



## Padrão (*template*) para submissão de trabalhos ao XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:

### **Samba em Tempos de Globalização: o Caso do Grupo Negritude Júnior<sup>1</sup>**

Felipe Trotta<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (Ufrj)  
Doutorando em Comunicação (ECO)

#### **Resumo**

O presente trabalho tem como objetivo discutir algumas das formas de apropriação de elementos da música globalizada na prática musical do samba, tendo como eixo um resumo da trajetória artística do grupo Negritude Júnior. No início dos anos 1990, o grupo se lançou no mercado musical como parte de um movimento estético conhecido como “pagode romântico”, incorporando aspectos da linguagem musical pop internacional ao gênero. A trajetória do Negritude fornece elementos altamente relevantes para a discussão sobre a diversidade estética do samba em tempos de globalização.

#### **Palavras-chave**

Samba; música popular; globalização; metrópoles e hibridismo cultural

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 21 – Comunicação e culturas urbanas, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

<sup>2</sup> Graduado em Música (Composição - 1996) pela Uni-Rio e Mestre em Musicologia (2001) pela mesma instituição tendo defendido a dissertação “Paulinho da Viola e o mundo do samba”, orientado por Ricardo Tacuchian. Tem publicado artigos e apresentado comunicações sobre questões pertinentes ao estudo do samba na sociedade, especialmente a partir dos anos 1990. Desenvolve no Doutorado da Eco-UFRJ o projeto de pesquisa “Samba e indústria cultural”, orientado por Carlos Alberto Messeder Pereira, com término previsto para fevereiro/2006.

[felipetrota@superig.com.br](mailto:felipetrota@superig.com.br)



## **Globalização e música popular**

O termo globalização refere-se a uma etapa histórica configurada na segunda metade do século XX que se caracteriza por uma série de processos econômicos, financeiros, comunicacionais e migratórios que acentua a “interdependência entre amplos setores de muitas sociedades, gerando novos fluxos e estruturas de interconexão supranacional” (Canclini, 2003:58). Por se referir a um conjunto de processos de alta complexidade e muitas variáveis, o objeto globalização é fugidio e não-trabalhável, e sua teorização é muitas vezes realizada através de metáforas e narrações (idem:9). Como aponta Ortiz, “toda metáfora é um relato figurado; o que se ganha em consciência perde-se em precisão conceitual” (2003:14). Na verdade é exatamente no campo simbólico que o objeto globalização se torna mais instigante; mais especificamente nas práticas culturais, onde metáforas, mitologias e relatos figurados são o eixo de expressão principal.

A intensificação das trocas culturais tem como elemento central as relações de consumo de produtos – bens simbólicos – veiculados pelos meios de comunicação de massa. Através de músicas, filmes, roupas, comidas e rituais, pessoas de pontos diferentes do globo interagem e compartilham determinados valores e visões de mundo representadas nesses objetos de consumo. Renato Ortiz aponta esses símbolos como estruturadores de uma “cultura internacional-popular”.

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

É claro que essa memória supranacional veiculada em todo o planeta convive e se associa com outras esferas de memória cultural, construídas a partir dos estados nacionais e das identidades locais e suas práticas culturais. Sendo assim, todas as manifestações culturais convivem de alguma forma com aspectos e elementos dessa cultura internacional-popular, com seu imaginário e com seus demarcadores simbólicos.

No campo da música popular esse tipo de intercâmbio não chega a ser uma novidade. A própria noção de música popular se desenvolveu concomitante à sedimentação de tecnologias (fonógrafo e rádio) e empresas (gravadoras e emissoras de rádio) cuja função primordial era aumentar a circulação de músicas pelo mundo, o que sempre envolveu um intenso intercâmbio entre práticas musicais de localidades distantes. No



entanto, é evidente que no decorrer do século XX esse intercâmbio se intensificou e aos poucos essa memória musical internacional pôde ser compartilhada, sobretudo a partir da década de 1970 quando, “pela primeira vez na história o mundo tinha uma geração crescendo com uma experiência musical comum acrescentada às suas respectivas culturas musicais locais” (Malm, 1993:340). Trata-se da formação de um repertório de canções, elementos musicais (rítmicos, melódicos e harmônicos), refrões que fazem referência a um corpo de símbolos desterritorializado, transnacional.

