**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
INSTITUTO DE ESTUDOS BRASILEIROS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURAS E
IDENTIDADES BRASILEIRAS**

RENATO GONÇALVES FERREIRA FILHO

**“E a gente faz um país”: sentidos da autonomia artística e
do mercado na obra de Marina Lima e Antonio Cicero no
Brasil da década de 1980**

**SÃO PAULO
2016**

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
INSTITUTO DE ESTUDOS BRASILEIROS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURAS E
IDENTIDADES BRASILEIRAS**

**“E a gente faz um país”: sentidos da autonomia artística e
do mercado na obra de Marina Lima e Antonio Cicero no
Brasil da década de 1980**

RENATO GONÇALVES FERREIRA FILHO

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Culturas e
Identidades Brasileiras da Universidade
de São Paulo, para a obtenção do título
de Mestre em Filosofia.

Área de concentração: Estudos
Brasileiros

Orientador: Prof. Dr. Walter Garcia da
Silveira Junior.

**SÃO PAULO
2016**

DADOS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
Serviço de Biblioteca e Documentação do
Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo

© reprodução total

Ferreira Filho, Renato Gonçalves

"E a gente faz um país" : sentidos da autonomia artística e do mercado na obra de Marina Lima e Antonio Cicero no Brasil da década de 1980 / Renato Gonçalves Ferreira Filho. -- São Paulo, 2016.

Orientador : Prof. Dr. Walter Garcia da Silveira Júnior.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo. Instituto de Estudos Brasileiros. Programa de Pós-Graduação. Área de concentração: Estudos Brasileiros. Linha de pesquisa: Brasil: a realidade da criação, a criação da realidade.

Versão do título para o inglês: "E a gente faz um país" : senses of artistic autonomy and of market at Marina Lima and Antonio Cicero's artist work in Brazil of the 1980s.

Descritores: 1. Lima, Marina, 1955- 2. Cicero, Antonio, 1945- 3. Música popular - Brasil 4. Indústria fonográfica 5. Cultura brasileira I. Universidade de São Paulo. Instituto de Estudos Brasileiros. Programa de Pós-Graduação II. Título.

IEB/SBD33/2016
CDD 780.981

Dedico à professora Marisa Carvalho Pires de Freitas,
professora de português, literatura e redação que,
lá nos primórdios, plantou em mim a semente do pensamento crítico.

AGRADECIMENTOS

“Quem sabe o fim não seja nada e a estrada seja tudo?”, da canção “O meu sim” (Marina Lima/Antonio Cicero), ressoou diversas vezes em meus pensamentos durante a pesquisa. Hoje eu tenho a certeza de que pesquisar é percorrer caminhos. Às vezes esses caminhos são tortos, outrora retos, mas deveras longos. Aonde queremos chegar não sabemos nem no início e nem na chegada. A única certeza que tenho é que nunca estive sozinho. Nunca.

Primeiramente, devo agradecer imensamente o apoio incondicional de meu orientador, Walter Garcia, que, desde o início, abraçou o meu projeto de pesquisa e me ajudou a estabelecer uma forma de pensar que contemplasse tanto o objeto quanto a minha trajetória. Admiro a forma como conduziu os processos nos momentos mais difíceis e também sou muito grato pela parceria neste e em outros projetos, como meu primeiro livro, *Nós duas*, e o seu disco com Marília Calderón, *na cachola*.

Poucos têm o privilégio de poder dialogar diretamente com o seu objeto de pesquisa. Nesses três anos, devo reconhecer e agradecer toda a abertura que Marina Lima e Antonio Cicero permitiram para que, entre eventos e conversas, mesmo que breves, eu pudesse compreender melhor as dimensões de suas obras. Elegantemente, estiveram sempre à disposição e receptivos ao diálogo. Grandes!

Agradeço imensamente aos professores que, nesse processo, acolheram com muita atenção minha pesquisa: Ana Paula Cavalcanti Simioni, Clotilde Perez, Eugênio Bucci, Ivan Marques, João Anzanello Carrascoza, Marcia Tosta Dias, Paulo Iumatti e Sergio Molina. Sem dúvidas, em cada discussão proposta aqui, há um pouco de cada um.

Sim, pesquisar é caminhar. E às vezes por caminhos que parecem tão escuros! “Mas tendo meus amigos por perto, eu acho que não fica tão mal...” (“Acho que dá”, Marina Lima/Tavinho Paes). O apoio imprescindível na reta final de Iatan Boutros Ladeia, Karina Yamamoto, Letícia Bertelli, Lucas Marchezin e Luís Rodolfo Cabral levarei para sempre. Sem vocês, não sei como conseguiria. Muito, muito obrigado! Espero um dia retribuir.

Um abraço enorme para todos aqueles com quem compartilhei angústias, ideias, descobertas e amores e que tanto torceram para que esta pesquisa desse certo, em especial, Adelcio Camilo Machado, Aline Macedo, Amanda Pedrosa, Amanda Scaff, Anita Cavaleiro, Bruna Amaro, Bryan Faustino, Carlos Bispo, Carolina Evangelista, Carolina Paiva, Clenir Bellezi de Oliveira, Daniel Ribeiro, Daniela Vieira, Demétrius Daffara, Diogo Spinelli, Fábio Miranda, Fabrício Ataíde, Fani Hisghail, Felipe Daier, Felipe Torre, Fernando Oliveira, Gabriel Prata, Gabriela Talarico, Gracielle Leão, Helise Fonseca, Inaê Rosas, Inês Barreto, Isabelle Amorim, Leandra Silva, Marília Calderón, Karolina Parrela, Laura Mascaro, Leticia Novaes, Marcelo Poppolino, Marcelo Sembongi, Mariane Rodrigues, Pablo Cardoso, Sheyla Diniz, Thamyres Ferreira, Thaís Lima Nicodemo, Tiago Bosi e Vicky Fantin.

Amigos músicos, como é bom tê-los por perto! Um abraço carinhoso a Chico Saraiva, Guilherme Kastrup, Henrique Ludgério e Kristoff Silva que emprestaram seu tempo às análises musicológicas. Agradeço também à Andrea Caetano, a Arthur Nogueira e a Oleno Netto pela gentileza em fornecer materiais para a minha pesquisa.

Aos queridos colegas do Instituto de Estudos Brasileiros que tive a honra de conhecer, Bel Gradim, Bruno Costa, Eduardo Tadafumi Sato, Guilherme Botelho, Guilherme Freitas, Gustavo Brocanello, Henrique Gerken Brasil, Luciana Cavalcanti, Luciana Diogo, Manuela Nogueira, Mariana Mazze Cerchiaro, Martin Nery, Regiane Matos e Vinícius Gualdo. E, claro, a todos os funcionários do IEB-USP.

Um abraço aos colegas de trabalho com quem aprendo diariamente e que me dão força na jornada dupla de comunicador e pesquisador: Eliane Souza, Gisela Rao, Leda Cichello, Luciana Capobianco, Wagner Tamanaha.

Agradeço aos meus pais, Renato (sim, mesmo nome!) e Andréia por todo o apoio hoje e sempre. É por vocês acreditarem que a educação é importante que estou aqui. É para vocês. Agradeço também à Victoria, minha irmã, que, mal sabe ela, me ajuda com as percepções sinceras de uma criança. Que um dia este trabalho lhe inspire! Aos demais familiares que aquecem a alma: minhas avós Lélia e Regina; meu avô João; minhas tias Diva, Gizele e Gisele; meus primos queridos.

Partiu!

*My definition of my music is something fresh
and a reflection of the times, the politics,
the fashion, the energy. Something new.
Something that is applicable to
what's happening in the world today.*

MADONNA, à ocasião do lançamento
de seu LP *Like a virgin*, em 1984.

RESUMO

A obra de Marina Lima e Antonio Cicero, durante a década de 1980, destacava-se das demais expressões do *pop rock* no Brasil pois, apesar de estar voltada evidentemente ao mercado, possuía uma elaboração estética diferenciada. O presente trabalho visa identificar, nas canções, por um lado, traços de diferenciação dentro do mercado hegemônico e, por outro, a incorporação de uma estrutura de consumo. Para abordar o objeto em suas múltiplas dimensões, mobilizam-se instrumentos teóricos das áreas de comunicação, teoria crítica, psicanálise, musicologia e estudos de gênero. Chega-se à percepção de que Marina Lima e Antonio Cicero compreendem tão bem o mercado que, em vez de alienarem-se das lógicas mercadológicas, utilizam-nas deliberadamente para criar um espaço possível de autonomia artística.

PALAVRAS-CHAVE

Música popular - Brasil; Indústria fonográfica; Cultura brasileira; Lima, Marina, 1955-; Cicero, Antonio, 1945-.

ABSTRACT

Marina Lima and Antonio Cicero's artistic work, during the 1980s, stood out from the other expressions of pop/rock music in Brazil because it had a different aesthetic development, despite being clearly focused on the market. The present study aims to identify, through their songs, differentiating aspects in the hegemonic market and the incorporation of a consumption structure. In order to approach the object in its multiple dimensions, this study mobilizes theoretical instruments of different areas, such as communication, critical theory, psychoanalysis, musicology and gender studies. As results, it is realized that Marina Lima and Antonio Cicero understand so well the market that, rather than alienate themselves from marketing logic, they use it deliberately to create a possible space of artistic autonomy.

KEYWORDS

Popular music – Brazil; Recording Industry; Brazilian Culture; Lima, Marina, 1955-; Cicero, Antonio, 1945-.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 “INVENTAR O QUE NENHUM OUTRO PAÍS INVENTOU”. O imaginário do <i>pop rock</i> brasileiro.....	14
1.1 O <i>pop rock</i> no Brasil da década de 1980.....	15
1.1.1 O valor de gozo do <i>pop rock</i>	18
1.1.2 “Somos os filhos da revolução”? Política e consumo.....	21
1.1.3 Limites do <i>pop rock</i> nacional.....	23
1.2 “Pra começar”: Os fragmentos e o sujeito.....	25
1.2.1 “O que você ama?”.....	32
1.2.2 “Pois tudo raia!”.....	38
2 O NOVO ENTRE O MERCADO E A ARTE. O <i>Manifesto fullgás</i> , a palavra <i>fullgás</i> e o <i>pop</i> de Marina e Cicero.....	43
2.1 “Assim somos nós”. O <i>Manifesto fullgás</i> em debate.....	44
2.1.1 A filiação em questão.....	49
2.1.2 Arte e política.....	54
2.1.3 O novo na música popular.....	56
2.2 Os sentidos de <i>fullgás</i>	58
2.2.1 <i>Fullgás</i> como um significante para a psicanálise.....	58
2.2.2 A cadeia significante de <i>fullgás</i>	60
2.2.3 <i>Desejar</i> o novo é <i>representar</i> o novo.....	61
2.3 O <i>pop</i> de Marina Lima e Antonio Cicero.....	64
2.3.1 A poesia e a letra de música de Antonio Cicero.....	64
2.3.2 Por uma poética entre a poesia e a publicidade.....	68
3 “MESMO QUE SEJA EU”. Gênero, transformação, transgressão e consumo.....	73
3.1 “ <i>Lady sings the blues</i> ”. Uma nova estilística de gênero.....	75
3.2 “Por que não com ela?” – Subversões de gênero em Marina Lima.....	84
3.3 “É meu preço, não faço por menos”. Gênero, <i>pop</i> e consumo.....	93
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS. “Fullgás” como uma síntese entre mercado e da criação artística.....	100
4.1 “Fullgás”: entre “você” e o “país”.....	101
4.2 “É lá que eu vou estar”: entre o espetáculo e o Real.....	103
4.3 Considerações finais.....	107
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	108
5.1 Livros.....	108
5.2 Monografias, dissertações e teses.....	111
5.3 Artigos científicos.....	111
	10

5.4	Textos divulgados na imprensa	111
5.5	Discografia e videografia	112

INTRODUÇÃO

Marina Lima e Antonio Cicero, usualmente, são identificados como donos de uma obra autoral singular. As letras de Antonio Cicero aliadas à performance de Marina Lima resultariam em um “*pop* refinado”, uma leitura deveras simplista, que, apesar de não dar conta do objeto em sua totalidade, aponta para uma convivência possível entre o que é mercadológico (*pop*) e o que é esteticamente elaborado (refinado) e, portanto, autônomo artisticamente.

Irmãos, Marina Lima e Antonio Cicero começaram a compor músicas quando ela musicou um poema dele na década de 1970. Ele se tornava um letrista e ela uma cantora e compositora que lançaria seu primeiro LP em 1979. Com um início desses, chega a ser tentador querer abordar a obra através da dicotomia entre música e poesia, como se esses fossem aspectos que pudessem ser a qualquer momento dissociados. Porém, na canção popular-comercial, não são. Inclusive, no contexto em que a obra está imersa, há muitas outras dimensões, como a imagem e a performance. Nesse sentido, o que se segue é uma exploração de caráter ensaístico que tenta expor um panorama de questões a fim de chegar a um esboço de síntese. Apoiando-se em uma abordagem multidisciplinar, são mobilizados instrumentos teóricos oriundos das áreas de comunicação, teoria crítica, psicanálise, musicologia, sociologia e estudos de gênero.

Como recorte, optou-se focar, na discussão, no disco *Todas ao vivo* (1986), de Marina Lima, por condensar questões do mercado e da autonomia artística no período mais profícuo da parceria entre Marina Lima e Antonio Cicero, a década de 1980. Tendo sido o registro de um show que apresentava no repertório canções dos dois LPs anteriores, *Fullgás* (1984) e *Todas* (1985), foi lançado no auge do *pop rock* nacional como a mais expressiva fatia de lucro na indústria fonográfica e em meio a um processo político de transição democrática. Marina e Cicero estavam, à época, em uma posição de destaque mercadológico ao mesmo tempo em que refletiam sobre o fazer artístico em relação à política.

Estaremos a todo momento caminhando por entre dois polos que atrairão o objeto: o mercado e a arte. Enquanto canção de consumo, empregaremos abordagens que dizem respeito às lógicas de mercado, área de domínio e formação do

pesquisador. Enquanto obra de arte dotada de elementos estéticos, tentaremos desenvolver análises que partam da canção para exprimir sentidos e promover interpretações.

Nossa discussão parte de uma análise do imaginário cultural da década de 1980, no qual o *pop rock* e a política trabalharam com imagens paralelas e com o qual a obra de Marina Lima e Antonio Cicero dialogou. Passa-se, depois, pelo *Manifesto fullgás*, a criação da palavra *fullgás* e o formato das canções da dupla, a fim de enxergarmos traços de singularidade dentro do mercado. Logo após, a performance de Marina, um dos principais aspectos de diferenciação, é abordada à luz do gênero e da sexualidade e nela são discutidas as fronteiras entre subversão, sedução e consumo. Por fim, apontam-se caminhos de interpretação a partir da canção “Fullgás”, como se ela sintetizasse, de certa forma, sentidos entre mercado e autonomia artística na obra de Marina Lima e Antonio Cicero.

1 “INVENTAR O QUE NENHUM OUTRO PAÍS INVENTOU”. O imaginário do *pop rock* brasileiro

*Eram os outros românticos, no escuro
Cultuavam outra idade média situada no futuro
Não no passado*

CAETANO VELOSO, “Os outros românticos”

Brasil, ano de 1986. Marina Lima, após a performance de um *medley* que juntava um clássico de Billie Holiday, “Lady sings the blues” (Holiday/Nichols), “Doida de rachar (Maxine)”, uma versão da artista para a canção norte-americana “Maxine” (Donald Fagen), e a canção “Fullgás” (Marina Lima/Antonio Cicero), declama um discurso de cunho político. Toda a performance é registrada e comercializada em um dos LPs mais vendidos daquele ano, o disco *Todas ao vivo*.

“No LP, nesse disco meu que se chama *Todas*, nesse disco, tem uma canção que se chama ‘Correndo atrás’. A letra, a letra fala assim: ‘correndo atrás, querendo chegar lá’. Quando eu canto essa canção hoje em dia eu penso no Brasil, no nosso país. Não existe caminho, viaduto, túnel, nenhum caminho direto que leve a plena realização de um país. Mas a gente tem que tentar. É preciso tentar. A gente vai ter que inventar o que nenhum outro país inventou. Nós vamos ter que voar, e vamos voar” (LIMA, 1986, Faixa 1, Lado B)¹.

Política e mercado fonográfico comungaram um mesmo imaginário na década de 1980. No plano político brasileiro, o ano de 1986 encontrou-se em meio ao chamado processo de “transição democrática”, segundo Daniel Aarão Reis Filho (2014, p. 125), como veremos no decorrer do estudo. Cronologicamente, tal processo foi iniciado em 1979, com a revogação das leis de exceção, e só foi concluído em 1988, com a aprovação da nova Constituição. Destaca-se, no período, além da articulação dos sindicatos, a campanha das Diretas-Já, entre 1983 e 1984, caracterizada por “dezenas de comícios de massa” pelo país e que chegou a reunir, na reta final, 1 milhão de pessoas no Rio de Janeiro e 1,5 milhão em São Paulo, segundo dados de Daniel Aarão Reis Filho (2014, p. 144). Paralelamente, o *pop rock* brasileiro, no ano de 1986, representava uma lucrativa fatia do mercado fonográfico. Marina Lima e Antonio Cicero estão imersos nesses contextos brevemente expostos

¹ A principal reiteração dessa fala diz respeito às ideias a seguir, presentes no *Manifesto Fullgás* (1984): “Não há um caminho real para fazer algo que enriqueça o mundo” e “é claro que o novo vem sempre de onde menos se espera”. In LIMA, 1984, encarte.

não só por serem contemporâneos a eles, mas também por dialogarem com essas duas dimensões. Em termos mercadológicos, as canções de Marina Lima e Antonio Cicero estavam em meio a uma amálgama do *pop rock* da década de 1980.

