

A evolução do tecnobrega e a ascensão midiática de Gaby Amarantos - Um olhar sobre as dinâmicas sociais e econômicas da música na Amazônia¹

Elielton Alves AMADOR²
Universidade Federal do Pará, Belém, PA.

RESUMO

Este artigo tem por objetivo reunir observações empíricas e análises do contexto midiático e econômico sobre o fenômeno cultural conhecido como tecnobrega e sobre a trajetória da cantora Gaby Amarantos, uma de suas maiores expressões. O objetivo é debater conceitos em voga nos estudos culturais sobre a música contemporânea, como os de “mediação”, “cena musical”, “tribalismo”, “identificação” e “indústria cultural”. A nossa intenção é mostrar como as dinâmicas sociais podem ser mutáveis na relação entre artista, público, mercado e mídia numa configuração complexa de mediação. Não se pretende ser conclusivo neste trabalho; antes, tentaremos reunir informações capazes de observar uma trajetória ainda em curso.

PALAVRAS-CHAVE: cenas musicais; circuitos culturais; Amazônia; midiaticização; mediação.

Introdução

Primeiramente vamos analisar a evolução do tecnobrega como fenômeno de mercado e a dinâmica de cena musical que lhe proporcionou ser reconhecido mundialmente não pela sua música, mas como modelo de negócio aberto, reconfigurado, que ajudou a resignificar as relações de confiança cotidiana e as normas de mercado. Num segundo momento, vamos acompanhar a trajetória midiática da cantora Gaby Amarantos, que saiu do circuito tecnobrega e galgou o circuito independente da nova música brasileira, graças a sua trajetória associada com sujeitos ativos da classe média local. Na terceira parte deste artigo vamos tentar entender, ao menos parcialmente, como Gaby Amarantos foi alçada do cenário independente para o *mainstream* até chegar a ter uma de suas músicas como tema de abertura de novela na rede Globo, favorecida por disputas de audiência na região Norte e

¹ Trabalho apresentado no DT 6 - GP Comunicação, Música e Entretenimento do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Fortaleza (CE) de 3 a 7 de setembro de 2012.

² Estudante de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA. E-mail: <nicolaubates@gmail.com>.

pelo modelo de mediação da televisão, a partir de uma reconfiguração econômica das redes nacionais televisivas.

Finalmente vamos tentar apreender e/ou questionar se essa trajetória é consolidada ou ela ainda pode representar uma dinâmica a levar o artista a uma posição anterior no quadro mercadológico da produção e consumo de música massiva. Nossa abordagem com grande favorecimento dos fatos empíricos nos dá uma perspectiva quase fenomenológica, sem, no entanto, deixar de abordar os conceitos em voga no campo da comunicação contemporânea como “cena musical”, “tribalismo”, “mídiação” e “mediação”.

A evolução do tecnobrega

O tecnobrega é um estilo musical que surge no início dos anos 2000 em Belém do Pará, dentro da cena de música popular da capital paraense, como uma evolução do chamado Brega Pop e do Brega Calypso, com o uso cada vez maior dos sintetizadores e a aceleração do ritmo. Sua gênese está ligada à necessidade dos músicos e produtores locais, diante das oscilações da economia de mercado, em baratear os custos com cachês de instrumentistas, e ao processo de produção otimizado pelo uso da tecnologia acessível. Utilizando-se primeiramente de *presets* de ritmos contidos nos teclados eletrônicos que eram usados nas apresentações noturnas em bares e festas populares e posteriormente de softwares de computador como o *Fruit Loops*, os arranjadores puderam criar bases rítmicas e harmonias para confeccionar faixas musicais de baixo custo, dispensando músicos de estúdio, técnicos de gravação e as próprias horas pagas nos estúdios profissionais. Com um único arranjador e um cantor era possível produzir as canções que tocavam nas dezenas de rádios populares e nas centenas de festas chamadas de aparelhagens que existem pela cidade.

Paralelamente a esse processo de produção semi industrial, as festas populares que existem em grande número nas periferias de Belém cresceram e também ganharam novas características com o barateamento do acesso à tecnologia. Com o processo de estabilização da economia nacional a partir do início da primeira metade da década de 2000, os sistemas de sonorização, conhecidos como aparelhagens, ganharam cores novas e sistemas de luzes. As cabines dos *disk jockey's*, onde as *pick ups* há muito haviam sido substituídas por um computador carregado de arquivos de MP3, ganharam designers exuberantes. Em entrevista

ao portal Pará Música³ o produtor e compositor Tonny Brasil, considerado o pai do tecnobrega⁴, explica como a música impulsionou o aprimoramento técnico das aparelhagens:

As aparelhagens do Pará eram em sistema mono, enquanto que as músicas de [Tonny] Brasil já vinham em sistema estéreo. “Quando tinha uma virada de bateria, só aparecia metade nos falantes da aparelhagem. Isso aos poucos foi forçando os donos a melhorarem os equipamentos, a investir em tecnologia”, informa.⁵

