridismo”, “regional x global”, os produtores musicais parecem se encontrar imunes, até certo ponto, a essas influências. No entanto, uma influência comum em seus trabalhos é o mercado e o foco na comercialização de seus produtos musicais.

Palavras-chave

Produção musical, samba, pagode, indústria fonográfica.

Abstract

This article discusses the role played by music producers linked to the “pagode movement” of the 1980s and 1990s. In the discussions related to the “pagode” and involving binomial ‘tradition x modernity’, “originality x hybridism”, “regional x global”, music producers seem to be immune to these influences. However, a common influence in their works is the market and the focus on marketing their music products.

Keywords

Music production, samba, pagode, music industry.

No início da década de 1980 surgiu o movimento do pagode, tendo como principal ponto de irradiação a quadra do bloco carnavalesco Cacique de Ramos, no Rio de Janeiro.

Naquele momento histórico, uma conjunção de fatores fez com que a indústria fonográfica e os meios de comunicação se apropriassem da palavra “pagode” – até então, sinônimo de encontro social regado a comida, bebida e samba -, utilizando-a como sinônimo de um novo gênero musical, ou de um subgênero do samba.

Dentre estes fatores pode-se destacar: utilização de instrumentos novos ou pouco utilizados no samba (tantã, banjo, repique de mão – este último, criado por Ubirany, do Cacique de Ramos); surgimento de uma nova leva de sambistas e compositores que, até então, não tinham acesso aos meios de comunicação de massa; e uma tentativa de resgate da tradição do samba, que se encontrava alijado dos meios de comunicação de massa – a não ser pelo samba-enredo, já no âmbito do espetáculo midiático do carnaval.

Dentre os maiores expoentes musicais do movimento, nos anos de 1980, destacam-se o Grupo Fundo de Quintal, Jovelina Pérola Negra, Zeca Pagodinho, Almir Guineto, Arlindo Cruz e Sombrinha, entre outros.

No início dos anos de 1990 uma nova safra de artistas, cujos discos foram rotulados como pagode, apresentava sonoridades, influências e referenciais diversos. Alguns se espelhavam nos “pagodeiros” da década anterior; outros guardavam pouca semelhança com aqueles.

No segundo grupo supracitado algumas características são mais salientes: utilização massiva de instrumentos eletro-eletrônicos (especialmente, teclados), saxofone e metais; samba-rock e artistas como Jorge Benjor, como referencial sonoro; diálogo maior com a cultura e a música “pop” internacionais.

Dentre os maiores representantes desta nova “safra” do pagode podem ser citados grupos como Só Pra Contrariar, Negritude Jr e Raça Negra. Outros grupos também considerados representantes do “novo” pagode, no entanto, apresentam características que os aproxima da primeira leva de “pagodeiros” da década de 1980, por exemplo: Exaltasamba, Katinguelê, Soweto, entre outros.

Posto isso, artistas vinculados ao movimento do pagode dos anos de 1980 passaram a ser conhecidos como representantes do “samba de raiz”, entre outros termos; artistas vinculados ao “novo” pagode dos anos de 1990 viraram representantes do “pagode romântico”.

Esta dicotomia, ainda hoje, carece de fronteiras mais definidas e definitivas. Isso fica ainda mais claro quando observamos o papel desempenhado pelos produtores

1 Doutorando em Música pela Universidade Estadual de Campinas. Bolsista Capes.

musicais envolvidos como o(s) movimento(s) do pagode e, principalmente, quando analisamos as características principais de sua função.

Ao longo do período de desenvolvimento das tecnologias de gravação de áudio - desde final do século XIX - o envolvimento de instituições voltadas para a industrialização e comercialização de cilindros, discos (LP's) e CD's, respectivamente, culminou com a criação de grandes conglomerados empresariais. Tais conglomerados, muitas vezes transnacionais, envolviam vários segmentos da indústria cultural: indústria cinematográfica, emissoras de televisão, rádios, indústria fonográfica etc.