O repertório do LP *Todas ao vivo* (1986), que foi “disco de platina”, título que é dado aos discos que tenham vendido acima de 250 mil cópias, traz 6 composições do *pop rock* nacional. Foram selecionadas composições de Kiko Zambianchi ("Eu te amo você"), Nelson Motta (fazendo a versão de uma canção de Polacci, "Veneno"), Paula Toller e Herbert Vianna ("Nada por mim"), Lobão ("Noite e dia", com Júlio Barroso, e "Me chama") e da banda Legião Urbana ("Ainda é cedo").

	Faixa	Título	Compositores
Lado A	Faixa 1	“Pra começar”	(Marina Lima / Antonio Cicero)
Lado A	Faixa 2	“Ainda é cedo”	(Ico Ouro-Preto / Dado Villa-Lobos / Renato Russo / Marcelo Bonfá)
Lado A	Faixa 3	“Veneno (Veleno)”	Polacci / Versão: Nelson Motta
Lado A	Faixa 4	“Noite e dia” / “Me chama”	(Lobão / Julio Barroso) / (Lobão)
Lado A	Faixa 5	“Difícil”	(Marina Lima / Antonio Cicero)
Lado B	Faixa 1	“Lady sings the blues” / “Doida de rachar (Maxine)”	(Holiday / Nichols) / (Donald Fagen / Versão: Marina Lima)
Lado B	Faixa 2	“Fullgás”	(Marina Lima / Antonio Cicero)
Lado B	Faixa 3	“Nada por mim”	(Herbert Vianna / Paula Toller)
Lado B	Faixa 4	“Eu te amo você”	(Kiko Zambianchi)
Lado B	Faixa 5	“Põe pra fora”	(Marina Lima / Antonio Cicero)

Tabela 1.1 Relação de canções no LP Todas ao vivo (1986)

Tentemos, por ora, examinar os diálogos possíveis entre o imaginário cultural da época, que se confundia com o momento político, e a obra de Marina Lima e Antonio Cicero.

1.1 O pop rock no Brasil da década de 1980

O *rock*, na década de 1980, representou uma lucrativa fatia do mercado fonográfico brasileiro. Segundo Marcia Tosta Dias (2000, p. 82), dirigido ao consumidor jovem, o gênero "desenvolveu-se a partir de dois movimentos complementares: ecos do processo de mundialização da cultura e, consequentemente, da produção fonográfica". A produção fonográfica brasileira não surgiu do nada. Durante a década de 1970, a indústria fonográfica brasileira consolida-se a partir de quatro principais fatores de transformação, como aponta Dias (2000, pp. 56-65), a saber: (1) os processos administrativos e estratégicos da indústria fonográfica e no mercado de shows foram cada vez mais aprimorados; (2) a chegada do produto LP (*Long play*) permitiu a consolidação de *casts* estáveis nas gravadoras, com artistas de renome que formavam um público consumidor fiel, e, por outro lado, o investimento em artistas de mercado, cujos estilos passavam com a moda; (3) a invasão de canções estrangeiras devido à facilidade de importação e prensagem do disco por parte de gravadoras transnacionais e à sua alta vantagem competitiva; e, por fim, (4) a integração da música nas engrenagens da indústria cultural e do entretenimento, como o caso da Som Livre, gravadora da Rede Globo de Televisão, que prensava os títulos que faziam parte das trilhas sonoras de suas novelas.

A máquina da indústria fonográfica já estava preparada para obter êxito em suas ações. Amparadas por estratégias mercadológicas e administrativas, como a divisão entre artistas de mercado, que surgiam com as ondas de sucesso e tão logo desapareciam, e artistas de catálogo, que vendiam pouco mas traziam prestígio, as gravadoras sabiam exatamente o que e como investir. Ao final da década de 1970, a racionalização da produção fonográfica chegou a tal ponto que permitiu que os executivos da indústria pudessem perceber que era necessário um ajuste estratégico: enquanto, no Brasil, o consumidor de discos "tinha mais de 30 anos", "no mercado internacional, esse comprador tinha de 13 a 25" (DIAS, 2000, p. 82). Prontamente, produtores como André Midani, fundador da WEA, empenharam-se em buscar um mercado jovem que, no início da década de 1980, iria mirar no jovem classe média-alta do Rio de Janeiro para empreender o próximo passo da indústria fonográfica: uma nova forma do *rock*.

Em 1982, segundo Ricardo Alexandre (2013, p. 42), "um novo comportamento jovem começou a brotar, alheio à grande mídia, imperceptível para quem não estivesse nas ruas, nas praias, vivendo com gente de verdade". Como

síntese, o filme *Menino do Rio*, de Antonio Calmon, lançado no mês de janeiro daquele ano, capturava "uma postura romântica e desideologizada" de jovens de classe média da Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Nelson Motta, que assinou a direção musical do filme, afirma que:

"O Rio era um paraíso ainda, sem a guerra civil que começaria pouco depois. Na praia é que tudo acontecia, onde se formavam grupos de teatro e música, amizades, críticas, festas, produções. Era uma época de liberação política e a arte que florescia só poderia mais livre, mais forte, mais crítica e audaciosa" (MOTTA apud ALEXANDRE, 2013, p. 43).

Os adjetivos parecem exagerados mas não são, pois os superlativos e o romantismo das definições retratam essa juventude que, apesar de específica, formatará a tipologia de consumidor ideal para o *pop rock*. "Gente linda, bronzeadas, de biquíni, canga, short e camiseta, pranchas de areia e muita festa". Nas palavras de Maria Juçá (2014, p. 48), era essa a nova juventude que frequentava o Circo Voador, espaço de shows na praia do Arpoador que reunia bandas em início de carreira como a Blitz e a Barão Vermelho. Em pouco mais de dois anos, esse *rock*, antes restrito ao circuito da Zona Sul carioca, tornou-se *pop* e ganhou o mercado com força.

"O respaldo da crítica, o interesse das gravadoras e um imenso mercado adolescente levam em pouco tempo os novos roqueiros à posição de grandes vendedores de discos do país. (...) Os dados de 1984 apontam que, na WEA, o *rock* era responsável por 80% das vendas da gravadora que detém sob contrato 14 grupos de *rock* contra 7 das demais áreas. Na ODEON, o *rock* correspondia por 50% das vendas, o dobro da cifra de 1983. E a CBS lançou 10 novos artistas ligados ao *rock* e 2 intérpretes da MPB tradicional" (GUERREIRO, 1993, p. 61)

O repertório *pop rock* nacional presente no disco *Todas ao vivo* foi composto por artistas articulados na indústria *mainstream*, posição ocupada pela própria Marina. Kiko Zambiacchi e a banda Legião Urbana lançavam, em 1985, seu LPs de estreia pela EMI-ODEON, *Choque* e *Legião Urbana*, respectivamente. Também pela EMI-ODEON, Hebert Vianna, vocalista da banda Os Paralamas do sucesso, havia lançado três LPs, *Cinema mudo* (1983), *O passo do Lui* (1984) e *Selvagem?* (1986). Paula Toller, que era vocalista da banda Kid Abelha, até o ano de 1986, já havia lançado dois LPs pela WEA, *Seu espião* (1984) e *Educação sentimental* (1985). Lobão chegaria à marca de 350.000 discos vendidos em 1987, com o LP *Vida bandida*, seu terceiro disco solo pela RCA-Ariola. Sem dúvidas, um local privilegiado e de grande alcance.

1.1.1 O valor de gozo do *pop rock*

Delimitar o que era “*rock*”, “*pop*” ou “*pop rock*”, na década de 1980, pode tornar-se uma tarefa quase impossível, caso desejemos ser rigorosos com os parâmetros de nossa análise. Ao fazermos uma breve revisão bibliográfica, encontramos, muitas vezes, em um mesmo estudo, o uso dos termos “*rock*” e “*pop rock*” referindo-se ao mesmo objeto. Em outros momentos, o “*pop*” é tido como algo que desqualificaria a produção do *rock*. Compete-nos ater ao fato de que, por um lado, o mercado, ao classificar certas expressões como “*pop*” ou “*rock*”, a elas determinava seu valor de troca na indústria fonográfica, ou seja, o valor intrínseco à mercadoria em circulação. Por outro lado, era necessário que algo nessas produções, ou melhor, nas imagens [se considerarmos que “todos os traços estéticos das mercadorias confluem para a imagem, da qual, por sua vez, irradiam as características de cada mercadoria” (HAUG apud BUCCI, 2002a, p. 65)] pudesse nos levar a classificá-las como “*rock*”, “*pop*” ou “*pop rock*”. Falemos, portanto, da estética da mercadoria e dos efeitos que ela projeta para o consumo.

“A estética da mercadoria, industrialmente e, portanto, socialmente fabricada no imaginário, expressa-se pela imagem da mercadoria, que constitui o desejo para o sujeito, sendo dotada, nessa direção, de uma promessa de gozo cujo valor de troca da própria mercadoria”. (BUCCI, 2002a, p. 66).

A mercadoria assim, não só se destinaria ao consumidor, como também carrega uma promessa de gozo. É importante apontarmos que a formulação de Eugênio Bucci aproxima o conceito de forma mercadoria desenvolvido por Karl Marx, no campo econômico e filosófico, do conceito de valor de gozo desenvolvido por Jacques Lacan, no campo da psicanálise. Tal aproximação ainda se dá à luz da conceituação da “sociedade do espetáculo” apresentada por Guy Debord (1997), como veremos no decorrer da nossa discussão. Mas, por ora, atentemo-nos à questão da mercadoria em si. A formulação citada parte da conceituação da “mercadoria” que, segundo Marx (apud BUCCI, 2002a, p. 56), “é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual, pelas suas propriedades satisfaz naturezas humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa”. Eugênio Bucci e Rodrigo Venâncio, a partir desse ponto, avançam no que diz respeito à imagem da mercadoria:

“Na imagem da mercadoria (ou na condição de imagem que é própria da mercadoria) reside o além da utilidade corpórea. Esse além é aquilo que Karl Marx, no século XIX, chamou de fantasia. Em síntese, a mercadoria não apenas tem uma imagem; não se trata de afirmar que uma das faces da mercadoria é a imagem, mas, ir além, é como imagem que a mercadoria circula e por meio da imagem ela realiza seu valor de troca. A imagem acabou por se tornar a âncora e o centro da mercadoria” (BUCCI e VENÂNCIO, 2014, p. 142).

Em outras palavras, “a imagem (da mercadoria ou como mercadoria) carrega um significante e se oferece como um significado ao sujeito movido pelo desejo inconsciente” (BUCCI, 2002a, p. 62). Sendo assim, o *valor de gozo* que determina o valor de troca de uma mercadoria tem como destinatário um sujeito que a consome, em parte, guiado pelo desejo.

O sujeito ao qual os objetos de consumo se destinam é o sujeito lacaniano, o *sujeito barrado*. Para Lacan, “o sujeito busca nos pequenos objetos de seu desejo – pelos meandros da linguagem – a completude que lhe foi arrancada pelo interdito” (BUCCI, 2002b, p. 206). O interdito do gozo é o que guiará, inconscientemente, seus desejos que, por sua vez, buscarão reencontrar, em sua experiência no mundo, aquilo que lhe foi retirado ou negado. Segundo Vladimir Safatle (2004, p. 161), “não se trata simplesmente de reencontrar um objeto no sentido representativo da palavra ‘objeto’, mas de reencontrar uma ‘forma relacional’ encarnada pelo tipo de ligação afetiva do sujeito ao seio, à voz, aos excrementos etc.” A fórmula que representa o sujeito barrado em relação ao pequeno objeto *a*, isto é, aquilo que o preenche, chama-se “fantasma” que, nas palavras de Bucci e Venâncio (2014, p. 149), “nada mais é que a junção entre aquele que é faltante e o seu objeto, junção cimentada pelo sujeito”. Contudo, o fantasma é do plano do imaginário, pois os significados são exteriores aos *objetos a* em si. Nesse sentido, as mercadorias que circulam na indústria espetacular operam como pequenos *objetos a*, dotados de valor de gozo que complementarão sujeitos barrados, ou seja, as mercadorias se oferecem enquanto significados a sujeitos faltantes.

Na sociedade do espetáculo, tal qual formulou Guy Debord (1997, p. 13), “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”. E, nesse sentido, “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). Através desse movimento, podemos considerar que há o acúmulo de representações na esfera social, isto é, de imagens

que mediam as experiências sociais e que, somadas às imagens industrialmente fabricadas, constituem um imaginário. O sujeito faltante buscará seu pequeno *objeto a*, nesse plano, uma vez que a única relação afetiva possível com a parte que promete lhe preencher se dará através do fantasma. Portanto, mais uma vez, não se deve falar do *rock* propriamente dito, mas sim da imagem do *pop rock*. Dotadas de valor de gozo, as imagens representam ou significam algo para alguém.

Tentar classificar o *rock* não será possível senão a partir de um conjunto simbólico que tange a mercadoria, como Marina Lima, em 1987, tentou classificar:

“*Rock* é comportamento: de vida, de contestação, da gente ir contra o que é convencional. É nossa maneira de dizer não, fim e chega para outras coisas. De ser à margem do banal. É uma música vital, embora o que eu faça seja mais *cool*, *mild*, mais *funk* até”. (BIZZ, janeiro de 1987, p. 38)

O que justifica a possibilidade do *rock* significar não só um gênero musical mas também uma “maneira de vida” é o evidente valor de gozo atribuído a suas expressões. A imagem do sujeito ao qual o *rock* se destina é a do jovem. E aos jovens, o que é “novo”, “ousado”, “urbano”. Nessa chave de compreensão, a banda Blitz e sua “Betty frígida”², Legião Urbana se auto intitulado “os filhos da revolução”³ e RPM proclamando a revolução⁴ são imagens dotadas de valor de gozo que, através da indústria fonográfica, entraram em circulação no plano do imaginário social com a promessa de “novidade”, “contestação” e “juventude” – imagens de um ideário.

Nesse sentido, é interessante notarmos que até artistas consolidados da MPB, como Caetano Veloso e Gal Costa, chegaram a se aproximar do gênero em uma tentativa de atualizar seus repertórios. Em 1983, Caetano Veloso lançou, no LP *Uns*, as canções, consideradas “*rock*”, “Eclipse oculto” (Caetano Veloso) e “Bobagens, meu filho, bobagens”, essa última de autoria de Marina Lima e Antonio Cicero. Em 1984, no LP *Velô*, se aproximou ao *rock* novamente com canções como “Podres poderes” (Caetano Veloso), “Grafitti” (Caetano Veloso/Waly Salomão/Antonio

² A canção “Betty Frígida”, composta por Antônio Pedro/Patricia Travassos/Ricardo Barreto/Evandro Mesquita, está presente no terceiro LP da banda, *Radioatividade* (1983).

³ Estamos nos referindo à canção “Geração Coca-Cola”, de autoria de Renato Russo, vocalista da banda. Está presente no LP de estreia da banda, *Legião urbana* (1985).

⁴ Estamos nos referindo ao ideário que compunha o nome da banda: “revoluções por minuto”, que também foi título do álbum de estreia da banda, em 1985.

Cicero), “Sorvete” (Caetano Veloso) e “Shy moon” (Caetano Veloso). No mesmo ano, Gal Costa gravou “Vaca profana” (Caetano Veloso) e “O revólver do meu sonho” (Roberto Frejat/Waly Salomão/Gilberto Gil), no LP *Profana*. A MPB se aproxima do *pop rock* para renovar-se, mesmo que momentaneamente.

A ousadia que o gênero proclamava, na visão de Ricardo Alexandre, não coube somente à produção musical:

“Historicamente, o *rock* sempre fez muito menos sentido como um estilo de regrinhas definidas do que quando musicou o discurso da juventude urbana de uma época e de um lugar. O *rock* brasileiro dos anos 80 era assim. Tanto poderia ser o rock de breque da Blitz ou o pop no capricho de Lulu Santos quanto o *rock’n’roll* do Barão ou o punk lascado dos Inocentes. Ou poderia ser um filme, como Menino do rio. Ou um livro, como *Feliz ano velho*, de Marcelo Rubens Paiva, publicado em 1982 e que, em pouco mais de um ano, esgotou sua tiragem 25 vezes. O importante era que fosse novo, diferente, esteticamente ousado e falasse a linguagem das ruas” (ALEXANDRE, 2013, p. 130 – 131).

Como podemos notar, o campo de delimitação do gênero do *pop rock* era amplo, porém sua principal chave de compreensão deveria estar relacionada ao “novo”, mesmo que tal adjetivo possa parecer impreciso, questão que estará refletida na obra de Marina Lima e Antonio Cicero. Além da problematização do valor de gozo das imagens do *pop rock* brasileiro, para compreender a produção autoral de Marina e Cicero, entre 1984 e 1986, é necessário delimitarmos o espaço no qual ambos se posicionaram. Sob o rótulo do “*pop*”, tal lugar ia além do *rock* e da MPB.

“O que me interessa é o fato de que não existia uma música *pop* no Brasil. Ou era *rock*, *rock*; ou era brega, brega. Eu me proponho a misturar tudo isso e fazer música *pop* no Brasil. Hoje existe uma música *pop* brasileira. Na questão musical nós estamos à altura do mundo. E não é só a MPB” (LIMA in BIZZ, Fevereiro, 1988, p. 35).

