



## Corpo e Performance no Experimentalismo do Grupo Secos & Molhados<sup>1</sup>

Herom VARGAS<sup>2</sup>

Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), SP

### Resumo

Neste *paper*, busca-se discutir aspectos do experimentalismo presente no trabalho do grupo Secos & Molhados (S&M) – João Ricardo, Gerson Conrad e Ney Matogrosso – dentro do específico contexto midiático do início da década de 1970 (expansão da indústria fonográfica e da televisão). Há dois objetivos em questão. Um é observar possíveis motivos para o sucesso do trio em variados tipos de público. Outro é mostrar como a performance corporal dos músicos, em especial a do cantor Ney Matogrosso, se constituiu em ponto chave para sua proposta de experimentação dentro do contexto da música *pop* brasileira. As análises partirão dos conceitos de performance nas artes plásticas e o desenvolvido por Paul Zumthor.

**Palavras-chave:** Secos & Molhados; performance; música popular; experimentalismo.

### Introdução

Apesar de genérico e enganoso, existe um entendimento de que os anos 1970 não foram tão produtivos e criativos na música popular brasileira como foram a década anterior e a posterior. Além de escondida pela censura e pelo crescimento de setores da indústria cultural, a produção musical “setentista” foi também encoberta pelos embates político-culturais da década de 1960 e pelo sucesso mercadológico do rock nacional da década de 1980. Os anos 1960 são lembrados pelos festivais promovidos pelas TVs Excelsior, Record e Globo, marcantes por terem sido palco de disputas (políticas, inclusive) e por nortear, em certa medida, a produção, o consumo, a linguagem e, de forma indireta, os valores sobre a qualidade em torno da música popular. Já os anos 1980, cuja marca foi o sucesso de grupos de *rock*, como Legião Urbana, Barão Vermelho, Titãs etc., se caracterizaram, genericamente, pela consolidação daquilo que se conhece hoje como mercado da música *pop*: desde as gravadoras até o consumo de discos, passando pela produção de grandes concertos (o *Rock InRio* é de 1985), a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Semiótica e professor do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS-SP), email: heromvargas@terra.com.br.



presença atuante de empresários, produtores e diretores de espetáculos, relações próximas entre a indústria fonográfica, rádio e televisão trazendo mais profissionalismo na divulgação e maiores níveis de consumo.

Pode-se dizer, então, que a década intermediária foi um período em que formas “antigas” de processamento da música popular no país foram colocadas em xeque e outras surgiram para reconfigurar o cenário das indústrias midiáticas vinculadas à música massiva. Porém, se deixarmos de lado esse caráter teleológico, sem deixar de ser transitória, é possível pensarmos a produção musical popular da década de 1970 como sendo marcada por características peculiares que lhe deram clara singularidade.

Algumas dessas características têm a ver com o processo de consolidação da indústria fonográfica, com a presença mais forte de multinacionais do setor, com o crescimento da TV Globo e implantação da transmissão em rede e da imagem em cores, tudo isso guiado por um governo ditatorial e centralizador. A descrição acima pode levar a uma visão bastante restrita por enfatizar fechamentos e limitações nos processos culturais a partir da organização mais coesa, em moldes capitalistas, das mídias ligadas ao campo da música popular massiva. No entanto, uma observação mais atenta nos mostra que a década foi também cenário da contracultura e de construção de novas formas de fazer e pensar a política, a cultura e a sociedade como um todo. Foi também palco para experimentalismos inspirados no tropicalismo de 1967/68 (na música popular e no chamado cinema marginal) e para as primeiras produções discográficas alternativas e independentes (o histórico disco *Feito em Casa*, de Antonio Adolfo, é de 1977). Na década também se viu a presença da música popular em programas de TV cada vez mais bem produzidos e sem os amadorismos e improvisos que ocorriam no veículo durante os anos 1960, sobretudo nos festivais.

O que parece claro é que alguns criadores no campo da música popular na década de 1970 conseguiram trabalhar, num jogo dialético e tenso, vetores de experimentação e inovação dentro de um contexto de controle, de consolidação da organização capitalista, de presença de empresas multinacionais e de forte censura política e moral. Se os vetores do controle (as indústrias culturais e a ditadura militar) são razoavelmente conhecidos, falta estudar, com mais clareza e em conjunto, os casos experimentais e criativos na canção popular brasileira no período. Por conta disso, tenho como foco de interesse analisar como se processou o experimentalismo na MPB na década de 1970 a partir da observação da obra de alguns artistas específicos.