Ao mesmo tempo em que a estrutura organizacional de tais instituições aumentava, tornava-se necessária uma divisão do trabalho para a otimização dos recursos humanos e, conseqüentemente, dos lucros empresariais. No âmbito da indústria fonográfica não foi diferente.

Hull (1998: 20) utiliza-se da divisão da música como fonte de renda, em três correntes que envolvem diferentes conseqüências legais e diferentes tratamentos para aquela. Para ele

o ato criativo do compositor resulta no direito autoral de uma composição musical. O ato criativo da gravadora, junto com o produtor e o artista que grava, resulta no direito autoral de um fonograma. Artistas que realizam espetáculos têm o direito de limitar a gravação e a transmissão de seus shows. Três direitos legais distintos, três atos criativos distintos e três tratamentos distintos de uma música produzem três diferentes fluxos de renda.

No âmbito da corrente da gravação fonográfica, Hull (Ibidem) verifica a presença dos seguintes atores envolvidos mais diretamente no processo: artistas, gravadoras, produtores musicais, engenheiros de gravação, músicos/cantores acompanhantes, fabricantes de discos (ou outras mídias), distribuidores, comerciantes e o público.

Nos primórdios da indústria fonográfica, além dos *recordists* (depois denominados técnicos/engenheiros de gravação, quando do advento da gravação elétrica) que realizavam registro das performances artísticas através do manuseio dos equipamentos de gravação, o pessoal de A&R (*artist and repertoire*) é que fazia a mediação entre os artistas e as gravadoras (indústria fonográfica) - no Brasil, a denominação correspondente seria "diretor artístico".

Até o advento da gravação elétrica - ao longo dos anos de 1920 - os *recordists* dominavam o processo técnico da gravação, controlando os equipamentos e posicionamento dos artistas para a gravação, que não poderia ser editada ou manipulada de maneira alguma - ou seja, sem qualquer

envolvimento estético com a gravação. Ao pessoal de A&R (ou diretores artísticos) cabia fazer algumas funções análogas ao do produtor musical dos dias atuais, como:

Agendar estúdio de gravação, assegurar a arrematada e presença de músicos no horário, que os contratos foram cumpridos, que a carreira do artista estava progredindo (musical e financeiramente) e que o material adequado estaria disponível para gravação (Shepherd: 196).

Este padrão na relação profissional com os artistas permaneceu até o advento da gravação elétrica multicanais e da ferramenta da edição de áudio, principalmente, após a década de 1950. Naquele momento, com a possibilidade de edição, utilização de efeitos e de alteração de uma gravação após a realização da mesma (antes da confecção do registro definitivo, ou *master*), uma supervisão do processo tornou-se necessária.

A figura do produtor musical merece especial atenção por desempenhar importante papel na mediação entre os artistas e a indústria fonográfica - no âmbito deste artigo, mais especificamente, os artistas relacionados ao movimento dos pagodes.

Como nota Meintjes (2003: 8),

de maneira concisa, mediação diz respeito àquilo que é, ao mesmo tempo, um condutor e um filtro - ela transfere mas, durante o caminho, ela necessariamente transforma. Mediação é um processo que conecta e traduz mundos, pessoas, imaginações, valores e idéias díspares, seja em suas formas simbólicas, sociais ou tecnológicas.

Paiva (1992: 58) complementa de maneira sutil, mas precisa, observando que

a figura principal do manejo da "técnica tecnológica" da música é o produtor, que atua como uma espécie de "conversor de linguagens", o indivíduo capaz de transformar "decibéis" em "pianíssimos e fortíssimos", "frequência" em "afinação", dominando ambas as linguagens.

Sobre os produtores musicais Hull (1998: 20) observa que eles

são encarregados do processo de criar o fonograma. Eles auxiliam os artistas, ajudando-os a selecionar material, estúdios de gravação e assistentes, e ajudando-os também a realizar seu

melhor desempenho. Eles auxiliam as gravadoras ao cuidar de aspectos negociais do processo de gravação, e ao entregar a estas um produto comercializável.