1.1.2 ‘Somos os filhos da revolução’? Política e consumo

Entre os planos cultural e político brasileiro da década de 1980, podemos perceber uma comunhão de assuntos. O imaginário do *pop rock* e as representações de um processo político de transição democrática não demoraram a se confundirem. Contrastando o *pop rock* à MPB, Julio Medaglia, em 1984, afirmou que:

“Cheguei a comentar com o pessoal do comitê pró-diretas que quem está com as antenas ligadas compondo a verdadeira trilha sonora dessa opereta chamada Brasil são os grupos de música alternativa – eles, portanto, é que devem estar ao nosso lado. Na realidade, o Ultraje a Rigor com o seu “a gente somos inútil”, o Eduardo Dusek com sua “Doméstica” (...) nos apresentam as mais criativas crônicas de nossa realidade – o que confere a seus trabalhos uma original e atualíssima dimensão política, aparente e inicialmente insuspeitada” (MEDAGLIA in FOLHA, 3 de junho de 1984, Caderno Ilustrada, p. 3).

Algumas canções do *pop rock* nacional tornaram-se emblemáticas – e nem entremos no mérito da canção, mas sim na circulação social de suas imagens. A canção “Inútil” (Roger Rocha Moreira), da banda Ultraje a Rigor, em 1984, por exemplo, “chegaria mesmo a entrar para o anedotário político, quando o deputado Ulysses Guimarães ameaçou enviar o disco para o porta-voz do governo, Carlos Átila, que acusava a campanha das diretas de estar desestabilizando o processo sucessório” (SEVERIANO e MELLO, 1998, p. 315). Falamos em “comunhão” a partir do momento em que podemos equiparar, no plano das imagens, o *pop rock* e o processo de “transição democrática”, esse último assim sintetizado por Daniel Aarão Reis Filho:

“Chamamos de transição democrática o período que se inicia com a revogação das leis de exceção, os Atos Institucionais, em 1979, e termina com a aprovação de uma nova Constituição, em 1988. De transição, porque nele se fez um complicado e acidentado percurso que levou de um estado de direito autoritário, ainda marcado pelas legislações editadas pela ditadura, conhecidas como ‘entulho autoritário’, a um estado de direito democrático, definido por uma Constituição aprovada por representantes eleitos pela sociedade” (REIS, 2014, p. 125).

Entre o velho (os “entulhos autoritários”) e o novo (a democracia), o cenário político do momento e suas representações (se retomarmos à ideia de que as relações sociais, na sociedade do espetáculo, são mediadas pelas imagens) se equiparavam ao *pop rock* justamente pela essência comum aos dois: a aparente ruptura com o passado e a intenção e o desejo do novo. Falou-se bastante no *pop rock*, na imagem da “revolução”. A palavra em si, enquanto imagem, era dotada de um valor de gozo que estava destinado, imaginariamente, ao extrato social jovem e, consequentemente,

determinava um alto valor de troca para o *pop rock* (como vimos anteriormente através dos investimentos das gravadoras).

Talvez uma das melhores ilustrações dos extremos desse valor de gozo esteja no caso de sucesso da banda RPM. Tendo lançado o seu primeiro LP em 1985, o *Revoluções por minuto*, a banda formada por Paulo Ricardo, Luiz Schiavon, P.A. e Fernando Deluqui se transformou em um fenômeno nacional. Como podemos analisar através do programa Globo Repórter Especial, realizado em 1986⁵, a banda viajou pelo país arrastando milhares de adolescentes. Uma cena, em particular, nos chama a atenção: na porta de um hotel onde a banda estava hospedada (antes ou depois de um show), uma multidão de meninas, em média, de 14 e 16 anos, seguram cartazes e esperam os integrantes saírem. Pedro Bial, então repórter do programa, questiona a uma das garotas: “o que quer dizer ‘revolução’?”. Ela hesita em responder e diz: “ah, revolução dos jovens”. O repórter insiste na pergunta, “mas o que quer dizer a palavra ‘revolução’?”. Visivelmente sem ter certeza do que está dizendo, a garota responde: “ah, mudar o que era antes para o que é agora, o que era de ruim para o que é melhor”. A entrevista que se segue é interrompida por uma gritaria: os integrantes acabam de sair do hotel em direção ao ônibus que os aguardava e as garotas se reúnem para tocá-los, agarrá-los, enfim, conhecer seus ídolos. O que vemos aqui, notadamente, é um aparente esvaziamento da palavra “revolução” em detrimento do valor de gozo da imagem dos roqueiros – tanto faz, para as fãs da banda, o conceito da palavra “revolução”, o que importa para elas é poder conhecer seus ídolos.

1.1.3 Limites do *pop rock* nacional

É digno de nota que, em 1988, o *pop rock* brasileiro já apresentava sinais de crise. Uma reportagem na Revista Bizz promoveu o debate entre artistas do gênero para discutir o “futuro do *rock* Brasil”, para utilizarmos os termos empregados na edição. Como empecilhos, foram listados “a pobreza de recursos, a estreiteza de visão, os vícios da mídia e a prepotência da indústria” (BIZZ, Fevereiro, 1988, p. 48). O fato é que o formato que anteriormente havia impulsionado o *pop rock*, aparentemente, havia se esgotado. Se um dos sentidos do imaginário *pop rock* foi o da

⁵ RÁDIO pirata ao vivo. Globo Marcas, p. 1986, 2010. 1 DVD

novidade, podemos supor que o “novo” uma hora ficaria ultrapassado – ainda mais que, para existir o “novo” no *pop rock*, pregou-se a ruptura. Sendo uma mercadoria, ainda podemos problematizar que, a todo momento, o “novo” será trocado por algo “mais novo ainda”, sob a égide da obsolescência programada. Além disso, a “revolução” outrora proclamada opera somente no plano do imaginário, não tendo qualquer efetividade prática, afinal “o espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo” (DEBORD, 1997, p. 17).

Segundo Marcia Tosta Dias (2000, p. 86), a indústria fonográfica, na década de 1980, constatou e aproveitou “a debilidade do mercado de bens culturais destinados aos jovens, o baixo custo da produção do *rock* e fatores de ordem conjuntural (tais como ‘a crise’, insatisfações, irreverência, busca de ‘novidades’) que faziam extremamente atual, no Brasil e no mundo, o *rock* como produto cultural, quase 30 anos depois do seu surgimento”. A autora toca em um ponto crucial: por que o *pop rock* novamente surgiu no mercado fonográfico com ares de novidade? Ao olharmos para o passado brasileiro, um dos principais momentos do gênero foi a Jovem Guarda. Produzido, em 1965, pela TV Record, o movimento musical encabeçado por Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa foi um dos primeiros fenômenos de massa. Seu foco era o público jovem e, na visão de Pedro Alexandre Sanches (2004, p. 46), “entretinha adolescentes sem lhes instilar ideais subversivos fumegantes como os dos próceres do protesto”. A novidade da Jovem Guarda, cujas bases estavam no iê-iê-iê norte-americano, surgia como uma possibilidade de consumo jovem. E a história se repetiu quase 30 anos depois. Não que, durante a década de 1970, o *rock* não tenha existido, mas não foi “*pop*”, no sentido de ser popular. Não houve investimentos substanciais no gênero para torná-lo um produto de consumo. A hipótese de Ricardo Alexandre (2013, p. 132) culpa a censura da ditadura militar então em trânsito como principal fator que não permitiu que o *rock* evoluísse entre a Jovem Guarda e a década de 1980.

A novidade do *pop rock* da década de 1980 só fez sentido à luz de seu contexto. Deslocadas desse cenário político e cultural, as canções perdem seus sentidos e até tornam-se destituídas do valor de gozo que outrora possuíam. Um exemplo disso está no disco *Veneno antimonotonia* de Cássia Eller, gravado e lançado em 1997, com composições de Cazuza e parceiros, que fez uma leitura anacrônica que

não revela o que suas canções em seu contexto original significavam. Cantar versos como “Brasil / mostra a tua cara / quero ver quem paga / pra gente ficar assim”, da canção “Brasil” (Cazuza / George Israel / Nilo Romero), lançada no LP *Ideologia* (1988), de Cazuza, não possui a mesma força ou o mesmo sentido do que, em 1988, no contexto de um país que, após anos, viria a ter a experiência da democracia, recém conquistada.

Em meio à amálgama do *pop rock* nacional da década de 1980, Marina Lima e Antonio Cicero trabalham com um imaginário no qual o passado está superado. Na canção “Pra começar”, que abre o disco *Todas ao vivo*, como veremos a seguir, o passado está estilhaçado e o futuro só dependerá do sujeito.

1.2 “Pra começar”: Os fragmentos e o sujeito.

“Pra começar”, cuja letra é transcrita abaixo, é estruturada em duas partes (A e B) e contém 4 estrofes ao total. Na gravação ao vivo, de 1986, ambas as partes se repetem ao final.

Pra começar
(Marina Lima / Antonio Cicero)

Parte A

Pra começar
quem vai colar
os tais caquinhos do velho mundo?

Pátrias, famílias, religiões
e preconceitos
quebrou, não tem mais jeito

Parte B

Agora descubra de verdade
o que você ama
que tudo pode ser seu

Se tudo caiu, que tudo caia
pois tudo raia
e o mundo pode ser seu

A canção se inicia sob o signo da quebra. A partir de uma pergunta (“pra começar / quem vai colar / os tais caquinhos do velho mundo?”), há a exposição de um cenário que nos é apresentado de forma fragmentada. São traços do “velho mundo”, “pátrias, famílias, religiões e preconceitos”, formas que se fazem presentes nas relações entre o sujeito e a sociedade. Note-se que, por exemplo, pela ordem de apresentação dos termos no verso, podemos compreender que, se as “religiões”, enquanto estruturas teológicas e sociais, precedem os “preconceitos”, o preconceito em si é posto mais como uma construção social do que como uma crença individual – por mais que ambas as instâncias, sociais e psíquicas, possam se relacionar na constituição de um preconceito. Portanto, o cenário que inicia a canção define um contexto social, que, no plano imaginário – isto é, no plano das imagens -, é apresentado de forma fragmentada.

Sob a égide da ideia apontada por Marcia Tosta Dias (2000) de que o *pop rock* brasileiro é, em parte, fruto de ecos da mundialização da cultura, não seria distante trazermos, para a discussão, imagens construídas no filme *Pink Floyd the wall*, do

diretor inglês Alan Parker⁶, de 1982, inspirado pelo disco *The wall* (1979) da banda de rock Pink Floyd⁷, que também está presente como trilha sonora. Retratando a história de um roqueiro, o filme nos apresenta cenas, por vezes perturbadoras, do consciente (ou inconsciente?) da personagem, representado, metaforicamente, por um muro. Através de uma narrativa sem um encadeamento lógico aparente, são alguns dos temas principais a ausência de seu pai, cenas de terror da Segunda Guerra Mundial e a figura de líderes autoritários (na qual o próprio roqueiro, em alguns momentos, se projeta). Como pano de fundo, uma Europa marcada pelas lembranças da guerra e pela lógica imperativa do consumo. Uma das sequências mais emblemáticas do filme tem como trilha a canção “Another brick in the wall” (Roger Waters)⁸, que, em 1980, foi uma das canções estrangeiras de maior sucesso no Brasil (SEVERINO e MELLO, 1998, p. 275). Partindo do cenário de um internato infantil (já presente na canção), no qual reinam o doutrinamento e a obediência, o vídeo traz a imagem de um muro (“wall”), do qual fazem parte, como tijolos (“brick”), as crianças matriculadas. Em uma das cenas dessa sequência, em cima desse muro, os alunos, usando máscaras com faces idênticas e sem marcas de expressão, estão dispostas em uma linha de montagem industrial para serem trituradas por um moedor de carne, que as transformam em uma massa homogênea. Exposto esse quadro, o discurso da canção condena a obediência (“we don’t need no education / we don’t need no thought control”⁹) e clama pela revolução (“teacher, leave them kids alone”¹⁰). Perto do final da sequência, há, então, um movimento de desobediência das crianças que

⁶ Alan Parker é um diretor de cinema inglês que iniciou sua carreira, em 1971, como escritor do filme *Melody*. Antes do filme *Pink Floyd the wall* (1982), obteve reconhecimento dirigindo o filme *Midnight Express* (1978), que foi nomeado ao Oscar, prêmio máximo do mercado cinematográfico, em seis categorias (inclusive, na categoria de melhor direção).

⁷ Pink Floyd é uma banda inglesa de rock formada em 1965. Tendo variado sua formação, teve como integrantes, entre 1967 e 1980, o vocalista e baixista Roger Waters, o vocalista e tecladista Richard Wright, o vocalista e guitarrista David Gilmour e o baterista Nick Mason. Em sua discografia, destacam-se, além de *The wall* (1979), os álbuns *Atom heart mother* (1970) e *Dark side of the moon* (1973).

⁸ Em tradução literal: “outro tijolo na parede”. A canção, no disco e no filme, foi dividida em três partes (“Part I”, “Part II” e “Part III”). A principal parte, para a presente análise, é a segunda, “Part II”.

⁹ Em tradução literal: “não precisamos de nenhuma educação / não precisamos de nenhum controle mental”.

¹⁰ Em tradução literal: “professor, deixe essas crianças em paz”.

deixam de serem oprimidas pelo professor que gere o funcionamento da máquina industrial. Como clímax, há a quebra desse muro da qual elas faziam parte¹¹.

Por mais que o muro possa ser uma metáfora da consciência, doutrinada, do sujeito, em um cenário europeu marcado pelas guerras, podemos dizer que a imagem desse muro também se relaciona fortemente com o Muro de Berlim, inaugurado em 1961. Bloqueando a conexão entre a República Democrática Alemã (Alemanha Oriental) e República Federal Alemã (Alemanha Ocidental), já instituídas em 1949, o muro é um dos símbolos do legado da Segunda Guerra Mundial na Europa. Se, em 1982, havia o imaginário da quebra de um muro, as imagens fabricadas pela indústria do entretenimento encontram seu ápice na consumação, na noite do dia 9 de novembro de 1989, da quebra e queda do Muro de Berlim. Como aponta Flavia Banher (2003, p. 90), podemos trabalhar com a hipótese de que esse fato histórico concretize a ideia da “história em migalhas”, a partir do momento em que fragmentos do Muro foram posteriormente comercializados como “souvenirs”, “propagando a história presentificada em milhares de minúsculas faces a serem recontadas” (IDEM). Porém, nesse movimento, houve o deslocamento de sentido de um vestígio de um momento histórico para uma mercadoria dotada de fetiche para fins diversos. O movimento que consiste na “destruição e reconstrução da memória viva, como um mosaico eternamente a refazer-se, nos lugares os mais diversos” (IDEM)¹².

O ponto ao qual nossa análise pretende chegar, ao fazer esse retorno às imagens da canção do Pink Floyd e da queda do Muro de Berlim, é o de que a imagem de quebra e fragmentação esteve em trâmite no imaginário da cultural, pelo menos entre 1979 e 1989¹³. Em “Pra começar”, de 1986, Marina Lima e Antonio Cicero parecem também trabalhar com os fragmentos de um “velho mundo” que ruíu

¹¹ Carece ainda de análise a relação entre as imagens de quebra do muro e as imagens bélicas (sobretudo de explosões) da Segunda Guerra que são dispostas paralelamente no filme de Alan Parker. Mas deixemos aqui esse caminho de interpretação.

¹² A associação entre a canção “Another brick in the wall” e o Muro de Berlim ficou mais evidente no show promovido para a celebração da queda do Muro de Berlim, em 1990, no qual a banda Pink Floyd não só participou mas também nomeou o espetáculo como o título *The wall*, nome do disco de 1979. IN: LEITE, Marcelo. “Berlim terá concerto dos Rolling Stones e show pela paz mundial”. *Folha do Estado de São Paulo*, São Paulo, 21 de abril de 1990, Ilustrada, p.3.

¹³ Não coube, no espaço desta análise, discorrer sobre outras expressões culturais nas quais trabalhou-se a imagem da fragmentação. Contudo, o pesquisador ainda sugere, para aqueles que porventura queiram mais exemplos e desdobramentos das imagens de fragmentação, a apreciação e análise do conto “Dodecaedro”, de Caio Fernando Abreu, publicado em 1983 (ABREU, 1983, pp. 11 – 58), e da canção “Ideologia” (Frejat / Cazuzza), gravada por Cazuzza, em 1988 (CAZUZA, 1988, Faixa 1).

(“quebrou, não tem mais jeito”) – uma realidade que não existe mais e, para nós, são memórias evocadas por vestígios do que um dia foi o mundo. Em primeiro lugar, é interessante notarmos as frases que a guitarra toca no arranjo da parte A, quando se cantam os versos “quem vai colar/ os tais caquinhos do velho mundo?”. Veja-se o exemplo abaixo, no qual essas frases são transcritas em tablatura¹⁴.

Parte A
E
Pra começar
G° 30-20--10-20
quem vai colar
A 20-32-42--42-44-31-32-31-44- riff
os tais caquinhos do velho mundo?

As duas frases de guitarra transcritas acima surgem, como que remendados, no solo da guitarra ao início da canção e antes da repetição das partes A e B, conforme destacado abaixo¹⁵.

Riff - 31-31-32-31-44-42-52-54-40
30-20--10-20--20-32-42--42-
44-31-32-31-44- riff-31-31-32-31-
44-42-52-54-40-30-20--20-20-
32-42-20-20-32-44- riff

(Riff: E)

Apesar do aparente ordenamento no solo da guitarra na frase de introdução, os “caquinhos do velho mundo” surgem na parte A sem remendos¹⁶, isto é, eles aparecem como fragmentos e não como uma frase completa, como na abertura da canção. Parece-nos antes um movimento de assimilação do que confronto com estruturas sociais do “velho mundo”. De início, há a constatação de que são estruturas que se fragmentaram e, a partir desse momento, a canção está trabalhando em cima

¹⁵A tablatura consiste em uma forma de notação muito usual no gênero do *rock*. Cada número representa uma nota musical. Por exemplo: o número 31 representa a nota Sol sustenido. O primeiro número, “3”, no caso, representa o número da corda na guitarra, enquanto que o segundo número, “1”, representa a casa em que ela deve ser tocada.