O propósito deste artigo, dentro do escopo maior do projeto de pesquisa que desenvolvo<sup>3</sup>, é fazer uma reflexão acerca do trabalho do grupo Secos & Molhados (S&M) a partir de seus dois discos, lançados em 1973 e 1974 pela gravadora Continental, e de suas apresentações ao vivo dentro de um momento de reconfiguração das indústrias midiáticas e do mercado ligado à produção e consumo da canção popular. Em vários aspectos, sejam eles ligados à linguagem da canção ou comportamentais, a carreira de sucesso meteórico do trio (João Ricardo, Gerson Conrad e Ney Matogrosso) foi caso exemplar de como as estruturas que envolviam a canção massiva se adaptaram às novidades radicais desses artistas e à nova estruturação do mercado fonográfico e das mídias (a televisão, por exemplo). O sucesso entre públicos de diferentes matizes foi parte do processo de crescimento do grupo e marca para ser considerado *pop*. Mas não é só isso. Sua importância está também no resgate e no aprimoramento, em novo patamar, de parte do legado tropicalista, no experimentalismo das composições que misturaram poesia e música, e, principalmente, nas performances de palco carregadas de ousadia e maquiagens numa época de conservadorismo político e moral vinculado à fase mais aguda da ditadura militar.

Não é à toa que o grupo pode ser considerado um limite entre as discussões político-ideológicas e nacionalistas dos anos 1960, incluindo aí o tropicalismo, e as novas configurações da contracultura, da androginia e do sucesso midiático nos anos 1970 (SILVA, 2007, p.257 e 261). Assim, a análise abordará as performances do S&M, em especial as de Ney Matogrosso, a partir do conceito criado no campo das artes plásticas e discutidos por Jorge Glusberg (1987) e Renato Cohen (1989), e também pelo enfoque dado por Paul Zumthor (1993 e 1997) à performance no campo da poesia oral.

### **Indústria fonográfica e televisão**

A década de 1970 marca algumas diferenças em relação aos anos anteriores com relação à configuração do mercado fonográfico. Um primeiro dado está ligado ao aumento do consumo de discos, compatível com o incremento do mercado de bens de consumo da classe média. 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

---

<sup>3</sup> Projeto “Experimentalismo e inovação na música popular brasileira nos anos 1970”, sob minha responsabilidade, com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Outro trabalho ligado a esta pesquisa é *Condições e contexto midiático do experimentalismo na MPB dos anos 1970*, apresentado no 32º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), realizado em Curitiba (PR), em 2009 (VARGAS, 2009).



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:

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).

Ainda com relação a esse desenvolvimento, Morelli (2009, p.61) indica que o crescimento da indústria do disco se deu numa taxa média de 15% durante a década, mesmo com os problemas surgidos a partir da crise do petróleo em 1974 e que afetaram substancialmente o suprimento de matéria prima para os discos.

O que esses números indicam é que tal expansão procurou se alinhar à crescente demanda do consumo cultural em função do 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 estava bastante vinculado aos produtos musicais de comércio popular mais imediato e de menor custo. Morelli (2009, p.62-4) aponta em números a forte presença da música norte-americana, por conta de gravadoras como CBS, RCA, Odeon, WEA, entre outras. Além disso, no início da década surgiram com bastante sucesso artistas brasileiros que cantavam em inglês, como o grupo Light Reflections e os cantores Dave McLean, Morris Albert, Terry Winter ou Mark Davis (atualmente, este cantor usa seu nome original: Fábio Jr.). Outro produto fonográfico de sucesso popular que explica os aumentos das vendas foram os LPs com trilhas sonoras de telenovelas, em especial



os lançados pela Sigla-Som Livre, braço fonográfico da TV Globo<sup>4</sup>. Esse tipo de disco, além do apelo de marketing da emissora (que já se posicionava na liderança da audiência), tinha um vínculo direto com um tipo de programa com público bastante fiel. Por outro lado, seus custos de produção eram menores e não havia tantos riscos comerciais como nos lançamentos de novos cantores.

No caso da MPB, ou seja, rótulo dado aos cantores brasileiros que vinham da tradição dos festivais e do tropicalismo, o mercado era mais restrito. Em primeiro lugar, tais artistas sofriam com as ações da censura dos governos militares, o que dificultava o investimento das gravadoras num produto musical delicado como esse naquele momento. Os seus discos também não tinham vendas muito expressivas, facilmente superadas pelos compactos de música norte-americana<sup>5</sup>.