Alguns autores enxergam na construção desse imaginário supranacional uma relação desigual de poder. Isto porque os símbolos veiculados internacionalmente não nascem tão desterritorializados, mas sim a partir de um pólo de onde partem músicas, filmes, propagandas, personagens, mitos e comportamentos. Apesar da reconhecida centralidade dos Estados Unidos no processo, de forma geral este pólo não se encontra prioritariamente localizado em países, chefes ou padrões identificáveis, mas em “empresas transacionais, fantasmagóricas sociedades anônimas que ditam, a partir e lugares obscuros, regras indiscutíveis e inapeláveis” (Canclini, 2003:24). Nesse sentido, a globalização pode ser entendida como

uma articulação consciente da parte de um grupo de instituições financeiras, industriais, militares e políticas das novas formas de capitalismo, bem como de conglomerados de meios de comunicação e de entretenimento, trabalhando predominantemente para o benefício de uns poucos países extremamente ricos e poderosos (Carvalho, 2001:432).

As mensagens irradiadas deste pólo de poder aportam nas diversas localidades do planeta transmitindo seus valores e visões de mundo que interpelam as práticas culturais locais. Num certo sentido, esse encontro pode ser visto como “um convidado que quer definir como vai assimilar seus novos anfitriões, em vez de ser por eles assimilados, como seria próprio de convidados civilizados” (Carvalho, 2003:452). Por outro lado, este embate nem sempre é tão desigual e pode produzir novas formas de relação mais igualitárias e novos imaginários menos rígidos com papéis mais flexíveis entre os atores sociais. Como aponta Beatriz Sarlo,

Sabemos o que se perdeu mas ninguém sabe ao certo o que se ganhou. Entre o que se perdeu, é preciso contar as identidades cristalizadas e os velhos preconceitos; hoje é comum a condenação de atitudes (como o machismo e a violência doméstica) que pareciam pertencer à natureza das coisas. Entre o que se perdeu, também devemos contar a obediência cega a formas tradicionais de dominação simbólica (como a do caudilho, a do senhor, a do padre, a do pai, a do professor) (Sarlo, 2000:103-104).

Mais do que encontrar culpados, identificar onde está o inimigo ou elaborar um julgamento da cultura de massas e da globalização, o que nos interessa no presente



trabalho é analisar de que forma as influências dessa cultura global desterritorializada interagem com práticas culturais geograficamente mais bem definidas e, mais especificamente, como um determinado gênero de música popular se apropria de elementos globalizantes. No Brasil, país onde a música popular tem uma grande projeção midiática e veiculação privilegiada tanto nos meios de comunicação de massa quanto nos lançamentos fonográficos, a relação de poder não pode ser simplificada a uma dicotomia nacional x estrangeiro. Ortiz questiona a conveniência em se adotar a oposição interno x externo na análise das práticas culturais ressaltando que os elementos de uma determinada matriz viajam “para fora” e outros, externos, são por ela assimilados (2003:74). No campo da música brasileira, observamos que existem canções de circulação local, gêneros musicais legitimados como representantes da cultura nacional, música em língua inglesa com grande penetração sobretudo junto ao público jovem e uma música popular urbana extremamente diversificada onde podemos facilmente encontrar elementos de todas as práticas citadas anteriormente. O processo de apropriação de estéticas e formas de fazer musical por aqui não se dá na adoção pura e simples a canções e artistas lançados no mercado nacional. Na música brasileira, a estratégia de misturar elementos se constituiu numa vertente fundamental de construção identitária e estética, desde os artistas ligados ao movimento Tropicalista até os grupos de *pop* nacional que elaboram gêneros propositadamente misturados, cujo exemplo paradigmático é o “mangue-beat” popularizado por Chico Science.

Como entender, então, as relações culturais e de poder presentes nas diversas práticas musicais? De acordo com Andreas Huyssen, “as cidades são os principais lugares de interação entre forças globais e culturas locais hoje” (2002:17). Para ele, os estudos culturais deveriam se voltar para uma observação aguda em “como as principais cidades contemporâneas negociam o impacto da circulação global de pessoas, *commodities* e tecnologias, de idéias, imagens e produtos culturais” (idem). As grandes cidades do mundo vivem uma situação intensa de simultaneidade de ofertas de produtos culturais dos mais diversos. No caso da música popular, podemos ouvir no rádio, na TV, em bares e em casa a uma grande diversidade de estéticas. É principalmente nas cidades que as músicas globais são ouvidas, re-significadas e discutidas.

