



Neamp

## Reflexões livres acerca da nova canção popular independente

Carlos Rogério Duarte Barreiros\*  
Tiago Barizon\*\*

### Resumo

Neste texto, a proposta dos autores é, de forma geral, levantar hipóteses a respeito da canção independente produzida no Brasil na primeira década do século XXI. Primeiramente, os autores apresentam uma alternativa de definição para o termo “nova canção popular independente”; a seguir, investigam em que medida as propostas das novas gerações de compositores podem ou não contribuir na tradição da canção brasileira; depois, avaliam o chamado processo de *formação de público*, verificando as relações entre os novos compositores e o público, principalmente por meio de sites de relacionamento na internet; e, finalmente, apresentam hipóteses a respeito de alterações na forma e no conteúdo das canções graças àquelas relações.

### Abstract

The proposal of the authors in this text is to generally raise assumptions about the independent song produced in Brazil in the first decade of the 21st century. First, the authors present an alternative definition for the term "nova canção popular independente"; then investigate to what extent the proposals of new generations of composers may or may not contribute in the tradition of Brazilian song; then assess the so-called *public formation process*, by checking the relationships between the new composers and the public, mainly through social networking sites on the Internet; and, finally, present assumptions about changes in the form and content of the songs due to those relationships.

Quem tenta acompanhar, na primeira década do século XXI, os rumos da canção popular brasileira não terá deixado de notar a recorrência cada vez maior do adjetivo “independente” nos debates intelectuais, em algumas reportagens em jornais e revistas ou,



Neamp

mais recorrentemente, em sites e blogs na internet. Fica a impressão, muitas vezes, de que talvez experimentemos um daqueles períodos em que uma nova geração de artistas, assomando do chamado “underground”, está para alterar sensivelmente os rumos da canção popular brasileira.

Deixando de lado alguns exageros naturais do discurso da imprensa especializada ou não, parece plausível afirmar, ainda sem levar em consideração critérios estéticos, que as novas gerações não só *consomem* canções de modo diferente, como também as *compõem* de uma maneira que é nova. De modo geral, do ponto de vista do público, a facilidade de acesso às canções, por meio de compartilhamento de arquivos via internet, parece ter ampliado o acervo musical das novas gerações, que estão a um ou dois cliques dos grandes clássicos da nossa canção ou dos últimos lançamentos nacionais ou internacionais; do ponto de vista dos compositores, o barateamento das tecnologias de gravação libertou-os, em alguma medida, das amarras da indústria fonográfica. Essa suposta liberdade criativa, o acesso às tecnologias de gravação e a possibilidade de alcançar o público por meio da internet, sem passar pelos filtros das grandes gravadoras e dos grandes conglomerados dos meios de comunicação de massas, tudo isso parece ter alterado os modos de consumir e de compor canções, reavivando o chamado “compositor independente”, que não é, entretanto, novidade destas gerações. Já em texto redigido em 1984, Luiz Tatit (2007: 124) definia:

*Daí decorre a noção de artista independente. Ao invés de permanecer à espreita de oportunidades ou de se submeter a julgamentos, quase sempre humilhantes, por parte dos empresários-produtores, o artista percorre toda a trajetória da produção e da divulgação do disco, enfrentando toda sorte de obstáculos, pagando todos os custos, para no final concluir que o preço de seu LP não saiu tão caro (principalmente se comparado a produções de áreas vizinhas como o cinema, por exemplo), a técnica empregada não foi tão complexa e a distribuição e divulgação em escala modesta foram suficientes para o reembolso do capital inicial.*

Os mais de vinte e cinco anos que nos separam da redação do texto acima não foram suficientes para que a reflexão do compositor e semioticista se esgotasse: de certo modo, com pequenas alterações, ainda é possível definir o artista independente da mesma maneira. Trata-se, primeiramente, de compositor que rejeita os julgamentos “humilhantes” dos



Neamp

empresários-produtores, cujos critérios estarão sempre fundados nos modelos anteriores de sucessos da indústria fonográfica. Na perspectiva do compositor independente, esses critérios serão lamentáveis não só por lhe tolherem o potencial criativo (que, na perspectiva do empresário-produtor, terá sempre de corresponder a modelos exteriores às propostas do artista, que só será comercialmente viável se adotá-los), mas também por corresponderem a modelos *anteriores* de sucesso, isto é, por rejeitarem a hipótese – em arte, sempre possível – de que haja novas formas e conteúdos a investigar. O compositor independente seria, pois, antes de tudo, um artista de propostas, para dizer o mínimo, ousadas.

Não se define o compositor independente apenas por suas propostas artísticas. Note-se que Tatit fala em percorrer “toda a trajetória da produção e da divulgação do disco”, atividades tradicionalmente executadas por profissionais de gravadoras ou selos. O compositor independente será, assim, aquele que tomar para si, além das funções artísticas, também as funções técnicas, especializando-se na compra de instrumentos e de aparelhos, na operação das mesas de som e dos softwares de mixagem e masterização, ocupando simultaneamente as funções de técnico de som e de produtor musical. E para além dessas duas: também faz as vezes de diretor de marketing, explorando os contatos pessoais que tem para a difusão de suas canções. Se é responsável pelo custeamento de seu trabalho, será também o investidor. E assim sucessivamente, de modo que ocupe praticamente todas as funções técnicas, além das artísticas.

Ao final do trabalho, conclui, segundo Tatit, “que o preço de seu LP não saiu tão caro”, que “a técnica empregada não foi tão complexa” e que “a distribuição e divulgação em escala modesta foram suficientes para o reembolso do capital inicial”. Talvez esteja nesta última frase a diferença dos independentes da década de oitenta e os dos primeiros anos do século XXI: devido às formas de compartilhamento de arquivos na internet, a facilidade encontrada pelo compositor para divulgar sua obra – basta fazer um *upload* de suas canções no site Myspace – guarda um preço considerável: a dificuldade de obter o reembolso do capital por meio da venda de CDs.