¹⁶ É possível notar que semelhante movimento ocorre na gravação da canção “Ideologia” (Cazuza/Roberto Frejat), gravada no disco homônimo de 1988. Na introdução, há uma linha melódica parecida com aquela destacada na parte A de “Pra começar”. A canção “Ideologia” se utiliza igualmente das imagens de fragmentação: “Meu partido é um coração partido/ e as ilusões estão todas perdidas”.

dessas rupturas em um novo mundo¹⁷. Para se começar um “novo mundo” seria necessário ultrapassar o “velho mundo”. A pergunta inicial (“quem vai colar?”) fica no ar. Ao analisarmos a harmonia, percebemos que o acorde G° desempenha a função de Dominante da Dominante. A seguir, ocorre uma cadência de engano, ou seja, tal acorde não é sucedido por outro com função de Dominante: a progressão harmônica muda de direção. O acorde seguinte, A, desempenha a função de Subdominante. A cadência de engano reforça o caráter retórico da pergunta, tal qual Marina Lima insinua na repetição dessa parte: “ninguém vai colar”.

Olhando para a produção do *pop rock* nacional, com a qual, como vimos anteriormente, os compositores estavam dialogando, podemos notar que tais traços do “velho mundo” também eram temáticas em outras canções do período. Em 1986, foram lançados dois LPs que tiveram canções com temáticas e estéticas similares entre si. São eles, *Cabeça dinossauro*, da banda Titãs, e *Cadê as armas?*, da banda As Mercenárias. Notemos, para a análise, dois traços principais de semelhança: em ambos os LPs é utilizada uma estética *punk* e há, pelo menos, uma canção sobre a Igreja, instituição religiosa.

Em “Igreja” (Nando Reis), dos Titãs, estrofes como “eu não gosto de padre / eu não gosto de madre / eu não gosto de frei” e “eu não gosto da Igreja / eu não entro em Igreja / não tenho religião” mostram um sujeito que nega a instituição religiosa e suas representações. À época do lançamento do disco, Branco Mello, um dos vocalistas da banda, em entrevista à Revista Bizz (Agosto de 1986, p. 30), afirmou que a canção não foi aceita para ser reproduzida em uma determinada estação de rádio pois seu programador era cristão e se negou a fazer a divulgação. Sobre as letras “pesadas” e a “pauleira sonora”, para utilizarmos termos empregados na chamada da reportagem, Branco Mello ainda acrescentou que “a selvageria do disco não é puramente crítica, porque a gente assume e potencializa isso” (IDEM). Semelhante opção estética se encontra na canção “Santa Igreja” (Sandra Coutinho / Ana Machado), gravada pela banda feminina de pós-*punk* As Mercenárias. “O homem se revolta de suas condições / luta pra poder sobreviver / daí encontra com Jesus / e só

¹⁷ Podemos interpretar a acepção do “velho mundo” na chave da oposição entre o “velho mundo” (representando a Europa) e o “novo mundo” (representando os territórios conquistados através das grandes navegações do século XVI), ambos coexistindo ao mesmo tempo. Além disso, o “velho mundo” sugere a oposição primordial entre o “velho” e o “novo” no âmbito da sucessão temporal.

por estar vivo vai agradecer / vai se foder / salve, salve a santa Igreja”. Acompanhada por um arranjo classificado como “rico e sujo a gosto”, pela resenha da Revista Bizz (Dezembro de 1986, p. 17), a letra critica agressivamente (“vá se foder”) a Igreja e a manipulação que opera (“pois esperta é a santa Igreja / que graças aos ingênuos sabe viver muito bem”, dizem outros versos).

Ambas as bandas, Titãs e As Mercenárias, estavam utilizando à sua maneira a linguagem *punk* que, em 1982¹⁸, foi sintetizada por Clemente, integrante da banda Inocentes, no *Manifesto punk: fora com o mofo da MPB! Fim da ideia da falsa liberdade!*, veiculado na revista *Gallery Around* (apud ALEXANDRE, 2013, p. 70-71). Nomeando e se posicionando contra artistas da canção popular-comercial brasileira da época, como Sandra Sá (“que agora faz sucesso com uma canção racista”¹⁹) e Guilherme Arantes (que “diz que é feliz, mesmo havendo uma crise lá fora porque não foi ele quem a fez”²⁰), o manifesto afirmava que o propósito principal do *punk* era “revolucionar a música popular brasileira, para dizer a verdade sem disfarces (e não tornar bela a imunda realidade)” (IDEM). A agressividade no discurso se dava no confronto, isto é, no enfrentamento de ideais. No manifesto *punk*, há um claro confronto entre crenças e representações que circulavam sobretudo na indústria cultural e que escondiam a realidade da periferia (o racismo e a crise econômica), onde, como aponta Ricardo Alexandre (2013, p. 57 – 79), o *punk*, no Brasil, nasceu. O confronto se dá através da citação nominal e no julgamento escancarado. No caso de “Igreja” e “Santa Igreja”, confronta-se a instituição religiosa através da mesma abordagem. O que não se gosta ou não se aprova é citado (“não gosto de frei”, “vá se foder”) e expor, dessa forma, é mostrar e julgar o que usualmente não se mostra ou não se julga em uma realidade cada vez mais mediada por imagens. Levando essa lógica ao extremo, podemos tomar como emblemática a canção “Nome aos bois” (Nando Reis / Arnaldo Antunes / Marcelo Fromer / Toni Bellotto), da banda Titãs, de 1987, na qual os versos são compostos apenas por nomes próprios (37, no total) de personalidades de “má índole”, como, por exemplo, Fleury,

¹⁸ Faz-se importante apontar que desde 1979 já se tem registros do movimento *punk* em São Paulo (ver ALEXANDRE, 2013, p. 62).

¹⁹ Creiamos que esteja relacionado à gravação de “Olhos coloridos” (Macau), por Sandra Sá, em 1982, uma das mais executadas naquele ano, segundo Severiano e Mello (1998, p. 298).

²⁰ Creiamos que esteja relacionado à gravação de “Lance legal” (Guilherme Arantes), pelo compositor, em 1982. Nessa canção, há os versos “meu momento é agora / meu caminho é feliz / se há uma crise lá fora / não fui eu que fiz”.

ex-delegado do Departamento de Opressão Política e Social (DOPS), um dos mais importantes aparelhos repressores da ditadura militar. Semelhante abordagem, apenas a título de exemplificação fora da linguagem *punk*, ocorre também na canção “Podres poderes” (Caetano Veloso), gravada pelo compositor em seu LP *Velô*, de 1984. Sendo um *rock*, a composição trata de constatações e denúncias nominais a instituições e representações sociais, como nos versos “será que nunca faremos senão confirmar / a incompetência da América católica / que sempre precisará de ridículos tiranos?”.

O movimento empreendido até o momento pretende chegar à percepção do contraste entre essa abordagem e a lógica discursiva utilizada na canção “Pra começar”, que estamos analisando. Reiterando a constatação de que, musicalmente, se trabalha com os fragmentos de um “velho mundo”, podemos afirmar ainda que não há o confronto com as “pátrias, famílias, religiões e preconceitos”, tal qual está posto nas produções de Titãs, As Mercenárias e Caetano Veloso, por exemplo. Há antes a superação desses traços sociais, agora, obsoletos. No momento discursivo da canção, o confronto aparentemente não se faz mais necessário, pois trata-se de um velho mundo que ruiu, ou, se retornarmos às imagens de *The wall*, um muro estilhaçado ou peças de uma máquina que deixou de ter sentido ou funcionar (“quebrou, não tem mais jeito”). A fragmentação, na canção, é a prerrogativa para se começar algo que se pressupõe novo.

1.2.1 “O que você ama?”

De certo modo, o cenário inicial poderia ser interpretado como catastrófico, uma vez que não haveria mais sólidas representações que mediarão a experiência do sujeito em sociedade. Não há pátria, não há família e nem religião para se apoiar; tampouco preconceitos para reproduzir ou formar. Contudo, a parte B propõe uma *ação* frente a esse contexto.

Parte B
E711
E F#
Agora descubra de verdade
o que você ama

F7M E
que tudo pode ser seu
Se tudo caiu, que tudo caia
pois tudo raia
e o mundo pode ser seu

Na parte A, como vimos, o foco do discurso estava na descrição de um cenário. Na parte B, o foco do discurso está no sujeito que escuta a canção. É a ele que se dirige a sugestão de descobrir o que ama “de verdade”, como condição para que “tudo” e o “mundo” possam ser seus. Musicalmente, esse contraste entre as duas primeiras estrofes e as duas últimas se dá, em parte, pelo desmanche da base do arranjo da parte A. Para descrevermos como operam esses desmanches, notemos que o arranjo de bateria, que outrora acentuava o segundo e o quarto tempos, agora enfatiza apenas o quarto tempo, enquanto marca todos os demais tempos com o chimbal. Os acordes tocados pelos teclados têm extensão prolongada e parecem preencher os espaços abertos pelos demais instrumentos. Harmonicamente, há uma passagem cromática nos baixos, na progressão E (I) – F# (V/V) - F7M (bIIImaj7) – E (I), que tem como principal efeito de sentido a sublimação. Percebemos que há, novamente, cadência de engano após outro acorde de Dominante da Dominante, função desempenhada pelo acorde F#, ainda que a 7.^a não seja tocada (ou seja, é tocada a tríade, não a tétrade, o que é idiomático no *rock*). Porém, o acorde seguinte, F7M, não desempenha a função de Subdominante, mas sim a de Subdominante menor (outras interpretações podem ser feitas em relação à função do acorde napolitano²¹).

Contudo, seguindo os caminhos metodológicos para análise musical do *rock*, expostos por Bruce Baugh (1994), podemos e devemos ir além da análise dos aspectos formais. Segundo o autor, “a estética musical tradicional preocupa-se com a forma e a composição, enquanto o *rock* está preocupado com a *matéria* da música”, o que ainda complementa, “deixando de lado a impropriedade do termo, por ‘matéria’ eu quero designar o modo como o ouvinte sente a música, ou o modo como ela afeta o corpo do ouvinte” (BAUGH, 1994, p. 16). Além disso, Bruce Baugh pontua que três “elementos materiais” são importantes para o gênero: a expressividade das notas tocadas ou cantadas; a intensidade (na linguagem informal, o volume, a altura); e o ritmo; em relação ao segundo e ao terceiro elemento, Baugh afirma que “quando se trata do *rock*, os dois são mais sentidos pelo corpo do que julgados pela mente, e o uso adequado de ambos é crucial para o sucesso de uma performance de *rock*, um sucesso que é julgado pelas sensações que a música produz no corpo do ouvinte”

²¹ Ver Sérgio Paulo Ribeiro de FREITAS, “Memórias e histórias do acorde napolitano e de suas funções em certas canções da música popular no Brasil”, 2014. < <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v0i59p15-56>>. Último acesso em 12 de julho de 2016.

(IDEM). São ideias às quais o autor chega ao contrastar a estética do *rock* à estética clássica da música. Uma das grandes diferenças (e talvez o grande avanço do autor nesse sentido) está na preocupação da análise do que está sendo expresso na canção e na forma com a qual afetará ou não o ouvinte. Nesse ponto, metodologicamente, coloca-se um impasse: como quantificar ou qualificar os efeitos produzidos nos ouvintes, efeitos esses que muitas vezes não passam pela instância do domínio da razão do sujeito? No âmbito de nossa análise, podemos falar nos *efeitos de sentido* que são produzidos por determinadas configurações musicais e que se destinam a gerar certos efeitos no ouvinte.

Da performance ao plano da composição, percebamos que, nela, é construído um discurso direto para o ouvinte. Ao observarmos a melodia à luz do modelo de análise semiótica da canção, formulado por Luiz Tatit (1986) –, o qual busca compreender, através da interpretação dos elos entre melodia e letra, os processos de produção de sentido –, podemos notar o desenho melódico da parte B, conforme transcrito abaixo.

si	
la#	
la	ra se-
sol#	go- des- de ver- que você ser (se)u
sol	
fa#	cu- da- a- de
fa	
mi	A- bra de o ma que tudo po-

si	de
la#	
la	tu- tu- tu-
sol#	do do do- mundo po- ser
sol	
fa#	ca- ca- ra
fa	
mi	Se iu pois ia pois ia e o seu

Nessas duas estrofes, há traços de *figuratização*, pois o desenho melódico dos versos se aproxima à entonação da fala cotidiana. Através de frases descendentes, predominantes nos versos, há o reforço do sentido de um discurso dirigido a um interlocutor, simulando o que Luiz Tatit (1986, p. 9) chama de “uma situação de locução possível na vida cotidiana”. Notemos que, na segunda execução da parte B, Marina literalmente fala ao invés de cantar: “que tudo caia/ pois tudo raia!”, o que reforça ainda mais esse efeito de sentido discursivo. Se nas estrofes que desenvolvem um discurso de sugestão de ação (“agora descubra de verdade o que você ama”) e uma maneira de enxergar o mundo fragmentado outrora exposto (“se tudo caiu/ que tudo caia/ pois tudo raia”), os versos que os concluem apresentam possibilidades de um futuro, no qual “tudo pode ser seu” e o “mundo pode ser seu”. Não coincidentemente, tais versos – que expõem um futuro por vezes utópico – possuem uma melodia na qual há o reforço da entonação exclamativa através de “tonemas”, que, no caso, são elevações “de tom típicas do discurso linguístico oral” (TATIT, 1986, p. 7).

O movimento que o discurso sugere prioriza o sentimento do sujeito (“o que se ama”) que deixa de ser apenas um estado afetivo. Nessa chave, podemos compreender que a possibilidade de possuir o “mundo” é um argumento emotivo (e não racional) na medida em que toma como condição para tal o sentimento que o sujeito possuiu e, a partir desse movimento, lhe apresenta um panorama sem limites ou barreiras (“pátrias, família, religiões e preconceitos”, “quebrou, não tem mais jeito”). É interessante apontarmos que semelhante ideário está presente na canção “Verde” (Eduardo Gudin/Costa Netto), interpretada por Leila Pinheiro primeiramente no Festival dos Festivais, produzido pela Rede Globo de Televisão, em 1985, e registrada no LP *Olho nu*, da cantora, em 1986.

Verde
(Eduardo Gudin / Costa Netto)

Quem pergunta por mim
Já deve saber
Do riso no fim
De tanto sofrer
Que eu não desisti
Das minhas bandeiras
Caminhos, trincheiras, da noite

Eu, que sempre apostei
Na minha paixão
Guardei um país no meu coração
Um foco de luz seduz a razão
De repente a visão da esperança

Quis esse sonhador
Aprendiz de tanto suor
Ser feliz num gesto de amor
Meu país acendeu a cor

Verde, as matas no olhar, ver de perto
Ver de novo um lugar, ver adiante
Sede de navegar, verdejantes tempos
Mudança dos ventos no meu coração

A canção, com ares de bossa nova e samba, segundo Jairo Severiano e Zuza Homem de Mello (1998, p. 328), foi composta por Eduardo Gudin e Costa Neto, após os compositores assistirem, no Vale do Anhangabaú, região central da cidade de São Paulo, a uma manifestação pelas eleições “diretas já”. Impactados pela cena, “resolveram registrar numa música aquela sensação de retorno à democracia, vivida pelo povo brasileiro na ocasião” (IDEM). Em primeira pessoa do singular, a composição com traços líricos²² fala de um sujeito que evoca e exprime seus sentimentos mais antagônicos (“do riso no fim / de tanto sofrer”), não abandona suas crenças (“que eu não desisti / das minhas bandeiras / caminhos, trincheiras, da noite”) e expõe o que vê: “a visão da esperança”. Fala-se ainda de um país “guardado no coração” e que, repentinamente, “acende a cor”, que, no contexto do “retorno à democracia”, retrata o Brasil do momento. A esperança traduz-se, então, em “verdes matas no olhar”, “verdejantes tempos” e, finalmente, “mudança dos ventos no meu coração”. São imagens que, como bem nota Jairo Severiano e Zuza Melo de Homem (IDEM), acompanhadas por uma variação tonal de sol maior para si bemol maior, provocavam “um explosivo entusiasmo”, novamente, só compreendido pela instância do sensível. A canção, no festival, acabou ficando em terceiro lugar, perdendo para as composições “Escrito nas estrelas” (Carlos Rennó/Arnaldo Black) e “Mira ira” (Lula Barbosa/Vanderlei de Castro), mas a interpretação de Leila Pinheiro fez a cantora ganhar o prêmio de revelação.

²² Utilizamos aqui o conceito de gênero lírico no qual, segundo Anatol Rosenfeld (2014, p. 22), “uma voz central exprime um estado de alma e o traduz por meio de orações”. Além disso, “a lírica tende a ser a plasmação imediata das vivências intensas de um Eu no encontro com o mundo, sem que se interponham eventos distendidos no tempo”.

As imagens e os discursos proferidos tanto em “Pra começar” quanto em “Verde”, mesmo de gêneros diferentes, trabalham com o imaginário de mudança. Retomando a Guy Debord e à discussão da sociedade do espetáculo, na qual há a “relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14), podemos pensar que “o espetáculo moderno expressa o que a sociedade *pode fazer*, mas nessa expressão o *permitido* opõe-se de todo ao possível” (DEBORD, 1997, p. 21). Sendo assim, a realização da figura do sujeito que, como vimos, orienta sua ação no mundo pelos sentimentos, se daria em parte, através de sua relação com as imagens de transformação (ou até de cura) que, enquanto imagens, o satisfazem e o preenchem. Não há a preocupação com uma ação efetiva, prática ou real, mas sim uma construção que opera no plano imaginário do sujeito e das canções.

