



Condições e Contexto Midiático do Experimentalismo na MPB dos Anos 1970¹

Herom VARGAS²

Universidade Municipal de S. Caetano do Sul (USCS), SP

Resumo

Este trabalho discute quatro aspectos contextuais que, direta ou indiretamente, contribuíram para sustentar o desenvolvimento de trabalhos mais experimentais na MPB nos anos 1970. Dentro das condições culturais, são analisadas a contracultura, a vertente inovadora na MPB a partir do tropicalismo e o uso conceitual do disco. No que se refere às condições midiáticas, serão tratadas a situação da indústria fonográfica, do mercado do disco e das emissoras de TV que deram base para que determinados compositores, cantores e grupos desenvolvessem trabalhos mais criativos dentro da linguagem da canção. Dentre tais artistas na década, serão citados os casos de Walter Franco, Secos & Molhados, Jards Macalé, Tom Zé, entre outros.

Palavras-chave: música popular; MPB; experimentalismo; anos 1970.

Introdução

Desde a bossa nova, a canção popular brasileira também pode ser pensada como *moderna*, ou seja, um objeto artístico cuja criação leva em conta a experimentação e a atenção aos aspectos da linguagem. Antes, até a chamada Era do Rádio, ela era produzida por compositores pouco afeitos a esse perfil, seja pela formação cultural que tiveram, por suas origens humildes, pela limitação de fidelidade dos sistemas de gravação e reprodução e pela ligação forte da canção com as necessidades de um mercado midiático em solidificação.³ A partir do final dos anos 1950, é possível perceber em muitas composições os cuidados com os elementos formais da música popular, como a letra, os dados estritamente musicais (harmonia, melodia, ritmo, arranjo etc.) e, sobretudo, a imagem das apresentações desses artistas ao público por meio do palco eletrônico que a televisão proporcionou.

¹ Trabalho apresentado no NP Rádio e Mídias Sonoras do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Semiótica e professor do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de S. Caetano do Sul (USCS), email: heromvargas@terra.com.br.

³ Obviamente, antes da bossa nova houve compositores e cantores cujo trabalho, hoje, é valorizado pelo grau de criatividade, como são os casos de Noel Rosa, Orestes Barbosa, Mario Reis e Lupicínio Rodrigues, por exemplo. No entanto, não se tratam de artistas experimentais como foram os modernistas ou outros músicos que serão tratados aqui, a partir dos anos 1960.



Um marco desse tipo de produção musical depois da bossa nova está nos festivais de TV e, mais especificamente, no tropicalismo, movimento que proporcionou à linguagem da canção importantes desdobramentos e levou às últimas consequências, para a época, os exercícios com a estrutura da canção. Tais atitudes se tornaram pontos de partida para outras inovações no decorrer dos anos 1970, visíveis nos trabalhos de Walter Franco, Secos & Molhados, Jards Macalé, Tom Zé, Novos Baianos, entre outros. Esses artistas continuaram essa linhagem experimental na música popular mesmo atuando, como não poderia deixar de ser, dentro das estruturas midiáticas da canção. Em outras palavras, em vez de descartar pura e simplesmente o ambiente comercial em que ela trafegava, mais próximo das padronizações e redundâncias da canção de sucesso impostas pela indústria fonográfica e pelos meios de comunicação, tal postura criativa e despojada se concretizou dentro das mídias e, em boa medida, compatível com algumas dessas “fórmulas” de sucesso. É o que Santuza C. Naves (2001, p. 294) chamou de “canção crítica”, ou seja, o trabalho “(...) de músicos que têm procurado, ao longo de sua trajetória, lidar com um tipo de linguagem musical que, dentro do espírito da canção popular, busca uma comunicação direta com o público sem deixar de provocar a sensação de estranhamento tão cara aos ‘modernos’”.

Essa aparente incompatibilidade – sucesso midiático x experimentalismo – é uma das marcas da década de 1970 na música popular. No entanto, não há como absolutizar essa diferença, pois, a rigor, a canção se construiu em função dos meios técnicos de fixação do áudio, de sua reprodução nos ambientes urbanos e de sua constituição em mercadoria física e simbólica a partir do disco e do rádio. Toda a evolução da música popular em formatos, gêneros e modismos se deu em relação com a cultura, com as linguagens e com a história tecnológica e industrial das mídias.⁴