Porém, esses artistas poderiam ter outros atrativos para algumas companhias fonográficas. De um lado, havia uma parte do público interessada neles, dada a grande aceitação que a MPB tinha entre os universitários da época e entre aqueles saídos dos bancos das faculdades e os mantinham em seu horizonte de consumo cultural. Não sem motivo, LPs de Caetano Veloso, Milton Nascimento, Gilberto Gil e Chico Buarque, por exemplo, estiveram entre os mais vendidos neste nicho de consumo ao longo da década.

O segundo motivo se encontra no respaldo simbólico que as gravadoras teriam ao investirem em artistas desse tipo. Marcos Napolitano (2002) indica um dado recorrente quando tratamos de produtos culturais no 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 cantores de sucesso e que suscitassem a curiosidade do público – havia também um cuidado em apresentar produtos com perfil “refinado” que dessem à empresa determinado *status* dentro de um nicho de consumo mais “sofisticado”, apesar da baixa vendagem: “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” (NAPOLITANO, 2002, p.4). Em certa medida, muitas gravadoras procuravam manter

---

<sup>4</sup> As trilhas de telenovela foram o principal produto responsável pelo forte crescimento da Sigla-Som Livre. Segundo Morelli (2009, p. 90), “lançada em 1971, a etiqueta Som Livre já detinha, em 1974, 38% do chamado mercado de sucesso, isto é, 38% dos discos mais vendidos pertenciam a essa marca”.

<sup>5</sup> É importante frisar que a relação entre as vendas do compacto (simples ou duplo – o disco pequeno de 33½ rpm que servia mais para lançamento de artistas) e do LP se invertem durante a década: no início, o compacto é mais vendido; ao longo da década, o LP se torna o produto mais comercializado. “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)” (PAIANO, 1994, p. 197).



em seus catálogos artistas de perfil mais popular, com maiores vendas, e outros com maior repercussão na crítica especializada e entre o público considerado culto<sup>6</sup>.

Como será tratado mais à frente, o S&M ocupou espaços em ambos os nichos: tanto o mais popular, por conta do grande sucesso e da postura polêmica, como entre os ouvintes atentos aos aspectos inovadores das composições e das apresentações ao vivo.

Paralelo à indústria fonográfica, outro setor importante do campo midiático está ligado à televisão. Seu crescimento ao longo da década e sua estruturação em rede, aliado ao padrão profissional e empresarial imposto pela TV Globo, à nova estética da imagem em cor e ao apoio irrestrito dos governos militares<sup>7</sup>, trouxe outras formas de fruição e consumo à canção popular. No caso da programação, era visível a relação que as emissoras construíram com as gravadoras ao se tornarem espaços de divulgação de cantores e seus discos ou, por outro lado, plataformas de lançamento de artistas, como no caso dos festivais universitários transmitidos pela TV Tupi e o programa *Som Livre Exportação*, da TV Globo, que abriram campo para os novatos – Ivan Lins e Luiz Gonzaga Jr. são exemplos importantes, conforme relata Ana Maria Bahiana (1980). A TV e sua programação (a telenovela, por exemplo) transformam-se em novos pólos nas relações entre ouvintes e artista ao ocupar os espaços antes ocupados pelos festivais da TV Record. Os critérios de consumo e de valorização também acabaram por sofrer mudanças: se nos anos 1960, em especial entre o público universitário, os sinais de qualidade eram o engajamento ideológico, os perfis nacionais dos instrumentos e dos gêneros musicais e o canto em favor do excluído, a partir da década seguinte, os interesses desse mercado capitalista em expansão se tornaram, em boa medida, mais determinantes. Conforme Tatit (2005), a crise da TV Record e de seus festivais a partir do final da década de 1960, a ascensão da TV Globo nos anos 1970, com a prioridade dada às telenovelas e aos contatos com as gravadoras para definição da trilha sonora, e as relações viciadas entre indústria fonográfica e emissoras de rádio foram sinais dessa transformação que, aos poucos, tendia a limitar os acessos de artistas aos novos espaços de consagração dominados pelo sistema gravadora-televisão-rádio.

No campo da linguagem, outro aspecto ligado à TV tem a ver com os novos elementos semióticos somados à canção e que se desenvolvem a partir da visualidade.

---

<sup>6</sup> Foi 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 multinacionais, 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.

<sup>7</sup> Ver, por exemplo, o estudo de Santuza N. Ribeiro e Isaura Botelho (1980) que aponta para as consonâncias entre o projeto da emissora e as propostas de integração nacional dos governos militares.



Obviamente, os aspectos visuais em si próprios não são novidade no campo da música popular. Eles estão presentes na canção tanto como linguagem (o espetáculo e as relações da música com o corpo do artista) quanto como produto simbólico comercial (desde os filmes musicais, a partir dos anos 1930, até as capas dos discos).