Vamos nos voltar, então, para a periferia de uma dessas megalópoles – São Paulo – e identificar como o samba, um gênero de música popular brasileira estreitamente associado ao imaginário da nação interage com esse “convidado” que se pretende dominador. Nesse percurso, vamos acompanhar a trajetória de um grupo de jovens



Paulistas negros que, tocando samba, se tornaram um dos maiores fenômenos de vendas da indústria fonográfica na última década do século XX: o grupo Negritude Júnior.

### **O Negritude e o samba**

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

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

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

A narrativa um tanto romântica de Nenê demonstra bem a força dessa experiência social, caracterizada por Ari como uma “convivência típica de gueto” (O Dia, 16/9/1997). Unidos por laços de vizinhança, parentesco, solidariedade e pela religião bastante presente, essa convivência iria ensinar para os jovens “o que é a vida”. Esse



ambiente seria posteriormente descrito no samba *Terra Prometida*, (Wagninho - S. Procópio - Nenegritude - Netinho), gravado pelo grupo em 1997:

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

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

Assim como em Bogotá, Caracas ou São Paulo, os *circuitos* midiáticos ganham mais peso que os tradicionais *locais* na transmissão de informações e imaginários sobre a vida urbana e, em alguns casos, oferecem novas modalidades de encontro e reconhecimento, como a comunicação através do rádio e da televisão, em programas “participativos” ou de linha direta, ou a uma reunião em shopping centers que substituem parcialmente os antigos espaços de encontro e passeio. Além disso, muitas dessas ofertas culturais têm a propriedade de vincular grandes setores da população a experiências macrourbanas e de outros países (Canclini, 2003:159).

De fato, 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, Tim Maia, Blitz, Jackson Five, Earth, Wind and Fire, Madonna e Michael Jackson.

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, artistas ligados ao gênero construíam um sucesso orgânico nos arredores da capital. Além do sucesso de artistas de grande projeção como Clara Nunes e Beth Carvalho, que chegavam através das grandes gravadoras em todas as capitais com enorme força, havia as rodas promovidas pelas



Escolas de Samba de São Paulo – estruturadas à imagem das suas irmãs cariocas desde os anos 1930 – que organizavam concursos e revelavam sambistas. Uma das mais concorridas era conhecida como “Botequim do Camisa” realizada na quadra da Escola de Samba Camisa Verde e Branco. Nesse contexto, o músico Baptista Júnior, de Osasco, iniciou no bairro “Km 18” uma roda de samba chamada Praça do Samba, que servia de ponto de partida para uma caravana de sambistas pela cidade.

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

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

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

O samba dos meninos gerou curiosidade, pois se tratava de músicos então bastante jovens e, segundo Nenê, “era bonitinho” vê-los tocar. Em uma dessas tardes, um dos organizadores da Praça do Samba convidou os meninos para se apresentarem no palco do evento. Surpresos, os jovens declararam que eram um grupo que se chamava “Negritude *Júnior*”.

Deste início de carreira “por acaso”, os jovens do grupo enxergaram uma possibilidade comercial concreta e decidiram se organizar para tentar viabilizar sua carreira. Nesse momento a apropriação de códigos culturais variados que mistura elementos locais (a amizade, solidariedade, a religião), nacionais (o samba) e globais (o imaginário midiático) iria se definir com mais clareza. As músicas que ouvimos fornecem modelos de identificação e veiculam sentimentos e valores morais e comportamentais com os quais interagimos. Sendo assim, a audição de músicas veiculadas pelos meios de comunicação representa uma possibilidade de acesso a determinados códigos afetivos envolvidos naquele repertório. A diversidade do repertório ouvido pelos jovens da



Cohab irá compor um quadro referencial de elementos musicais e significados que será determinante para a construção da prática musical do Negritude Júnior.