Assim, a questão que se coloca não pode levar em conta essa oposição entre pólos que se excluem mutuamente, mas muito mais como complexidades da própria natureza da canção popular. Para tanto, o estudo desse campo da cultura midiática deve tomar como base as complexas relações entre cultura, linguagem, sociedade e mídias. Parte deste estudo será aqui desenvolvido tomando como objeto a produção experimental da música popular brasileira nos anos 1970. O objetivo será indicar e explicitar algumas condições culturais e midiáticas que proporcionaram espaços para composições, lançamento de discos e sucesso de alguns desses artistas no período em

⁴ Sobre a discussão em torno do caráter experimental e comercial da canção popular, ver Vargas (2009).



questão, dentre as quais: a expansão da indústria e do mercado fonográficos, a relação entre música popular e televisão que deu condições para novas possibilidades de criação, a popularização do LP (ou álbum) e as possibilidades que ele encerra como produto artístico conceitual, e, por fim, a presença transgressora da contracultura.

A Indústria Fonográfica

Os anos 1970 marcam um crescimento substancial na produção e nas vendas de discos no Brasil. Muitos dados comprovam esse movimento. Em primeiro lugar, movido pela propaganda ufanista dos governos militares e como consequência do “milagre econômico”, a produção de bens de consumo conhece um expressivo aumento. Segundo Enor Paiano (1994, p. 195), entre 1968 e 1971, a “indústria de material elétrico (na qual se incluem rádios, toca-discos e toca-fitas) cresce 13,9% no período, (...) mais que os ramos têxtil (7,7%), alimentos (7,5%) ou vestuário e calçados (6,8%)”. Tais números indicam aquecimento no consumo de setores da classe média beneficiados pelo sistema de crédito ao consumidor, a ponto de 60% das famílias brasileiras fazerem “parte do mercado de bens de consumo ‘modernos’ – ou seja, tinham pelo menos um dos seguintes bens: rádio, geladeira, TV, carro – negando a hipótese de que o crescimento econômico tivesse excluído totalmente os estratos inferiores”.

Especificamente sobre a indústria fonográfica, que acompanha essa tendência, os dados apresentados pelo autor não deixam dúvidas:

O que chama a atenção imediatamente ao analisarmos os números do mercado fonográfico nacional, de 1966 a 1976, é o crescimento acumulado de 444,6% no período, para uma época em que o crescimento acumulado do PIB foi de 152% (...). Os anos de 1967 e 68 apresentam crescimento percentual significativo, enquanto que 1969 e 70 vivem certa estagnação. A partir de 1971 os números crescem de forma estável, à média de 20% ao ano – exceção para 1974 e 75 quando a falta de vinil [devido à crise do petróleo] criou uma demanda reprimida responsável também pela explosão de 1976, quando o fornecimento de matéria-prima se normalizou. Para se ter um termo de comparação com outras áreas similares, o mercado de livros cresceu 260% de 1966 a 1976, e as revistas 68,9% de 1965 a 1975 (PAIANO, 1994, p. 195-6).

O estudo de Paiano demonstra duas tendências. Por um lado, evidencia o dinamismo de um setor produtivo ligado à cultura musical que se expandia ainda como reflexo dos sucessos televisivos e musicais da década anterior, nominalmente, os festivais de música popular das TVs Excelsior, Record e Globo, outros vários



programas musicais de TV e a explosão da moda da jovem guarda. Por outro, tal expansão procura se alinhar a uma demanda de consumo cultural que também cresce em função de maior acesso aos bens por setores da sociedade antes alijados desse consumo e/ou reprimidos pelo AI-5 (pacote de leis de exceção de dezembro de 1968). Obviamente, o aquecimento nas vendas de discos está bastante vinculado aos produtos musicais de comércio popular mais imediato e de menor custo. Dois desses produtos são bem identificados: os LPs com trilhas sonoras de telenovelas, em especial os lançados pela Sigla-Som Livre, braço fonográfico da TV Globo, e os sucessos massivos de cantores e grupos brasileiros que cantavam em inglês, alguns criados em estúdios, mantidos pelo marketing das gravadoras e sobre os quais pouco se conhecia.

Mas, o que essas tendências econômicas e empresariais têm a ver com os compositores experimentais dos anos 1970? De imediato, é impossível dizer que o crescimento da produção e das vendas de disco na década seja motivo definitivo para o surgimento desse núcleo de artistas. O elo, a rigor, está nas condições que essa expansão constrói para a visibilidade do artista. Quanto mais aquecidos estão os mercados consumidor e produtor, maiores são as oportunidades tanto do lado do consumo – o interesse por um artista dentro de um espectro de gosto mais específico – como também de lucro das gravadoras por meio da busca de novidades para esse mercado. Tais interesses, sobretudo no início da década, se transformaram em portas abertas ao mercado para artistas com esse perfil diferenciado. Desde meados dos anos 1960, estavam em desenvolvimento alguns tipos de música popular menos voltados ao entretenimento imediato e mais próximos do gosto de setores sociais mais engajados no debate político-ideológico e atentos aos detalhes estéticos da canção. Como veremos mais adiante, esse processo tem a ver com fenômenos culturais, políticos e midiáticos.