Em meados dos anos 2000, a cena tecnobrega de Belém já ultrapassava as fronteiras do estado utilizando-se também da tecnologia. Além das dezenas de rádios, estúdios e das centenas de casas de festas espalhadas por toda a região metropolitana, as músicas caíram na Internet e ganharam amplitude ainda maior. Em 1999 surgiu o portal Brega Pop⁶, que existe até hoje como um dos principais espaços virtuais de divulgação da música paraense. Diante do contexto econômico e das grandes modificações dos hábitos de consumo e fruição da música popular massiva, principalmente depois da chamada crise do mercado fonográfico causada pela popularização de softwares como o Napster, o interesse pela cena tecnobrega de Belém cresceu sobremaneira. Pesquisadores da música, antropólogos e jornalistas de todo o mundo acabaram se interessando pela exuberância do fenômeno e pelo modo como a tecnologia propiciou supostamente a sustentabilidade de toda uma cadeia produtiva estabelecida entre a produção e a veiculação e a execução ao vivo da música brega.

Esse sistema se constituiria de uma fonte produtora formada por a) músicos compositores e produtores musicais; b) os divulgadores, as aparelhagens, programas de rádio e c) os distribuidores, na verdade vendedores ambulantes, que vendem CD's a preços baixos com as músicas do estilo. Os produtores as distribuem gratuitamente para os vendedores como meio de divulgar as canções. Os shows seriam a culminância dessa cadeia, nas festas de aparelhagem, onde os DJ's e artistas lucram com percentuais de vendas de ingressos, de bebida e CD's e DVD's vendidos durante as apresentações.

³ Site editado pelo autor do artigo com reportagens sobre a música produzida no Pará, no ar desde agora de 2010. Acessível no endereço www.paramuisca.com.br

⁴ Tonny Brasil foi o primeiro a produzir uma canção utilizando-se totalmente de tecnologia digital em Belém.

⁵ Entrevista acessível no seguinte endereço reduzido: <http://migre.me/9JUz8> - Último acesso em 28 de junho de 2012.

⁶ Acessível em www.bregapop.com

Com a popularização das festas de aparelhagem, surgiram os fã-clubes de aparelhagens e DJ's, que abriram mais uma nova linha de frente de trabalho para produtores dos gêneros: os jingles para animar as galeras. Esses jingles faziam apologia dos ídolos emergentes e das aparelhagens e passaram a ser executadas durante as festas. A produção de cada jingle chegou a custar R\$ 2 mil. E eram produzidas pelos mais famosos produtores do cenário.

Com a expansão desse mercado, a cena começou a reproduzir ou recriar padrões da indústria cultural, onde o produto corria todo o circuito de bares, festas, programas de televisão locais, rádios e os camelôs, que incluía também carros sons e sistemas de sonorização acoplados a bicicletas que circulam pelas feiras e centros comerciais da cidade tocando a música e vendendo os CD's. Ou seja, essa cadeia envolvia novidades criativas dentro da precariedade da indústria emergente.

Elemento complementar à lógica inicial do sistema econômico do tecnobrega, a produção de material destinado aos fã-clubes celebrou um momento de expansão agregando valores imagéticos ao típico tribalismo (MAFESOLI, 2000.) jovem que se formava nas festas de aparelhagem.

Voltado para uma faixa etária jovem, a massificação dessas práticas começou a provocar efeitos nocivos para a economia. A rapidez da produção das músicas coincidia com a curta duração do prazo de validade das mesmas, que não chegavam a durar um mês inteiro nas “paradas de sucesso” das aparelhagens de tão descartáveis que se tornaram. Explica o próprio Tonny Brasil, na entrevista já citada ao site Pará Música:

Depois dessa fase áurea, Tonny Brasil diz que o paraense “cagalizou” tudo. “Como sempre, no afã de aparecer, os músicos paraenses começaram a dar de graça aquilo que eu vendia. Até os jingles de aparelhagem, que vieram depois, que eu fazia sob encomenda, foram banalizados. As pessoas ouviam e pensavam que eu estava estourado e queria fazer de graça para oferecer aos donos de aparelhagem. Teve uma hora que nem os donos de aparelhagem aguentavam mais tanto jingle para eles tocarem na playlist”, conta.⁷

Curiosamente os fatores de prejuízo econômico para alguns agentes dessa cadeia produtiva parecem ter a ver com o aspecto tribal das festas de aparelhagem, que a tornaram famosas e ampliaram o seu espectro midiático. Sobre a vulnerabilidade do tribalismo à lógica de mercado a citação de COUTINHO nos dá uma noção:

⁷ Entrevista acessível no seguinte endereço reduzido: <http://migre.me/9JUz8> - Último acesso em 28 de junho de 2012.