Massey (2000), ao entrevistar grandes produtores musicais dos mercados americano e britânico (George Martin, Phil Ramone, Tony Visconti, entre outros), responsáveis por sucessos comerciais de nomes como The Beatles, Pink Floyd, Frank Sinatra etc, nos proporciona uma visão mais abrangente do papel daqueles (produtores) e, especialmente, das características individuais necessárias para que as suas atividades sejam bem sucedidas. Do trabalho de Massey (Ibidem) pode-se depreender que, de um modo geral, o principal objetivo do produtor musical é fazer um bom registro fonográfico, de qualidade sonora profissional, comercialmente viável e, se possível, alcançar grande sucesso comercial com ele (um hit), no âmbito de um mercado competitivo.

As conclusões depreendidas do trabalho de Massey encontram eco nas observações de Hull, que verifica que

produtores tem uma meta, não importa quem sejam: entregar uma gravação comerciável, acabada. O produtor deve trabalhar conjuntamente o talento e os recursos físicos e monetários necessários para criar uma gravação master. Assim, o produtor deve servir a dois senhores – o artista e a gravadora (1998: 135).

Neste momento, é possível abrir um parêntese para observar que a figura do produtor musical tem funções que vão bem além das do pessoal de A&R identificados no início desta seção. Negus (1982, p.82) nota que a função daquele vai além da destes últimos uma vez que o produtor

toma decisões sobre como um material específico deve ser gravado em um estúdio, e supervisiona as gravações.

A vinculação de aspectos comerciais à figura do produtor musical é recorrente, no que tange aos trabalhos dos autores supracitados. De maneiras diferentes, estes últimos referenciam o objetivo principal dos produtores musicais com citações como: “comercialmente viável”, “sucesso comercial”, “hit”, “mercado competitivo”, “gravação comerciável”, “produtos comercializáveis” etc.

A despeito das discussões que envolvem o(s) movimento(s) do pagode das décadas de 1980 e 1990

– tradição x modernidade; instrumentos acústicos x instrumentos eletro-eletrônicos; nacional x internacional; originalidade x hibridismo -, produtores envolvidos diretamente com o samba e, mais especificamente, com o próprio pagode daquele período, parecem não ter pautado seus trabalhos por essas discussões, exclusivamente.

Ao entrevistar alguns deles – os maestros Rildo Hora, Ivan Paulo, Milton Manhães, Jorge Cardoso e Alceu Maia – foi possível notar muito em comum na maneira com que eles se situam diante de uma produção de samba (e pagode). A despeito das diferenças em suas formações e preferências musicais - e de suas características pessoais (e/ou musicais) diversas representadas nos seus respectivos trabalhos -, todos eles convergem no sentido de ter consciência do destinatário final das suas produções: o comércio.

Ao serem questionados sobre o que uma gravadora (ou artista) poderia esperar de seus trabalhos, os maestros Alceu Maia e Ivan Paulo discorrem no sentido de tratar o resultado final de seus trabalhos como um produto: “... um produto de um bom acabamento, um bom produto final, principalmente”², diz Ivan Paulo; “... um produto bacana e, de preferência, vendável”³, observa Alceu Maia.

Ratificando o que disse Alceu Maia, o maestro Rildo Hora, fala de sua relação com as gravadoras e de como ele procura lidar com elas:

Usando o capital com inteligência, pra fazer um produto com qualidade artística, mas que, ao mesmo tempo, seja uma coisa que os caras possam vender⁴.

Contudo, mais peculiares e diretos são os depoimentos dos maestros Milton Manhães e Jorge Cardoso, quando confrontados com a mesma questão.