No que se refere às gravadoras, Marcos Napolitano (2002) indica um aspecto bastante recorrente quando tratamos de produtos culturais dentro do mercado de bens simbólicos, em que vale muito a imagem de legitimidade que determinado produto empresta a seu fabricante: se as gravadoras estavam interessadas no lucro – daí a busca por artistas de sucesso e por novidades que pudessem suscitar a curiosidade do público – havia também um cuidado em apresentar um produto com certo perfil “refinado” que desse à empresa fonográfica determinado *status* dentro de um nicho de consumo, digamos, mais “sofisticado”, apesar da baixa vendagem. Citando Umberto Eco, o autor assim demarca a situação:



Com o novo estatuto de música popular vigente no Brasil, desde o final da década de 60, a sigla MPB passou a significar uma música socialmente valorizada, sinônimo de “bom gosto”, mesmo vendendo menos que as músicas consideradas de “baixa qualidade” pela crítica musical. Do ponto de vista do público este estatuto tem servido como diferencial de gosto e *status* social, sempre alvo de questionamentos e autocríticas. Do ponto de vista das gravadoras, o alcance de mercado das canções deve contemplar o fenômeno do *highbrow* e o *lowbrow* do consumo musical (NAPOLITANO, 2002, p. 4).

Tal argumento é utilizado em diversos outros mercados culturais para explicar a manutenção de determinados produtos com elevado grau de sofisticação simbólica e vinculado a um consumo limitado, porém, específico e realizado por setores da sociedade formadores de opinião.

Assim, se as gravadoras investiam no produto musical de sucesso mais imediato e popular, também buscavam manter em catálogo uma gama de compositores e cantores que alcançavam repercussão na crítica mais especializada e nos ouvintes de maior nível de escolarização. Foi, por exemplo, o caso da gravadora Continental, como sugere Eduardo Vicente (2002, p. 76 e seg.): buscando alternativas para conquistar público num mercado aquecido e disputado por grandes empresas, a Continental, uma das maiores gravadoras de capital nacional, diversificava seu catálogo dando espaço a novos grupos e compositores, mesmo que isso gerasse, num curto prazo, algum prejuízo.⁵ Um investimento como esse não ocorreria caso estivéssemos em um momento de recessão e, certamente, tais músicos não teriam o espaço – ainda que pequeno em termos numéricos – que tiveram no início da década. Tanto que, mais para o final dos anos 1970, quando o mercado fonográfico se restringe um pouco e as grandes gravadoras se estabelecem com maior firmeza no país, muitos artistas já não conseguem oportunidades para apresentação de trabalhos alinhados a procedimentos mais vanguardistas. Alguns optam por uma produção à margem da indústria fonográfica, fundando o que se chamou no início dos anos 1980 de produção alternativa, a exemplo de Arrigo Barnabé, Itamar Assumpção e o grupo Rumo que se lançaram a partir de suas próprias produções ou do selo alternativo Lira Paulistana.

Voltando ao período em questão, é importante destacar algumas conjunções bastante curiosas entre as tendências mais comerciais e as mais inovadoras. Uma delas está no caso do Secos & Molhados, que juntou com muita competência os dois pólos

⁵ A partir de depoimento do seu presidente nos anos 1970, Alberto Jackson Byington Neto, uma pesquisa realizada pelo Idart em 1976, coordenada por D. Cozzella, indica que a “(...) boa situação da Continental (...) permite que a empresa, a partir de resultados financeiros conseguidos com discos que vendam com facilidade, produza discos de artistas difíceis ou sofisticados – como Walter Franco, por exemplo” (IDART, 1980, p. 34).



discutidos acima. O grupo respondeu aos objetivos mercadológicos a partir do sucesso repentino e estrondoso que conseguiu com o lançamento do primeiro disco, o que sustentou os interesses comerciais da gravadora Continental. Ao mesmo tempo, as composições, a maioria de João Ricardo, e as performances nas apresentações ao vivo, em especial as do cantor Ney Matogrosso, marcaram um perfil experimental e de inovação bastante elevado para um produto de sucesso, como bem observaram Zan (2006) e Silva (2007). Outro exemplo de relativo sucesso comercial no período e manutenção do viés experimental é o trabalho do grupo Novos Baianos ao mesclar a tradição da música popular brasileira e os elementos modernos do rock, a partir da alta qualidade de seus músicos.