A transitoriedade e o imediatismo se congregam numa certa apologia do presente vivida na tribo, não havendo projetos futuros ou preocupações com o destino da tribo. É o próprio movimento do consumo que determina o futuro destas tribos. (COUTINHO, 2003).

Para entender esse aspecto convém avaliar uma análise sócio antropológica sobre o circuito brega paraense realizado pelo pesquisador Antônio Maurício Dias da Costa. Para ele, os fã-clubes das aparelhagens formam a mais estável relação social do circuito. No momento mais forte do tecnobrega a socialização dos jovens tornou-se um fator de agregação de valor econômico ao bem cultural produzido naquela cena. Ele define o público das festas de aparelhagens da seguinte forma:

Em grande parte, os fã-clubes são originários do hábito de acompanhar as apresentações de aparelhagens específicas desenvolvido por determinados grupos de pessoas. Trata-se de uma forma de sociabilidade desenvolvida a partir da frequência às festas de brega como uma prática de lazer. Normalmente os fã-clubes surgem por conta das apresentações bem-sucedidas de uma aparelhagem num determinado bairro (principalmente as aparelhagens de grande porte), criando espaço para o aparecimento de “admiradores” desta aparelhagem, ou seja, aqueles que se mobilizam especialmente para participar das suas festas. (COSTA, 2003).

Antonio Maurício Dias da Costa afirma que

(...) Este é um fenômeno novo de sociabilidade e integração ao circuito bregueiro (pelo menos, desde os últimos 5 anos, no máximo) que representa um fortalecimento na identificação do público com este tipo de festa (e sua principal “estrela”: a aparelhagem). Esta prática é também incentivada pelos empresários de aparelhagens, que vislumbram uma expansão de popularidade de seus negócios e o surgimento de um público especializado das festas de brega. (COSTA, 2003).

O crescimento dos fã-clubes começou a gerar grande competitividade e, por esse motivo ou por outros, provocou episódios violentos que repercutiram em Belém, o que acabou repercutindo em uma reação do Estado e das elites locais, que passaram a reprimir as festas de aparelhagem.⁸ Ficou famosa no estado a polêmica a respeito do projeto de lei que visava, diante da repercussão internacional do tecnobrega, torná-lo patrimônio cultural e artístico do Pará. O assunto foi pauta de jornalistas e artistas locais, que se manifestaram

⁸ Não que as elites e o Estado admitissem as festas de tecnobrega antes, mas enquanto elas se encontravam restritas aos limites da periferia e não provocavam maiores repercussões negativas, as sanções não eram evidentes.

em entrevistas e artigos assinados em jornais e sites locais.⁹ Com uma nota de teor evasivo, em 2011, o governador Simão Jatene (economista que fora músico na sua juventude) justificou, através de mensagem ao legislativo, o veto ao projeto de lei dizendo, grosso modo, que a importância do tecnobrega estava mais ligada ao seu aspecto econômico do que à cultura nativa do Pará.

Por outro lado, apesar de responsabilizar os grupos que não viviam profissionalmente da música produzida nos estúdios de periferia de Belém, o próprio Tonny Brasil dá indícios de que o *modus operandi* do tecnobrega desgastou o produto emergente. Ele afirma que entre a década de 1990 e 2000, compôs mais de 2 mil músicas, o que dá a dimensão da dinâmica de produção que o negócio atingiu. Se os afetos se exacerbaram, a produção também atingiu seus limites de esgotamento local. Uma das saídas era capitalizar a grande repercussão externa do movimento em dividendos para os artistas e tentar partir para uma exportação efetiva do estilo que já se tornara um subgênero, dada as variantes que surgiram ao longo do percurso.

É importante notar que os aspectos tribais de socialização já faziam parte do brega desde suas origens nos anos 1960. Mas na década de 1980, em Belém, já se poderia caracterizá-la como uma cena musical segundo o conceito definidos por pesquisadores como Will Straw e Michael Herschmann. Como nota Victor de Almeida Nobre Pires em artigo para o Intercom Nordeste 2011

O termo “cena” se popularizou e foi largamente utilizado por jornalistas, nas décadas de 80 e 90, para conceituar as práticas musicais presentes em determinado espaço urbano e suas relações e desdobramentos sociais, econômicos e culturais. Geralmente, quando existe certa efervescência na produção musical em determinado local é atribuída, ou legitimada, pelo discurso jornalístico a existência de uma cena em torno de determinado gênero musical. Em outras palavras, a cena é uma maneira dos gêneros musicais ocuparem o espaço urbano e ser foco das práticas sociais dos atores envolvidos. (PIRES. 2011).

