Movimento de Renovação da MPB ou um Novo Gênero Musical?
Discussões sobre a Nova MPB

GT11: Comunicação e Estudos Sócioculturais

Autora: Laís Barros Falcão de Almeida[1]
Coautor: Jeder Silveira Janotti Junior[2]
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Brasil

Resumo

A emergência da Nova MPB foi anunciada por jornalistas, músicos, compositores e produtores de discos, iniciando um debate sobre sua legitimação enquanto movimento renovador da MPB, ao mesmo tempo em que passou a organizar o processo de vendas em lojas de gravadoras independentes, com público específico e características próprias, configurando-se também como gênero musical. Este artigo propõe uma análise da Nova MPB baseada nos pressupostos teóricos dos estudos sobre gênero musical, considerando como eles estão sendo aplicados também nas plataformas de música na internet, por exemplo, no site LastFM, e traça a emergência e os desdobramentos do novo gênero a partir do ambiente comunicacional construído no processo de produção,

[1] Mestranda em Estética e Culturas da Imagem e Som na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), bolsista da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (Facepe) e integrante do grupo de pesquisa Laboratório de Análise de Música e Audiovisual. E-mail: lais_falcao@yahoo.com.br.
[2] Pesquisador com Bolsa Produtividade do CNPq, professor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Entre as publicações destaca-se Heavy Metal com Dendê (EPapers, 2003; Comunicação e Música Popular Massiva (Edufba, 2007, organizado com João Freire Filho) e Comunicação e Estudos Culturais (Edufba, 2011, organizado com Itânia Gomes). E-mail: jederjr@gmail.com.

circulação e recepção de produtos musicais, como a análise de textos críticos sobre músicas, discos, músicos, produtores, intérpretes, até mesmo nas rotulações de fãs nas plataformas de música na internet, para expor as articulações e disputas constantes na sua definição.

Palavras-chave: Música Popular Massiva. Gênero Musical. MPB. Nova MPB.

Introdução

A popularização da expressão Música Popular Brasileira (MPB) no Brasil, como sigla grafada em maiúsculas, está relacionada à Indústria Fonográfica, mais especialmente ao desenvolvimento da Indústria Cultural Brasileira no século XX, com o progresso dos meios de comunicação de massa. Na televisão foram organizados festivais de MPB por duas emissoras brasileiras, TV Excelsior e TV Record, na década de 60. Esses aspectos midiáticos foram fundamentais para inserir a MPB no cenário da cultura brasileira em um momento de consolidação de uma indústria cultural integrada e sistêmica.

Além dos aspectos midiáticos, a MPB passou por diversos processos históricos, sociais e ideológicos tensivos, partindo de uma desvinculação com a Bossa Nova e, até mesmo no embate entre representantes da MPB nascente, com os tropicalistas, na virada de 1967 para 1968, na sua consolidação como centro da história musical brasileira, mesmo com a existência de diversas correntes surgindo no cenário musical brasileiro, de 1972 até 1979. Dessa maneira, perde espaço para o rock nos anos 80 e para gêneros populares nos anos 90 como o sertanejo, pagode, axé, funk, entre outros.

Por volta de 2009, matérias passam a anunciar o que vêm sendo produzido pelos novos artistas brasileiros, descritos na matéria como fragmentários, interdependentes, contextuais, abertos para novas combinações estéticas, para dar conta de outros públicos em um panorama musical dos anos 00, como um movimento de renovação da MPB. Por outro lado, em 2012, jornalistas utilizam o rótulo "Nova MPB" para se referir aos trabalhos desses artistas com a não aceitação de conceitos como "geração", apontando para uma tentativa de construir um público. A "Nova MPB" também categoriza os Cds e DVDs na loja do site Bolacha Discos[3] e funciona como Tag[4] no site LastFM para classificar músicos brasileiros, apontando a emergência de um novo gênero musical.

O objetivo do artigo, então, é traçar a emergência da Nova MPB, através de reportagens, críticas musicais e entrevistas com seus representantes, analisando suas características atreladas às transformações sociais e mercadológicas da Indústria da Música no cenário brasileiro atual (Herchamann, 2010), desenvolver a discussão da Nova MPB como um movimento de renovação da MPB apontada nas críticas musicais e como novo gênero musical baseado nos estudos de Franco Fabbri (1982), Felipe Trotta (2008), Simon Frith (1996), Keith Negus (2005), Jeder Janotti (2006), João Freire Filho (2006) e Adriana Amaral (2007), para demonstrar como a Nova MPB se configura como gênero musical, expondo as articulações e disputas constantes na sua definição.

[3] Bolacha Discos é uma empresa que realiza gravação, fabricação, distribuição e venda de discos e produtos relacionados. Acesso em 21 de março, 2014, de http://www.bolachadiscos.com.br.

[4] Tags são etiquetas ou palavras-chaves, um processo comunicacional que auxilia a formação de gêneros e subgêneros, em plataformas sociais na internet, como o caso do site LastFM.