No entanto, o que a televisão trouxe de inovação para a linguagem da música popular está nas possibilidades abertas pela tradução da canção na imagem eletrônica vistas concretamente no videoclipe, linguagem e produto audiovisual de grande importância para o campo musical popular até hoje. Na TV comercial brasileira, esse produto foi desenvolvido com destaque na TV Globo, sobretudo em quadros musicais no programa dominical *Fantástico* (lançado em 1973). E nisso foi importante uma condição: o início das transmissões televisivas em cor (também em 1973). Com o elemento visual da cor (e, posteriormente, outros aportes técnicos e estéticos desenvolvidos) foi possível tornar o clipe um produto atraente ao público e, ao incorporar outras ferramentas tecnológicas, tratar o clipe como linguagem criativa e autônoma, além da função meramente de divulgação.

No caso em questão, o grupo S&M teve grande destaque midiático depois de aparecer nesse programa, em agosto de 1973, logo após lançarem o primeiro disco, e os aspectos visuais das performances (dança, roupas e maquiagens) foram fundamentais para esse sucesso. A divulgação que a televisão proporcionou à canção, já sentida desde a década anterior, tornou-se fundamental para a conformação do próprio campo da música popular. O caso do S&M é exemplo de como foi possível o intento criativo e inovador usando os instrumentos e as possibilidades abertas pela imagem eletrônica e a divulgação massiva da televisão.

Como é possível perceber, o contexto possui características singulares que, de alguma forma, reverberaram na própria produção musical do período. A consolidação do mercado de discos, o incremento no consumo de bens culturais massivos pelas classes médias urbanas, as ações restritivas dos governos militares, o uso das telecomunicações na integração nacional e da televisão como espaço de divulgação da música popular e de reformulação das relações entre o ouvinte e seus artistas preferidos alteraram as conformações desse nicho da indústria da música. E alguns cantores e compositores, mais ou menos conscientes, conseguiram aproveitar os sinais culturais que apareciam para canalizá-los em suas produções.

### **As inovações de Secos & Molhados**



Junto de compositores como Walter Franco, Tom Zé, Jards Macalé, Jorge Mautner e grupos como Novos Baianos e Som Imaginário, o trio Secos & Molhados foi um claro exemplo de artista experimental e criativo numa época de forte censura e controle. No entanto, diferente de alguns desses casos citados, o S&M teve rápido sucesso comercial e de público, nunca visto até a época. Foram quase dois anos de teatros lotados, uma turnê no México, músicas tocadas nas rádios, aparições nas TVs, entrevistas e muita polêmica por conta de suas performances inovadoras e provocativas.

O grupo começou de um projeto de João Ricardo e do amigo Gerson Conrad até o contato inicial com o cantor Ney Matogrosso proporcionado pela compositora Luhli (que por muito tempo formou a dupla Luli e Lucina), amiga comum. Depois de ensaios, o trio começou a se apresentar em São Paulo, na Casa da Badalação e Tédio, uma casa noturna anexa ao teatro Ruth Escobar, acompanhados do baterista Marcelo Frias, do baixista Willi Verdaguer (ex-componentes do Beat Boys, conjunto que acompanhara Caetano Veloso em *Alegria, Alegria*, em 1967, no III Festival de Música Popular Brasileira da TV Record) e do guitarrista John Flavin, com quantidades crescentes de público, semana a semana. O sucesso chamou a atenção do jornalista Valter Silva que, por sua vez, levou até eles o empresário Moracy do Val. Impressionado com o grupo, Moracy começou a empresariá-los e os apresentou aos executivos da gravadora Continental para tentarem gravar um disco. A Continental era uma das principais companhias fonográficas nacionais e disputava o mercado com grandes multinacionais. Apesar de seu catálogo de discos ser mais voltado para a música regional e sertaneja, a empresa resolveu apostar na novidade.

A repercussão do S&M foi muito grande e as vendas do primeiro disco – *Secos & Molhados*, gravado em maio de 1973 – superaram de longe as expectativas. A imprensa cobria com intensidade as apresentações do grupo e alguns críticos acertaram os motivos do sucesso. Segundo a jornalista Ana Maria Bahiana, numa matéria no jornal *Opinião* de 3 de dezembro de 1973,

o Secos & Molhados calca-se em três elementos básicos e saudavelmente inovadores, dentro do panorama da música nacional: a bela voz de Ney Matogrosso [...], o espetáculo altamente visual, com maquiagem e movimentação até mesmo sexualmente ambígua, e a inclusão de textos de poetas (BAHIANA, 1980, p.142-3).