Por sua vez, Will Straw, o primeiro teórico das cenas musicais, considera a possibilidade de ter cuidado ao referir as cenas como uma manifestação unicamente sensível de trocas desinteressadas entre atores que socializam gostos e afetos. Em seu artigo “Scenes and Sensibility” ele adverte para a possibilidade de se exacerbar a celebração da

⁹ Um dos textos mais comentados sobre essa polêmica foi “Os sociólogos de aparelhagem”, do jornalista Anderson Araújo, que pode ser acessado no seguinte endereço: <http://migre.me/9JUSA>

efervescência cultural e reposiciona certas afirmativas a cerca deste conceito, sem, porém, desconsidera que o termo ainda é útil, como demonstra o recorte abaixo:

“Scene” persists within cultural analysis for a number of reasons. One of these is the term’s efficiency as a default label for cultural unities whose precise boundaries are invisible and elastic. “Scene” is usefully flexible and antiessentializing, requiring of those who use it no more than that they observe a hazy coherence between sets of practices or affinities. For those who study popular music, “scene” has the capacity to disengage phenomena from the more fixed and theoretically troubled unities of class or subculture (even when it holds out the promise of their eventual rearticulation.) (STRAW, 2006).

O trabalho de Antônio Maurício Dias da Costa demonstra que as aparelhagens crescem e se espalham pela periferia de Belém, não tendo muitos espaços fixos de circulação espacial, numa condição da que sugere Straw quando atrela às cenas à ocupação de um espaço de territorialização geográfica. Não que esses espaços não existam, mas ao contrário das cenas tradicionais como as cenas de rock e de música eletrônica, eles se tornam obsoletos com maior frequência. Casas se fecham e novas abrem dada a dificuldade que os espaços têm para se firmar economicamente em Belém. Assim, as aparelhagens são serviços móveis de extremo valor simbólico agregado que acabam por sobreviver às intempéries da economia das festas. A mobilidade enseja uma capacidade quase líquida de fluir pela cidade.

Por outro lado, a reconfiguração simbólica do gênero brega se tornou necessário também. Assim foi possível migrar do público jovem para um público mais adulto com um novo “reposicionamento de marca”, configurado nos chamados bailes da saudade, onde as aparelhagens se voltaram para os clássicos bregas das décadas de 1960, 1970 e 1990. Produtores como Tonny Brasil passaram a compor canções com o estilo dos bregas antigos, como ele demonstra no fragmento da reportagem citado no site Pará Música abaixo.

Agora Tonny Brasil, que faz poucos shows e prefere estar criando no estúdio, lança uma nova moda. Nos bailes de saudade, verdadeira febre na periferia de Belém hoje, onde colocam cerca de 6 mil pessoas em casas noturnas, ele lança... músicas inéditas. “Nós vimos que é possível colocar músicas inéditas em meio ao repertório de músicas antigas, recuperando aquela sonoridade”, diz o compositor de mais de 2 mil canções.¹⁰

¹⁰ Entrevista acessível no seguinte endereço reduzido: <http://migre.me/9JUz8> - Último acesso em 28 de junho de 2012.

A cena tecnobrega, porém, com a sonoridade e o status adquiridos no início da década superou os limites geográficos de sua socialização territorial, dando indícios de que poderia se tornar um mercado efetivo. Sazonalmente, porém, os negócios acabavam se tornando instáveis e os interesses econômicos, prioritários na tentativa de sustentabilidade de parte significativa dos agentes sociais dessa cena. Eles tiveram que se adaptar à pressão das elites e do Estado, e às variações da economia. Toda essa adaptação de mercado, obsolescência característica de uma indústria cultural emergente e titubeante. Vários estudos realizados a partir de Belém mostram a produção do tecnobrega como um modelo de negócio aberto, exaltando as relações afetivas entre os parceiros dos negócios. É caso do estudo intitulado “Tecnobrega - O Pará reinventando o negócio da música” produzido em 2008 por Ronaldo Lemos e Oona Castro. O texto ressalta:

O tecnobrega se caracteriza por ser um empreendimento fortemente calcado em negócios familiares e nas relações de amizade. Por isso, as relações entre atores não se restringem a trocas monetárias e nem sempre visam exclusivamente à geração de renda. A informalidade das relações comerciais deixa de ser um problema, na medida em que as relações de confiança se baseiam na proximidade com o outro e na perspectiva de se garantir a continuidade dos negócios no futuro. Mesmo quando há rompimentos de contratos, a renegociação tende a ser realizada de forma amigável, tendo em vista a preservação da relação comercial e pessoal. Intermediadas por vínculos pessoais, as relações comerciais permitem que lucros e prejuízos sejam distribuídos de forma mais equilibrada e menos arriscada para ambas as partes. (LEMOS. 2008).

No entanto, o próprio estudo mostra que a dinâmica não é tão solidária assim. Na amostra que soma 73 bandas de tecnobrega, 273 aparelhagens e 259 vendedores de rua, um dos compositores ouvidos afirma que atua como profissional trabalhando de acordo com o gosto popular e ao contrário do que se apregoa nos estudos de economia solidária garante que a “desorganização” prejudica o negócio e reivindica os direitos autorais. Abaixo o depoimento do cantor não identificado na pesquisa.