A gênese de um gênero musical

A formação de um novo Gênero Musical, para Fabbri (1982), não ocorre arbitrariamente, mas em um sistema musical que já está estruturado, onde uma parte considerável das regras que definem o que são comuns a outros gêneros já existe dentro do sistema. Aqueles que individualizam o novo gênero são relativamente poucos, os que no início são apenas transgressões às regras de outros gêneros.

> A natureza dessas transgressões pode ser extremamente variada de acordo com as regras em causa, e consequentemente, de acordo com a sua intencionalidade: elas vão desde a aplicação de novas técnicas, possibilitadas pelo desenvolvimento tecnológico, para a proclamação de um programa estético (que é transgressão contendo sua codificação) passando por pontos intermediários numerosos. O importante é que, quase sempre, após o sucesso de um único evento musical, estas inovações são usadas como um modelo e torna-se regra. (FABBRI, 1980, p. 6-7, tradução nossa).

Transgressões são colocadas por Negus (2005) como fruto da criatividade, termo estudado por ele como forma de justificar as inovações tecnológicas e estéticas, além de enfatizar o caráter dinâmico dos Gêneros Musicais. Essa criatividade surge de uma sensação de frustração com as convenções, do desejo de romper os códigos e as regras de gênero e atravessar as fronteiras dos gêneros na busca de realização e reconhecimento, considerando assim os gêneros musicais mais que

etiquetas musicais, como categorias sociais, nas quais o surgimento de um novo gênero também é um ato social, não só de criação musical, mas também de criação social.

Neste caso, os gêneros são formados não apenas pela repetição de determinadas regras e convenções estéticas, como supunha Fabbri (1982), mas também por práticas e técnicas criativas rotineiras que provocam tensões e consequências que Negus (2005) chamou de realização/frustração, fundamentais nas dinâmicas da criatividade musical durante a produção das músicas, também com a indústria da música e o público consumidor e suas apropriações, capazes de transformar, criar novo significado e formar gêneros musicais.

> [...] as práticas de gênero constantes e dinâmicas se enfrentam continuamente dentro de sua transmutação a regras codificadas, convenções e expectativas, não só como melodias, timbres e ritmos, mas também em termos de expectativas do público, categorias de mercado e hábitos de consumo. (NEGUS, 2005, p. 60, tradução nossa).

É nesta perspectiva que Negus (2005) traça um perfil do *Rap, Country* e Salsa, em que situa a produção musical no cenário mais internacional, destacando as maneiras específicas em que a produção musical está condicionada pelas culturas de gênero e destaca o contexto histórico e social mais amplo onde tem lugar a produção, abordando também os aspectos midiáticos, ideológicos, estéticos e tecnológicos ligados aos gêneros escolhidos.

Os estudos do *Rap, Country* e Salsa nos remetem aos gêneros com regras e convenções já estabelecidas, onde as expectativas do público, categorias de mercado e hábitos de consumo estão previamente determinados. Mesmo levando em consideração que os gêneros são dinâmicos e sofrem constantes modificações, não se trata de igualar aos estudos de alguma expressão musical recente, como a Nova MPB, que busca ainda a formação de um público, de suas próprias regras, mesmo tendo como base as regras e convenções da MPB, possui suas especificidades e na indústria da música, assume outras estratégias de produção, circulação e consumo, além de outras estratégias midiáticas como o uso das mídias sociais, redes sociais e das plataformas de música na internet.

O primeiro desafio parece ser delimitar a Nova MPB quando ela faz referência diretamente a MPB, já que, como explica Shucker (1999), em seu livro Vocabulário da Música Pop, nenhum estilo é totalmente independendo dos estilos precedentes, e os músicos se apropriam de elementos dos estilos existentes e os incorporam às novas formas.

As múltiplas classificações da MPB

A Música Popular Brasileira (MPB) é uma construção no imaginário brasileiro e, como tal, está em constante construção e sujeita a uma série de disputas em torno de suas significações e classificações. O debate da classificação gira em torno da MPB como um gênero musical, como a junção dos mais diversos gêneros musicais, MPB como subcategoria da música brasileira popular, gênero híbrido, arquigênero, metagênero e como expressão musical.

> É necessário esclarecer, então, o que compreendemos por música popular massiva. De início, consideramos importante ressaltar que os estudos brasileiros e franceses observam uma distinção entre cultura popular (de feições folclóricas ou nativistas) e cultura pop (popular midiática) que nem sempre é acompanhada pelos estudos culturais de língua inglesa. Mas, apesar de relevante, a distinção entre a cultura popular, aquela produzida e difundida de maneira independente dos grandes conglomerados multimidiáticos e cultura pop, que englobaria a cultura midiática surgida no século XX, acarreta algumas dificuldades, tendo em vista que também é popular o ato de comentar, ouvir e valorar o universo pop. (FREIRE; JANOTTI, 2006, p. 12).

No Brasil, a popularização da Música Popular Brasileira (MPB) está relacionada não somente a Indústria Fonográfica, mas também ao desenvolvimento da Indústria Cultural Brasileira no século XX, com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e sempre esteve relacionada com “composições que utilizam as raízes musicais brasileiras como às manifestações musicais de feições estritamente regionais” (FREIRE; JANOTTI, 2006). Com o tropicalismo, o universo da cultura pop também foi acrescentado, o que dificulta uma separação na MPB do que seria música popular – folclórica ou nativista – e da música pop – midiática.