O LP e o Artista Conceitual

Vinculado à discussão anterior, mas podendo ser pensado com relativa distância, é possível indicar outro elemento que contribuiu para a presença do perfil experimental na produção dos anos 1970 na MPB. Paralelo ao crescimento das vendas de disco no período, houve também a popularização de um novo suporte: o disco *long-playing* ou LP. Mais largo que o antigo disco de 78 rpm e girando mais devagar (com 33 $\frac{1}{3}$ rpm), o LP continha mais tempo de gravação – cerca de 20 minutos em cada um dos lados ou um total de 12 faixas-padrão de três minutos em média. Porém, desde o lançamento do primeiro álbum de longa duração, em 1948 nos EUA⁶, a indústria fonográfica ainda se debatia entre a sua massificação e o convívio com outros formatos: o disco de 78 rpm, o de 45 rpm⁷ e o compacto (simples ou duplo) de 33 $\frac{1}{3}$ rpm. Paralelo ao desenvolvimento do LP, existiu ainda a fita cassete, uma fita magnética enrolada numa caixinha de plástico que cabia num bolso de camisa. Apesar de ser um formato diferente, o cassete se manteve paralelo ao disco por permitir que fosse criado pelo ouvinte com gravações caseiras a partir de discos, por sua maior portabilidade e por ser usada em condições distintas (toca-fitas em carros, por exemplo).

O estabelecimento e a consagração comercial do LP se dão entre o final dos anos 1960 e início dos 1970, como demonstram os números apresentados por Paiano (1994):

⁶ Este primeiro LP lançado pela Columbia tinha ainda 10 polegadas de diâmetro. O tamanho de 12 polegadas (31 cm x 31 cm) só foi estabelecido em 1952, mesmo ano em que o formato surgiu no Brasil, fabricado pela extinta Sinter (CASTRO, 2003).

⁷ Sobre a criação desse formato, ver Keightley (2004).



Em 1969, 57% dos discos vendidos eram em formato compacto (simples e duplo); em 1976, só 36% serão compactos, com o crescimento do formato álbum (LP e cassete). Usando uma conta da própria indústria, que considera um LP equivalente a seis compactos simples e três compactos duplos em valores, temos um crescimento líquido para o mercado no período de 608,3% (...) (PAIANO, 1994, p.197).

O *long-playing* tornou-se o principal produto fonográfico da indústria no Brasil e em outros países. Com ele, foram possíveis algumas alterações no produto em si e na música. Uma delas foi o surgimento de coletâneas das mais variadas espécies: de gêneros específicos, sucessos de um artista, de uma nacionalidade, trilha de filmes e telenovelas (este último de grande sucesso) etc. Outra distinção, e que vale mais para esta discussão, é o fato de o álbum ser o objeto que corporifica o conceito estético de um artista, diferente do que ocorria com o 78 rpm ou com o compacto simples, que traziam duas músicas gravadas para serem divulgadas em emissoras de rádio. Esses formatos menores funcionavam melhor para a venda de músicas de sucesso, enquanto o LP possibilitou a observação do trabalho do artista, ou seja, um conjunto de canções organizadas em sequência nos dois lados do disco acondicionado em uma capa com determinadas imagens e um encarte com letras transcritas, ficha técnica (músicos e técnicos de gravação) e quaisquer outras informações complementares ao que estava ali gravado. Enquanto o compacto servia ao consumo mais imediato, o álbum dava a chance da criação de um produto cultural mais refinado e com organicidade estética.

Se, por um lado, fez do artista o grande produto das gravadoras (ao invés desse produto ser, simplesmente, uma canção de sucesso), por outro, possibilitou a esse artista a elaboração de um trabalho com maior consistência estética e conceitual, aquilo que podemos chamar de “obra autoral”.

(...) as companhias vão incorporar largamente o discurso do “artista” – criador de uma obra pessoal e autônoma – da forma como ele foi definido pelo grupo de intérpretes e compositores da “MPB” desde a Bossa Nova. Os próprios executivos começam a falar de inovação, ruptura, revolução cultural, liberdade artística etc, com uma facilidade nunca antes vista (PAIANO, 1994, p. 206).