A música [que fi z para a aparelhagem] não é uma música, é um jingle, é uma coisa que você não vai mais tirar da cabeça. Sou um cara técnico. Sou produtor musical há quatro anos, faço muita análise de mercado para saber o que o mercado quer, porque eu faço para o povo, para a periferia. As músicas que monto são para o povo entender. (LEMOS. 2008).

Essa seria uma evidência de que a cena opera de fato como uma emergente indústria cultural? Um provável desenvolvimento econômico da Amazônia baseado em uma expansão capitalista, calcada nos projetos de desenvolvimento a partir do potencial energético da região poderia impulsionar à condição de mercado emergente uma cena periférica? De fato não podemos avaliar com essa simplicidade a dinâmica do tecnobrega em Belém do Pará. Mas é possível dizer que essa cena, que conta com apoio da mídia¹¹ chamou a atenção, mais do que aos olhares curiosos de pesquisadores e jornalistas, de investidores locais.

Vamos tentar caracterizar essa relação entre cena musical e indústria cultural a partir da análise da ascensão midiática vivida recentemente pela cantora Gaby Amarantos, um dos maiores expoentes da cena tecnobrega de Belém.

Antes, porém, é necessário ressaltar que a evolução do tecnobrega fez esse termo ser elevado à condição de subgênero do brega, uma vez que uma série de estilos surgiu após a sua enorme visibilidade. Nomes como tecnomelody e eletromelody surgiram como uma espécie de reposicionamento de marca do tecnobrega que era caracterizado musicalmente pela aceleração do ritmo o que acabou por dificultar a dança de salão, dando lugar aos gritos de guerra e coreografias dos fã-clubes nas casas de show. Os bailes da saudade recuperam um novo velho público cujo poder de consumo parece ser mais consolidado.

A ascensão de Gaby Amarantos

Nascida em 1979, Gabriela Amaral dos Santos, ou simplesmente Gaby Amarantos, começou a cantar aos 15 anos na igreja Santa Terezinha do Menino Jesus, do bairro periférico do Jurunas, onde foi criada e mora até hoje. Mas o padre a proibiu de seguir cantando na paróquia, pois sua voz potente chamava mais atenção do que a própria missa. Sua tristeza pelo fato não durou muito, pois no mesmo dia foi convidada pelo violonista Cléber Viana a cantar samba e música regional nos bares do bairro pobre em que morava. Posteriormente, foi vocalista da Chibantes, uma banda de pop rock e MPB. Em 2002 criou a banda Tecnoshow, com a qual desenvolveu uma variação do tecnobrega, compassando suas batidas aceleradas e misturando música eletrônica com ritmos regionais. O resultado

¹¹ E nisso ela não é diferente do que caracteriza Will Straw quando este fala do fator importante da mídia na constituição de cenas, sejam elas fisicamente territorializadas ou virtuais de acordo seu texto por referência ao artigo da Compós.

foi um novo ritmo, o tecnomelody, presente nos CDs que lançou com a banda: “Tecnoshow e Ponto Final” e “Reacender a Chama”.

Apesar da inovação, o interesse comercial pelo trabalho de Gaby Amarantos não ultrapassou os limites do estado a princípio. Não antes do tecnobrega ser abraçado, por assim dizer, pela classe média paraense e conectá-lo com a emergente cena da nova música brasileira independente e alternativa aos ícones da indústria fonográfica brasileira. Mas antes de narrar os fatos que levaram Gaby a uma superexposição midiática antes mesmo de ter repertório musical compatível para chegar ao mainstream é preciso contar um pouco sobre uma tentativa fracassada de avanço das elites locais sobre o *show business*.

Essa tentativa foi protagonizada pelo empresário Ronaldo Maiorana, o mais jovem dos sete filhos de Romulo Maiorana, portanto um dos herdeiros da maior rede de comunicação do Norte do País, as Organizações Romulo Maiorana, cujo patrimônio inclui emissoras de TV e Rádio, afiliadas à Rede Globo, jornais impressos, portais de internet, além de uma produtora de eventos e shows, a BIS Produções, de propriedade de Ronaldo. Em meados de 2009 o empresário adquiriu a franquia da revista americana Billboard¹² e lançou a edição brasileira, que trazia além das listas de mais tocadas e vendidas, reportagens e matérias sobre lançamentos de mercados. A revista começou a dar tímido destaque para a música do Pará na onda de valorização da produção de grupos de tecnobrega, carimbó e rock como o Madame Saatan.