Dada à complexidade, flexibilidade, e dinâmica do que se entende por gênero musical, algumas classificações foram apontadas para dar conta

de casos particulares, como os gêneros híbridos, uma classificação possível para a MPB, em que estilos diferentes são combinados (por exemplo, o jazz rock), quando “subverte-se ou brinca-se com as convenções dos gêneros musicais existentes, ou adota-se um distanciamento irônico dessas convenções” (SHUKER, 1999, p. 142).

Quando as valorações não estão ligadas diretamente aos aspectos musicais e estratégias textuais ligadas ao campo das sonoridades de uma determinada canção, mas também aos aspectos sociológicos e ideológicos do campo da produção e recepção da música popular massiva (JANOTTI, 2005, p. 62), como o Rock e a MPB, eles são considerados arquigêneros, visto que suas valorações atravessam o universo da música popular massiva.

Gêneros musicais que existem sem ser em uma forma pura, assim como a MPB, são nomeados de metagêneros por Skuker. Metagêneros seriam fusões de vários estilos, como o Rock Alternativo, a *World Music*, diferentes da música disco e do samba, gêneros com uma forma mais pura, mais fácil de identificar e mais específica. Ele ainda destaca a importância dos subgêneros, com seus estilos bem definidos e desenvolvidos, os quais partilham de elementos do gênero musical ao mesmo tempo em que possui suas especificidades.

Devido às várias classificações referentes aos gêneros musicais, vale ressaltar que a sigla MPB utilizada nesse trabalho está relacionada à popularização da expressão Música Popular Brasileira (MPB) no século XX. A origem da expressão musical “MPB” fora anunciada por vários LPs (disco *long playings*) e eventos musicais – festivais – que apontavam para

uma nova postura diante do dilema “tradição-ruptura” que se consolidou no começo dos anos 60 (NAPOLITANO, 2002, p.65).

A emergência da Nova MPB e sua lógica cooperativa

A partir de estudos sobre gêneros musicais, Frith (1996) afirma ser virtualmente impossível dizer onde um novo termo (*House, Rave, Rap, Grunge,* Nova MPB) surgiu pela primeira vez, visto que, “a origem dos gêneros continuam a ser uma questão de um elaborado e insolúvel debate. Ou, para colocar isso de maneira sensata, o processo de rotulação do gênero é compreendido mais como algo conspiratório do que como algo inventado individualmente, como o resultado de um livre acordo entre músicos e fãs, escritores e DJs” (FRITH, 1996, p. 88, tradução nossa).

Contudo, a definição de gêneros musicais para os estudos da Música Popular Massiva, elaborados por Janotti (2006) e Freire (2006) como uma possível análise dos gêneros musicais da música popular massiva, é feita a partir das dimensões plásticas e midiáticas da música:

> Os gêneros seriam, portanto modos de mediação entre as estratégias produtivas e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem desses modelos por intermédio das estratégias de leitura dos produtos midiáticos. Antes de ser um elemento imanente aos aspectos estritos da música, o gênero estaria presente no texto pelas suas condições de produção e consumo [...]. O gênero musical é definido, assim, por elementos

> textuais, sociológicos e ideológicos; é uma espiral que vai dos aspectos ligados ao campo da produção às estratégias de leitura inscritas nos produtos midiáticos. (JANOTTI, 2006, p. 39-40).

Partindo dessas perspectivas, a emergência e os desdobramentos da Nova MPB podem ser traçadas através da Metodologia de Análise da Música Popular Massiva, isto é, da investigação acerca do ambiente comunicacional construído no processo de produção, circulação e recepção de produtos musicais, como a análise de textos críticos sobre músicas, discos, músicos, produtores, intérpretes, até mesmo na análise das rotulações de fãs nas plataformas de música na internet, através das tags. Essa ultima considerada como importante ferramenta para a formação e consagração dos gêneros musicais para o público, segundo Amaral (2007).

A matéria “Ninguém é de ninguém: a nova realidade” de Ronaldo Bressane, para a revista Trip, em 11 de junho de 2009, foi responsável por levantar questionamentos sobre o que vêm sendo produzido pelos novos artistas brasileiros. A reportagem desenvolve ao longo do texto uma comparação entre o contexto de reconfiguração da indústria da música e o contexto político e socioeconômico dos anos 60, quando havia um inimigo comum, fardado e censor, a combater, quando os principais representantes da MPB estavam nas paradas de sucesso, ganhavam os prêmios dos festivais e Discos de Ouro, época em que os grandes nomes da MPB, por exemplo, Caetano Veloso e Chico Buarque, ganharam destaque e fama.

Em contrapartida, os novos representantes da MPB não estão nas paradas de sucesso, não ganham prémios de festivais televisionados e possuem um público de nicho, frequentadores de concertos ao vivo e que fazem compras através da internet ou de pontos alternativos de vendas. Eles também enfrentam o que Bressane chama de “adversário invisível”: a multiplicação e a dispersão de sons e imagens. Com isso, ficou mais fácil qualquer músico criar uma página na rede, encontrar um local para tocar e custear seu próprio CD, o que dificultou a aposta dos novos representantes da MPB feita pela revista.