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 cujo objetivo era estabelecer critérios e parâmetros para os integrantes do Negritude atuarem no mercado musical. Nas palavras de Nenê:

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

A opção pela elaboração dessas regras diz respeito ao imaginário do samba na cultura nacional. Apesar do grande destaque no cenário musical, a posição hierárquica do gênero na sociedade é 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 vergonha velada por ser o samba, ao mesmo tempo, criação de populações de baixa renda, originária das práticas musicais de negros recém libertados do início do século XX e associada a uma extensa gama de delinqüências representadas no imaginário da malandragem: “vadiagem”, jogo, drogas, contrabando, pequenos furtos, cafetinagem, etc. O sambista Moacyr Luz confirma a situação desconfortável do samba se comparado a outras práticas musicais:

É uma coisa assim: o jazz é elegante, o samba é deselegante; o tropicalismo é moderno, o samba é antiquado; a bossa nova é fina, o samba é escrachado; a MPB do Chico Buarque e do Caetano é intelectual, o samba é intuitivo. Qualquer comparação que for se tratar sempre o samba é levado a uma categoria menor. É curioso isso! Você diz assim “eu sou compositor” é uma coisa. E de repente vem uma coisa assim: “Ah, você é *sambista!*”, essa palavra ela vem cercada de preconceito. É impressionante isso! (depoimento pessoal ao autor em 5/4/2005)

O sambista e pesquisador Nei Lopes aponta que a origem étnica e social determinada do gênero é responsável por um forte preconceito da sociedade em relação à prática do samba, manifestada no início em perseguições policiais violentas mas que permanece até os dias de hoje (2003:51-52). É claro que um grupo de samba que se chamava “Negritude” deveria estar atento a este preconceito. Os integrantes do Negritude



buscavam neutralizá-lo através da eliminação de aspectos de linguagem e imagem, formulando as tais “regras”.

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

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

### **Visual**

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

O que é interessante observar é que o Negritude criou um modelo de vestuário que, ao alcance dos seus limitados recursos, já estava em grande sintonia com o grande mercado musical da época. No final dos anos 1980, apesar de o rock brasileiro começar a dar sinais de cansaço comercial, o pop internacional freqüentava as paradas de sucesso trazendo na bagagem uma aposta definitiva na *performance* musical de grande porte. Canções e videoclipes de artistas como Madonna e Michael Jackson, além de megashows promovidos no Brasil – como o *Rock in Rio* em 1985 – forneciam experiências musicais concretas que estabeleciam uma associação entre música e imagem na esfera da circulação comercial dos produtos musicais. De certa forma, a opção do Negritude correspondia a uma escolha intencional e deliberada de integrar o mundo do *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:§6). Onde lê-se “irrealidade”, podemos entender



“fantasia” ou “imaginário”. De fato, o espetáculo tem papel preponderante na cultura internacional-popular por permitir um acesso universal aos códigos dessa cultura através da imagem. A preocupação com a “apresentação” representada no figurino calculado do Negritude Júnior é uma aceitação da imagem como norteadora de hierarquias e ao mesmo tempo um reconhecimento na capacidade do visual de facilitar o trânsito e romper os preconceitos.

Na verdade, a preocupação dos sambistas com o “visual” é antiga. Desde os tempos de Paulo da Portela que a “apresentação” dos sambistas passou a ser exigida nos círculos internos do samba como forma de obter respeitabilidade e transitar em outros espaços sociais (Lopes, 2003:68). Ainda hoje é relativamente comum encontrarmos sambistas ligados às Escolas de Samba do Rio de Janeiro impecavelmente vestidos de calça social quase sempre branca, sapato de bico fino, camisa de botão de seda ou linho e com 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 de uma música globalizada por uma prática musical periférica e profundamente associada a uma cultura nacional.

A influência da cultura internacional-popular na formação musical dos jovens da periferia paulista se manifestava em uma aposta consciente na adoção de uma estética (musical-visual-comportamental) “moderna”, adequada aos elementos globalizados.

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

“Ser moderno” significava, então, se adequar ao ritmo do videogame e aplicar uma visão comercial à música do grupo, agora transformada em trabalho. Essa opção representava ainda uma organização empresarial e num certo tipo de mistura musical capaz de conciliar os elementos do samba com a música e os desejos da “geração anos 1990”. Nesse sentido, o Negritude fez parte de uma ambiente onde uma nova forma de



tocar e pensar o samba estava em curso, transcendendo os circuitos restritos no qual o gênero circulava desde década de 1980 e estabelecendo uma posição hierárquica mais vantajosa no mercado fonográfico.