A página 45 da edição de número 5 da Billboard Brasil, de fevereiro de 2010, trazia um anúncio com a palavra “Tecomelody” no primeiro terço superior. O anúncio trazia fotos de artistas como banda Xeiro Verde, Tecnoshow, R-15, Ravelly, Bruno e Trio, Viviane Batidão, Fruto Sensual, Eletro Batidão, Fruto Sensual, Quero + e Jurandy, além dos DJ’s das aparelhagens Super Pop, Mega Príncipe, Rubi e Hiper Tupinambá; e prometia em seu slogan mostrar “O som que conquistou o Brasil”. A revista que representa uma das mais tradicionais grifes da indústria da música estadunidense trazia na capa a cantora Beyonce. No referido anúncio, a lista era encabeçada por uma foto de Gaby Amarantos, com a sua Tecnoshow, banda que era a ponto de lança do cenário tecnobrega, já há alguns anos popular entre estudiosos da economia da música e da antropologia urbana – tais como Hermano Vianna, que no final dos anos 1990 mapeou a música brasileira com a série Música do Brasil para a emissora MTV.

¹² O empresário Ronaldo Maiorana adquiriu em sociedade e depois do fracasso do empreendido Melody Brasil se desfez de sua parte no negócio.

Era uma peça publicitária da BIS produções, que preparava o lançamento do DVD Tecnomelody Brasil, a gravação de um show reunindo todos os artistas presentes nesse produto, tendo como carro chefe o grupo de Gaby. O DVD gravado em dezembro de 2009 deveria ser lançado no ano seguinte e a BIS pretendia usar o suporte de uma mídia como a Billboard, a Som Livre e a Rede Globo para se projetar no mercado de entretenimento nacional, agenciando os artistas do projeto. A ligação entre esses fatos pode ser comprovada na mesma edição da revista, no expediente onde o nome de Ronaldo Maiorana figura como “diretor-geral”. Segundo a repercussão de bastidores do evento, a BIS propôs um contrato com os artistas que lhe prendiam a ela no agenciamento de shows e no lançamento de CDs e DVD’s com exclusividade. Segundo jornalistas ligados ao meio, esse seria um “contrato draconiano”.

Mas ao que parece a investida sairia mais cara do que se poderia pensar. De acordo com uma das produtoras da BIS, que trabalhava à época na empresa e que se afastou do cargo devido aos problemas gerados por este contrato, os problemas começaram exatamente quando do processo industrial de prensagem do DVD, quando a BIS teve que administrar os direitos autorais do DVD. A recente repercussão da TecnoShow se devia a versões de sucessos internacionais como Single Ladies, da Beyonce. De acordo com a produtora, a BIS teve que pagar uma grande quantia de dinheiro para a retirada de quatro fonogramas do DVD depois que não conseguiu liberação das canções internacionais. O projeto ficou parado e só foi lançado mais de um ano depois do previsto. Nesse meio tempo o nome de Ronaldo Maiorana saiu do expediente da Billboard Brasil e a Beyonce do Pará, como Gaby ficou conhecida graças à repercussão da versão de Single Ladies, se voltou para a cena da música independente a TecnoShow, que a prendia contratualmente à empresa de Ronaldo Maiorana. Depois desse episódio Gaby Amarantos se tornou persona non grata na TV Liberal, emissora das ORM.

Antes mesmo do lançamento do DVD Tecnomelody Brasil, Gaby Amarantos se associou a produtores antes ligados à cena roqueira de Belém e se projetou usando plataformas como a Conexão Vivo e o Circuito Fora do Eixo, que chegavam à Belém num movimento crescendo da cena musical nacional. Gaby se associou ao produtor Marcel Arede e depois à cineasta Priscila Brasil¹³, dois dos produtores de classe média mais ativos

¹³ Marcel Arede agenciou bandas como A Euterpia e La Pupuña e é gerente do projeto Conexão Vivo em Belém. Priscila Brasil foi co-produtora de Brega S/A, de Gustavo Godinho e Vladimir Cunha, um dos marcos da virada midiática do gênero no Brasil. Priscila ainda gravou o clipe de “Xirley”, de Gaby, uma meta narrativa sobre a pirataria no imaginário do circuito tecnobrega.

do mercado emergente da cena musical e audiovisual de Belém. A cantora gravou versão de “Águas de Março” com o produtor João Brasil¹⁴ e teve o primeiro disco produzido por Carlos Eduardo Miranda, um dos responsáveis pelo último grande boom do rock brasileiro nos anos 1990, quando lançou pelo selo Banguela os Raimundos.