Os dados publicados anualmente pelas grandes gravadoras (BITTENCOURT) parecem revelar, apenas, o que o público e os compositores já sabiam há bastante tempo: na mesma medida em que cai vertiginosamente a venda de CDs, crescem, talvez com mais



Neamp

fôlego, o compartilhamento de arquivos – legal ou ilegalmente – pela internet e a pirataria. Não interessam neste artigo as expectativas frustradas de margens de lucro das grandes gravadoras, mas uma constatação bastante relevante – e pouco discutida – que nos serve de ponto de partida: as reflexões que serão feitas neste texto são “livres” porque praticamente não há dados organizados a respeito do que se costuma chamar de “cena independente”, embora seja depositada nela, muitas vezes, a responsabilidade pela renovação da nossa canção popular. Em grandes jornais e revistas abundam matérias a respeito das cifras milionárias que a grande indústria fonográfica vem perdendo devido à pirataria, mas faltam dados a respeito dos independentes. Não há pesquisa que lhes mensure o mercado, ou as cifras que movimentam por meio de gravações, shows, festivais, eventos e participações em sites de relacionamento<sup>1</sup>.

A finalidade deste artigo, portanto, é apresentar hipóteses que – apesar de fundamentadas apenas na breve experiência dos autores na produção executiva de bandas que podem ser chamadas de independentes e em informações esparsas e muitas vezes desconstruídas em jornais e revistas – talvez sirvam de ponto de partida, principalmente pelos seus equívocos, para fomentar pesquisas acadêmicas e mercadológicas a respeito da nova canção popular independente. Imaginamos que se trata de tarefa relevante na medida em que acreditamos que os compositores independentes podem, se quiserem, ousar mais em suas propostas estéticas, contribuindo de forma singular para a história da nossa canção popular.

### **Pressupostos necessários**

Antes de partir para as hipóteses, é necessário definir, ainda que de forma algo fluida, o que se chamou no título deste texto de “nova canção popular independente”, termo a termo. Já definimos, acima, o que é “independente”. Partamos para os outros termos.

Chamamos de “canção” a composição em que, segundo a proposta de Luiz Tatit (2002), dois elementos se combinam de modo a formar um todo coerente: a *letra* e a *melodia*. Algumas observações quanto a essa definição: a primeira é que, para Tatit, a canção foge ao universo da chamada “música erudita” na exata medida em que sua base é a



Neamp

entoação coloquial, isto é, toda canção é, em potência, *fala estabilizada por meio da melodia*, cujos contornos também ganham sentido. Interessa perceber que a formulação de Tatit, de certa forma, explica por que é que, embora muitas vezes não tenham acesso a formação musical erudita, são extremamente profícuos os compositores de canções populares: porque seu talento reside na competência de equilibrar letra e melodia partindo de sua experiência como falantes:

O cancionista mais parece um malabarista. Tem um controle de atividade que permite equilibrar a melodia no texto e o texto na melodia, distraidamente, como se para isso não despendesse qualquer esforço. Só habilidade, manha e improviso. Apenas malabarismo. Cantar é uma gestualidade oral, ao mesmo tempo contínua, articulada, tensa e natural, que exige permanentemente um equilíbrio entre os elementos melódicos, linguísticos, os parâmetros musicais e a entoação coloquial. (TATIT, 2002: 09)

Ajustemos, pois, o termo para designar o que chamamos, de modo geral, de compositores, letristas, músicos, arranjadores: são todos eles *cancionistas*, porque contribuem naquele malabarismo e porque seu talento não é oriundo, em princípio, do conhecimento acadêmico e erudito da música, mas de uma experiência comum a todo o público que os ouve: a fala cotidiana.

Desse modo, todos podem ser cancionistas: porque todos falam e podem, a partir dessa experiência primordial, estabilizá-la de modo a fazê-la canção. Essa constatação terá implicações graves nas hipóteses livres que levantaremos a seguir, porque é a partir dela que se pode entender a profusão de cancionistas que têm surgido desde o barateamento das tecnologias de gravação, e daí ao compartilhamento de arquivos na internet. Arriscamos dizer – e já vai a seguir a primeira de muitas hipóteses que pretendemos levantar – que *todos podem ser cancionistas*, mas que *nem todos terão o talento, o comprometimento e o tempo* necessários para compor canções. Abusando da linguagem figurada propositalmente, talvez só deixem marcas na história de nossa canção aqueles cuja obra componha síntese e expressão dos dilemas subjetivos de seu tempo e seu lugar, como se os cancionistas fossem antenas receptoras e transmissoras dos temas do momento histórico em que vivemos. As canções mais marcantes deste tempo talvez sejam as que incorporem à forma e ao conteúdo



Neamp

as circunstâncias e as dúvidas em que está imersa a trajetória incerta da canção neste início de século.

No termo “nova canção popular independente”, o adjetivo “nova” se refere não só às obras de cancionistas que se utilizam das condições técnicas desenvolvidas nos últimos anos para criar, gravar e difundir suas obras, como também às daqueles que fazem dessas condições instrumento fundamental no processo criativo. Para esclarecer, tende a não pertencer à nova geração um cancionista que, por exemplo, continua depositando suas expectativas de retorno financeiro em vendas de CDs gravados e distribuídos pelas majors e nos cachês de shows agendados por elas, com divulgação por meio dos grandes canais de comunicação de massas, utilizando-se de práticas como o *jabá*. Em outras palavras, sua obra – e o retorno financeiro obtido por meio dela – tendem a ser determinados pelos moldes tradicionais da indústria fonográfica. Embora seja bastante recorrente o discurso a respeito da falência desse modelo de negócios, talvez ainda seja cedo afirmar que ele está fadado à extinção completa.