Para reforçar a força das imagens de um ideário do que se *pode fazer*, presente em “Pra começar”, vale a pena apontarmos que a canção foi tema de abertura da novela *Roda de fogo*. Escrita por Lauro César Muniz e Marcílio Moraes, foi ao ar no horário nobre da Rede Globo de Televisão, entre agosto de 1986 e março de 1987. Guilherme Bryan e Vincent Villari chegam a falar que “Pra começar”

“anuncia a história de Renato Villar (Tarcísio Meira), empresário inescrupuloso que, ao descobrir ter apenas seis meses de vida, reavalia sua conduta, se regenera, separa-se da esnobe Carolina (Renata Sorrah) e, para garantir que seu grupo empresarial fique com os filhos, maquina a destruição de seus adversários, num jogo repleto de vinganças, golpes e traições” (BRYAN e VILLARI, 2014, p. 452)

Exposta a sinopse da novela, os autores relatam a história da novela que acaba sendo associada à canção. Ao se tornar trilha, a canção acaba ilustrando o desenvolvimento ficcional na trama e, por vezes, ela mesma pode ganhar novos sentidos. Contudo, o discurso romântico existente na canção é reiterado na história de uma personagem que descobre que vai morrer (“não tem mais jeito”), reavalia suas motivações e seus sentimentos (“descubra de verdade o que você ama”) e ultrapassa barreiras para conquistar o que deseja (“e o mundo pode ser seu”). O imaginário ganha novas imagens e desdobramentos narrativos sobre aquilo que se *pode fazer*.

1.2.2 “Pois tudo raia!”

Em especial, uma das imagens da parte B de “Pra começar” também se faz presente em outras canções do período: o raiar (“se tudo caiu, que tudo caia, pois tudo raia”). Como uma imagem de transformação, há a luz *versus* o breu. Note-se, de antemão, que essa imagem esteve presente na trajetória da canção popular-comercial brasileira durante a ditadura militar. Não nos cabe, no momento, precisar quando ou qual foi a primeira canção que trabalhou com tal imagem, mas sim apontar que ela foi empregada, por exemplo, em “Apesar de você” (Chico Buarque), lançada pelo autor em 1970, (“apesar de você / amanhã há de ser / outro dia / você vai ter que ver / a manhã renascer / e esbanjar poesia / vendo o céu clarear / de repente, impunemente”) e “Amanhã” (Guilherme Arantes), gravada pelo autor em 1979 e relançada por Caetano Veloso no disco ao vivo *Totalmente demais*, de 1986 (“amanhã / mais nenhum mistério / acima do ilusório / o astro rei vai brilhar / amanhã / a luminosidade / alheia a qualquer vontade / há de imperar”). Em momentos distintos, a imagem teve o sentido de uma promessa de um amanhã diferente do então hoje, representado pela escuridão.

Na obra de Marina Lima e Antonio Cicero, uma das mais emblemáticas canções que trabalham com a imagem do raiar é “Avenida Brasil”, composta, segundo Marina Lima (2012, p. 181), para concorrer o Festival de MPB Shell de 1981²³. A canção, que não chegou a ser classificada para tal festival, acabou sendo registrada pela primeira vez no LP *Certos Acordes* (1981) e, posteriormente, regravada no LP *Todas* (1985), ambos assinados por Marina.

Estruturalmente, “Avenida Brasil” é dividida textualmente em quatro estrofes distribuídas em duas partes musicais. As duas primeiras estrofes, da parte A, seguem um mesmo padrão rítmico-melódico que, por sua vez, é distinto do que é desenvolvido nas terceira e quarta estrofes.

²³ O concurso, naquele ano, premiou a intérprete Lucinha Lins e o compositor Jerônimo Jardim pela canção “Purpurina”.

Avenida Brasil
(Marina Lima/Antonio Cicero)

Eu estou tão atrasada
E o Sol já vai se pôr
Tudo está engarrafado
Entre mim e o meu amor
Quase tudo anda errado
Mas seja como for
Eu quero fazer amor

Ligo o rádio mas é hora
De tocar “O Guarani”
Meu Deus, o que é que eu faço agora?
Onde é que está a Rita Lee?
Quase tudo está por fora
Assim, desde que eu nasci
Mas à noite eu chego a ti

Breu, brenha
Venham a mim
Pois eu não temo
Acendo a luz
E passo assim

Adeus, breu, adeus, brenha
O sinal já se abriu
Adeus, N, A, O, til
Pois o meu farol é um Sol
Na avenida Brasil

A canção traz como eu lírico uma mulher que se diz atrasada, sob à luz do Sol que se põe ao cair da tarde. Como cenário da canção, um engarrafamento na Avenida Brasil, importante via da cidade do Rio de Janeiro que liga a Ponte Rio-Niterói e a Rodovia Rio-Santos, hoje a maior avenida do Brasil, com 58 quilômetros de extensão²⁴. Fazendo referência ao presente, ao instante da enunciação, nas duas primeiras estrofes, o eu-lírico feminino da composição afirma estar distante e estancada no caminho entre ela e uma terceira pessoa. Entre eles, separando-lhes, o engarrafamento, o que “está errado” e o que “está por fora”.

Na segunda estrofe, a personagem, presa em meio a este impasse, ao sintonizar o rádio, é surpreendida pelo noticiário *A Voz do Brasil*, programa radiofônico estatal de veiculação obrigatória no horário noturno em todas as emissoras brasileiras de rádio. Em funcionamento desde o seu lançamento durante a

²⁴ Segundo AVENIDA Brasil. O Globo. Disponível em:
<<http://oglobo.globo.com/infograficos/avenida-brasil/>>. Último acesso em 22 de março de 2014.

governo militar de Getúlio Vargas, em 1935, o programa foi concebido como um instrumento oficial de integração nacional. Na dimensão temporal da canção e à luz de outro governo militar, *A voz do Brasil* exercia plenamente a sua função original que era promover o nacionalismo. O eu-lírico da canção, frente a esta imposição, indaga: “onde está a Rita Lee?”. Instaura-se, nesse momento, uma contraposição entre “O Guarani”, ópera de Carlos Gomes, cuja abertura também inicia o programa de rádio, e a cantora surgida na década de 1960. Vale lembrar que apesar de ter sua estreia com o grupo de *rock* Os Mutantes, Rita Lee foi, segundo Ricardo Alexandre (2013, p. 27), “o primeiro fenômeno *rock’n’roll* que o mercado *pop* nacional presenciou”, com sucessos radiofônicos como “Mania de Você” (1979)²⁵ e “Lança Perfume” (1980)²⁶. Podemos, portanto, interpretar essa contraposição como a música *pop* nacional que se esboçava no período e o símbolo de um governo, na época, militar.

Na terceira estrofe, o cenário anteriormente explicitado é sintetizado nas imagens do “breu” e da “brenha”, que, respectivamente significam, a escuridão e o que é indecifrável ou emaranhado. A personagem, então, assume para si a responsabilidade de enfrentá-los, iluminar o caminho e por ele passar. O movimento da personagem tensionado na canção acontece na quarta estrofe e é guiado por um farol figurado pelo Sol nessa avenida. O mesmo Sol que, outrora, sumia do horizonte, agora orientará seu caminho.

Por toda a canção, em um momento temporal e espacial no qual o eu-lírico se encontra, há a exposição de contraposições imagéticas entre (1) o que é resquício do passado no presente, principalmente na parte A, e (2) o que é a projeção de um futuro neste mesmo presente, em sua maioria na parte B. São imagens que podem ser distribuídas entre os dois pontos distintos, (1) o antigo e (2) o novo, enquanto possibilidade de mudança para o futuro, como indica a tabela a seguir:

²⁵ In LEE, Rita. *Rita Lee*. Som Livre, Brasil, p.1979.

²⁶ In LEE, Rita. *Rita Lee*. Som Livre, Brasil, p.1980.

ANTIGO	NOVO
“eu estou tão atrasada”.	“e passo assim”.
“e o sol já vai se pôr”; “noite”.	“pois o meu farol é um sol”.
“engarrafado”.	“o sinal já se abriu”.
“errado”; “por fora”.	“pois eu não temo”.
“O Guarani”.	“Rita Lee”.
“breu”; “brenha”.	“acendo a luz”; “adeus, brenha / adeus, brenha”.

Tabela 1.2.1: Figuras contrapostas na letra de “Avenida Brasil”

As representações do “novo” e do “antigo” se apresentam em uma realidade brasileira interpretada pelos compositores e reificada na figura da avenida Brasil. Se tomarmos a canção em sua abordagem metalinguística, sob o olhar dos autores, podemos considerar que o contexto da música popular brasileira, imbricada pelo âmbito político, era nebulosa; e, por outro lado, a canção se autoproclamava como saída a essa situação de impasses.

É interessante notarmos que, comparando “Avenida Brasil” e “Pra começar”, ambas, estruturalmente, são parecidas: na parte A, há a constatação de uma realidade que não funciona mais (em “Avenida Brasil”, o engarrafamento; em “Pra começar”, a fragmentação); enquanto, na parte B, surge um movimento de resolução que parte do sujeito (“acendo a luz e passo assim” e “agora descubra de verdade o que você ama”). Por outro lado, diferentemente de “Avenida Brasil”, “Pra começar” não possui um discurso que fala de si mesmo, expondo as intenções de quem assume o discurso. O discurso de “Pra começar”, pelo contrário, fala diretamente para um interlocutor e a ele dirige um conselho. O foco está no plano sensível do sujeito que a escuta.

Em “Pra começar”, foi necessária a exposição de um contexto fragmentado e superado, para se reforçar a urgência de uma atitude imediata - falou-se do “agora”, do instante da enunciação. As imagens de um velho mundo, expostas sem confronto, serviram como suporte para a transformação da realidade do sujeito. Fala-se em superação sem confrontos, uma vez que não há embate no discurso (nem no plano textual, nem no âmbito musical). Há, ao contrário, a constatação e a assimilação de

algo que já se partiu. Lembremos como até, musicalmente, fragmentos metafóricos fazem parte de sua estrutura.

Em meio a dois contextos sociais então em processo, a mundialização da cultura e a transição democrática, a canção comungava e materializava um dos imaginários em circulação na indústria cultural brasileira. De um lado, em relação a um processo político incerto e cheio de percalços, construía-se o desejo de transformação que partia do sujeito e de seus desejos. Por outro lado, enquanto há o consumo de uma cultura desenraizada, tal ideário buscava se relacionar com o mundo sem fronteiras.

Contudo, é importante salientarmos que as canções comungavam o ideário do *pop rock*, uma vez que a imagem de Marina atribuída às imagens de “mulher moderna” e “retrato de uma nova geração” ganhavam sentido à luz do valor de gozo do *pop rock* de “novidade” e “ousadia”. Por outro lado, foi uma produção que “se levou a sério”, através do *Manifesto Fullgás*, da criação de uma nova palavra e da elaboração poético-musical. Longe de esgotar o assunto, em uma tentativa de síntese, podemos dizer que o ideal de “inventar o que nenhum outro país inventou”, no projeto político-artístico de Marina Lima e Antonio Cicero, encontrava paralelo nas imagens do *pop rock* brasileiro da década de 1980, ao mesmo tempo que se delas se diferenciava.

2 O NOVO ENTRE O MERCADO E A ARTE. O *Manifesto fullgás*, a palavra *fullgás* e o *pop* de Marina e Cicero.

*o novo
não me choca mais
nada de novo
sob o sol*

*apenas o mesmo
ovo de sempre
choca o mesmo novo*

PAULO LEMINSKI

Apesar de estar imersa em um contexto mercadológico, a obra de Marina Lima e Antonio Cicero logrou um local de autonomia e diferenciação artística. Um conjunto de fatores levou a isso, como a canção propriamente dita, a performance de Marina e a construção social que reconheceu valor no trabalho. Mas, indo aos limites desse lugar de distinção, Marina e Cicero chegaram a publicar um manifesto e até mesmo a inventar uma palavra. A palavra “fullgás” e o *Manifesto fullgás* foram lançados em 1984, à ocasião do LP *Fullgás*. Sendo o quinto disco de Marina, no período de seis anos desde a sua estreia, marcou o início do auge de um sucesso comercial que iria até, pelo menos, o disco *Virgem* (1987).

Sucesso comercial e autonomia artística são dois termos que usualmente não combinam. Primeiramente, porque a autonomia artística se irmana ao conceito de experimentação artística que não seria possível ser feita dentro de um mercado, pois não haveria de obter lucro – vide o LP *Araçá azul* (1973), de Caetano Veloso, que sofreu total rejeição do público. Em segundo lugar, porque o que faz sucesso, diz a regra, é aquilo que pode ser consumido e o consumo, muitas vezes, é negado pelos artistas que querem exatamente estar livres do mercado para que ele não exerça qualquer influência em sua obra. Como criar uma obra autêntica e ao mesmo tempo dialogar com o mercado talvez seja atualmente uma das principais questões, uma vez que vivemos em uma realidade onde o espetáculo – e, portanto, o capital – invadiu todas as áreas da vida cotidiana.

Marina Lima e Antonio Cicero, dentro do mercado hegemônico, criaram uma obra nova e única. O que nos resta saber é exatamente o que estrutura esse novo. Notadamente veremos que ele terá algo de mercado mas também algo meramente

artístico. Se acreditarmos que o manifesto e a nova palavra são não só tentativas de se posicionar no mercado mas também uma postura crítica em relação a determinadas questões artísticas e políticas, não conseguiremos rotular em um só desses lados. Porém, no que se segue, nossa tentativa está em dimensionar até que ponto o mercado está presente nas bases desse novo e compreender qual a relação que se cria com a lógica mercadológica. Do outro lado, até onde a autonomia artística se firma enquanto arte mesmo nesse contexto comercial.

2.1 “Assim somos nós”. O *Manifesto fullgás* em debate

Em 1984, o *Manifesto fullgás* foi veiculado junto ao LP *Fullgás*, em uma folha à parte do encarte onde se encontravam as letras e os créditos do fonograma. Apesar do texto parecer isolado no tempo, seus ideias serão retomados na fala de Marina Lima no LP *Todas ao vivo*, ponto de partida desta pesquisa.

Do termo latino *manifestus*, adjetivo que significa “evidente” ou “claro”, a palavra “manifesto”, tem como sentido principal “evidenciar algo”. Com falas no plural, projeções de ideias para um momento futuro e o desejo de conquistar adeptos (HOBBSAWM, 2013, p. 19), os manifestos são textos onde são expostos projetos artísticos ou políticos. Quase todos os movimentos de vanguarda, que assim se intitulavam, publicaram um manifesto, como o *Manifesto antropófago*, de Oswald de Andrade (in REVISTA DA ANTROPOFAGIA, 1928), e o *Plano-piloto para poesia concreta*, assinado por Augusto de Campos, Décio Pignatari e Haroldo de Campos (in NOIGRANDES, 1958).

No curso da história, o formato jamais foi abandonado. Pelo contrário, ele é cada vez mais explorado – e podemos até dizer que esse fenômeno é sintomático. Em um panorama contemporâneo, quem tem melhor se aproveitado do formato *manifesto* é a publicidade. Todos os dias, manifestos de marca, para usar um jargão recorrente na criação publicitária, são lançados para apresentar posicionamentos de marcas.

A título de exemplificação, a marca de tecnologia norte-americana Apple, em 1997, elaborou um manifesto para estreitar seu slogan, “*Think different*”. Em um comercial de televisão e um anúncio impresso (imagem 2.1.1), a marca explorou

imagens de personalidades que, nas suas palavras, foram revolucionárias para o seu tempo, como Albert Einstein e Pablo Picasso. Em paralelo, surge como argumento principal: o que algumas pessoas chamam de loucura, a Apple enxerga como genialidade. Ao se apropriar desse território simbólico, a empresa transfere à imagem de sua marca valores de inovação e revolução. O manifesto surge para dizer: pense diferente – e nos consuma - porque nós, assim como os gênios, já estamos à frente de nosso tempo.

To the crazy ones.

Here's to the crazy ones.
The misfits.
The rebels.
The troublemakers.
The round pegs in the square holes.
The ones who see things differently.
They're not fond of rules.
And they have no respect for the status quo.

You can praise them, disagree with them, quote them,
disbelieve them, glorify them or vilify them.
About the only thing you can't do is ignore them.

Because they change things.
They invent. They imagine. They heal.
They explore. They create. They inspire.
They push the human race forward.

Maybe they have to be crazy.
How else can you stare at an empty canvas and see a work of art?
Or sit in silence and hear a song that's never been written?
Or gaze at a red planet and see a laboratory on wheels?

We make tools for these kinds of people.
While some see them as the crazy ones, we see genius.

Because the people who are crazy enough to think they can
change the world, are the ones who do.

Think different.

© 1997 Apple Computer, Inc. All Rights Reserved. In honor of those who have changed the world and taken part in this culture of innovative thought, Apple Computer has provided funds to the creative geniuses of the future and organizations that share in their vision. Albert Einstein image licensed by Roger Steinberg Agency, Beverly Hills, CA. Picasso image licensed by Roger Steinberg Agency, Beverly Hills, CA. The image of the astronaut is a trademark of NASA. All other trademarks are the property of their respective owners.

THINK DIFFERENT: THE APPLE
Apple APPS, 97-01000 Newspaper Page B/W
REVISION 1

Imagem 2.1.1. Anúncio da Apple, veiculado em 1997, nos Estados Unidos.