Milton Manhães tem seu nome mais vinculado ao “samba de raiz” (a primeira leva do pagode, dos anos de 1980), por ter produzido os primeiros discos de nomes como Zeca Pagodinho, Grupo Fundo de Quintal, Almir Guineto, Jovelina Pérola Negra, Arlindo Cruz e Sombrinha – todos diretamente ligados aos pagodes do Cacique de Ramos. Jorge Cardoso tem seu trabalho marcado por

2 Entrevista realizada com Ivanovich Paulo da Silva (Ivan Paulo), por telefone, em 02 de julho de 2013.

3 Entrevista realizada com Alceu Câmara Maia (Alceu Maia), por telefone, em 12 de julho de 2013 – complementada por email, na mesma data.

4 Entrevista realizada com Rildo Alexandre Barreto da Hora (Rildo Hora), por telefone, em 28 de junho de 2013.

enormes sucessos comerciais da década de 1990, por ter produzido grupos como Negritude Jr e Só pra Contrariar – representantes do “pagode romântico” e dois dos maiores vendedores de discos daquela década.

Assim sendo, a peculiaridade reside no fato de cada um deles representar um dos “lados da moeda”, uma das duas décadas, um dos movimentos do pagode - ao menos, simbolicamente -, e, ao mesmo tempo, ter opiniões tão diretas e semelhantes quando falam do resultado esperado de suas produções.

Manhães diz que as gravadoras (ou artistas) podem esperar

Primeiramente, comércio. Mas eu sempre entrei dos dois lados, né? Do lado do comércio e do lado cultural. Eu sempre vejo na minha frente, assim, o povo. Eu faço as coisas pra eles. A minha visão é do povo. Eu tenho certeza que, eu atingindo eles, eu vou beneficiar a gravadora...⁵

Cardoso observa que a escolha de um produtor por uma gravadora é orientada pelo histórico de sucessos dele:

É venda. É negócio. É marketing, entendeu? Então, você é chamado pelo que você vende. É isso. É simples.⁶

Sonoridade, instrumentação, influências, letras, referenciais sociais... Todos estes elementos parecem insuficientes para uma separação do pagode em dois blocos estanques: “samba de raiz” ou “pagode romântico”.

Os discos das décadas de 1980 e 1990 rotulados como pagode podem aproximar-se de um ou outro bloco, com maior ou menor intensidade – dependendo da conjunção dos elementos supracitados e da escolha das faixas dos discos.

Assim, a despeito das dicotomias que envolvem o pagode - e por mais que haja uma tendência de classificar o chamado “samba de raiz” como imune a influências externas, tecnológicas e *pop* - é na mediação realizada pelos produtores musicais que é possível identificar, com mais clareza, o que norteia a gravação de um disco: o mercado. É a comercialização e a venda do disco (o produto fonográfico) que orienta estratégias de produção –

inclusive, no que tange a arranjos, instrumentação, recursos técnico-tecnológicos etc – e que determina o sucesso de um produtor musical e, conseqüentemente de um disco – seja ele de “samba de raiz” ou de “pagode romântico”.

Referências Bibliográficas

HULL, G.P. **The Recording Industry**. New York: Routledge, 2004.

MASSEY, H. **Behind the Glass: top record producers tell how they craft the hits**. San Francisco: Backbeat Books, 2000.

MEINTJES, L. **Sound of Africa!:** making music zulu in a south african studio. London: Duke University Press, 2003.

NEGUS, K. **Pop: culture and conflict in the popular music industry**. London: Edward Arnold, 1992.

PAIVA, J E R. **Uma análise crítica da relação música/ tecnologia do pós-guerra até a atualidade**. Campinas: Instituto de Artes; Universidade Estadual de Campinas, 1992. 107p. Dissertação de Mestrado em Artes.

SHEPHERD, J (et al). **Continuum Encyclopedia of Popular Music of The World**. Vol.II. London: Continuum, 2003.

⁵ Entrevista realizada com Milton Manhães Zapelli (Milton Manhães), por telefone, em 29 de junho de 2013.

⁶ Entrevista realizada com Jorge Augusto Dias Cardoso (Jorge Cardoso), por telefone, em 25 de junho de 2013.