Em contrapartida, aproxima-se da *nova* canção a obra do cancionista que, por exemplo, se utiliza das novas tecnologias não só para divulgação de suas canções como também para a concepção de suas obras. Em termos bastante simples, não faltam cancionistas que, frente à inviabilidade de lançamento de CD com doze músicas em média, no formato tradicional, lançam na internet EPs, com apenas quatro ou cinco canções, cuja plataforma principal de divulgação é o site de relacionamentos Myspace, ou outros sites similares, e o apoio de blogs e de mídias alternativas. Essas obras, ao contrário do que se poderia imaginar numa primeira análise, têm muitas vezes a coerência interna que se supunha estar fadada a acabar, devido à decadência do formato de *álbum*. O retorno financeiro – se existir – é bastante reduzido e passa ao largo da venda de EPs, comercializados em espetáculos. Gravados em estúdios caseiros, divulgados pela internet, com cópias físicas reproduzidas pelo próprio cancionista em pequenas quantidades, esses trabalhos dispensam a infraestrutura das grandes gravadoras, mas também não contam com a difusão proporcionada por elas. O cancionista se apresenta fora dos grandes circuitos de espetáculos: faz shows em casas noturnas abertas a trabalhos autorais e conceituais, cujo público reduzido não tem a expectativa de assistir a um show de repertório consagrado na



Neamp

grande mídia; em espaços como SESCs ou centros culturais, em programas destinados a promover novos artistas, mais uma vez, com o público reduzido; finalmente, em festivais alternativos ou independentes da canção, que fogem bastante aos modelos dos que marcaram as décadas de sessenta e setenta (JÚNIOR, 2009). Em todos esses espaços, na maioria das vezes, os cachês são bastante reduzidos ou não existem. O resultado financeiro em que há retorno do capital investido já pode ser considerado positivo – mas a veiculação das canções pela internet, o EP e os shows acabam por ganhar, todos, em alguma medida, o caráter de *divulgação da obra*, sem retorno financeiro que permita, na maioria dos casos, o exercício integral da profissão de cancionista. Essa instabilidade parece permear a obra como um todo, marcando-lhe e, de certa forma, determinando-lhe as características, como observaremos a seguir.

Não se entenda que os cancionistas se encaixam facilmente em uma ou em outra categoria: é frequente que algumas bandas ou compositores, depois de mais ou menos consolidada a carreira, obtenham algumas vantagens e consigam espaço em alguns canais tradicionalmente ligados à indústria fonográfica – fato que se pode interpretar como certa permeabilidade dos grandes canais à produção musical independente, como se esta estivesse em teste, para que alguns de seus talentos sejam, futuramente, selecionados para integrar os *casts* grandes gravadoras. Márcia Tostas Dias (2008) investigou as diferentes leituras possíveis a respeito das relações entre *majors*, as grandes, e *indies*, as gravadoras independentes. De qualquer maneira, o que se observa, de forma geral, é que há cancionistas que se aproximam mais do primeiro grupo, mais afeitos ao modelo tradicional de negócio das grandes gravadoras; há, em contrapartida, os que experimentam novas possibilidades de criação, gravação e veiculação que, em última análise, interferem na concepção da obra como todo coerente: são as obras destes, de forma geral, as que investigaremos neste artigo.

Finalmente, é preciso entender que “canção popular” é expressão que diz respeito a toda produção de cancionistas brasileiros nas bases anteriormente propostas por meio de fragmentos de Luiz Tatit: trata-se das composições em que se equilibram letra e melodia. Mas o adjetivo “popular” implica outro recorte, referente à amplitude de gêneros que estão contemplados na canção brasileira: dos muitos sambas chamados “de raiz” às suas formas



Neamp

mais ou menos determinadas pelas condições técnicas e pelas demandas de mercado ou de público (samba-canção, samba partido-alto, samba-enredo, pagode, etc), passando pela Bossa-Nova, pela Tropicália, pela Jovem Guarda, pelas canções de protesto, pela designação genérica de MPB, pelo Rock Nacional, pelo Axé, pela Música Sertaneja, pelo Manguebit, pelo Brega, por todos os gêneros que não caberiam neste texto e que os autores desconhecem, até os independentes das primeiras décadas do século XXI: tudo isso é canção popular brasileira, em cuja história se insere a nova canção popular independente.

### **Propostas ousadas, propostas de sucesso: uma revisão**

Talvez a primeira reflexão que seja necessário fazer seja a seguinte: a produção independente de fato *renova* a canção brasileira em termos estéticos? Ou será essa uma expectativa exagerada que se depositou nas novas gerações, por disporem de um aparato tecnológico a que as anteriores jamais tiveram acesso? Com efeito, permeia os discursos a respeito do acesso a novas tecnologias certa esperança (muitas vezes, carregada de revanchismo contra as práticas da indústria fonográfica em décadas anteriores) de que os novos cancionistas, sem as interferências impostas pela lógica de mercado, têm a chance – para alguns, a oportunidade histórica – de criar livremente, de formular propostas estéticas realmente ousadas, que ponham em xeque a mercantilização da canção, transformada em produto.