Na matéria, nove compositores são apontados como os novos artistas essenciais da música brasileira: Júnior Barreto, Hélio Flanders, Thalma de Freitas, Rômulo Fróes, Ganjaman, Tatá Aeroplano, Catatau, Kassin e Céu em um panorama musical dos anos 00, descrito na matéria como fragmentário, interdependente, contextual, aberto para novas combinações, para dar conta de outros públicos, outras propostas e outro modo de escuta dentro do contexto das transformações que estão ocorrendo na Indústria da Música.

Bressane dá maior destaque em sua matéria são às “parcerias inusitadas”. Ele explica o fato dos novos representantes da MPB tocarem um com o outro, até mesmo artistas e bandas de gêneros musicais diferentes, como consequência da importância dos shows e da dinâmica presente nas redes, online e interativa, da internet, não para esses músicos trocarem experiências, mas também para criarem oportunidades de veicular seus trabalhos. Assim, ele coloca a aproximação de artista e bandas de diferentes gêneros musicais não como uma nova proposta estética desses representantes, mas como um novo modo de trabalho para esses artistas, fazer parcerias uns com os outros.

A lógica cooperativa dos novos representantes da MPB configura uma característica comum entre eles, a grande quantidade de parcerias, representando um panorama comparado a um filme do Quentin Tarantino ou um livro de Roberto Balaño, por Bressane, onde “um personagem secundário em uma cena pode ser o principal narrador na seguinte e vice-versa”. Por fim, o jornalista traça uma rede de colaborações dos nove artistas selecionados pela revista Trip com outros 66 músicos, chamada de “troca-troca”.

Diferente de Bressane, que relaciona a lógica cooperativa da nova geração de artistas brasileiros com o aumento dos shows ao vivo e a dinâmica presente nas redes online, a matéria “O mito da ‘Nova’ MPB: quem vai chutar esse balde?”, publicada pelo jornalista Marco Antônio Barbosa em seu Blog chamado de “Telhado de vidro versão 2.0.1”, estabelece essa característica de troca-troca como resultado natural de um traço da identidade brasileira: a cordialidade. Traço esse que nem sempre é positivo, segundo Barbosa:

> Criatividade artística, por exemplo, não tem nada a ver com cordialidade. Na verdade, em muitos casos é necessário romper, agredir, bater de frente, para que uma expressão cultural possa florescer da maneira adequada. A iconoclastia e o confronto sempre acompanharam a evolução da música popular. Quem procura a adequação, a conciliação, a reverência se coloca, voluntariamente, à sombra daqueles que já passaram. (BARBOSA, 2012).

A crítica presente no texto de Barbosa se refere à comparação entre os novos representantes da MPB a ícones do passado, não como referência e influência musical, mas sim por uma busca por aprovação e reconhecimento do cânone da música brasileira, ou como Bressane escreve os grandes “medalhões” da MPB, o que provocaria a falta de rompimento estético com aquilo que outros músicos produziram no passado, como aconteceu com o movimento tropicália, mas, que segundo ele, não aconteceu mais nas gerações seguintes.

Na matéria ainda são citados dois acontecimentos dos anos 2000, como a parceria de Caetano Veloso e da Banda Cê e seu apadrinhamento de uma nova geração de jovens artistas pop – com a imagem de Caetano Veloso e dos integrantes da Banda Cê e Nina Becker na capa da revista Bravo como “O guru da nova geração” ilustrando a publicação no Blog – e a adesão do músico Criolo ao cortejo, circulando, cantando e fotografando com Caetano Veloso e Chico Buarque para exemplificar sua crítica de que “não há troca de guarda na MPB, há apenas o referendo da geração passada aos novos postulantes, que não postulam nada, apenas o direito de postarem-se ao lado do trono, esperando por um olhar benevolente da realeza” (BARBOSA, 2012).

Barbosa aponta uma falta de ruptura estética dos novos representantes da MPB, porém, Romulo Fróes, cantor e compositor apontado pelo músico Rogério Skylab como o arauto da Nova MPB, na revista Ilustrada, identifica o “som” produzido por essa nova geração como um traço comum entre os artistas surgidos na música brasileira a partir dos anos 2000. Fróes explica essa sonoridade diferenciada em entrevista foi feita pelo jornalista Marcus Preto, também para a revista Ilustrada, da Folha de São Paulo, em 13 de junho de 2011.

> Romulo Fróes: É uma geração de artistas-operários, surgida em plena derrocada das grandes gravadoras e que, alijada da indústria, se viu obrigada a dar conta de todo o processo de construção de uma obra musical. [...] O "som" produzido por ela, talvez até mais que suas canções, é o que a destaca em relação às demais. E, uma década mais tarde, milhares de discos produzidos depois, não é difícil imaginar o grau de excelência técnica a que se chegou. (PRETO, 2011).