O começo dessa trajetória midiática de Gaby se deu no Carnaval de 2010 quando se apresentou no festival pernambucano Rec-Beat, integrante do circuito brasileiro de festivais independentes que protagonizou alguns dos últimos fenômenos musicais a serem alçados do mercado independente ao *mainstream* brasileiro¹⁵. Essa trajetória contou com a colaboração de todas essas bases de apoio dos produtores de Belém, da rede Conexão Vivo ao Circuito Fora do Eixo, além de jornalistas alternativos como Pedro Alexandre Sanches, que, assim como a Casa Fora do Eixo de São Paulo, registrou o show dela na Virada Cultural de São Paulo quase um ano depois da apresentação em Olinda no Rec Beat. Lá a cantora parou de cantar o hit que a tornou conhecida como a “Beyonce do Pará”, mas não sem marcar simbolicamente a sua tomada de atitude – tocou apenas um trecho da música e afirmou que “Beyoncé é maravilhosa, mas eu amo ser Gaby Amarantos”. O discurso de Pedro Alexandre Sanches, publicado no site do IG, exaltava a postura supostamente identitária de Gaby:

(...)Gaby Amarantos é a artista brasileira que mais entende de identidade neste início do século 21. “Galera da Laje”, da conterrânea e contemporânea Gang do Eletro, é um dos gritos de guerra (ou melhor, de paz) de seu rito tribal. Mais de uma vez, durante o show, ela lembra com reverência que a artista que a seguirá naquele palco é Dona Onete, veterana divulgadora de outra tribo musical, o carimbó, mais um ritmos afrobrançoindígena legado pelo Pará a um Brasil em que quase todos (ainda) estão surdos para os sons que vêm dali de cima.¹⁶

A identidade oscilante de Gaby, que fez a festa sem restrições no Carnaval de Recife (inclusive cantando “Tô solteira”), atingiu os extremos da flexibilidade de identificação mostrada nos conceitos de Stuart Hall, que como outros autores, a define como “(...) uma falta de inteireza que é “preenchida” a partir de nosso exterior, pela forma pelas quais nós

¹⁴ A música faz parte da coletânea L.O.V.E Banana e pode ser ouvida no link: <http://migre.me/9JX31>

¹⁵ Foi no concorrente e conterrâneo Abril Pro Rock, por exemplo, que surgiram nomes como Nação Zumbi e Los Hermanos antes dos mesmos assinarem contratos com gravadoras *majors*.

¹⁶ Resenha publicada no site do IG no dia 17/04/2011. Acessível em <http://migre.me/9JXLM>. Último acesso em 26 de junho de 2012.

imaginamos ser vistos por outros” (HALL, 1999), ao se posicionar de modo a não ser comparada com a Beyonce do Pará pelo publico paulista.

A padronização ou a mediação das redes?

Um dos motivos que levou as ORM a desistirem do negócio do tecnobrega foi a falta de profissionalização dos artistas segundo o padrão hegemônico, em que direitos autorais e contratos comerciais são imprescindíveis? Uma organização desse porte estaria despreparada para lidar com essa nova configuração de mercado? Não teria contribuído também para isso a dificuldade de padronizar técnica e esteticamente o produto cultural? Apesar de muitas músicas do subgênero terem proliferado pelas aparelhagens em Belém, as mesmas não tinham padrão radiofônico comercial. Essa realidade começou a mudar quando Gaby Amarantos conseguiu patrocínio do programa Conexão Vivo para gravar seu primeiro disco solo. O projeto e a relação com os produtores paraenses de rock lhe puseram em contato com Carlos Eduardo Miranda, produtor que já circulava por Belém desde o início dos anos 2000, trazido principalmente pelas programações culturais produzidas pela Rede Cultura de Comunicação, da Fundação de Telecomunicações do Pará (Funtelpa), então gerida pelo ex-apresentador de telejornais da filiada da Globo, Ney Messias Jr¹⁷. A direção musical de Miranda, as mudanças de rumo artístico na produção do disco Treme (Som Livre, 2012) e principalmente a mudança no modo agressivo de cantar são temas de recente entrevista de Gaby Amarantos ao Pará Música¹⁸.

Outro fator preponderante na facilitação do acesso de Gaby Amarantos ao *mainstream* midiático brasileiro foi, sem dúvida, a disputa por audiência das redes televisivas nacionais. Uma enérgica ofensiva da Rede Record sobre a Rede Globo se iniciou em 2005, quando a emissora do bispo Edir Macedo contratou profissionais da Globo e passou a copiar modelos de programação da mesma. Essa disputa começou a ganhar

¹⁷ Ney Messias Jr. é um grande entusiasta da cena musical paraense e criou o projeto Terruá Pará, que se tornou um dos carros-chefes de sua política de publicização da produção musical do Pará. O Terruá Pará inclusive foi um dos projetos cuja curadoria e direção artística foi realizada por Miranda.