Sem partilhar dos exageros e do sectarismo de algumas posições – porque, em mais de um momento, alguns agentes da indústria fonográfica, em maior ou menor medida, abriram as portas a iniciativas ousadas do ponto de vista estético; e porque, às vezes em outros, às vezes nos mesmos momentos, cancionistas de propostas estéticas ousadas operaram na lógica da indústria fonográfica pelos mais diversos motivos – é preciso lembrar que, de saída, toda a tradição da canção popular brasileira esteve, em maior ou menor medida, ligada à história da indústria fonográfica, que muitas vezes determinou-lhe as nuances. Tatit (2004: 94-95) afirma que as canções consideradas as bases sobre as quais se erigiu nossa canção popular foram registradas no início do século XX com base em um critério bastante simples, mas que determinou em grande medida a sonoridade da canção





Neamp

brasileira: a precariedade dos sistemas de gravação (ainda incipientes nesse período), cujas limitações fizeram que “os pioneiros do gramofone” – de forma geral, mais interessados na venda dos aparelhos reprodutores do que no fomento da canção popular – selecionassem

a sonoridade ideal para o tipo de gravação que buscavam: centralidade na melodia e letra emitidas pela voz e participação cuidadosamente controlada, em termos de volume, ritmo e densidade timbrística, de instrumentos de corda (violão, bandolim e cavaquinho) e de percussão. (TATIT, Ibid: 95)

Trata-se de apenas um exemplo, mas muitos outros poderiam ser levantados: as marchinhas de carnaval respondendo às demandas de mercado da indústria no início do ano, enquanto as canções de “dor de cotovelo” ocupavam as paradas nos outros meses; os sambas-canção e seus intérpretes de enorme potência vocal, também escolhidos devido a limitações técnicas das tecnologias de gravação; a Bossa-Nova, que respondia a uma demanda específica de público, jovem e universitário, e que a indústria supriu rapidamente; a proposta da Tropicália, que abria as portas da canção brasileira para sua própria história e para a guitarra elétrica, remetendo inclusive à Jovem Guarda, que já era, por si só, a versão brasileira do iê-iê-iê dos Beatles; a renovação do mercado brasileiro de música jovem, outra vez por meio do rock, na década de oitenta: todos esses exemplos mais flagrantes, mas tantos outros poderiam ser levantados, só apontam para o que parece inegável – o que se chama “canção brasileira” é inevitavelmente *canção de mercado* ou, se quiséssemos, para falar com Adorno (2005), *música ligeira*.

Essa constatação esvazia, de certa forma, as expectativas depositadas nas novas gerações: mesmo que inovem sensivelmente do ponto de vista estético, ainda farão canção de consumo, se mantiverem raízes na canção brasileira. Daí o questionamento fundamental para norteá-los as hipóteses: com base em que critérios, restringindo-nos à análise da canção de mercado, é possível avaliar o quão ousadas são as propostas dos cancionistas da nova geração?

Um dos autores deste texto já tangenciou, em artigo publicado anteriormente, esse problema (BARREIROS, 2006: 2-3), ao investigar o critério de gosto da chamada “elite popular” na avaliação do rock nacional. Para Luiz Tatit,



Neamp

Desde o advento da bossa nova formou-se no país uma elite especialmente interessada em música popular e, com o progressivo recolhimento da música erudita às salas de concerto às universidades, essa elite, por seu alto poder aquisitivo, passou a ser um dos alvos prediletos da indústria do disco. (TATIT, 2004: 64)

A elite popular compôs uma fatia de público que, nas décadas de sessenta e setenta, associava seus critérios de gosto ao *protesto*, determinado pelas tensões ideológicas do período. Daí a preferência por cancionistas como, para dar o melhor exemplo, Chico Buarque, cujo lirismo associava-se diretamente às restrições de liberdade impostas pela Ditadura Militar. Ao mesmo tempo, propostas como a Tropicália que, de forma geral, abriam a canção brasileira às múltiplas interferências – das raízes da canção popular às guitarras elétricas dos Beatles e ainda, para surpresa e vaia dos fãs da canção de protesto, à Jovem Guarda – também eram consideradas ousadas pela sua *permeabilidade a diferentes gêneros*, incluídos aí os estrangeiros, como o rock, diretamente associados à indústria fonográfica internacional.

Com o fim das tensões ideológicas no final do século XX e a incorporação recorrente de gêneros estrangeiros à canção brasileira, inclusive anterior à Tropicália, é preciso rever os critérios de inovação, sem deixar de lembrar que estes foram determinados, em alguma medida, por um momento histórico: aos ouvidos do público jovem e universitário das décadas de sessenta e setenta, soavam como inovadoras a recuperação de gêneros populares regionais associados às letras de protesto, bem como a incorporação de gêneros estrangeiros à música brasileira. Se considerarmos que a canção brasileira segue experimentando aquela recuperação e esta incorporação – como demonstra a experiência do Manguebit, na década de noventa – não se poderá chamar, a rigor, a propostas como essas de *inovadoras*, sem avaliar-lhes as qualidades intrínsecas, que são muitas. Em poucas palavras: *protestos e fusão de gêneros*, embora ainda sigam enriquecendo – e muito – nossa canção, não podem mais ser critérios fundamentais para a avaliação de propostas inovadoras no plano da canção popular, na medida em que são procedimentos já assimilados, há algumas décadas, à nossa canção.



Neamp

Curioso é observar que, por mais que a pesquisa a respeito das características intrínsecas à canção, sobretudo na figura do mesmo Luiz Tatit, nossa principal referência teórica, tenha se desenvolvido significativamente nos últimos anos, ganham sobrevida outros critérios de avaliação que soam equivocados ou incompletos. Já vimos anteriormente que a característica primordial do cancionista é sua competência de equilibrar letra e melodia – daí Tatit afirmar que “o cancionista mais parece um malabarista”. Apesar disso, ainda parece persistir o critério de avaliação centrado exclusivamente na letra das canções, desconsiderando seus elementos melódicos. Foi o que ocorreu, de certa forma, na década de noventa, por exemplo, com o axé e a música sertaneja, rejeitados por muitos dos chamados formadores de opinião e por uma parcela do público – exatamente a “elite popular”:

Alvos de imenso bombardeio crítico desferido por representantes da elite popular (artistas, jornalistas e pensadores de modo geral), esses gêneros que dominaram nosso mercado de disco nos anos 1990 mudaram a história da sonoridade brasileira. Justamente na década em que estava previsto o desaparecimento da canção nacional diante da escalada da produção norte-americana na mídia, deu-se o efeito inverso: ritmos que brotaram do carnaval nordestino, melodias derivadas do canto caipira, conformações extraídas do velho samba e até o rock suficientemente nacionalizado (ou mesmo breguizado) apoderaram-se das melhores fatias do mercado, criando nos ouvintes até mesmo uma certa nostalgia da música estrangeira. (TATIT, 2004: 65-66)