Os três elementos foram as chaves para a novidade. Bem empostada por conta de sua formação em corais, a voz aguda de contratenor de Ney chamava a atenção do



público, soava diferente, curiosa e atraente. Os poemas selecionados de importantes poetas (Vinícius de Moraes, João Apolinário, Cassiano Ricardo e Manuel Bandeira, no primeiro disco, e Oswald de Andrade, Julio Cortazar e Fernando Pessoa, no segundo) adaptados às melodias de João e Gerson somados às composições destes com outros parceiros, como Luhli e Paulinho Mendonça, davam uma riqueza lírica pouco vista na música popular brasileira. Por fim, a terceira característica marcante do grupo eram suas apresentações ao vivo, com destaque para as atuações de Ney Matogrosso, que dançava descalço e com o peito nu, colares e miçangas penduradas, penas na cabeça e, como João e Gerson, com maquiagem carregada no rosto.

O estranhamento inicial com a cena do espetáculo transformava-se em deleite por atingir pessoas de variadas origens e tipos: de crianças, jovens e idosos, universitários engajados e os que se aproximavam apenas para dançar, homens, mulheres e homossexuais. As canções do primeiro disco, de certa forma, traduziam distintos gostos e padrões de consumo musical: *Primavera nos Dentes* e *Mulher Barriguda* para os engajados, *Rosa de Hiroshima* tornou-se hino dos pacifistas, *Prece Cósmica* para hippies e místicos, *Rondó do Capitão* embalava o público infantil, *O Vira* fazia a alegria do público massivo das rádios e, por fim, os poemas musicados davam o tom erudito (sem parecer pomposo) para ouvintes mais letrados (MORARI, 1974).

Além da pluralidade de público, que por si só apontava para um produto cultural *pop* a ser consumido largamente dentro do espectro massivo da sociedade da época, vários gêneros musicais e influências culturais apareciam nas composições, a maioria com a assinatura de João Ricardo, e nos arranjos. Nelas, é possível perceber características do *glam rock* (maquiagem e postura) e da música popular portuguesa, poesia brasileira e portuguesa, engajamento, elementos rítmicos e instrumentais da música latino-americana e do *rock* nos arranjos de guitarras e sintetizadores, exuberâncias performáticas com referências explícitas à androginia e à sexualidade, de forma transgressora e, ao mesmo tempo, passível de ser entendida e admirada. E tudo isso embalado como um produto cultural e midiático que se denomina como *pop*, provavelmente, um dos primeiros na música massiva nacional a lançar mão de elementos visuais e performáticos<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Quanto ao conceito de música pop e quanto ao uso da visualidade, é importante frisar os antecedentes da jovem guarda e do grupo Os Mutantes, vinculado ao tropicalismo. No entanto, o S&M se diferenciava de ambos por não ter sido apenas juvenil ou ligado a modismos, como a primeira, e ter tido um sucesso de público maior do que o segundo.



Era clara a influência do tropicalismo por tentarem amalgamar, de maneira antropofágica<sup>9</sup>, o cancionero nacional a uma série de dados estrangeiros, modernos ou tradicionais. Tal influência era consensual no grupo, apesar de se considerarem dando um passo à frente em relação aos baianos. Num depoimento, João Ricardo diz:

Caetano Veloso e Gilberto Gil foram extremamente importantes para a experiência do Secos & Molhados. O “tropicalismo” foi uma abertura para a gente ser hoje dessa forma [...] Gil, Caetano logo após, tentaram uma conscientização maior da juventude, tentaram acabar com tabus na música e em uma porção de coisas. Hoje o Secos & Molhados é um resultado disso tudo (in MORARI, 1974, p.26).

Mas, se a pluralidade orgânica de códigos na linguagem da canção e a diversidade de público marcaram, por si só, importantes distinções do S&M, foi a performance do trio no palco, sobretudo a de Ney Matogrosso, que envolvia e definia boa parte da inovação. As ações do cantor, passíveis de serem observadas em fotos e trechos de shows arquivados no site de vídeos You Tube ([www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br))<sup>10</sup>, transformou o conceito de performance na música popular brasileira, estendendo os caminhos abertos pelos tropicalistas cinco anos antes. As imagens de Ney Matogrosso no palco demonstram aspectos curiosos: sua figura é ativa (peito nu estufado e cabeça erguida) mesmo de pés descalços, os olhos são arregalados, a voz aguda é marcante, movimentos exagerados da boca marcam a pronúncia das palavras, movimentos de quadris insinuam outros códigos, penas, colares e lantejoulas bailam com o corpo, séries de movimentos de dança ou completamente livres sobre o palco transformaram-se em códigos de desprendimento. Não eram movimentos ensaiados e sempre iguais. Nas criações, o improvisado, a criatividade e a liberdade eram seguidas espontaneamente pelos três.