### **Samba e pagode romântico**

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

Lá, nós tocávamos de tudo: músicas da moda, os sambas que a gente conhecia, tocávamos até Titãs. A gente fazia a introdução igual ao original e aos poucos ia caindo pro samba. Toda nossa base é samba. Na época tinha o programa do Moises da Rocha “O Samba pede passagem”, que a gente ouvia e ficava tirando as músicas pra tocar em nossas apresentações. Os donos da gravadora Zimbabwe, que era independente (na verdade era uma empresa de som de festa, tipo Furacão 2000 que tinha no Rio), também freqüentavam o Botequim. Eles conheceram nosso trabalho lá e resolveram lançar disco. Bancaram tudo. O Botequim do Camisa era um ponto ótimo do samba aqui em São Paulo, ia muita gente as pessoas conheciam a gente (depoimento pessoal ao autor, 31/1/2005).

A Zimbabwe era uma gravadora ligada à valorização da cultura negra e seu interesse vinha em um momento em que novos protagonistas do samba começavam a ocupar espaços no grande mercado fonográfico. Em 1991, o grupo paulista Raça Negra lançava seu primeiro LP, pela gravadora RGE com um sucesso arrasador. A estética do grupo passou a ser conhecida como “pagode romântico”, pois consistia em conciliar melodias simples em andamento lento com letras diretas, cujo tema principal era um amor realizado, feliz, real, diferente do amor conflituoso, doloroso e platônico do repertório consagrado do samba (Matos, 1982:139).

A estética do pagode romântico recebeu e ainda recebe críticas contundentes de diversos setores da mídia impressa e também de alguns sambistas legitimados. O jornalista Mauro Ferreira se refere ao estilo como uma “receita de sucesso” recheada de “baladas açucaradas”, melodias e letras “chatinhas” (O Dia, 15/8/98). O compositor Elton Medeiros afirma que o pagode é na verdade “uma balada acompanhada de instrumentos de samba. É como uma laranjada sem laranja” (Revista Palavra, out/99). Pedro Alexandre Sanches, da Folha de São Paulo é ainda mais incisivo:

No caso disso que se convencionou chamar de “pagode”, mais uma vez, o que se opera é a perversão do samba (bem, pervertê-lo tem sido esporte muito praticado). Mas, só pra contrariar, seria bacana que se lembrasse que o que esses caras fazem está longe de



samba... É tudo máscara, tudo figura. E tudo isso é muito chato (Folha de S. Paulo, 17/9/99).

Luiz Carlos, cantor e líder do grupo Raça Negra, se defende, afirmando que “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” (JB, Revista Domingo, 10/9/95). Polêmicas à parte, o pagode romântico se espalhou rapidamente pelo país e conquistou espaços significativos no mercado musical. A aposta no romantismo não só das letras mas também presente na sonoridade dos arranjos e no estilo vocal dos cantores de vários desses grupos caracterizam seu estilo e são capazes de “seduzir” grande parcela do público consumidor. Aliás, *Jeito de Seduzir* é o nome da faixa-título do primeiro disco do Negritude (1992):

O amor me pegou assim  
Conduzindo meu coração  
E por mais que eu lhe diga não  
Dessa vez veio pra ficar

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

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

A mudança para a EMI representou para o grupo algo mais além de uma simples troca de selo. Ao serem lançados por uma *major*, o Negritude tem a possibilidade de atingir um público muito amplo e diversificado, característico dos produtos veiculados em larga escala. Por outro lado, para a gravadora EMI, o Negritude era um grupo que



deveria se encaixar no segmento aberto pelo Raça Negra, desenvolvendo uma linha estética análoga capaz de abocanhar as vendas estratosféricas que a banda conseguia na RGE. Se por um lado havia afinidades estilísticas entre os dois grupos, para a EMI era importante fazê-los ainda mais parecidos e isso representava alterar alguns aspectos dos arranjos do grupo e incluir algumas canções em seu repertório. Para nenhum artista essa ingerência sobre sua criação é algo absolutamente simples e sem conflitos. No entanto, a ótica empresarial implementada no grupo permitia uma conciliação pouco traumática entre os objetivos artísticos e comerciais.