O “bombardeio crítico”, muitas vezes, tinha como critério o suposto esvaziamento das letras, menos “elaboradas” do que as dos chamados “monstros sagrados da MPB”. Os autores de axés e de músicas sertanejas não eram *poetas* como, por exemplo, Chico Buarque ou Caetano Veloso. Mas já sabemos que a letra é apenas um dos elementos que compõem a canção – e que, nesta, interessa menos *o que* se fala e interessa mais *como* se fala. Julgar uma canção apenas pela letra já é, por si só, um equívoco. Na mesma medida, julgar um compositor apenas pela competência que ele apresenta como músico também parece erro. Sabe-se de compositores, como já se afirmou anteriormente, extremamente talentosos e que não tiveram formação musical de nenhuma natureza, salvo os exercícios de composição entre outros cancionistas; há canções extremamente simples, sem nenhum



Neamp

requinte técnico, tocadas ao violão, por apenas um cancionista, que são executadas nos espaços restritos da elite popular e que ganham as praças e as festas do grande público. Nem só grandes letristas, nem só exímios músicos: cancionistas equilibram-se entre letra e melodia.

Assim, é preciso que a elite popular – artistas, jornalistas e pensadores de modo geral –, no que diz respeito à canção – seja ela independente ou não –, tomem como referência de julgamento os elementos internos à canção, expressos de modo sintético no equilíbrio entre letra e melodia. Já é mais que hora de abandonar a análise que namora a *crítica literária*, centrada na letra, ou a *crítica musical*, focada em elementos estritamente musicais. Da mesma forma, também não cabem mais critérios de *ordem ideológica* – há canções feitas apenas para *entreter* e há outras, com outras finalidades além desta, mas que parece permear toda a história de nossa canção, mesmo em suas propostas mais ousadas.

O posicionamento anteriormente desenvolvido não exclui a análise cuidadosa de canções feitas apenas para responder às demandas da indústria cultural. O mesmo Tatit lembra, ainda a respeito dos gêneros que alcançaram popularidade e que marcaram a canção brasileira na década de 90, que

Evidente que para adquirir valor competitivo no mundo impessoal e perverso da indústria cultural, esse novo produto musical brasileiro [axé e música sertaneja] assimilou técnicas de padronização e de serialização que lhe retiraram a força inventiva no âmbito particular de cada obra. Mas na atuação em grande escala, o sucesso dessa música, fortemente impulsionado por grupos de produtores nacionais e internacionais – cuja flexibilidade é bem maior do que a da elite popular –, esmagou a concorrência e fechou o século confirmando a propalada pujança da música brasileira. (TATIT, 2004: 66)

É inegável que as “técnicas de padronização e de serialização” eivam aquelas obras, e muitas outras da nossa canção, largamente difundidas nos meios de comunicação de massas, com poder de alcance que os leitores deste texto conhecem bem, calcado nos investimentos das grandes gravadoras. O que merece discussão, pois, nesse caso, serão as formas de difusão por meio das quais alguns produtos fazem sucesso entre o grande público. As canções oriundas desse processo, em si, cumprem, dessa forma, sua finalidade



Neamp

primeira, que é a obtenção de lucro. Mais uma vez, cabe ponderar que nem todas as canções veiculadas por esse modelo correspondem rigorosamente àquelas técnicas e que, eventualmente, guardam qualidades intrínsecas que as transcendam.

Proponha-se, pois, que as canções sejam julgadas por meio de critérios que correspondam a sua forma como um todo – o equilíbrio entre letra e melodia –, não apenas por um dos elementos, nem só pela amplitude do meio de difusão com que contaram, ou ainda pelo grau de protesto de suas letras, ou, finalmente, de fusão de diferentes gêneros em sua dimensão sonora. Trata-se do primeiro passo para evitar sectarismos e equívocos analíticos – e para constatar fatos que já têm sido observados por alguns estudiosos, jornalistas e intelectuais: o de que a canção brasileira é das mais pujantes e o de que o público brasileiro, de forma geral, reconhece essa pujança, consumindo mais os produtos nacionais do que os internacionais (BITTENCOURT).

Nesse sentido, a produção independente ganha relevância, na medida em que confirma o vigor da canção brasileira, principalmente porque, embora tenda a fugir às técnicas de padronização e de serialização da indústria fonográfica e embora dispense seus canais de difusão, segue ganhando público. É notório que o consumo de canções independentes tem crescido, apesar de não dispormos de dados exatos e concretos a respeito do recrudescimento desse mercado. Há alguns indicadores: o crescimento dos festivais independentes, especialmente os filiados à Associação Brasileira de Festivais Independentes, Abrafin (<http://www.abrafin.org/>), no momento da redação deste texto com mais de quarenta eventos espalhados pelo país; o destaque que esses festivais e os cancionistas que deles fazem parte vêm ganhando na mídia especializada: apenas a título de exemplo, leiam-se as reportagens publicadas nas revistas Bravo (JÚNIOR, 2009) e Trip (BRESSANE, 2009).