É certo que muitos cantores e grupos mais populares não utilizavam as possibilidades que o formato álbum proporcionava e não tiveram a mesma atenção dos produtores, pois suas canções eram divulgadas dentro do padrão mais mercantil do sucesso. Em outras palavras, artistas cujos trabalhos eram mais “elaborados” tinham um tratamento diferenciado dos chamados cantores “populares”.



Essa mudança no conceito cultural do disco a partir do LP tem outra aplicação nos anos 1970 proveniente dos discos de rock, sobretudo de grupos de rock progressivo, como Yes, Genesis, Pink Floyd, entre outros. As capas desses álbuns se tornaram verdadeiras obras de arte realizadas por *designers* especializados cujos trabalhos deveriam traduzir visualmente os conceitos explorados musicalmente no disco. Só assim é possível entendermos capas como a do primeiro disco dos Secos & Molhados (as cabeças dos músicos colocadas em pratos ao lado de outras comidas numa mesa), ou a capa branca com uma mosca no centro no disco *Ou Não* (1973), de Walter Franco, ou a bola de gude na capa de *Todos os Olhos* (1973), de Tom Zé, ou ainda a imagem de Caetano Veloso num espelho em *Araçá Azul* (1972).

Vale lembrar que tais características visuais não estão apenas nos discos dos anos 1970 no Brasil. Desde a década anterior, temos as experiências dos selos Elenco⁸ e Forma, ligados à bossa nova, ou a famosa e complexa capa do disco-manifesto *Tropicália ou Panis et Circencis*, do grupo tropicalista de 1968. Porém, é na década seguinte que tais procedimentos serão usados com maior desenvoltura e marcarão os trabalhos de vários importantes artistas na MPB.

Como se vê, algumas dessas condições possibilitaram, naquele momento, um espaço aberto para a gravação e a divulgação de uma música popular mais preocupada com a linguagem, mais voltada à inovação e buscando uma relação com um público (notadamente, os universitários) interessado nesses exercícios criativos.

Televisão, Imagem e Performance

A popularização da televisão – também iniciada nos anos 1960 – vai se fortalecer na década seguinte por conta da estrutura em rede e pela imagem em cor, com desdobramentos sobre o campo da música popular. As opiniões a respeito das relações entre TV e música popular são, normalmente, críticas e pessimistas. Tanto compositores quanto pesquisadores interessados na produção cultural do período fazem coro quanto aos problemas causados. Dois exemplos são nítidos. Chico Buarque, num depoimento dado à jornalista Ana Maria Bahiana, em 1974, diz que não pretende gravar por algum tempo por causa dos interesses nem sempre positivos de gravadoras e emissoras de TV:

⁸ O criador das capas da Elenco, entre 1962 e 1967, foi o designer Cesar G. Villela, que antes, entre 1958 e 1962, fazia capas na Odeon (CASTRO, 2003).



A nossa televisão é muito assim; você tem umas regrinhas certas para fazer sucesso, um troço mais organizado, entende? No tempo dos festivais não era assim, você tinha muitas opções. Está todo um esquema armado aí, eu acho que as companhias se organizaram mais que os compositores. (...) É muito esse negócio da televisão que antes não tinha, a televisão antes era uma continuação das coisas que a gente fazia. Do Teatro de Arena você subia e Rua da Consolação, ia pro Teatro Record, o Excelsior, ficava naquele bar redondo, era uma coisa natural, entende? Hoje em dia, quem disser que está usando a televisão, eu não sei, está se enganando (*apud* BAHIANA, 1980, p. 34-35).

Menos apaixonada – mas não menos crítica – é a explicação dada por Luiz Tatit (2005) para uma sensível alteração no campo da música popular entre as duas décadas em questão vinculando-a mais fortemente ao mercado de consumo. A crise da TV Record e de seus festivais e programas musicais a partir do final dos anos 1960, a ascensão da TV Globo na década seguinte dando prioridade às telenovelas e aos contatos com as gravadoras para definição da trilha sonora e as relações viciadas entre a indústria fonográfica e as emissoras de rádio foram sinais dessa transformação que, aos poucos tendia a limitar os acessos de compositores e cantores aos novos espaços de consagração artística dominados pelo sistema gravadora-televisão-rádio.⁹

No entanto, o cenário não foi tão sombrio como pode parecer. Apesar das condições aparentemente adversas, houve várias novidades na década de 1970, algumas com bastante alarde midiático e outras de fama mais restrita. O novo perfil do mercado musical em crescimento, como já fora indicado, proporcionou outros canais para atingir o público. Mesmo a televisão tendo se tornado o principal veículo de comunicação e tendo centralizado boa parte da produção musical, as emissoras acabaram por incorporar interesses próximos ao das gravadoras de legitimar seu catálogo de contratados frente a um público mais exigente. No caso das TVs, o objetivo foi utilizar espaços em sua programação para veicular determinados artistas visando uma audiência parecida. São exemplos disso os festivais universitários transmitidos pela TV Tupi e o programa Som Livre Exportação, da TV Globo, que abriram campo para novos artistas – os casos de Ivan Lins e Luiz Gonzaga Jr. são importantes, conforme relata Ana Maria Bahiana (1980).