Muita gente não tem noção do que é gravar um disco: a gravadora investe muito dinheiro e tem que se preocupar com a comercialização, com o mercado. Quando a gente foi pra EMI teve uma música que o produtor impôs, que era uma música sertaneja [*Contos de fadas*, de Pagom e Beto Correa], que era pra a gente fazer em ritmo de samba. A música era até bonita, mas não tinha *nada* a ver com o nosso trabalho. Isso deu muita discussão entre a gente, eu e o Wagninho chegamos até a chorar porque a gente não queria gravar aquela música. Mas depois nós conversamos e no voto decidimos gravar aquela música pra no resto do disco colocar as músicas que a gente gostava. Não foi fácil, mas depois, com a maturidade a gente adquiriu essa consciência, de que tem que colocar no disco músicas que a gravadora vai trabalhar. A proporção é assim: 80% do repertório dos discos é de nossa escolha e 20% deles. Parece desigual, mas esses 20% é que vão ser mais divulgados em rádios e televisão, aí equilibra (Nenê, depoimento pessoal, 31/1/2005).

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

### **Samba e globalização**

As gravadoras transnacionais representam o eixo central do mercado musical brasileiro. Instaladas no Brasil desde o início do século XX, foram elas que colaboraram para a estruturação de um imaginário musical nacional, ao veicular em seus lançamentos através das rádios músicas para consumo em todo o largo território brasileiro. A oferta



de produtos musicais sempre foi predominantemente de música local, sendo uma pequena porcentagem destinada aos lançamentos “internacionais”. O samba foi um dos primeiros gêneros musicais a se beneficiar dessa estratégia mercadológica e foi amplamente divulgado como “símbolo da unidade nacional” através dessas empresas. No entanto, no decorrer do século XX, a porcentagem de oferta de música estrangeira foi aos poucos se ampliando com a construção de uma cultura internacional-popular reforçada pelos símbolos musicais da música jovem mundial. Para as empresas, vender em escala global um único disco é economicamente muito mais vantajoso do que diversificar os lançamentos nas várias localidades do mundo.

Paradoxalmente, o poder das multinacionais do disco se tornou mais limitado no final do século quando uma série de inovações tecnológicas trazidas pela globalização da economia baratearam os custos de produção de discos e permitiram a emergência de centenas de pequenas gravadoras, como a paulista Zimbabwe. A partir desses selos e de estúdios independentes, o mercado musical passou a ser ocupado cada vez mais por músicas de circulação geograficamente restrita, fomentando os comércios locais. Essas músicas convivem com lançamentos do grande mercado fonográfico nacional e com as músicas estrangeiras. Juntamente com a ampliação da diversidade de ofertas musicais, uma maior gama de tendências estéticas passou a fazer parte do cotidiano musical dos centros urbanos, formando indivíduos e grupos sociais que cada vez mais elaboravam misturas entre elementos da cultura local, da sua identidade nacional e do imaginário globalizado.

No samba, a utilização de teclados, baixo, bateria, as introduções nos saxofones e a ênfase no refrão vão consolidar uma estética transnacional aplicada ao ritmo característico do gênero. Ao mesmo tempo, os jovens artistas irão cada vez mais demonstrar uma preocupação com o aspecto visual, com a imagem, com a *performance*, enfim, com o espetáculo. Todos os ingredientes do samba deverão ser condicionados num ambiente moderno, que inclui a adoção contundente de uma estrutura profissional para atuação no mercado, afinal de contas, a música é um trabalho cujo objetivo é o lucro.

Por outro lado, as referências simbólicas relacionadas com o local de origem, com uma rede afetiva de companheirismo, com o humor e a descontração, elementos formadores do imaginário do samba, permanecem presentes e fortemente representados. Ainda assim, grupos como o Negritude Júnior e o Raça Negra não hesitam em absorver influências de outras vertentes estéticas da própria música brasileira como o samba-rock



de Jorge Benjor, as baladas românticas de Roberto Carlos, a música sertaneja de Zezé di Camargo ou a forte acento pop da música baiana de Daniela Mercury. Apesar das críticas, a estética globalizante do pagode romântico movimentou o mercado musical dos anos 1990 e abriu espaços no circuito fonográfico para lançamentos de artistas de samba ligados ao segmento mais “tradicional” das Escolas de Samba do Rio de Janeiro.