Hoje, basta entrar no site de qualquer produto e o consumidor encontrará senão um manifesto pelo menos uma área onde haverá a “missão”, os “valores” e a “visão” da marca. Como defende Mitsuru Higuchi Yanaze (2006, p. 67), a proposta de valor de uma marca, segundo as regras do marketing, é um fator de sucesso para qualquer empresa.

“É o somatório dos atributos tangíveis e intangíveis de um produto que o faz único, diferente. Cabe à empresa descobrir as oportunidades que essa diferenciação pode propiciar. Trata-se de conhecer e maximizar os fatores-chave de sucesso (ser único, diferenciado e especial na percepção do cliente), ou seja, aplicar o conceito conhecido em inglês como USP (*Unique Selling Proposition*, proposição diferenciada de venda), introduzido por Rosser Reeves, em 1961, em seu livro *Reality in advertising*. Esse conceito consiste na estratégia de combinar atributos tangíveis e intangíveis, conferindo ao produto uma posição distinta no mercado, para que ele possa atrair um segmento específico de consumidores”.

Guardadas as devidas proporções, seria o manifesto artístico um dos pontos de contato entre a arte e a publicidade? Um espaço onde tenta se vender uma unidade e uma diferenciação em relação ao seu contexto? Eric Hobsbawm (2013, p. 20) vai falar que os futuristas inventaram a autopromoção pública, com o *Manifesto futurista* (1909): “é marca de nossa sociedade caótica e em desintegração o fato de a publicidade na mídia ser a primeira coisa que ocorre a um manifestante em potencial, e não a tradicional ação coletiva”.

Essa ação coletiva que sucederia a promoção pública, no caso do *Manifesto fullgás*, não foi alcançada, ou melhor, talvez ela nem tenha sido de fato uma intenção. Por mais que se refira a “certos setores de vanguarda”, como veremos mais adiante, não há a pretensão de se constituir um novo setor ou iniciar um movimento. Pelo contrário, Marina (in VEJA, 1985, p. 122) afirma: “no Brasil, os artistas se organizam em guetos e não admitem que haja trocas de influências entre os guetos. Eu jamais me filiei a nenhum deles”. Ao mesmo tempo, Marina Lima (in FOLHA, 1984, p. 10) afirma que a ideia do manifesto surgiu de uma demanda do público:

"Ano passado fiz muito show, viajei muito, e sempre, sempre, vinham esses pedidos para a gente falar alguma coisa, um toque. Acho que as pessoas estão meio perdidas, estão sentindo falta de alguém que diga as coisas mesmo, que tome uma posição. Então resolvemos encarar essa através desse texto.”

Nessa direção, somos levados à conclusão de Eric Hobsbawm (2013, p. 20): “não sei muito bem para que servem manifestos puramente individuais, além de refletir os temores de alguém pelo presente e suas esperanças para o futuro, que esse alguém pode ou não contar que sejam compartilhados por outros”. O que se expõe é antes um ponto de vista a ser comprado ou não pelo público do que um guia a ser seguido.

Entrando um pouco na estrutura do manifesto, podemos perceber que a sua linguagem é deveras afirmativa e forma um circuito que se fecha em si. De certo modo, é um discurso deliberativo, próprio aos textos religiosos e publicitários, que, como aponta João Anzanello Carrascoza (2003, p. 38), “busca convencer outro [indivíduo] a uma ação ulterior”. Com um olhar da publicidade e retomando Aristóteles, Carrascoza (IDEM) aponta as quatro etapas que fundamentam esse discurso:

“Exórdio: é a introdução, quando se sinaliza qual assunto será abordado, visando assim captar de saída o interesse do interlocutor.

Narração: consiste na parte do discurso em que se apresentam os fatos, atribuindo-lhes importância.

Provas: associados aos fatos, devem ser demonstrativas e, embora o discurso deliberativo aconselhe para uma conduta futura, pode-se tirar exemplos do passado, ressaltando aquilo que deu certo ou não.

Peroração: é o epílogo, em que se unem os pontos principais das três fases anteriores. Compõe-se de quatro partes: a primeira busca predispor o interlocutor a nosso favor; a segunda amplia ou atenua o que foi dito; a terceira deve excitar a paixão do interlocutor; a quarta recapitula e o coloca na posição de realmente julgar”

Tal estrutura também aparece no *Manifesto fullgás* reiteradamente. O discurso percorre três vezes essas etapas, pois há pelo menos três principais assuntos. Quem não se atentar a esse fato e acreditar que se trata de um só assunto, assim como o presente pesquisador considerou de início, pode achar o texto de difícil ou truncada leitura. Dentro das quatro etapas do discurso deliberativo, podemos dividir o manifesto da seguinte forma:

Exórdio I: “Somos brasileiros e estrangeiros”.

Narração I: “Somos estrangeiros porque a nossa verdadeira casa e a casa da nossa música não têm paredes, nem teto, nem cerca, nem fronteira. Não vegetamos nem precisamos de raízes. Mas nascemos aqui, aqui trabalhamos e escolhemos ser brasileiros. Por quê? Porque esse país é a nossa cara. A força dele, como a nossa, não pode vir de nenhuma fonte pura”.

Provas I: “Fontes puras não existem. O Brasil vem da fusão de todas as águas, de todas as correntes culturais, da miscigenação. Por isso ele realmente mete medo em todos os que sofrem de agorafobia.

Como a música é a expressão mais viva da cultura no Brasil, é justamente a ela que os caretas tentam impor a sua ‘ordem’. E a ordem dos caretas é e sempre foi a da fidelidade às tais ‘raízes’ ou ‘purezas’ ou sabemos lá o quê...”

Peroração I: Já para nós, bom é ser contemporâneo ao mundo. Tomamos partido pelo presente e nele pelo mais *full gas* e mais fugaz”.

Exórdio II: “Se nossa música é política? Nossa música é a nossa política.

Narração II: Queremos descobrir novas possibilidades não de fazer ‘arte’, mas de viver.”

Provas II: “Chega de ideais repressivos, cagando regras, fingindo estar acima do tempo e dizendo, por exemplo, que devemos ser heterossexuais ou bissexuais ou que temos de gostar de bossa nova ou fazer samba ou ser *new wave*”

Peroração II: “Melhor para nós são a descoberta e liberação dos desejos e gostos mais autênticos de cada um”.

Exórdio III: “Nossa música é simples, deliberadamente simples e direta”.

Narração III: “Por isso mesmo ela é mais difícil para aqueles que se viciaram às velhas fórmulas

Sabemos que somos superficiais demais e profundos demais para essa gente”.

Provas III: “Não há um CAMINHO REAL para fazer algo que enriqueça o mundo. Por mais que certos setores de ‘vanguarda’ sugiram uma evolução linear da Música, a verdade é que, às vezes, é do mais ‘vulgar’ que vem o toque mais sutil. E é claro que o novo vem sempre de onde menos se espera”.

Peroração III: “Assim somos nós. Assim é o que fazemos. Simples como fogo. *Fullgás*”.

Note-se, de antemão, que há semelhanças entre os exórdios e os títulos de anúncios publicitários. “Somos brasileiros e estrangeiros”; “se nossa música é política? Nossa música é a nossa política”; “nossa música é simples, deliberadamente simples e direta” chamam a atenção do público e aguçam a curiosidade do leitor porque deslocam lugares-comuns: nacionalidade *versus* ser estrangeiro; música ter como assunto a política *versus* a própria música ser o gesto político; a música ser simples e direta *versus* a elaboração estética das vanguardas. O emprego de figuras de linguagem, uma das especialidades da publicidade, prende a atenção do consumidor pois desloca o sentido do lugar-comum.

Sintetizando os ideais expostos nos exórdios, as perorações apontam para a posição da dupla: “Já para nós bom é ser contemporâneo ao mundo (...)”; “Melhor para nós são a descoberta e liberação dos desejos e gostos mais autênticos de cada um”; “assim somos nós (...)”. O foco está realmente na reiteração dos posicionamentos a fim de definir um local de fala. A linguagem do manifesto não

poderia ser mais publicitária – semelhança que vai muito além da linguagem, como veremos no decorrer da pesquisa.

Por que levamos a sério o seu conteúdo? O fato de existir um manifesto ao lado de um fonograma já nos mostraria que houve uma tentativa de diferenciação dentro de um mercado hegemônico. Em função de qual propósito essa diferenciação ocorre, isso discutiremos mais à frente. Mas, por ora, não tentemos esmiuçar o manifesto a fim de definirmos parâmetros ou termos para a análise da obra propriamente dita, mas busquemos compreender as especulações sobre certas questões levantadas por Marina e Cicero. A própria escolha desses temas nos revelará algo. Enquanto um apanhado de ideias, é o retrato de um imaginário que pode ou não se refletir nas canções mas a partir do qual estava sendo produzida e posicionada artística e mercadologicamente a obra.

2.1.1 A filiação em questão

A afirmação que inicia o manifesto é categórica: "somos brasileiros e estrangeiros". A frase causa certa estranheza e esse é, sem dúvidas, o efeito desejado – mostrar que há algo de diferente, que foge ao senso-comum. Como, ao mesmo tempo, pertencer a um determinado lugar e ser estrangeiro a ele? Da contradição, tenta-se chegar a uma síntese: apesar da “nossa verdadeira casa” e da “casa da nossa música” não possuírem qualquer traço que as delimitem, escolheu-se ser brasileiro. Através da negação de características que evocam uma materialidade territorial (“paredes”, “teto”, “cerca”, “fronteira”), é construída uma espécie de não-local. A delimitação se dá, aparentemente, a partir da ausência.

Há alguns dados biográficos que podem nos interessar para a discussão. Em diversos momentos de sua carreira, Marina destacou o tempo que passaram nos Estados Unidos durante a sua infância e adolescência. Tendo ambos nascidos no Rio de Janeiro (Antonio Cicero, em 1945, e Marina Lima, em 1955), mudaram-se para Washington D.C. no ano de 1960, quando seu pai, Ewaldo Correia Lima, que era um economista, assumiu um cargo executivo no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Antonio Cicero retorna ao Brasil em 1967 mas, em 1969, vai morar em Londres, até o ano de 1972, para cursar filosofia na University College

London, onde conviverá com alguns artistas exilados pela ditadura militar, como Caetano Veloso, Gilberto Gil e Jorge Mautner. Em 1974, após um rápido período no Brasil, Cicero volta a Washington D.C. para se tornar mestre em filosofia na Georgetown University. Marina e Antonio Cicero só retornariam definitivamente para o Brasil em 1977. É importante destacar que Marina e Cicero, devido a condições materiais favoráveis, passaram um longo período no exterior, tendo lá recebido grande parte de suas formações. Quando chegam ao Brasil, e isso Marina relata diversas vezes em reportagens, sentem-se tão estrangeiros quanto se sentiam longe de seu país natal.

Esse sentimento estrangeiro se reflete no manifesto. Há de se destacar que, no nível discursivo, as possibilidades de ser concomitantemente “brasileiro” e “estrangeiro” são compatíveis e não entram em conflito - assim como misturar duas palavras de léxicos diferentes sem que haja qualquer estranhamento, como na formação da palavra “*fullgás*”, como veremos mais adiante. Porém algo de Real escapa nesse processo de simbolização de uma filiação, que, trará, via de regra, as noções de pertencimento e herança. Tal constatação permite que nos aproximemos ao romance familiar dos neuróticos, formulado por Sigmund Freud, para realizar uma equivalência simbólica.

Não há escapatória: a relação com os pais (mesmo que ausentes) é inevitável ao sujeito.

“Desprender-se da autoridade dos pais é uma das realizações mais necessárias e também mais dolorosas do indivíduo em crescimento. É absolutamente necessário que ele o faça, e podemos presumir que isso foi alcançado, em alguma medida, por todo aquele que se tornou normal. De fato, o progresso da sociedade baseia-se nessa oposição entre duas gerações/. Por outro lado, há uma classe de neuróticos cuja condição, percebemos, foi determinada pelo fracasso nessa tarefa.” (FREUD, 2015, p. 420)

Segundo Freud, de início, a criança tem como referência seus pais e seu desejo invariavelmente se destina a ser como eles. Porém, em determinados momentos de seu percurso, a criança começa a perceber que seus pais nem sempre serão fontes de satisfações – pelo contrário. A interdição, a proibição, o “não”, tudo isso, função exercida por eles, não a satisfazem. Diz Freud (2015, p. 421), que “a sensação de que os seus afetos não são correspondidos acha então desfogo na ideia, muitas vezes

consciente lembrada da primeira infância, de que é um enteado ou um adotado”. Nesse instante, a criança começa a fantasiar uma nova filiação – e isso é o que Freud chamou de “romance familiar”. A fantasia surge com um papel bem definido: criar para o sujeito um espaço onde não haja qualquer tipo de insatisfação, nenhuma fonte de desprazer. E é esse o ponto do qual podemos traçar uma linha paralela ao sentimento ambíguo de ser brasileiro e estrangeiro ao mesmo tempo no manifesto. Entre “país” e “pais” há mais que uma similaridade ortográfica e fonética, pois ambos trazem a filiação. E, a partir dessa constatação, fantasiar sobre a sua própria origem é, como vemos no romance familiar, uma forma de ultrapassar a realidade das relações factuais entre origem e pertencimento e, simbolicamente, inventar uma filiação livre de qualquer conflito.

Além do caráter de fuga do Real, essa escolha da filiação, no lugar da predestinação, nos apontará uma crença de um sujeito totalmente autônomo que pode escolher ser o que ele quiser. Não se nasce brasileiro, escolhe-se ser brasileiro, como também poderia se ter escolhido ser norte-americano ou europeu. A partir da fala de Antonio Cicero no debate “MPB: Raízes versus antenas”, realizado em 1985, percebemos que se defendia a ideia de que o sujeito deve exercer sua liberdade independentemente de qualquer rótulo.

“Em primeiro lugar, você faz, exerce sua liberdade e são os outros que estão interessados em rotular o que você faz. A melhor maneira de um brasileiro se comportar não é, em primeiro lugar, saber o que é um homem brasileiro. Ele se comporta como um homem livre, os outros é que vão rotulá-lo de brasileiro. Em segundo lugar, vem a sua existência, a sua afirmação no mundo, a sua tomada de posse do mundo e depois, então, isso será definido como brasileiro” (CICERO, 2012, p. 17).

Aqui, a identificação com uma filiação brasileira reside da concepção de que o Brasil “vem da fusão de todas as águas”. “Fontes”, “fusão”, “miscigenação”: há uma fluidez nessa mistura. Sem conflitos entre a mistura de correntes culturais, o país, assim como “a nossa música”, é um lugar aberto – um lugar aberto ao mundo e, contrapondo, está a agorafobia, o medo de espaços abertos. Contudo, é sabido que esse mito fundador de “miscigenação” é problemática na medida em que se apagam ou, pelo menos, se atenuam as tensões e as desigualdades nos processos de convivência entre culturas tão distintas.

Prosseguindo, podemos notar que, quando a imagem das “raízes” surge, ela está em oposição às “antenas”. Antonio Cicero (2012, p. 16), no citado debate, vai defender que “o rótulo de raiz é *slogan*, na verdade, usado para tentar coibir, limitar a área de atuação de um artista, de um compositor, de um pensador brasileiro”. Ao contrário de uma organicidade na obra, representada pelas raízes, defende-se a imagem de “antena” que, como expressão máxima da globalização, é uma invenção tecnológica que crê-se encurtar distâncias. Se, em vez de ser local, prefere-se ser contemporâneo ao mundo, de que mundo se trata? De onde sairiam as ondas a serem captadas pelas antenas?

No ideário contemporâneo da globalização, esquecem-se que sempre há centros privilegiados que irradiarão suas expressões midiáticas. Nesse ponto, não podemos nos lembrar senão da música norte-americana como fonte de referências quando pensamos na obra de Marina Lima e Antonio Cicero. Além do dado biográfico que evocamos anteriormente, podemos apontar que, dos autores estrangeiros gravados por Marina na década de 1980, predominantemente, estão presentes nomes consagrados da indústria cultural dos Estados Unidos. “Pé na tábua (Ordinary Pain)” (Stevie Wonder/Antonio Cicero/Sergio Souza), presente no LP *Fullgás* (1984), é uma versão para um clássico de Stevie Wonder. “Lady sings the blues” (Nichols/Holiday), no LP *Todas ao vivo* (1986), de Billie Holiday. “Hearts” (Jesse Barish), no LP *Virgem* (1987), foi um sucesso na voz de Martin Balin. E, por fim, “Only you” (B. Ram/A. Rand), clássico do The Platters, foi regravado por Marina no LP *Próxima parada* (1989).

Desejar ser “contemporâneo ao mundo” pressupõe que, mesmo convivendo no mesmo tempo, sempre poderá haver algo atrasado em relação às demais coisas. Marina (in REVISTA DESFILE, 1987, p. 46) afirma:

“O Antonio Cicero sempre diz uma coisa que eu acho certíssima. Na realidade nós todos, eu, ele, você [a jornalista Ana Gaia], o Paulo Ricardo, o Lobão, não estamos avançados em relação ao nosso tempo, as pessoas é que estão atrasadas. Nós estamos ajudando a formar a nova cara do Brasil. É o Brasil que está atrasado!”.

Talvez isso nos remeta a um dos eixos centrais na obra ensaística de Antonio Cicero desenvolvido sobretudo em seu livro *O mundo desde o fim* (1995): o conceito de *agoralidade*. Entrar na discussão do termo demandaria alguns retornos aos

diálogos que Cicero realiza com as filosofias clássica e moderna que não cabem no espaço do presente trabalho. Mas, grosso modo, a tese que o autor defende é de que a modernidade não pode ser ultrapassada. Não há, para ele, pós-modernidade. A modernidade seria um conceito absoluto: “o moderno sendo agoral é, portanto, o que se refere a este instante. A modernidade é agoralidade, o agora em si, o agora enquanto agora, a essência deste instante, que é o que buscamos” (CICERO, 1995, p. 16).