Outro aspecto ligado à TV tem a ver com uma nova estética somada à linguagem da canção e que se desenvolve a partir da visualidade, seja da capa do disco mais aprimorada e em diálogo com o conceito do álbum – já apontado –, seja também pelas

⁹ A pesquisa do Idart (1980), realizada em 1976, evidencia essa alteração a partir de depoimentos de profissionais da indústria fonográfica da época.



inovadoras *performances* dos artistas no palco. Nesse segundo quesito, o fenômeno mais representativo é o grupo Secos & Molhados. Boa parte da criação e do sucesso do trio (Gerson Conrad, João Ricardo e Ney Matogrosso) estava nas maquiagens usadas pelos músicos e na androginia do cantor Ney Matogrosso nos palcos. Se tal postura servia para levantar polêmicas nos setores mais conservadores da sociedade repercutidas na imprensa, foi também um dos principais exercícios experimentais e de estranhamento do grupo (SILVA, 2007).

Contracultura

Um elemento de base para a presença desse perfil mais experimental na música popular brasileira dos anos 1970 tem a ver com um substrato do campo da cultura que marcou o período, apesar de seu surgimento estar vinculado à década anterior. A contracultura desenvolveu-se como um nome genérico para uma série de manifestações que se contrapunham a várias posturas e conceitos da cultura ocidental dominante. Essas proposições, capitaneadas por jovens, intelectuais e artistas, buscavam atingir as bases culturais da sociedade ocidental e se multiplicavam em amplos setores, tais como:

- a) movimentos feminista e de outras minorias (negros, homossexuais etc.) no intuito de conquistar direitos sem distinção;
- b) o rock como um tipo de música distante dos padrões ocidentais;
- c) uso de drogas vislumbrando a libertação da mente e da criatividade;
- d) questionamentos ao padrão da família nuclear com o sexo e o amor livres, junto de tentativas de libertação do corpo dos comportamentos tradicionais e dos figurinos codificados socialmente;
- e) aproximação com as culturais orientais ou africanas (religião, comida, música, roupas e filosofia);
- f) lutas estudantis contra pedagogias consideradas antiquadas e contra os poderes instituídos nas universidades.

A rigor, tratava-se de séries de posicionamentos contrários às formas instituídas – o *establishment* – de organização política e social, de racionalidade, de polaridade ideológica entre direita e esquerda e de “bom comportamento”.

Na arte, as novas produções estavam direcionadas fundamentalmente para uma constante busca por novas experiências estéticas, o que lembra, guardadas as diferenças de época, a aventura das vanguardas no início do século XX. Assim, contraculturais são



a arte pop e todos os movimentos que derivaram dela, como o minimalismo, a arte conceitual, o *happening*, a *body art*, entre outros. No âmbito da música erudita, os trabalhos de John Cage são os principais exemplos. Quando se fala em música popular, as referências foram o rock, a música de Jimi Hendrix, as criações da fase final dos Beatles e composições que usavam estéticas das músicas orientais.

No caso estrito da MPB, uma das primeiras traduções da contracultura se dá ainda no final dos anos 1960 com o tropicalismo, movimento que coloca em xeque as polaridades políticas da época (a ditadura e a esquerda nacionalista) e traduz essa polêmica na linguagem da canção. Para tanto, concretiza, de um lado, uma radical apropriação da antropofagia oswaldiana e, de outro, adapta várias proposições da contracultura internacional ao contexto da música popular. Tais posturas serão a chave para os desdobramentos da música popular no início dos anos 1970. Conforme Christopher Dunn (2002, p. 77), os tropicalistas “(...) propuseram um discurso de alteridade e marginalidade que estimulou as mais explícitas expressões de novas subjetividades na cultura popular na década seguinte”.¹⁰