Para Raphael Machado Saldanha, em seu trabalho de conclusão de curso “Estudando a MPB: reflexões sobre a MPB, Nova MPB e o que o público entende por isso”, esse “som” de que Fróes fala é uma faceta que se relaciona com outra característica da Nova MPB, a mistura entre o novo e o velho, basicamente a utilização de elementos da música eletrônica como forma de atualizar o estilo. Por exemplo, a releitura de músicas consagradas da MPB com efeitos eletrônicos e as novas músicas que utilizam esses efeitos, mas que de alguma forma emulam canções antigas. Essa faceta, como explica Saldanha, não é algo inédito no Brasil:

> Nos anos 80, com a aproximação da MPB com o chamado BRock, tentativas de modernização semelhantes já podem ser encontradas. A inserção de elementos da chamada New Wave, com o excesso de teclados sintetizadores e baterias eletrônicas foi sentida em discos de diversos artistas

> da MPB – tanto principiantes como já consagrados. (SALDANHA, 2008, p. 39).

Os artistas da Nova MPB, diferente da tentativa dos anos 80, conseguiram chegar a um grau de excelência técnica, por causa das facilidades no processo de gravação, possibilitadas pelas novas tecnologias que "permitem que o produto final sofra menos interferências mercadológicas, garantindo uma música mais fiel à concepção inicial do artista e mais autêntica, menos modificada em favor de uma estética vigente no mercado suscetível a modismos" (SALDANHA, 2008, p. 39).

O público da Nova MPB e a lógica independente

Em 29 de abril de 2012, a revista Serafina, da Folha de São Paulo, publicou uma matéria intitulada "Artistas fazem Nova MPB mesmo sem o apoio de grandes gravadoras", do jornalista Marcus Preto, apontando para as dificuldades de classificações desses artistas, a não aceitação de conceitos como "cena" ou "geração", mas apontando para uma tentativa de construir um público. O principal ponto do texto é o uso de um novo rótulo, "Nova MPB", para se referir aos trabalhos de Criolo, Mallu Magalhães, Rômulo Fróes, Emicida e Marcelo Jeneci.

> É difícil criar uma categoria para esses artistas. Alguém vai sempre reclamar de nomeações como 'a cena' ou 'a geração'", diz Alexandre Youssef, dono do Studio SP, onde todos os nomes desta página já se apresentaram. "A preocupação principal é criar público. Só isso possibilita que possam viver da arte.

> Antes deles, isso era inédito no Brasil." (PRETO, 2012).

Se a primeira matéria aqui citada, o foco principal era a lógica cooperativa dos músicos envolvidos, essa segunda reportagem tem o público específico da Nova MPB abordado. Preto faz um paralelo entre dois personagens da indústria da música, João Paulo da Silva Bueno – coordenador da categoria de música da Livraria Cultura – e Wanderley dos Santos – dono de uma banca de Cds piratas - para mostrar onde o público da Nova MPB compra seus discos. Por exemplo, nomes como Tulipa Ruiz, Criolo, Karina Buhr e Céu estão na lista dos mais vendidos na Livraria Cultura, mas não são encontrados nos camelôs.

Outra questão abordada na matéria é o contexto da indústria da música, nas palavras de Preto, "tempos contraditórios", quando "um artista pode 'acontecer' - fazer música e viver dela - mesmo que ninguém fora de seu segmento se dê conta da existência dele". Isto é, o fato dos artistas conseguirem um retorno financeiro suficiente para se sustentarem, mesmo que seja através de um público fragmentado, que não seja a maioria da população brasileira, mas sim da classe média-alta, frequentadores da Livraria Cultura, já que dificilmente sua música atingirá a camada de baixa-renda da população brasileira, optando, assim, por uma produção mais independente, pois "embora distantes do público de massa, eles são figurinhas carimbadas para quem acompanha movimentações de palco e Myspace[5]" (BRESSANE, 2009).

[5] Myspace é uma rede social usada principalmente por músicos e bandas por ser um local que garante uma presença online gratuita, podendo divulgar seus trabalhos e se comunicar com outros músicos e fãs. Essa referência musical do site é tão marcante que em 2004, o Myspace se tornou um portal da música independente na internet com a criação de uma subseção, o Myspace Music, possibilitando que suas músicas sejam ouvidas nos seus perfis e baixadas em formato de MP3. Disponível em: www.myspace.com.

O público da Nova MPB pode ser entendido segundo o termo “Cauda Longa”, cunhado por Chris Anderson (2004), para dar conta das estratégias de vendas de uma grande quantidade de itens vendida em pequenas quantidades, ao invés de poucos produtos populares que vendem muito. Na Nova MPB, essa estratégia é utilizada na venda dos discos, com a produção contínua de discos e com pouco índice de vendas, visto que o disco não funciona mais como principal fonte de renda do mercado fonográfico.

Ao final da matéria, os artistas da Nova MPB são colocados como “artistas independentes” para levantar os desafios que essa lógica diferenciada de se fazer música impõe para as gravadoras em contraposição ao modelo *mainstream.* Nos estudos da Música Popular Massiva, o *mainstream* e o independente são estratégias diferenciadas de consumo e conferem valor à música.