No início, o uso da maquiagem apareceu um pouco por acaso. Antes do sucesso do grupo, ainda nos primeiros shows, Ney se sustentava trabalhando como ator de teatro. Depois de um espetáculo, correu para o show e, por não ter tempo de tirar a maquiagem, entrou para cantar com o rosto pintado. O conceito agradou ao pequeno público presente e foi aceito e incorporado por João e Gerson (SILVA, 2007).

<sup>9</sup> É possível já na capa do primeiro disco observar a cena antropofágica, com as quatro cabeças dos músicos (o baterista Marcelo Frias era membro do S&M até a elaboração da capa) sobre bandejas numa mesa para o deleite gastronômico dos ouvintes (SILVA, 2007, p.276).

<sup>10</sup> Apesar de haver muita repetição e o alto risco de encontrar informações erradas neste site, é possível definir apresentações de três músicas (as de maior sucesso) em apresentações do grupo em um show e em uma emissora de televisão, nos links (acesso em jan/2010):

<http://www.youtube.com/watch?v=o4VFZOirRGU&feature=related> (*Rosa de Hiroshima*);

<http://www.youtube.com/watch?v=x5kzkOs8Uvo&feature=related> (*O Vira e Rosa de Hiroshima*);

<http://www.youtube.com/watch?v=wIyvM9Ce7mM&NR=1> (*Sangue Latino e O Vira*)



## Performance e espetáculo

Quando se fala em performance, dois enfoques podem nortear o conceito. Um deles, proveniente das artes plásticas e dentro das chamadas artes do corpo (*body art*) desenvolvidas nos anos 1960 e 1970, vincula a performance a ações estéticas de destruição dos condicionamentos sociais impregnados na rigidez do corpo: seu uso cotidiano, suas energias diariamente contidas, seus obstáculos morais e sexuais, os gestos repetitivos e previsíveis, sua natureza constantemente negada por depilações, perfurações e modelagens socialmente aceitas. A performance busca desautomatizar esse corpo social para criar formas mais espontâneas de convivência com espaços e com o público. Trata-se, segundo Glusberg (1987, p.42-3), de “desfetichizar o corpo humano – eliminando toda exaltação à beleza a que ele foi elevado durante séculos pela literatura, pintura e escultura – para trazê-lo à sua verdadeira função: a de instrumento do homem, do qual, por sua vez, depende o homem.”

Um segundo entendimento sobre a performance, mais largo, analítico e sistemático, tem a ver com os procedimentos de significação pelos quais a obra de arte (neste caso, a canção) passa quando o corpo, dentro do espetáculo, ultrapassa a mera função de veículo. Neste aspecto, é importante o que Paul Zumthor discute sobre o termo ao pesquisar a poesia oral. Segundo o autor,

a performance aparece como uma ação oral-auditiva complexa, pela qual uma mensagem poética é simultaneamente transmitida e percebida, aqui e agora. Locutor, destinatário(s), circunstâncias acham-se fisicamente confrontados, indiscutíveis. Na performance, recortam-se os dois eixos da comunicação social: o que reúne o locutor ao autor; e aquele sobre o qual se unem situação e tradição (ZUMTHOR, 1993, p.222).

O entendimento da performance como ato complexo, social, coletivo, em local e tempo definidos e, acima de tudo, com claras funções comunicativas e simbólicas aponta para seu caráter semiótico, ou seja, sua capacidade de construir sentidos por si só, como linguagem autônoma, ou a partir das relações construídas com outras linguagens, sobretudo, no caso da canção, com a música e a letra.

Em outro estudo, Zumthor analisa os papéis do gesto, da máscara e da dança, em especial, nas relações construídas entre performance e linguagem. Sobre o gesto, explica:



Quanto à relação complexa da gestualidade com a linguagem, parece hoje que ela exige três séries de definições: redundante, o gesto completa a palavra; precisando-a, dissipa nela uma ambiguidade; enfim, substituindo-a, ele fornece ao espectador uma informação, denunciando o não dito (ZUMTHOR, 1997, p.205).