A atenção à linguagem da canção, a ênfase em novas subjetividades e a postura marginal são dados relevantes da contracultura para se entender o experimentalismo na MPB da década. No entanto, para tratar de contracultura no caso brasileiro, não há como se distanciar da situação de radical exceção que o país vivia por conta da ditadura militar. Apesar de haver autores que procuram afastar uma da outra¹¹, as formas que tais manifestações adquiriram em solo nacional levam em consideração, de forma mais ou menos direta, o cenário político, passível de serem vistas na produção musical e na postura marginal de alguns artistas. Heloisa Buarque de Hollanda, apesar de centrar sua reflexão na poesia dos anos 1970, explica o perfil político das transgressões:

A marginalidade é tomada não como saída alternativa, mas no sentido de ameaça ao sistema; ela é valorizada exatamente como opção de violência, em suas possibilidades de agressão e transgressão. A contestação é assumida conscientemente. O uso de tóxicos, a bissexualidade, o comportamento descolonizado são vividos e sentidos como gestos perigosos, ilegais e, portanto, assumidos como contestação de caráter político (HOLLANDA, 1992, p. 68).

¹⁰ O autor desenvolve outras relações entre tropicália e contracultura no livro *Brutality garden* (2001).

¹¹ É “(...) uma tolice afirmar, como muitos fizeram na época, que a contracultura foi um subproduto alucinado do fechamento do horizonte político pela ditadura militar. A contracultura foi um movimento internacional, que teve a sua ramificação brasileira. Mas, exatamente ao contrário do que se chegou a proclamar, a contracultura se expandiu no Brasil não *por causa*, mas *apesar* da ditadura” (RISÉRIO, 2005, p. 26).



Em outras palavras, se a contracultura não surgiu em função direta do cenário imposto pelos militares, as práticas marginais, experimentais e transgressoras em sentido amplo tiveram um viés político, seja conscientemente ou simplesmente a reboque das posturas “desbundadas” (para usar uma expressão do período) visando a carnavalização geral dos comportamentos e dos conceitos políticos.

Assim, ser marginal ou se colocar como *underground* revelava uma atitude de descompostura frente aos padrões estabelecidos.¹² Daí também as posturas provocativas que geravam estranhamentos e reações mais ou menos tempestivas. Podemos lembrar as provocações na letra de *Gothan City*, de Jards Macalé, a postura pacata (zen) de Walter Franco frente a uma platéia que vaiava sua canção *Cabeça*, no Festival Internacional da Canção, de 1972¹³, os rebolados de Ney Matogrosso ou a vida em comunidade dos Novos Baianos. Tais polêmicas serviam para demonstrar, de alguma forma, certa insatisfação com o estado geral da arte e da sociedade brasileira, mas não tinham aquele projeto geral de conscientização da população para a tomada do poder conforme as esquerdas universitárias preconizavam. As críticas eram para todos os lados, da esquerda à direita da época.

Da mesma maneira, o trabalho com a linguagem da canção mobilizava ouvidos e mentes em favor de uma liberdade ampla, já antecipada em *É Proibido Proibir*, de Caetano Veloso, em 1968, mas desdobrada nos anos 1970 pelos compositores mais experimentais. As letras e entonações de Walter Franco e as composições de Tom Zé são exemplos dessa luta semiótica tratada, no fundo, como recusa das linguagens tradicionais da canção popular – e não da tradição – em prol de tentativas de inovação, exercícios de novidades que poderiam ampliar a percepção da sociedade. O caso do disco *Estudando o Samba*, de Tom Zé (1975) é exemplar. Nele, a tradição do samba é retomada a partir das experiências que as estruturas rítmicas, melódicas e poéticas do gênero sugerem ao compositor, no melhor estilo antropofágico. Procedimento paralelo foi realizado pelos Novos Baianos ao trabalharem a linguagem das músicas tradicionais com novos elementos do rock e do contraponto erudito (como na famosa versão de *Brasil Pandeiro*, de Assis Valente, no disco *Acabou Chorare*, de 1972).

¹² Por exemplo, alguns dos compositores citados aqui eram tratados como “malditos” pela imprensa da época.

¹³ Segundo o próprio compositor, em depoimento de 1976: “Foi um momento de grande violência. Eu sabia que estava confundindo as pessoas lançando o sim e o não numa contagem muito rápida. As pessoas reagem jogando de volta uma carga negativa fortíssima, mesmo quando eu repetia uma palavra positiva como ‘irmão’” (*apud* BAHIANA, 1980, p. 177).



Retomando o Fio da Meada

A contracultura foi o principal elemento de construção da base cultural dos experimentalismos dos compositores nos anos 1970. Porém, não explica totalmente a presença deles no cenário da MPB no período. As insatisfações frente ao *establishment* cultural e sociopolítico e os anseios de inovação nos padrões da canção popular foram levados ao público por meio de alguns instrumentos que o cenário midiático possibilitou: festivais de TV, gravadoras que tentavam encontrar um artista de sucesso, emissoras de rádio que reverberavam o que havia de polêmico, a imprensa, entre outros.