> O denominado *mainstream* (que pode ser traduzido como “fluxo principal”) abriga escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido. Ele também implica uma circulação associada a outros meios de comunicação de massa, como a TV (através de videoclipes), o cinema (as trilhas sonoras) ou mesmo a internet (recursos de imagem, plug ins e wallpapers). [...] As condições de produção e reconhecimento desses produtos são bem diferenciadas, fator que explica o processo de

> circulação em dimensão ampla e não segmentada. (FREIRE; JANOTTI, 2006, p. 18).

A música independente é classificada então em oposição ao modelo *mainstream,* como uma estratégia de consumo segmentada, com circulação associada à divulgação alternativa (sites, mídias e redes sociais), com selos e gravadoras independentes. Essa estratégia funciona como um posicionamento que agrega valor positivo ao compartilhamento fragmentado e especializado, e não ao amplo consumo dos produtos veiculados nos meios de comunicação de massa, como no *mainstream.*

Vale ressaltar que as fronteiras entre o *mainstream* e a música alternativa não são bem delimitadas assim, visto que artistas que se colocam como "independentes" com frequência adquirem popularidade e passam a fazer parte do agendamento dos grandes meios de comunicação de massa, com gravadoras internacionais, isto é, passam a se posicionar dentro da lógica do *mainstream,* à medida que as gravadoras passam a reconhecer nessa lógica independente um modelo com potencial para mudanças na indústria da música.

O cantor e compositor Rômulo Fróes, por exemplo, apesar de se considerar um artista independente, em entrevista feita pela jornalista Renata Arruda, para o site Scream & Yell[6], revelou que ainda tem o sonho de se ouvir tocando em rádios populares, mas reconhece que para os músicos e compositores brasileiros viver o modelo antigo com gravadora e indústria apoiando seus trabalhos, com as estratégias do *mainstream,*

[6] Scream & Yell é um site independente que publica entrevistas, lançamentos, notícias, reportagens e críticas sobre cultura pop em geral, principalmente sobre música, idealizado pelo seu editor, o jornalista Marcelo Costa e está há 13 anos no ar. Acesso em 21 de março, 2014, de www.screamyell.com.br.

significa revogar sua própria autonomia artística, isto é, comprometer sua produção musical.

> Romulo Fróes: [...] Neste modelo de indústria que vivemos hoje, minha geração definitivamente não se encaixa, mas criamos condições para sobreviver sem ela. Não podemos deixar de admitir que faz falta a estrutura que a indústria detém. Mas o fato é que não existe mais a possibilidade de se desenvolver um trabalho com propósitos, digamos, artísticos dentro da indústria. (ARRUDA, 2011).

O discurso de Rômulo Fróes sobre “estar fora” do esquema industrial para garantir uma liberdade de criação justifica a estratégia de consumo segmentada da Nova MPB, com circulação associada à divulgação alternativa, com selos e gravadoras independentes, se opondo ao esquema *mainstream*, que para ele, pode significar um comprometimento da peça musical, por exemplo, em detrimento de uma ideia por motivos puramente econômicos. Isso tudo faz parte do posicionamento que agrega valor positivo à lógica da música independente, afirmando a autenticidade como função ideológica e característica de legitimação para a Nova MPB.

> Autenticidade: detentora de um grande valor simbólico, é um conceito básico nos discursos sobre música popular. Para o senso comum, a autenticidade determina o produtor de textos musicais como “criador” de uma obra original e criativa, além de séria, singular e sincera. (...) Um elemento importante para identificar e situar a

> autenticidade é o cenário musical, com a divisão da indústria fonográfica em selos independentes (mais autênticos e menos comerciais) e em grandes gravadoras (mais comerciais e menos autênticas). (SHUKER, 1999, p. 28).

Além de afirmar a autenticidade como função ideológica e característica de legitimação para a Nova MPB, defendendo uma autonomia artística proposta pelos seus representantes, Fróes ainda diferencia a Nova MPB da MPB, por fazerem música alternativa. A diferença é pontuada ainda pelo que ele chama de “novo ouvinte”, referindo-se ao público da nova MPB, um ouvinte ativo que busca as músicas que deseja escutar.

> Romulo Fróes: o novo ouvinte que se interessar por uma nova música brasileira, que pensa e propõe novos caminhos, que tenta levar adiante sua história, não vai encontrar isso dentro da indústria e nas formas tradicionais de divulgação. É preciso ir atrás dessa nova música. É preciso deixar de ser passivo, esperar pela música que oferecem à ele e ir atrás da música que lhe interessa. (ARRUDA, 2011).

O público específico e a falta de popularidade dos artistas da Nova MPB estão sendo questionados. Se por um lado, a lógica independente fornece autonomia e um modo do artista viver apenas de música no Brasil, por outro, suas músicas atingem apenas um grupo específico de ouvintes, o que está sendo bastante criticado por quem defende que a MPB deve ser uma música popular no sentido de atingir o público de massa, ou o número máximo de pessoas.