Ora, a gestualidade, num processo intersemiótico complexo, interfere na produção, na organização e na recepção da linguagem pelas ações do corpo, reorientando sentidos pouco ou nada percebidos. Se traduzirmos isso no campo da música popular, a diretriz do gesto seria recriar em si o discurso da canção, cuja letra ou música, por exemplo, não teriam condições de traduzir na mesma amplitude ou riqueza de significações, ou seja, “cabe ao corpo modalizar o discurso, explicitar seu intento” (ZUMTHOR, 1993, p.207). Uma clara função empática compete à máscara: a ação de introduzir “de imediato seu portador e os espectadores no universo mítico ao qual eles aspiram” (ZUMTHOR, 1993, p.208). Tal universo, no nosso caso específico, tem a ver com o espetáculo, com o partilhamento de personagens, subjetividades e desejos entre palco e plateia por meio das canções e das figurações da performance. Por fim, ainda segundo Zumthor, a dança (seja codificada e regrada pela cultura, ou livre, individual e espontânea) transforma-se em gesto dramático que embala a performance poética. Ela incorpora a poesia no corpo e, com o canto, destaca os movimentos, os sentidos das palavras e reorganiza o discurso em novos parâmetros.

Os dois conceitos operativos de performance, trabalhados nas suas complementaridades, elucidam as atuações de Ney Matogrosso e, secundariamente, de João Ricardo e Gerson Conrad. O que temos com Ney, no início dos anos 1970, é o desenvolvimento de uma nova linguagem performática para o espetáculo na música *pop* brasileira, em sintonia com as possibilidades da época, como a televisão, as novas formas de produção de shows, o apelo cada vez mais determinante da imagem (em sua plenitude de linguagem e de sentido) na canção popular e o contexto de jogo tenso entre contracultura e conservadorismo moral e estético. Curiosamente, a postura de palco do grupo, ao mesmo tempo em que inovava pelo estranhamento, atraía parte do público identificado com a cena.

Para a performance, são vários os movimentos do cantor plenos de sentidos e que trabalham novas formas de significação em cada peça musical. Por exemplo: o posicionamento estático à frente do palco olhando fixamente a platéia a ovacioná-lo, os movimentos de quadril que mesclavam padrões de sensualidade, virilidade e feminilidade, a boca com movimentos exagerados, braços e pernas produzindo gestos



de dança conforme os gêneros musicais em questão e seu próprio corpo quase sem roupas. Some-se a essas disposições polêmicas e dessacralizadoras do corpo, os adereços (penas, colares, miçangas) e a maquiagem pesada a lhe esconder a feição.

A construção dessas figuras não seguia um projeto naturalista, pois não buscava se aproximar de determinados personagens fechados. Ao contrário, fundado na diversidade inusitada de elementos, o resultado era uma identidade móvel, fluida e, ao mesmo tempo, escondida, disfarçada, tal qual a máscara que redefine o artista e o próprio espetáculo para o público. Diferente do teatro naturalista, em que há um personagem previamente marcado pelo texto<sup>11</sup>, a performance de Ney lançava mão de arsenal variado e caótico de objetos e cores que não deixava claro o perfil de sua “persona”. E mais ainda, beirando a androginia, borrava as fronteiras de definição entre homem e mulher, humano e animal, pessoa e artista. O testemunho do psicanalista Eduardo Mascarenhas joga luzes sobre o procedimento:

A primeira vez que vi o Ney Matogrosso foi num show do Secos & Molhados. Aquilo, para mim, representou algo de uma originalidade radical [...]. O Ney emerge desse lugar estranho onde há uma conjunção de estridência com romantismo, de feminino com masculino, com uma identidade sexual também estranha, sem nenhuma filiação cultural pregressa (in VAZ, 1992, p.291).

Esse perfil indefinido, partilhado pelos outros integrantes, revela um dado curioso quanto à variedade de tipos de público que os admirava. Segundo Mascarenhas:

Ao mesmo tempo, o fato de ele vir como personagem extraterreno dos sonhos gerou uma empatia nas pessoas, mesmo nas mais velhas ou mais conservadoras. Elas não percebiam a identificação entre ele e os lados próprios [...]. Ele expressava também lados transgressores dos conservadores, o que proporcionava prazer sem causar a aflição de estar transgredindo aspectos conservadores (in VAZ, 1992, p.293).<sup>12</sup>

Mesmo com as gravações para o programa *Fantástico* – uma em 1973 (da canção *O Vira*) e duas em 1974 (de *Flores Astrais* e *Tercer Mundo*), estas um pouco antes do fim do trio – a performance do palco foi enquadrada nos limites da imagem da televisão,

---

<sup>11</sup> Um das diferenças entre o teatro (mais narrativo, dependente do texto e de certo naturalismo na representação dos personagens) e a performance tem a ver com o caráter mais caótico, menos linear e mais próximo da colagem deste segundo, conforme nos define Renato Cohen (1989).