Contudo, em nossa visão externa e comparando as estruturas dos discursos contemporâneos, a valorização do instante e do agora, para além de uma discussão filosófica, muito se assemelha ao tempo do espetáculo e do consumo. Os prazeres nos quais a publicidade investe falam do agora. “Os momentos felizes não estão escondidos nem no passado nem no futuro”, como diz “À francesa” (Antonio Cicero/Claudio Zoli), então aproveite o agora. O futuro surge na publicidade como se o sujeito sempre estivesse atrasado. “O futuro chegou”, proclama uma propaganda de fibra ótica no ano de 1984 (Imagem 2.1.1.1.). Tenha o seu ritmo afinado ao da tecnologia, vende o anúncio de uma calculadora no mesmo ano (IDEM).

Imagem 2.1.1.1. Anúncios veiculados, no ano de 1985, na revista Veja.

O mundo idealizado pelo consumo sempre está à frente do sujeito. A ele só lhe resta correr atrás de um tempo perdido. Nas canções, assume-se esse ideal: “correndo atrás, querendo chegar lá” é a imagem de “Correndo atrás” (Marina Lima/Antonio Cicero), do LP *Todas* (1985); “Fullgás” (Marina Lima/Antonio Cicero), na mesma linha, aponta para um local a ser conquistado. Não será esse mundo do qual se deseja ser contemporâneo o mundo do espetáculo?

2.1.2 Arte e política

“Se nossa música é política? Nossa música é a nossa política”. O segundo grande tema do manifesto é a confusão e a fusão entre um fazer artístico e a forma de expressão de um indivíduo. Não se fala de uma política de bases ou estruturas de poder mas, sim, de uma política no mesmo sentido em que Hebert Marcuse (1999, p. 25) vai tratar das categorias psicológicas como categorias políticas. O foco dessa política está no sujeito, tanto na escolha artística (“gostar de bossa nova, fazer samba ou ser *new wave*”) quanto na sexualidade (“ser heterossexuais ou bissexuais”).

No contexto cultural, da década de 1980, o corpo e a representação do “eu” foram defendidos como campos políticos. Zuenir Ventura (VENTURA in GASPARI, HOLLANDA e VENTURA, 2000, p. 268), à época, teve a percepção de que a geração jovem formava uma “geração do Eu”. Citando canções da banda Os Paralamas do Sucesso, “Óculos” (“eu uso óculos”), e da banda Ultraje a Rigor, “Eu me amo”, o autor descreve os jovens como indivíduos que, culturalmente, pareciam cultivar o olhar narcísico.

À luz do processo de transição democrática, a produção dessa geração “desmoralizou com o riso a sisudez da cultura criada sob a ditadura” (IDEM). Porém, o trabalho de Marina Lima e Antonio Cicero se difere das demais expressões do *pop rock* exatamente por não usar o humor como uma forma de apagar as marcas deixadas no corpo pelas estruturas sociais. De um lado, a fuga de rótulos se deu através de um trabalho estético sério que não só importou e “abrasileirou” o *pop rock* estrangeiro. No limite, está a banda Kid Abelha cujo estilo muito se assemelha ao da banda Duran Duran. Marina e Cicero buscaram criar uma estética própria que, apesar do forte diálogo com o mercado, trará traços de distinção. No capítulo três, veremos que a

sexualidade também é assunto sério e não é tratado com o humor que Léo Jaime, por exemplo, emprega de tal forma que, em “Sônia (Sunny)” (Bobby Hebb/Leo Jaime/Leandro), de 1983, faz a bissexualidade parecer apenas uma piada: “Sônia, chega mais aqui e fica bem juntinho/Sônia, vamos, nessa festa, fazer um trezinho/Você na frente e eu atrás/Atrás de mim, um outro rapaz/Sônia, que loucura!”.

Mas é importante notarmos que, mais uma vez, na ideia da busca pela “descoberta e liberação dos desejos e gostos autênticos de cada um”, o sujeito é tido como autônomo em suas escolhas – assim como o sujeito da publicidade. Enquanto o enunciado de “Pra começar” (Marina Lima/Antonio Cicero), do LP *Todas ao vivo* (1986), nos diz “agora descubra de verdade o que você ama”, um anúncio do automóvel, em 1984, nos convida a transpassar quaisquer que sejam as barreiras das nossas sensações: “ultrapasse os limites da sua emoção”.

“Seja autêntico” é um dos principais imperativos do consumo e, ao mesmo tempo em que o espetáculo nos pede autenticidade, ele nos oferece ao nosso desejo opções de identificação através de padronizados produtos, valores e ideias. Como aponta, Maria Rita Kehl (in BUCCI e KEHL, 2003, p. 62), a ideia “quem escolhe é você” acaba adentrando os mais diversos âmbitos da vida contemporânea.

“A publicidade dirige-se ao desejo e responde a ele com mercadorias. Interessa-se pelos sonhos e fantasias para captá-los como ‘tendências de mercado’, e até mesmo os anseios políticos por liberdade e democracia são vertidos na forma dos ‘direitos do consumidor’ (...) A publicidade convoca todos a gozar de privilégios dos consumidores de elite. Se a alternativa fosse acessível a todos, não haveria privilegiados. Como não é, o que está sendo oferecido como tentação irrecusável é o direito de excluir a maioria”.

Até que ponto podemos falar de uma autenticidade do sujeito? E mais: será que todos gozamos dos mesmos direitos? Essa é uma das problemáticas impostas pelo Real que discutiremos ao longo da análise das canções de Marina e Cicero.

2.1.3 O novo na música popular

“Nossa música é simples, deliberadamente simples e direta”. O novo pode, sim, vir do mais vulgar. Nesse sentido, Marina e Cicero parecem valorizar o *pop*, considerado, à época, algo menor dentro da música brasileira, ao invés de seguir uma evolução linear.

Não está explícita a referência no manifesto, mas é evidente que os autores dialogam com a evolução linear na música popular brasileira proposta por Caetano Veloso, em 1966, que traçava uma linha evolutiva partindo do samba, passando pela bossa nova e chegando ao tropicalismo. Antonio Cicero (2005, p. 71), posteriormente, defendeu a ideia de que “a novidade introduzida por Caetano se encontra não em desenvolver a bossa nova do ponto de vista técnico, mas sim na elucidação conceitual tanto da música popular brasileira quanto da música popular em geral”.

“Tal elucidação destrói as bases sobre as quais se consideravam como essencial ou privilegiadamente brasileiros determinados gêneros ou formas, em detrimento de outros; contudo, ela proporciona ao compositor/cantor uma abertura sem preconceitos não só a toda contemporaneidade mas também a toda a tradição, de modo que não era sequer concebível quando imperava a idolatria ou o feticismo desta ou daquela forma tradicional”. (CICERO, 2005, p. 72)

O que os “caretas”, para usar um termo empregado no manifesto, desejavam era o bom gosto na música que não viria com o *pop*, considerado “vulgar”. Mas Marina e Cicero, na direção contrária, ao localizarem uma abertura conceitual, tomam o gênero como uma das várias possibilidades de se fazer canção. Na obra crítica de Antonio Cicero, o autor defende a ideia de que as vanguardas artísticas tiveram como principal contribuição a ampliação e não a abolição das formas. Apesar do mercado, haveria obras interessantes e relevantes que não deixariam de ter um certo grau de elaboração estética.

O momento em que a MPB, no mercado fonográfico, vai perdendo espaço para o *rock* foi propício para tal questionamento. Marina (FOLHA, 18 de março de 1984, p. 10), ao ser questionada sobre os movimentos do *rock* brasileiro na década de 1980, chegou a afirmar:

“É como tirar a peneira, antes marginalizada ou colocada de fora pelos intelectuais. Ruim porque tem muita música pobre. Bom por alterar a balança. Eu, antes, me sentia sozinha. Não era uma brasileira. É bom

existir toda essa sujeira, Rita Lee, Blitz - bom ou ruim, eles fornecem outros parâmetros. Anteriormente, toda ousadia significava um atentado ao patrimônio histórico".

Para além do repertório *pop rock* e de sucessos da música norte-americana, Marina Lima, em seus discos, gravou canções de alguns estilos diferentes entre si durante a década de 1980. O seu primeiro disco, *Simples como fogo* (1979), é predominantemente composto por *blues*. Em diálogo direto com a MPB, interpretou, em dueto com Caetano Veloso, “Nosso estranho amor” (Caetano Veloso), no LP *Olhos felizes* (1981), mesmo disco onde há canções de Gilberto Gil, “Corações a mil”, e Rita Lee em parceria com Roberto de Carvalho, “Doce Vida”, além de um samba, “Seu sabão”, de Djalminha. Marina também regravou “Emoções” (Roberto Carlos/Erasmão Carlos), sucesso de Roberto Carlos, no LP *Desta vida, desta arte* (1982). Em *Próxima parada* (1989), regravou a bossa “Garota de Ipanema” (Antônio Carlos Jobim/Vinícius de Moraes).

O que poderia se assemelhar a uma operação tropicalista, na verdade, se difere do método de mistura empregado pela vanguarda artística da década de 1960. Enquanto a antropofagia tropicalista “constrói um painel em que o universo sincrético se apresenta sob a forma de um presente contraditório, grotescamente monumentalizado, como uma hipérbole distanciada de qualquer origem” (FAVORETTO, 1995, pp. 57 – 58), a escolha estética de Marina e Cicero não buscava mostrar contradição alguma.

Desejar ser contemporâneo ao mundo, em Marina e Cicero, significava apagar qualquer traço de desigualdade, superá-la e colocar o Brasil no mesmo patamar do que haveria de mais atual no mundo – e, vale lembrar, esse mundo é o mundo do espetáculo, com toda a sua simplicidade (“simples como fogo”), intensidade e efemeridade “*fullgás*”. Quando Marina Lima e Antonio Cicero buscam o novo, o fazem através de uma mistura sem conflitos, assimilando o mercado e, dentro dele, elaborando o novo.

2.2 Os sentidos de *fullgás*

Fullgás é uma palavra inventada por Marina Lima e Antonio Cicero, que aparecerá pela primeira em 1984, intitulando uma canção, um manifesto e um álbum. Dentro do simbólico e do imaginário, quais sentidos pode carregar o termo *fullgás*? O que ele pode produzir? Tentando responder a essa pergunta, fazemos uma breve incursão pela psicanálise a fim de localizarmos, dentro do sentido de unicidade dentro da hegemonia, qual o papel de *fullgás*, significante que abordaremos tanto no tocante à sua produção quanto no que diz respeito aos efeitos que ele pode gerar.

2.2.1 *Fullgás* como um significante para a psicanálise

É sabido que a *linguagem* ocupa um papel central na psicanálise lacaniana. Para Jacques Lacan (1998, p. 498), “também o sujeito, se pode parecer servo da linguagem, o é ainda mais de um discurso em cujo movimento universal seu lugar já está inscrito em seu nascimento, nem que seja sob a forma de seu nome próprio”. Nesse sentido, o “discurso” ao qual Lacan faz referência diz respeito à realidade social, que é construída através da linguagem, uma vez que qualquer “troca social” é “inconcebível for das permutações autorizadas pela linguagem” (IDEM). Ao sujeito lhe é autorizado, portanto, “ser alguém” porque a linguagem dispõe de palavras que podem lhe denominar. O sujeito que diz, por exemplo, “meu nome é” já se insere, por meio desse enunciado no discurso - o “eu” está colocado e a filiação, através do ato de possuir um nome e sobrenome, está colocada.

A partir do momento em que Jacques Lacan, após revisitar a obra de Sigmund Freud, localizou o protagonismo da linguagem, o autor se aproximou dos estudos de Ferdinand de Saussure e dele tomou emprestado o “algoritmo” (como assim é denominado pelo psicanalista) significante/significado para, no fim, compreendê-lo de outra forma. Como significante, entende-se, primariamente, esse “condutor físico” que Saussure funda que estará sempre relacionado a um significado. O significante, para a semiótica de linha saussuriana, não existe sem o significado, isto é, sem aquilo que ele representa. Mas, para Lacan, toma-se outro rumo. Clara de Góes (2012, p. 57)

nos aponta uma das principais diferenciações que Lacan faz: “o significante da linguística responde pela significação; o significante da psicanálise não representa, engendra”. Quando Jacques Lacan utilizou-se do termo “significante”, está subentendida uma produção, não de significados, mas de outros significantes. Não há, para ele, algo externo ao significante, como um significado. Ao contrário, “o significante apresenta-se, sempre, como cadeia significante” (GÓES, 2012, p. 57). Nessa cadeia, um significante remeterá a outro significante que, por sua vez, também remeterá a outro. Ou, nas palavras de Lacan (1998, p. 505), os significantes formarão “anéis cujo colar se fecha no anel de um outro colar feito de anéis”.

Um significante sempre deslizará para outro significante e não estará senão disposto a outro significante – não ao significado. Onde residirá o significado? No próprio significante. O significante engendra uma realidade e fecha-se em si. E, significante por significante, através do jogo na qual a associação se faz operação, a linguagem organiza, através do sujeito, a realidade – essa também um significante.

“A realidade é efeito do significante, isso implica estabelecer que se trata não de interpretação (no sentido de uma hermenêutica), mas de produção. O significante traz ao discurso, no qual a realidade é produzida, uma dimensão de Real; uma dimensão de letra. O significante não é apenas uma representação, metáfora de uma ausência, mas um fator de produção que enlaça o Real e o Imaginário ao Simbólico. A intervenção do significante sobre um corpo produz a realidade” (GÓES, 2012, pp. 62-63).

Não será estranho se enxergarmos a cadeia significante na clássica técnica freudiana de associação livre, empregada no processo de interpretação de sonhos. Nela, *grosso modo*, o paciente, com as devidas intervenções do analista, revisita seus sonhos e, no discurso que profere, realiza associações entre o que se lembra e o que lhe vem à cabeça. Sigmund Freud formulou que há dois tipos de materiais a partir do sonho: o conteúdo manifesto e o conteúdo latente. O primeiro diz respeito ao sonho vivenciado pelo paciente, enquanto o segundo é o discurso produzido a partir da tentativa de reprodução do que se sonhou. Não é necessário entrar no idioma próprio pelo qual os sonhos se expressam, porém, é importante enxergar que será o conteúdo que se revela na fala do paciente, novamente, através da linguagem, o que mais interessará ao analista pois, no processo de associação, revelam-se as estruturas que fundam a produção de sentido. O ponto ao qual deseja-se chegar é a hipótese de que a

criação da palavra *fullgás* não é aleatória ou arbitrária. Ao nosso ver, ela segue mais ou menos à risca uma estrutura do consumo.

2.2.2 A cadeia significativa de *fullgás*

Só se pode chegar a um significante através de outros significantes. Portanto, façamos uma retomada do caminho percorrido até chegar ao termo *fullgás*. Reconta Marina Lima (2012, p. 184), que *fullgás* surgiu durante o processo de composição da canção que leva seu nome: “Havia essa frase: ‘tudo em você é fugaz’”. Quando [Antonio] Cicero botou no papel, eu olhei e falei: ‘Cicero, vamos colocar *fullgás*, de tanque cheio’”.

O que isso nos dirá? Pouco ainda. O fato é que um novo significante foi criado a partir da evidente semelhança fonética entre a palavra “fugaz” e o termo inglês “*full gas*”. Retirados de dois códigos linguísticos distintos – respectivamente, as línguas portuguesa e inglesa -, o significante *fullgás* nos leva a dois sentidos diferentes porém não opostos.

Fugaz: adjetivo que denota aquilo que dura pouco. O que é rápido, ligeiro, passageiro, transitório ou efêmero. É a qualidade da fugacidade. Por oposição, é aquilo que não é lento ou que não é duradouro.

Full gas: expressão que, em tradução literal, significa “tanque cheio de combustível”. Retirada de um contexto tecnológico das máquinas e, principalmente, da indústria automobilística, denota aquilo que está completamente abastecido e, portanto, pronto para uma jornada longa. Nos painéis dos carros, *full gas* mostra que há muito combustível para ser queimado e gerar energia para movimentar o veículo. Por outro lado, leva-nos à ideia daquilo que não está vazio ou que não está com pouco combustível.

Fugaz e *full gas*, tempo e modo. Rápido e intenso. Veloz e cheio. Efêmero e com grande força motriz. É notável que os dois termos de modo algum se opõem e também que colocam em evidência um sentimento presente em algumas expressões de Marina e Cicero. “Eu sempre mudo, nada é igual/mas o fundamental/pra mim/é saber achar/o que esse tempo tem pra dar”, proclama “Meu tempo (eu estou

aprendendo)” (Marina Lima/Antonio Cicero), do LP *Desta vida, desta arte* (1982). Deparando-se com a efemeridade da realidade, assume-se não se crer “em nada eterno”, em “Muda, Brasil” (Marina Lima/Antonio Cicero), do disco *Todas* (1985). Em “Nosso estilo” (Marina Lima/Antonio Cicero/Lobão), registrada no LP *Fullgás* (1984), o sujeito parece ter em si todo o combustível necessário para colocar-se em movimento em um mundo lento: “É agora e aqui/sim, nós/tá tudo aqui dentro/a lei e a nossa lei/não é a lei dos outros/pra nós o mundo tá lento demais/e esses caretas ficam mais e mais banais”. Até a capa de *Fullgás* tentou traduzir esse sentimento: a imagem borrada da artista tenta exprimir, segundo Marina (2012, p. 185), “a ideia de movimento rápido, fora de foco”.