Criticar o público da Nova MPB por ser “impopular” é não reconhecer que desde sua popularização nos anos 60, a MPB sempre teve um público definido e nunca foram as pessoas de baixa renda do país, mesmo elas sendo a maioria da população brasileira. Se hoje o público é diferente, de classe média alta, frequentadores da Livraria Cultura e festivais, assim como ativos nas redes sociais e mídias sociais da internet.

A nova MPB para além de um movimento de renovação da MPB

A lógica cooperativa dos representantes da Nova MPB ganha tanto destaque na produção da Nova MPB, que Rômulo Fróes chegou a afirmar que finalmente está acontecendo a tropicália, “a ideia de que todos iam criar tudo, apresentada pelos tropicalistas, só se realiza plenamente na nossa era” (BRESSANE, 2009), ou “vejo como uma realização da tropicália, uma tropicália menos luminosa”, como declarou em entrevista para o jornalista Marcus Preto, da Folha de São Paulo.

A comparação com o movimento tropicália, a Nova MPB como uma tropicália menos luminosa, traz a tona a dúvida se a Nova MPB não é apenas uma renovação da MPB, uma continuidade na “linha evolutiva da MPB”, expressão criada por Caetano Veloso para explicar a Tropicália. A renovação da Nova MPB não seria apenas o grau de excelência técnica em sua produção, mas também uma estética diferenciada, uma estética do longe, como Rogério Skylab classifica o disco “No chão sem chão”, de Rômulo Fróes, lançado em 2009.

Skylab explica que a estética do longe significa o distanciamento dos ícones da MPB, relatando que eles - Chico, Caetano, Djavan e outros - estão presentes no disco, mas esmaecidos e invisíveis, como uma

proposta de esvaziamento por parte de Fróes. Sobre de onde vem o vazio a que Skylab se refere, Rômulo Fróes respondeu:

> Romulo Fróes: Justamente quando tudo parece ter perdido relevância, quando a criação se torna tão desencantada, sem propósitos históricos, estéticos ou políticos, é a hora de se voltar à arte como fruição pura e simples. Fazermos arte pela necessidade pessoal de cada um, por uma possibilidade de transcendência, individual que seja. Eu acredito na transcendência da arte e na força multiplicadora que ela tem. Foi ela, para dizer o mínimo, que me possibilitou uma mobilidade social. (PRETO, 2011).

O grau de excelência técnica e a estética do longe da Nova MPB atestam sua existência como movimento renovador da MPB. Contudo, diferente do discurso de Rômulo Fróes sobre o abandono da indústria da música para com os artistas da Nova MPB, esse novo rótulo está sendo utilizado no site Bolacha Discos para categorizar os CDs e DVDs vendidos em sua loja. Por exemplo, os discos “Romanceiro”, de Luiza Borges, “Gambito Budapeste”, de Nina Becker e Marcelo Callado, “Anna Ratto”, de Anna Ratto, “O Tempo Voa”, de Qinho, “Novos tempos”, de Elisa Addor, o DVD “Durantes”, de Matheus Von Kruger, etc.

A Nova MPB também funciona como tag no site LastFM para classificar os músicos brasileiros Rômulo Fróes, Marcelo Jeneci, Thalma de Freitas, Céu, Nina Becker, Márcia de Castro, apontados nas críticas como os representantes da Nova MPB, e também os artistas: Cícero, Silva, Mariana Aydar, Wado, Bárbara Eugênia, Karina Buhr, Tiê, Tulipa Ruiz,

Ana Cañas, etc. Embora não exista uma descrição explicando o que significa a tag “nova mpb”, ela foi criada por 258 pessoas e utilizada no site 955 vezes para classificar os artistas[7].

A Nova MPB organiza o processo de vendas na loja da gravadora independente Bolacha Discos, caracterizando o papel da indústria fonográfica na definição dos gêneros musicais, apontados nos estudos de Simon Frith (1996) e Keith Negus (2005), como forma de transformar a Nova MPB em produto, para posicionar suas músicas no mercado, assim como os aspectos midiáticos apontados pelos estudos da Música Popular Massiva, dos comunicólogos Janotti (2006), Freire (2006) e Amaral (2007), as apropriações do gênero pelos jornalistas, músicos e ouvintes – nas tags do site LastFM - revelam a tentativa de criar um público consumidor desses produtos, com o objetivo também de associar a Nova MPB ao mercado.

Assim, além de propor uma renovação da MPB, a Nova MPB se configura também como gênero musical, e como tal, pode agir segundo regras específicas dos gêneros musicais, na música popular massiva, segundo “regras econômicas (direcionamento e apropriações culturais), regras semióticas (estratégias de produção de sentido inscritas nos produtos musicais) e regras técnicas e formais (que envolvem a produção e a recepção musical em sentido estrito)” (JANOTTI, 2004, p. 192) e mudar constantemente, com efeito do que acontece nos outros gêneros musicais brasileiros, com a criatividade inovadora de seus representantes e em resposta as mudanças tecnológicas, sociais e mercadológicas.