¹⁸ Entrevista pode ser acessada no endereço <http://migre.me/9JYLV>

contornos regionais a partir de 2010 quando começou a fazer referência em sua programação às praças onde a sua audiência era crescente¹⁹. A Globo começou a trabalhar uma reação que atingiu níveis mais evidentes a partir de 2011 quando começaram as produções de “Amor Eterno Amor”, novela com locações na ilha do Marajó²⁰, e “Cheias de Charme”, que trouxe a música popular como o forró e o tecnobrega como destaque tanto no roteiro quanto na trilha sonora. Gaby Amaranto teve lugar de destaque na trilha com a canção “Ex May Love” sendo o tema de abertura, e assinou contrato de distribuição de seu disco com a Som Livre, gravadora que é integrante do patrimônio empresarial da Rede Globo. Desde então Gaby é atração recorrente em programas televisivos da emissora, mas logo antes desse momento ela chegou a participar de vários programas de outras emissoras como “De frente com Gabi”, “Ídolos”, teve um perfil na revista Rolling Stone Brasil. A própria Gaby, em entrevista ao Pará Música, definiu o interesse das redes pela própria figura, como o interesse por “uma coisa diferente; tem o figurino; tem essa coisa toda e isso é audiência. Por isso todo mundo quer.”²¹

O interesse em personagens como Gaby Amarantos, um diva “improvável” como especificou a autora de seu perfil na revista Rolling Stone Brasil, é traço de característica do meio televisivo como especifica Jesus-Martin Barbero em *Dos Meios às Mediações*. Acompanhemos um trecho de sua obra onde ele fala sobre alguns aspectos particularmente interessantes dessa mediação:

Denominamos simulação do contato aos mecanismos mediante os quais a televisão especifica seu modo de comunicação organizando-a sobre o eixo da função fática (Jakobson), isto é, sobre a manutenção do contato. Função que opera não apenas pela dispersão da atenção que se apresenta na cotidianidade privada – diante da concentração da atenção na sala pública e escura do cinema. Trata-se de algo menos psicológico, que talvez requera o aporte da antropologia para seu estudo, da irrupção do mundo da ficção e do espetáculo no espaço da cotidianidade e da rotina. E a necessidade, então, de intermediários que facilitem o trânsito entre a realidade cotidiana e o espetáculo ficcional. (MARTTIN-BARBERO, 2001)

¹⁹ Em uma campanha publicitária Jornalistas e artistas da emissora apareciam na tela agradecendo ao Pará pela liderança de audiência no Estado. A mesa também foi copiada pela Globo que passou a exibir mensagens de seus profissionais diretamente ao Pará à sua afiliada TV Liberal.

²⁰ Essa novela também traz música da cantora Lia Sophia, que nasceu na Guiana Francesa, cresceu no Amapá e viveu a maior parte da sua carreira artística em Belém, onde ela ainda mora e desenvolve sua carreira.

²¹ Entrevista concedida a Elielton Amador em junho de 2012. Acesse em 21 de junho, 2012. <http://migre.me/9K2gB>

Gaby Amarantos seria uma espécie de apresentador dessa realidade “Amazônica” que a televisão tenta mostrar ao Brasil no sentido se se aproximar das audiências emergentes? De qualquer forma, esse movimento propiciou, juntamente com toda a trajetória da cena musical paraense e os instrumentos legais disponíveis ao desenvolvimento da artista um impulso à produção local, uma vez que Gaby e sua equipe tem trabalhado com a base de Belém circulando pelo Brasil, e outros artistas parecem “surfar” nessa onda que se formou. Isso significaria uma reconfiguração dos mapas de referências culturais, econômicas e sociais em pleno movimento no Brasil?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AMADOR, Elielton Alves Amador. **O inventor do tecnobrega?** Disponível em <http://migre.me/9K2zO>. Pará Música. Acesso em 21 de junho 2012.

BILLBOARD BRASIL. São Paulo, BPP Promoções e Publicações Ltda. Edição nº 5. Fevereiro, 2010.

COSTA, Antonio Mauricio Dias da. **Festa na cidade:** O circuito bregueiro de Belém do Pará. Revista TOMO nº 6. São Cristóvão-SE, 2003.

COUTINHO, Luciana Gageiro. **Da metáfora paterna à metonímia das tribos:** Um estudo psicanalítico sobre as tribos urbanas e as novas configurações do Individualismo. Disponível em <<http://www.rubedo.psc.br/Artigos/tribus.htm>>. Acesso em 21 de jun. 2012.

HERSCHMANN, Michael (2000). **O Funk e o Hip-Hop invadem a cena.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

LEMONS, Ronaldo e CASTRO. Oona. **Tecnobrega:** o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das tribos:** declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações -** Comunicação, cultura e hegemonia. Rio: Editora UFRJ, 1997.

PIRES, Victor de Almeida Nobre. **Cenas Musicais:** do discurso jornalístico ao estudo acadêmico. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Maceió (AL). Texto do XIII Intercom Nordeste, 2011.

STRAW, Will. **Systems of Articulation, Logics of change:** Scenes and Communication in Popular Music. Cultural Studies. Vol 5, n. 3 (1991).

_____. **Scenes and Sensibilities -** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo, 2006.