## Conclusão

No seu livro *Modernity at Large*, Arjun Appadurai defende uma observação mais aguda do papel da imaginação nos dias de hoje.

A imaginação – expressa em sonhos, canções, fantasias, mitos e histórias – sempre foi parte do repertório de várias sociedades, de alguma forma culturalmente organizadas. Mas há uma nova força peculiar para a imaginação na vida social hoje em dia. Mais pessoas em mais partes do mundo consideram um mais amplo *set* de vidas possíveis do que elas consideravam antes. Uma importante fonte dessa mudança é o *mass media*, que apresenta um rico e sempre dinâmico estoque de vidas possíveis (Appadurai, 2002:53).

Assim, as músicas que chegam através das mídias de massa – globais – são processadas no terreno fértil da criatividade dos locais e das nações. As experiências musicais são expressões de uma posição social e política de uma coletividade e as bagagens musicais afetivas (individuais e coletivas) carregam modelos de pensamento e de interpretação do mundo, que envolvem nossas subjetividades e identidades sociais. Para ser consumida em localidades diferentes, a música global tem que ser reterritorializada, isto é, a *carga cultural* que ela carrega precisa ser re-significada pelos indivíduos e grupos que a utilizarão. Nesse processo, reações de identificação, repúdio e desdém são construídas a partir de um intenso embate entre seus conteúdos simbólicos e seus imaginários.

Na prática do samba, a identidade nacional do gênero e seu processo de construção histórica e elaboração simbólica no imaginário da nação conduzem naturalmente a um certo isolamento de seus elementos às influências externas, o que quase sempre significa um repúdio às ingerências do “convidado inoportuno” da cultura internacional-popular. Por este motivo, a opção pelo repúdio é sinônimo de afirmação dessa identidade sambista e uma atitude de preservação de poder dentro dessa esfera.

No entanto, a crescente presença de imaginários supranacionais nos ambientes urbanos brasileiros desde os anos 1970 atenua o repúdio a essas estéticas, principalmente nas gerações mais jovens – nascidas a partir da década de 1960. Nesse novo contexto, a noção de modernidade e os bens e símbolos veiculados mundialmente não parecem



incompatíveis com os elementos consagrados do samba. Neste momento, aplicar paetês às roupas de um jovem grupo de samba da periferia paulista ou utilizar teclados eletrônicos importados das fábricas e das estéticas transnacionais não representa nenhum problema conceitual. Na verdade, essa apropriação de símbolos externos representa, na visão de seus protagonistas, uma “modernização” da prática do samba e com isso a possibilidade de uma ampliação de sua reverberação nos circuitos industriais de circulação de músicas na sociedade.

Como vimos, a trajetória e a prática musical do grupo Negritude Júnior representa um ótimo exemplo de como elementos da cultura internacional-popular são utilizados e re-significados como modernizantes no cotidiano da música brasileira veiculada em larga escala. Muitas vezes juízos de valor apressados e preconceitos elitistas escondem o complexo e rico jogo de representações que caracterizam algumas práticas musicais.

### Referência Bibliográfica

- APPADURAI, Arjun. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press, 1996.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *A globalização imaginada*. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2003.
- CARVALHO, José Jorge de. “Globalização, tradições, simultaneidade de presenças” In: *Pluralismo cultural, identidade e globalização*. Candido Mendes (coordenador) e Luiz Eduardo Soares (editor), Rio de Janeiro: Record, 2001, pp. 431-479.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- \_\_\_\_\_. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- HUYSSSEN, Andreas. “Literatura e cultura no contexto global” In: *Valores: arte, mercado, política*. Reinaldo Marques, Lúcia Helena Vilela (orgs.), Belo Horizonte: Editora UFMG/Abralic, 2002.
- LOPES, Nei. *Sambeabá*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.
- MALM, Krister. “Music on the Move: Traditions and Mass Media” In: *Ethnomusicology vol. 37, n° 3*, 1993.
- MATOS, Claudia. *Acertei no milhar*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- PLANO MUNICIPAL DE HABITAÇÃO, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano, Prefeitura Municipal de São Paulo, retirado em 02 fev de 2005 do *site* <http://pcc5840.pcc.usp.br/plano%20municipal%20de%20habitacao%20sao%20paulo.pdf>. agosto de 2003.
- SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: arte e videocultura na Argentina*. trad. Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2000.