<sup>12</sup> O mais interessante é que o cantor também tinha razoável percepção sobre essa questão ainda nos tempos de Secos & Molhados. Segundo Ney, “Talvez procure, inconscientemente, a indefinição, sabe, porque, quanto mais indefinido, mais aberto e mais amplo pode ficar tudo” (in MORARI, 1974, p.28).



como primeiros exercícios na “pré-história” do clipe. Ali já eram utilizados: cores, planos variados, cortes, elementos que comporiam a futura estética.

### **Considerações finais**

Observada a partir dos conceitos de performance e dos elementos formais que, segundo Zumthor, a caracterizam, a postura performática do S&M foi inovadora no início dos anos 1970 pelo choque do estranhamento e, ao mesmo tempo, pela sintonia que provocou com o público em geral. Mesmo com a censura moral imposta pelos governos militares<sup>13</sup>, a proposta estética do grupo (performance, voz de Ney e letras), experimental e polêmica, estabeleceu grande empatia com o público e com a crítica entre os anos de 1972 e 1974. Essas novidades foram canalizadas pelo empresário Moracy do Val até a gravadora Continental, ávida por algum sucesso que lhe desse retorno financeiro e, acima de tudo, agregasse-lhe prestígio por gravar uma produção artística, aos olhos dos “formadores de opinião”, de caráter mais refinado.

Por isso, é importante observar o estado da indústria fonográfica no período para entendermos as possibilidades que tinham um artista chegar à gravação do disco. Ao mesmo tempo, o profissionalismo na produção de shows foi base para o S&M se apresentar em importantes teatros e ginásios em São Paulo (Teatro Aquarius, Teatro Itália), no Rio de Janeiro (no Maracanãzinho, foi o primeiro show de artista único a lotar o espaço), em outras cidades do interior e de outros estados e até no México. Também o estágio em que se encontrava a televisão, em especial a TV Globo, possibilitou que a imagem do grupo fosse massificada por um meio de comunicação de grande audiência, fato que dinamizou, em algum grau, o sucesso inicial do S&M.

Se a TV, a estrutura do *show business* no campo da música popular e a indústria fonográfica forneceram algumas condições para a popularização, seria necessário um trabalho experimental e criativo que conjugasse criação estética, polêmica e postura e que soubesse usar o legado tropicalista, um leque variado e significativo de informações culturais e a multiplicidade semiótica da linguagem da canção (o complexo letra/música/performance) para a construção de um produto cultural comercial de sucesso aliado à novidade e ao experimentalismo. Em outras palavras, é possível afirmar que o S&M possibilitou uma verdadeira reinvenção da música *pop* nacional no início dos anos 1970.

---

<sup>13</sup> Sofrida pelo grupo, por exemplo, em shows em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, conforme relatam Silva (2007) e Vaz (1992).



## Referências Bibliográficas

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

COHEN, Renato. **Performance como linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

GLUSBERG, Jorge. **A arte da performance**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

MORARI, Antonio Carlos. **Secos & Molhados**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1974.

MORELLI, Rita C. L. **Indústria fonográfica: um estudo antropológico**. 2. ed. Campinas (SP): Unicamp, 2009. [1ª ed. 1991]

NAPOLITANO, Marcos. **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.

PAIANO, Enor. **O berimbau e o som universal: lutas culturais e indústria fonográfica nos anos 60**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). São Paulo: Universidade de São Paulo, 1994.

RIBEIRO S. N.; BOTELHO, I. A televisão e a política de integração nacional. In: CARVALHO, E.; KEHL, M. R.; RIBEIRO, S. N. **Anos 70 – televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1980, p. 93-102.

SILVA, Vinícius R. B. **O doce & o amargo do Secos & Molhados: poesia, estética e política na música popular brasileira**. Dissertação (Mestrado em Letras) Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2007.

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

VARGAS, Herom. **Condições e contexto midiático do experimentalismo na MPB dos anos 1970**. In: Anais do 32º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Curitiba (PR): 2009. Anais eletrônicos. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1298-1.pdf>> Acesso em: jan. 2010.

VAZ, Denise P. **Ney Matogrosso: um cara meio estranho**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1992.

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

ZUMTHOR, Paul. **A letra e a voz: a “literatura” medieval**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

\_\_\_\_\_. **Introdução à poesia oral**. São Paulo: Hucitec/Educ, 1997.