A rigor, o contexto midiático concedeu os espaços necessários a tais manifestações, mesmo que sem nenhum interesse somente estético. Tal cenário se justifica por alguns aspectos, todos conjugados entre si:

- a) um mercado que se expandia a partir do crescimento econômico estimulado pelas políticas dos governos militares;
- b) determinadas demandas de setores elitizados da sociedade por novidades e cujo consumo estimulava um padrão de legitimidade para esses artistas e que era repassado às gravadoras que os tinham sob contrato;
- c) interesses de lucros da indústria fonográfica em vários nichos de consumo, lembrando que a polêmica também poderia produzir resultados na vendagem de discos (Walter Franco não foi um bom exemplo para esses interesses já que alguns de seus discos chegaram a “encalhar” nas lojas);
- d) o sucesso do formato álbum (LP) tanto no consumo quanto nas possibilidades estéticas conceituais que ele permitia;
- e) a presença da televisão e da linguagem visual que promovia a mobilização de determinadas performances como elementos constitutivos da canção popular midiática.

Falta explicitar como se apresentavam tais experimentalismos, quais as ênfases que cada compositor se propunha a concretizar, quais perfis de criação estavam em questão, como cada artista se relacionava com as mídias e com as gravadoras e, por fim, quais eram as inovações exercitadas por eles na linguagem da canção nos anos 1970. Essas questões alimentam as investigações posteriores que demonstrarão a importância da década.



Referências Bibliográficas

BAHIANA, A. M. **Nada será como antes**: MPB nos anos 70. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

CASTRO, R. O homem que inventou a capa do disco. In: **O Estado de S. Paulo**. 06/dez/2003, p. D-14.

DUNN, C. Tropicália, counterculture and the diasporic imagination in Brazil. In: PERRONE, C.; DUNN, C. (eds) **Brazilian popular music and globalization**. N. York: Routledge, 2002, p. 72-95.

_____. **Brutality garden**: tropicália and the emergence of a brazilian counterculture. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2001.

HOLLANDA, H. B. **Impressões de viagem**: CPC, vanguarda e desbunde – 1960/70. 3ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. (1ª ed. 1980)

IDART (Departamento de Informação e Documentação Artísticas). **Disco em São Paulo**. Damiano COZZELLA (coord.). São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura/ Centro de Pesquisa de Arte Brasileira, 1980.

KEIGHTLEY, K. Long play: adult-oriented popular music and the temporal logics of the post-war sound recording industry in the USA. **Media, Culture & Society**, vol.26, n.3, 2004, p. 375-391.

NAPOLITANO, M. A música popular brasileira (MPB) dos anos 70: resistência política e consumo cultural. In: Atas do 4º Congresso da seção latino-americana da International Association for Study of Popular Music (IASPM-AL), México, abril/2002. Disponível em: <http://www.hist.puc.cl/iaspm/mexico/articulos/Napolitano.pdf>. Acesso em nov/2008.

NAVES, S. C. A canção crítica. In: MATOS, C. N.; TRAVASSOS, E.; MEDEIROS, F. T. (orgs) **Ao encontro da palavra cantada**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2001, p. 289-298.

RISÉRIO, A. Duas ou três coisas sobre a contracultura no Brasil. In: **Anos 70**: trajetórias. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2005, p. 25-30.

SILVA, V. R. B. **O doce e o amargo do Secos & Molhados: poesia, estética e política na música popular brasileira**. Dissertação (Mestrado em Letras). Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

TATIT, L. A canção moderna. In: **Anos 70**: trajetórias. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2005, p. 119-124.



VARGAS, H. “Essa é pra tocar no rádio”: redundância e experimentalismo na canção de sucesso. In: SANTOS, R. E.; VARGAS, H.; CARDOSO J. B. (orgs). **Mutações da cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009, p. 169-204.

VICENTE, E. **Música e disco no Brasil**: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. Tese (Doutorado em Comunicação) São Paulo: ECA – USP, 2002.

ZAN, J. R. Secos & Molhados: o novo sentido da encenação da canção. In: Atas do 7º Congresso da seção latino-americana da International Association for Study of Popular Music (IASPM-AL), La Habana, junho/2006. Disponível em: <http://www.hist.puc.cl/iaspm/lahabana/articulosPDF/JoseRobertoZan.pdf>. Acesso em jan/2009.