Apenas a título de conclusão a respeito da revisão das propostas ousadas e das propostas de sucesso comercial, leia-se o seguinte fragmento de uma obra fundamental para a compreensão do mercado fonográfico brasileiro, de Márcia Tosta Dias:

Em tempos de mundialização, nunca se consumiu tanto produtos de música brasileira. Mas esse alto consumo, com propriedade, não expressa o



Neamp

dinamismo e a intensificação das práticas culturais, nem tampouco aponta para a ocorrência de um movimento cultural que dota o cenário de efervescência e criatividade musicais, ou ainda, para a flexibilização das condições de competição no mercado. Ao reiterar e repetir, insistentemente, as fórmulas consagradas, o ritmo que embala os movimentos da sociedade global parece definir uma trilha sonora para esse final de século em que os múltiplos sons, estilos, gêneros, agentes, lugares e autores parecem entoar, na realidade, uma única canção. (DIAS, 2008: 174)

Talvez, da última década do século XX para o final da primeira do XXI, tenha-se operado, ainda que de forma quase insignificante, uma pequena mudança: as canções, os festivais e os espaços conquistados lentamente pelos independentes talvez sejam sintomas de algum dinamismo e intensificação de práticas culturais. Falta a esse cenário, é certo, a coerência interna para que possa ser chamado de *movimento cultural*, mas parece haver motivos bastantes para chamá-lo de *mercado independente*, um mercado novo, que foge em alguma medida às reiteraões e repetições insistentes das fórmulas consagradas da indústria cultural, apesar de os dados a respeito dele serem quase inexistentes. Embora a pesquisa de Márcia Tosta Dias seja nossa referência bibliográfica fundamental, lançamos a hipótese acima – certamente mais *otimista* do que a leitura da pesquisadora – com a finalidade de fomentar pesquisas sobre as obras e o mercado da nova geração de cancionistas.

### **Formação de público**

Afirmou-se anteriormente que o compartilhamento de arquivos por meio da internet deve ter alterado de modo significativo as formas de consumo de canção. Trata-se, na verdade, de uma das hipóteses deste texto, que se desdobrará em outras. Com efeito, a facilidade de obter um disco ou uma canção por meio dos sites e blogs em que se pode fazer *downloads* ampliou o acesso de grande parte do público não só aos clássicos da canção popular, como também aos sucessos mais recentes, além das produções independentes. Basta a posse de um computador com as configurações mínimas necessárias para que, em poucos minutos, obtenham-se as canções desejadas.



Neamp

Embora sejam recorrentes comentários a respeito dos hábitos de consumo de canções das novas gerações, em que se levanta a hipótese de que são elas “mais imediatistas” do que as anteriores devido à facilidade de acesso e à grande quantidade de canções de que dispõem, parece cedo para fazer afirmações categóricas quanto aos hábitos de consumo de canções dos jovens e adultos depois do advento da internet.

Nesse contexto, entretanto, chama a atenção a expressão “formação de público”, frequente nos meios em que circulam cancionistas independentes. Na maioria das vezes, formar público significa sensibilizar uma quantidade de pessoas suficiente para persuadir as casas noturnas a aceitarem, com alguma frequência, a presença de um mesmo conjunto em seus palcos. Esse processo, que parece simples aos olhos do público leigo, é árduo para os cancionistas independentes, porque estes não contam com os grandes canais de comunicação de massas para divulgar suas obras. Criam-se, assim, as mais diferentes *estratégias de divulgação* cuja finalidade é obviamente o processo de formação de público.

A estratégia mais comum já foi citada, de forma geral, anteriormente: abertura de perfil em sites de relacionamento, como o Myspace, só para citar o exemplo mais comum. Dada a popularidade do Myspace, outras estratégias de divulgação se desenvolveram dentro desse universo, como a customização completa da página virtual, cuja identidade visual deve dialogar, inicialmente, com a identidade sonora da banda. Em seus perfis, além das canções, as bandas disponibilizam fotografias, releases, textos de imprensa em que foram citadas, meios de contato. Mas, principalmente, relacionam-se com o público e com outros cancionistas.

Talvez os sites de relacionamento possam ajudar a entender o que pode ser, para alguns cancionistas independentes, o processo de *formação de público*, que pode ir além de apenas angariar pessoas que frequentem os espetáculos. Aproximando-se do público por meio de sites como o Myspace, primeiramente, os artistas abrem canais de conversação com público por meio dos quais é possível medir-lhe as impressões – e verificar, com maior ou menor grau de especificidade, dependendo do empenho da banda, *o perfil do ouvinte*. Aprofundar as relações com os fãs em sites de relacionamento pode ser, assim, uma forma de conhecer o próprio público e de fidelizá-lo, oferecendo-lhe CDs ou outros produtos relacionados à banda, como camisetas ou outros materiais promocionais, além de entradas



Neamp

gratuitas em espetáculos. As possibilidades são muitas: interessa observar que os meios de resposta que o público tinha a oferecer – compra de CDs, associação a fã-clubes e frequência a shows – se ampliaram.

Não deixa de ser interessante verificar que a formação de público também pode ser entendida como processo em que propostas que fujam às fórmulas consagradas pela indústria fonográfica são apresentadas ao público, sem desconsiderar as impressões que este tem delas. Em outras palavras, correndo todos os riscos de má interpretação, formar público pode ser – e parece que tem sido, ao menos com algumas das bandas independentes – *mostrar ao público possibilidades de ampliar o gosto por meio de novas propostas sonoras da banda e de reformulá-las de acordo com algumas expectativas do público*, espécie de ponto médio que dispensa a intermediação das grandes gravadoras. O contato virtual com o público pode ser um meio de a banda *formá-lo e formar-se*, isto é, fazer que ele tenha acesso a pressupostos e a conceitos que permeiam as obras dos cancionistas independentes, além de fazê-lo *agente* do processo criativo, como observaremos a seguir. É evidente que, em grande parte das vezes, o gosto do grande público já está *enformado* pelas canções de sucesso da indústria fonográfica, mas isso não impede que, aos poucos, por meio da interação virtual, novas propostas caiam no gosto dos fãs.

Em termos gerais, não sejamos nem tão otimistas nem tão céticos no levantamento das hipóteses: embora seja verdade que o compartilhamento das canções na internet pode trazer a diversidade de propostas sonoras às novas gerações, a maior parte delas segue consumindo, de forma bastante superficial, canções de sucesso nos modelos mais tradicionais. Nesse contexto, formar público é mais do que simplesmente angariar uns poucos frequentadores de espetáculos; é também, em certo sentido, apresentar ao público propostas mais ousadas, fundamentando-as e veiculando-as, principalmente, por meio da própria canção, fazendo, na medida do possível, que o público interfira no processo criativo.