[7] Acesso em 21 de março, 2014, de www.lastfm.com.br/tag/nova%20mpb.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agostini, T., & Costa, M. (2010). Entrevistado do Mês: Romulo Fróes. *Scream & Yell*, São Paulo. Acesso em 21 de março, 2014, de http://screamyell.com.br/site/2010/04/01/entrevista-do-mes-romulo-froes/.

Agostini, T. (2011). Rômulo Fróes: “Minha Geração é das Melhores da História da MPB”. *Último Segundo*. Acesso em 21 de março, 2014, de http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/romulo+froes+minha+geracao+e+das+melhores+da+historia+da+mpb/n1597071755602.html.

Amaral, A. (2007). Categorização dos Gêneros Musicais na Internet – para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma Last.FM. In: Freire, J. & Herschamann, M. (orgs.). *Novos Rumos da Cultura da Mídia*: indústrias, produtos, audiências. Rio de Janeiro: Mauad X.

Anderson, C. (2014). The Long Tail. *Wired*, California. Acesso em 21 de março, 2014, de http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html.

Arruda, R. (2012). Entrevista: Romulo Fróes. *Scream & Yell*, São Paulo. Acesso em 21 de março, 2014, de http://screamyell.com.br/site/2011/08/01/entrevista-romulo-froes/.

Barbosa, M. A. (2012). O Mito da 'Nova" MPB: Quem Vai Chutar Esse Balde?. *Telhado de vidro versão 2.0.1*. Acesso em 21 de março, 2014, de http://www.fubap.org/telhadodevidro/?s=o+mito+da+nova+mpb.

Bressane, R. (2009). Ninguém é de ninguém: a nova realidade. *TRIP*, São Paulo, nº 178. Acesso em 21 de março, 2014, de http://revistatrip.uol.com.br/revista/178/especial/ninguem-e-de-ninguem-a-nova-realidade.html.

Fabbri, F. (1982). A Theory of Music Genres: Two Applications. In Horn, David & Tagg, Philip (org.). *Popular Music Perspectives*. Londres e Göteborg: IASPM.

Freire Filho, J., & Janotti Júnior, J. (2006). *Comunicação e Música Popular Massiva*. Salvador: EDUFBA.

Frith, S. (1996). *Performing Rites: on the Value of Popular Music*. Cambridge/Massachussets: Harvard University Press.

Herschamann, M. (2010). *Indústria da Música em Transição***.** São Paulo: Estação das Letras e Cores.

Janotti, J. (2003a). *Aumenta que isso aí é Rock and Roll: Mídia, Gênero Musical e Identidade.* Rio de Janeiro: E-papers.

Janotti, J. (2003b). À procura da batida perfeita: a importância do gênero para a análise da música popular massiva. In: *Eco-Pós*. *6*(2). Rio de Janeiro: UFRJ.

Janotti, J. (2005). Dos Gêneros Textuais, dos Discursos e das Canções: uma Proposta de Análise da Música Popular Massiva a Partir da Noção de Gênero Midiático. In: Barbosa, M., Berger, C., & Lemos, A. (orgs.) *Narrativas Midiáticas Contemporâneas*. Editora Sulina.

Janotti, J. (2006). Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. *UNIrevista –1* (3).

Janotti, J. (2006b). Mídia e música popular massiva: dos gêneros musicais aos cenários urbanos inscritos nas canções. In: Pryston, Â. (org.). *Imagens da cidade*: *espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas.* (pp. 131-147). Porto Alegre: Sulina.

Napolitano, M. (2002). *História e Música – História Cultural da Música Popular*. (2a ed.). Belo Horizonte: Autêntica.

Negus, K. (2005). *Los gêneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós.

Preto, M. (2011). Cantor Romulo Fróes Fala Sobre Idiossincrasias de sua Geração. *Ilustrada*, São Paulo. Acesso em 21 de março, 2014, de http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/928919-cantor-romulo-froes-fala-sobre-idiossincrasias-de-sua-geracao.shtml.

Preto, M. (2012, abril). Artistas fazem nova MPB mesmo sem apoio das grandes gravadoras. *Serafina*, São Paulo. Acesso em 21 de março,

2014, de http://www1.folha.uol.com.br/serafina/1082810-artistas-fazem-nova-mpb-mesmo-sem-apoio-de-grandes-gravadoras.shtml.

Saldanha, R. M. (2008). *Estudando a MPB*: *reflexões sobre a MPB, Nova MPB e o que o público entende por isso.* Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

Shuker, R. (1999). *Vocabulário de Música Pop*. São Paulo: Hedra.

Silva, A. F. (2006). Fróes Leva Tropicália ao Samba. São Paulo: *Ilustrada*. Acesso em 21 de março, 2014, de http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0609200611.htm.

Skylab, R. (2011). Em Novo Álbum, Romulo Fróes se Distancia dos Ícones da MPB. São Paulo: *Ilustrada*. Acesso em 21 de março, 2014, de http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1306201112.htm.

Tatit, L. (2004). *O Século da Canção*. São Paulo: Ateliê Editorial.

Trotta, F. (2008). Gêneros Musicais e Sonoridade: Construindo uma Ferramenta de Análise. *Ícone*, *10* (2). Recife.