Os novos meios de difusão da canção, utilizados principalmente pelos independentes, também obrigam a rever o papel da imprensa cultural. Certamente, ainda que quisessem fazê-lo, seria impossível os jornais impressos tradicionais cobrirem todos os eventos de cancionistas independentes em metrópoles como São Paulo, não só pela





Neamp

profusão de espetáculos e artistas, mas também pela rejeição à canção independente, de forma geral. Já afirmamos anteriormente que há cancionistas que conseguem alguma projeção nos meios de comunicação de massas tradicionais, geralmente em programas de cunho alternativo destinados ao público jovem. Mas o mais legítimo é afirmar que a maioria dos eventos de artistas independentes não chega ao conhecimento das editorias e, por conseguinte, do grande público. Além disso, o discurso dominante nesses meios de comunicação tradicionais é bastante afinado com o das grandes gravadoras – leia-se o artigo publicado na Folha de São Paulo (BITTENCOURT, 2009) em que se afirma que “A música brasileira está com uma corda em volta do pescoço”, com base apenas em dados veiculados pelas cinco maiores gravadoras do país – e, dessa forma, a pauta recai sempre nos supostos malefícios da pirataria virtual e física, mas não investiga a fundo a nova geração de cancionistas.

Resta a eles, portanto, contar com canais alternativos de divulgação, como sites especializados ou blogs que, além de divulgarem os eventos, também entrevistam os artistas, disponibilizam suas canções para *download* e, com maior ou menor profissionalismo, registram as apresentações com fotografia e vídeos, que são disponibilizados com bastante rapidez na internet. Trata-se de outra maneira de formar público: manter com ele, por meio de formadores de opinião alternativos, canais de debate e de troca de conteúdos fotográficos e audiovisuais. A ideia que está por trás é sempre a de que o público pode tornar-se um divulgador (mais uma vez, *agente formador*) em potencial do trabalho do cancionista – e ninguém melhor do que o próprio público para encontrar pares afinados em termos artísticos. Essas mídias alternativas, de certa forma, conferem credibilidade ao conteúdo, indo além das impressões pessoais do público comum, referendando e divulgando a obra de artistas independentes.

Mas o grande ponto de contato entre os cancionistas independentes e o público é mesmo a própria canção. Nos parágrafos anteriores, investigamos superficialmente alguns aspectos referentes à dificuldade da divulgação das obras independentes. Investiguemos, pois, agora suas canções, veiculadoras, por excelência, de suas propostas.

## **A nova canção popular independente brasileira**



Neamp

Partamos do seguinte pressuposto: por mais que a indústria cultural disponha de meios para formação do gosto, há demandas legítimas de mercado, que partem de diferentes parcelas do público e que podem ser notadas e supridas com maior ou menor celeridade. Mais uma vez, segundo Luiz Tatit,

Acontece que as leis do mercado só são leis de fato quando analisadas retrospectivamente. Sua capacidade de previsão, ao menos com produto de natureza artística, é de curto alcance. O êxito dos produtores e executivos que parecem se orientar por essas leis depende bem mais da flexibilidade com que desenvolvem suas estratégias do que da determinação infalível de seus métodos. Contracenando com o encaminhamento do produto, há as flutuações no âmbito do gosto e das necessidades emocionais que singularizam os mais variados setores da sociedade e se manifestam diferentemente em cada fase de sua evolução histórica. (TATIT, 2004: 60)

Eis outra hipótese: vivemos, nos primeiros anos do século XXI, uma flutuação no âmbito do gosto e das necessidades emocionais que singularizam ao menos uma parcela do público jovem. Talvez as obras dos cancionistas independentes, sem limitação de gênero, sejam a manifestação mais evidente das idiossincrasias deste tempo e suas gerações.

Levantamos acima a hipótese de que as canções de hoje que terão alguma permanência no tempo talvez sejam apenas aquelas que sintetizem e expressem, em forma e conteúdo, dilemas deste tempo, especialmente o referente às circunstâncias e às dúvidas em que está imersa a trajetória da canção. Com efeito, muitos compositores independentes disponibilizam na internet suas canções, gratuitamente, abrindo mão dos direitos autorais. Não faltam estratégias para cativar o público: a mesma canção é disponibilizada para download ou para audição, em diferentes versões, com contribuições de outros cancionistas ou do próprio público, por meio de impressões ou mesmo de intervenções, quando o artista partilha *online* o processo criativo; canções completas ou trechos de canções são disponibilizados em *teasers*, pequenos vídeos de divulgação, anunciando o lançamento que está por vir; filmagens de ensaios, com canções novas ou com novas versões de canções já conhecidas, são disponibilizados no site Youtube; nos blogs, os cancionistas dividem com o público impressões sobre apresentações, clipes ou canções; EPs ou trabalhos de maior



Neamp

fôlego são disponibilizados mediante as mais diversas condições – cadastramento do ouvinte, pagamento de ao menos uma das canções, ou outras alternativas. De forma geral, talvez haja ao menos duas tendências que podem ser observadas. A primeira é que a banda ou compositor conta cada vez menos com a intermediação dos chamados formadores de opinião dos grandes meios de comunicação: os artistas se comunicam cada vez mais diretamente com o público, com a chance de verificar quais composições mais lhe agradam, abrindo, até, oportunidades para que o público *participe ativamente* da composição – há casos de artistas que, como estratégia de aproximação com o público, propõem um mote, que pode ser desenvolvido pelo fã que, ao ter sua proposta escolhida, é agraciado das mais diferentes formas. A segunda tendência deriva da anterior: as obras talvez sejam criadas de modo cada vez mais *coletivo*, plural, com interferências do público e de outros cancionistas – observe-se a tendência das parcerias na canção popular brasileira, que vem se acentuando cada vez mais.

A relação direta do artista com o público e o processo cada vez mais coletivo de produção das composições talvez interfiram diretamente na forma e no conteúdo das canções. O contato direto com as impressões dos fãs pode fazer que os cancionistas *revejam* suas propostas para aproximar-se ou afastar-se das mais diferentes fatias de mercado. Cientes da volatilidade da carreira no âmbito independente, mantêm-se conectados ao público, produzindo pequenas peças e materiais de divulgação que podem ser entendidos como obras em processo de criação, cada vez mais aberto e cuja versão final – somente aquela em que o próprio cancionista a considera concluída – guardará traços, ainda que quase imperceptíveis, do percurso incerto de composição. Se, como propõe Tatit, a base da canção é a fala, então somos todos aptos a compor uma canção: talvez seja essa a lição aprendida, ainda que intuitivamente, pelos cancionistas no início do século XXI e talvez essa seja a informação fundamental que permeie a maioria das canções independentes deste tempo. Não se descarte, entretanto, o fato de que há cancionistas que imprimem a suas obras as marcas pessoais que fogem aos modelos já conhecidos (marcados pelas técnicas de padronização e de serialização da indústria fonográfica): impressões e expressões cada vez mais *subjetivas* que tendem a atingir os conteúdos mais profundos do nosso século. A instabilidade do processo criativo da canção – quase uma



Neamp

tentativa erro, cheia de paradas e retomadas, com letras-monstro, versos e frases soltas –, elevada à máxima potência nesta década, é apenas um deles, mas contém em si outros maiores, todos presentes em potência: a fugacidade do desfrute estético na medida em que a obra é transformada em produto; a comunicação afetiva e sensível determinada, em alguma medida, pela tecnologia; a volatilidade e a utilidade da arte postas à prova e em xeque ao mesmo tempo. De todo modo, parece que a nova canção popular independente está carregada dos impasses em que se veem a canção e os cancionistas, no início do século XX: as propostas mais ousadas do ponto de vista estético talvez tenham surgido exatamente da constatação de que é cada vez menos provável sobreviver exclusivamente como cancionista.

Dessa forma, a experimentação sem amarras, já que não há os filtros das grandes gravadoras ou dos meios de comunicação de massas; a veiculação acelerada de canções incompletas ou em versões primárias, quase descartáveis, não pela sua qualidade, mas pelas condições em que se vê o cancionista independente para difundir seu trabalho; o capricho e as performances ousadas e inusitadas nos espetáculos ao vivo em festivais (JÚNIOR, 2009) ou em casas noturnas alternativas, talvez o último recurso para angariar público, e oportunidade às vezes única para apresentar o trabalho com a intensidade que quaisquer registros fazem perder: todas essas características da nova canção popular independente talvez sejam resultado daquelas circunstâncias instáveis em que se veem os cancionistas e a própria canção no início do século XXI.

## **Bibliografia**

ADORNO, Theodor W. (2005). “O fetichismo na música e a regressão da audição”. In: *Textos escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural.

BARREIROS, Carlos Rogério Duarte. (2006). “A hora e a vez do rock brasileiro”. In: *Cadernos de Pós-Graduação em Letras*. Universidade Presbiteriana Mackenzie. [http://www.mackenzie.br/fileadmin/Pos\\_Graduacao/Doutorado/Letras/Cadernos/Volume\\_6/8-carlos.pdf](http://www.mackenzie.br/fileadmin/Pos_Graduacao/Doutorado/Letras/Cadernos/Volume_6/8-carlos.pdf). Consultado em 01/04/2010.

BITTENCOURT, Bruna. “Lançamentos de discos brasileiros diminuem 80%”. <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2102201009.htm>. Consultado em 01/04/2010.



Neamp

BRESSANE, Ronaldo. “Ninguém é de ninguém: a nova realidade”. <http://revistatrip.uol.com.br/revista/178/especial/ninguem-e-de-ninguem-a-nova-realidade.html> . Consultado em 01/04/2010.

DIAS, Márcia Tosta (2008). *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo.

JÚNIOR, José Flávio. “A nova era dos festivais”. <http://bravonline.abril.com.br/conteudo/musica/nova-era-festivais-467150.shtml>. Consultado em 01/04/2010.

TATIT, Luiz (2002). *O cancionista: composição de canções no Brasil*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

\_\_\_\_\_ (2004). *O século da canção*. Cotia: Ateliê Editorial.

\_\_\_\_\_ (2007). *Todos entoam: ensaios, conversas e canções*. São Paulo: Publifolha.

---

\* Carlos Rogério Duarte Barreiros é doutorando em Literatura Portuguesa na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo e é Diretor de Conteúdo da Identidade Musical, produtora de bandas independentes, e da Baritone Records. Já publicou anteriormente na Revista Aurora um artigo a respeito do romance *Budapeste*, de Chico Buarque. Email: [rogerioduarte@usp.br](mailto:rogerioduarte@usp.br).

\*\* Tiago Barizon é formado em Administração e Marketing pela UNIFIEO, começou a atuar como músico em 1990 e desde 2006 é Diretor Executivo da Identidade Musical e da Baritone Records. Email: [barizon@identidademusical.com.br](mailto:barizon@identidademusical.com.br)

<sup>1</sup> O próprio autor deste texto está envolvido em uma iniciativa particular e não financiada de pesquisa, cuja finalidade é mapear a chamada “cena independente”, o Mapa Musical, disponível em [www.mapamusical.com.br](http://www.mapamusical.com.br). Como a iniciativa é bastante recente, não foi levada em consideração para a redação deste artigo. Fica a esperança de que, em edições futuras da revista Aurora, o autor possa analisar dados concretos, coletados no Mapa Musical, e possa, por meio deles, ampliar o debate a respeito da nova canção popular brasileira independente.