Mais do que sintetizar dois conceitos, de tempo (“rápido”) e modo (“intenso”), com a criação *fullgás* buscou-se inventar o novo – fusão essa que se faz sem qualquer conflito. Esse ideário, também presente no manifesto, como já foi analisado anteriormente, apontará não só para a apropriação de expressões estrangeiras como também a tentativa de esboçar algo inovador a partir da mistura sem conflito. E, então, entramos no nível do desejo – conceito chave para a psicanálise.

2.2.3 *Desejar o novo é representar o novo*

Ora, é evidente que o que está colocado no manifesto e na obra de Marina e Antonio Cicero no período é a busca pelo novo. Mas o que significa desejar o novo naquele contexto? Ou melhor, o que significava *representar* o desejo do novo? Mais do que desejar, o sujeito falante *representa* o seu desejo. E será na dimensão da representação, isto é, da linguagem que ele deve ser discutido. Isso nos levará aos limites entre o Simbólico e o Real, dimensão que a linguagem não consegue acessar.

“Sabemos, desde *A interpretação dos sonhos*, de Freud, que o desejo não tem que se realizar necessariamente em ato. Pode bastar-lhe a linguagem. Por que um sonho, por exemplo, realiza um desejo? Porque um desejo se realiza quando ele encontra a sua significação. Dizendo de outra maneira: o deslizamento do significante, a cadeia do significante que remetem sempre, cada um, a outro significante, estanca temporariamente quando se produz um significado”. (KEHL in BUCCI e KEHL, 2003, p. 90).

Fullgás é a materialização do desejo pelo novo. Não se trata do novo propriamente dito. Se o novo realmente veio ou não, devemos levar a discussão para

outras instâncias. A questão é que o gesto representou o ensejo pelo novo e cumpriu sua função enquanto inscrição no Real, uma vez que o discurso concreto toma emprestado da linguagem o suporte material (LACAN, 1998, p. 498). *Ser fullgás* é ser algo novo, que ainda não foi inventado.

Por outro lado, podemos dizer que essa intenção em parte fracassa a partir do momento em que esse significante, quando enunciado através da fala e do canto, nada se difere da palavra “fugaz”. É cabal o apontamento de Lacan ao afirmar que “o significante, por sua natureza, sempre se antecipa ao sentido, desdobrando como que adiante dele sua dimensão”. De fato, o propósito de se encadear significantes que operem entre o *fugaz* e o *full gas* não se efetiva na canção. A mesma semelhança fonética que foi utilizada na formação da palavra atrapalha a sua compreensão.

Há ainda outra barreira no processo de produção de sentidos do termo *fullgás*: o repertório da audiência. Para enxergar o *full gas* em *fullgás* é necessário possuir um conhecimento mínimo da língua inglesa ou da expressão em seu contexto original. Nos limites, o termo parece trazer uma grafia equivocada do termo *fugaz*. Aliás, é de se notar que muita gente, no dia a dia, erre a grafia dessa palavra em português. O fonema /fu/ parece pedir o acréscimo de um ‘l’. *Fullgás* fica entre o equívoco ortográfico e o erro deliberado que se traveste de estilização.

Devemos evidenciar também que o processo de produção da palavra *fullgás* se assemelha às metodologias empregadas pelas empresas na criação de marcas. O significante *LATAM*, por exemplo, foi escolhido para representar o fruto da fusão de duas companhias aéreas, a chilena LAN e a brasileira TAM. Sintetizando dois conceitos fundamentais ao propósito da empresa, a marca norte-americana GROUPON, uma plataforma digital de compras coletivas, veio da junção de *group* (grupo, em português) e *coupon* (cupom).

Reconhecidas as limitações de *fullgás* enquanto um significante, podemos dizer que, em um contexto mercadológico, do qual não podemos escapar, a palavra cumpre as funções próprias dos signos marcários, que, como defende Clotilde Perez (2004, pp. 6-7), são: “distintividade, identidade, autoria e propriedade”. Enquanto marca, *fullgás* funciona e funciona bem. Opera tão bem como um rótulo que, além de intitular o disco e o manifesto de 1984, chegou até mesmo a se transformar na razão

social e no nome fantasia da editora independente que detém os direitos das canções de Marina e Cicero (a Fullgás Produções Artísticas Ltda.), aberta no período e em atividade até os dias atuais. Porém, há de se ponderar que a grafia da marca, que é incomum à gramática brasileira, pode ter se tornado um empecilho no dia a dia nos momentos em que ela deve ser reproduzida.

Por outro lado, não podemos enxergar a expressão como algo meramente de mercado. Ao contrário, parece-nos que a obra de Marina Lima e Antonio Cicero ao invés de se alienar completamente ao espetáculo, incorpora deliberadamente suas estruturas ao mesmo tempo em que, dentro desse meio, cria espaços de autenticidade não só mercadológica como também artística.

O gesto de escrever e publicar um manifesto e criar uma palavra nos levam a aspectos de diferenciação da obra. Em um contexto de mercado, podemos enxergar traços de distinção que, de forma bem prática, os especialistas em marketing chamam de “posicionamento de marca”. Porém, por um ponto de vista artístico, as pretensões colocadas no manifesto e na criação da palavra podem ser lidas como uma tentativa de traçar um projeto conceitual - uma forma de se pensar o próprio fazer artístico e delimitar espaços e parâmetros para que a obra possa se desenvolver. No caso, a intenção política se funde à proposição artística tendo como pano de fundo dois contextos bem marcados: um sociopolítico, de transição democrática, e outro cultural, onde a mundialização da cultura se expressa de forma cada vez mais intensa no Brasil e a música de grande êxito comercial começa a enveredar para o *pop rock*. Será a seriedade com a qual Marina e Cicero tentarão abordar tais questões que o tornarão distintos da amálgama de produções fonográficas do período. Se a sua obra estará alienada ou não ao mercado, isso veremos mais adiante. Mas, por ora, é importante destacarmos que sua obra tentou se pensar enquanto obra artística e em momento algum negou o mercado. Assumir e incorporar artisticamente os valores do mercado, como a fugacidade e a intensidade, é o novo.

2.3 O *pop* de Marina Lima e Antonio Cicero

Apesar do sucesso comercial que obtiveram, as composições de Marina e Cicero se diferenciam quando comparadas às demais canções do repertório *pop* do período. Em momentos distintos, Caetano Veloso e Itamar Assumpção vão destacar as letras de Antonio Cicero como parte dessa diferenciação. Caetano Veloso (2008, p. 439) afirma que as canções que Cicero “compôs com Marina se tornaram grandes sucessos populares – e todos são bem escritas”; e Itamar Assumpção, além de acrescentar “Fullgás” aos seus shows de 1984, chegou a afirmar que ela “é lindíssima, mas que, tocando em FM o dia todo, as pessoas não notam como a letra é bonita” (in FOLHA, 29 de agosto de 1984, p. 40).

Tentando tornar tangível o que seria uma sofisticação do *pop* em Marina Lima e Antonio Cicero, olhemos para as canções do disco *Todas ao vivo*, contrastando-as a fim de localizarmos as diferenças e as semelhanças entre as suas formas.

2.3.1 A poesia e a letra de música de Antonio Cicero

Antes de ser um letrista, Antonio Cicero é um poeta e, para usar o termo que o próprio autor emprega, um filósofo. Apesar de sabermos que poesia e letra de música são diferentes, pois a estrutura musical influenciará sobremaneira a construção dos versos, é perceptível a influência da obra poética de Antonio Cicero nas canções em parceria com Marina Lima. Por mais que o poeta só vá publicar o seu primeiro livro de poesias, *Guardar*, em 1996, ele já escrevia poemas desde a sua adolescência. No meio do percurso, tornou-se letrista devido a sua irmã, começando a compor em 1976, e desde então trabalhou com Caetano Veloso, Waly Salomão, João Bosco, Adriana Calcanhotto e Arthur Nogueira, apenas para citar alguns.

“Nunca achei que o fato de ser letrista me atrapalhasse o percurso de poeta. Há uma diferença básica: para escrever letras, eu dependo sempre de outras pessoas. Eu não faço música, não componho, não sei cantar. A música, para mim, envolve muitas outras pessoas (o parceiro, o instrumentista, o cantor, o arranjador), não é uma atividade solitária como a poesia. Há algo de vulgar, sim, na música, pois ela é uma atividade ligada à indústria. Isso não quer dizer, no entanto, que seja melhor o poema que eu escrevo do que a letra que faço no embate com o mundo real” (IDEM, p. 56).

Confiando na qualidade estética de suas composições, Cicero (2013, p. 58) não sentia a necessidade de publicar seus poemas em livros pois, em suas palavras, lhe bastava ouvir seus versos “no rádio ou em shows para imensas plateias”. Poesia e letra de música, nesse ponto, se interpenetram e localizar o fazer poético na canção é inevitável.

Fazendo uma breve incursão no processo de composição de Antonio Cicero, podemos notar que ele é variado: “aprendi a escrever letras de todos os jeitos: oferecendo o poema pronto ao parceiro, para fazer pequenas modificações depois; trabalhando com ele desde o início; ou, o que me parece mais interessante, colocando letra em uma música que me é oferecida” (CICERO, 2013, p. 53). Com Marina, a primeira experiência veio quando a irmã musicou um soneto, “Canção da alma caiada”, que se tornaria a primeira música a ser lançada no mercado fonográfico, não fosse a censura que vetou a faixa no disco de Maria Bethânia, em 1976. Porém, algumas letras em parceria com Marina foram construídas juntamente às canções e obtiveram intervenções da irmã, revelando-nos que letra e música são, em certa medida, indissociáveis:

“Por exemplo, ao me dar certa melodia, Marina, que queria homenagear a artista Anna Bella Geiger, disse que queria manter o enunciado: ‘Anna Bella me falou que não se pode amar sem ser amado, isso, não, senhor’. Eu o mantive e, como também admiro Anna Bella, continuei a canção a partir disso. Não me lembro bem, mas acho que há outras frases da Marina nessa letra. Comigo, que sou irmão, ela tem, além disso, intimidade para, às vezes, mudar uma palavra ou outra que eu tenha escrito. (...) Outra coisa de que me lembro se refere a “O charme do mundo”. Escrevi assim uma parte da letra: “Acho que o mundo / faz charme / e que ele sabe / como encantar-me”. Naturalmente, ‘encantar-me’ rima com ‘charme’. Mas Marina achou – com certa razão – que isso afastaria demais a canção do modo de falar normal do brasileiro, de modo que, mesmo perdendo a rima, preferiu cantar simplesmente: ‘Acho que o mundo / faz charme / e que ele sabe / como encantar’” (CICERO, 2013, p. 189).

Em seu primeiro livro de poesias, *Guardar* (1996), Antonio Cicero chegou a publicar o que ele denominou de “variantes de letras escritas para melodias” (CICERO, 1996, p. 103) – um gesto que só reforça o valor poético das canções que faz com que um texto que se destinava anteriormente ao mercado seja digno de entrar em um livro de poesia. “Solo da paixão”, “Virgem”, “Eu vi o rei passar” e “Canção da

alma caiada” viraram canções compostas em parceria com Marina Lima²⁷. “Inverno” e “Água Perrier”, foram feitas para canções de Adriana Calcanhotto, e “À francesa”, Cláudio Zoli. Quando comparamos os poemas às composições, cuja maioria tornou-se *hit*, tocando à exaustão no rádio e na televisão, podemos perceber que as diferenças e/ou as variações em alguns casos são mínimas. Em “Virgem”, por exemplo, foram alteradas algumas palavras e a ordem de alguns versos. Em outras, como “Solo da paixão”, alguns versos foram substancialmente modificados.

**Solo da paixão
(Antonio Cicero)**

O solo da paixão não dura mais
que um dia antes de afundar, não mais
que esta noite ou esta noite e um dia
e o clarão da noite antes de amargar.
Um dia solar eu vou lhe entregar:
Que ela sequestre o mundo por um dia
(um dia só será que já vicia?)
Depois devolva tudo: terra céu e mar.

Na canção “O solo da paixão” (Marina Lima/Antonio Cicero), presente no disco *Registros à meia-voz* (1996), os versos do poema “Solo da paixão” ganharam nova métrica, há marcas de coloquialidade (como o uso equivocado de “aonde” no lugar de “onde”) e surgem novos versos.

**O solo da paixão
(Marina Lima/Antonio Cicero)**

O solo da paixão não dura mais que um dia
Antes de tudo se afundar
Não mais que essa noite
Ou essa noite e um dia
E o clarão da noite na hora antes de amargar

Mas num dia solar eu vou lhe entregar tudo:
Minha paz na terra, o meu céu e o meu mar
Vá! Sequestre tudo num dia
Será que um dia vicia?
Mas depois devolva tudo aonde eu ainda possa achar

Pois o solo da paixão dura exatamente esse dia
Um dia e só sem par
O suco, a polpa
O frêmito, a gota
Colherei esse dia na hora antes de acordar

²⁷ O poema “Eu vi o rei passar” virou “Eu vi o rei chegar”, no LP *O chamado* (1993).

Em alguns casos, Antonio Cicero canibaliza seus poemas para a construção de letras de música. A recente canção “Sem medo nem esperança”, composta em parceria com Arthur Nogueira e presente nos discos *Estratosférica* (2015), de Gal Costa, e *Sem medo nem esperança* (2015), de Arthur Nogueira, tem versos extraídos dos poemas “O país das maravilhas”, publicado em *A cidade e os livros* (2002), e “Aparências”, publicado em *Porventura* (2012): “E se me entrego às imagens do espelho / ou da água, tendo no fundo o céu, / não pensem que me apaixonei por mim. / Não: bom é ver-se no espaço diáfano / do mundo, coisa entre coisas que há / no lume do espelho, fora de si.” (“O país das maravilhas”); “Não sou mais tolo não mais me queixo: / enganassem-me mais desenganassem-me mais / mais rápidas mais vorazes e arrebatadoras / mais volúveis mais voláteis / mais aparecessem para mim e desaparecessem / mais velassem mais desvelassem mais revelassem mais re- / velassem / mais / eu viveria tantas mortes / morreria tantas vidas / jamais me queixaria / jamais” (“Aparências”).

Sem medo nem esperança
(Arthur Nogueira/Antonio Cicero)

Não sou mais tola, não mais me queixo
Não tenho medo nem esperança
Nada do que fiz, por mais feliz
Está à altura do que há por fazer

E se me entrego às imagens
Do espelho sob o céu
Não pense que me apaixonei por mim
Bom é ver-se assim de fora de si

Eu viveria tantas mortes
E morreria tantas vidas
E nunca mais me queixaria
Nunca mais

Os enunciados poéticos selecionados dos dois poemas foram, de certa maneira, sintetizados e até mesmo facilitados. Não é necessário ter conhecimento do termo “espaço diáfano do mundo” para compreender a proposição de que melhor do que enxergar-se a partir de uma suposição é “ver-se de fora de si”. Tais alterações na forma não parecem ter diminuído ou banalizado os enunciados poéticos. Pelo contrário: ao torná-los mais acessíveis ao entendimento do público médio, eles foram potencializados.

2.3.2 Por uma poética entre a poesia e a publicidade

Além de uma apropriação de enunciados de poemas para letras de canção, Antonio Cicero leva determinados procedimentos poéticos que emprega em seus poemas para as canções, como a estrutura sem mote. À exceção de "Põe pra fora", feita para apresentar a banda do show, as canções da dupla, "Pra começar", "Difícil" e "Fullgás", não possuem refrão. Diferentemente do grudento refrão "não faça assim / não faça nada por mim / não vá pensando que eu sou seu", de "Nada por mim" (Herbert Vianna/Paula Toller), as composições possuem estrofes corridas, sem um ponto de retorno ou um mote. No máximo, há a repetição das partes musicais (partes A e B, no caso de "Pra começar").

Nada por mim (Herbert Vianna/Paula Toller)

Parte A

Você me tem fácil demais
Mas não parece capaz
De cuidar do que possui

Você sorriu e me propôs
Que eu te deixasse em paz
Me disse vá e eu não fui

Refrão (2x)

Não faça assim
Não faça nada por mim
Não vá pensando que eu sou seu

Parte A

Você me diz o que fazer
Mas não procura entender
Que eu faço só pra agradar

Me diz até o que vestir
Com quem andar, onde ir
E não me pede pra voltar

Refrão (2x)

Pra começar (Marina Lima/Antonio Cicero)

Parte A

Pra começar
Quem vai colar
Os tais caquinhos do velho mundo?

Pátrias, famílias,
Religiões e preconceitos
Quebrou, não tem mais jeito

Parte B

Agora descubra de verdade
O que você ama
Que tudo pode ser seu

Se tudo caiu, que tudo caia
Pois tudo raia
E o mundo pode ser seu

O refrão, na linguagem *pop*, pede a adesão do ouvinte. Geralmente curto, de fácil memorização e repetido diversas vezes na canção, é o momento que, espera-se, ficará na cabeça do ouvinte, assim como os jingles publicitários. Em “Me chama” (Lobão), o refrão é o ápice da canção. Momento no qual a bateria se intensifica, quando é a hora de se cantar junto.

**Me chama
(Lobão)**

Parte A

Chove lá fora
E aqui faz tanto frio
Me dá vontade de saber

Parte B

Aonde está você?
Me telefona
Me chama, me chama, me chama!

Refrão

Nem sempre se vê
Lágrima no escuro
Lágrima no escuro
Lágrima!

Parte A

Tá tudo cinza sem você
Tá tão vazio
E a noite fica
Sem porquê

Parte B

Refrão

Como as canções de Antonio Cicero e Marina Lima, mesmo sem refrão, são cantadas do começo ao fim pelo público? Além do uso de rimas, uma de nossas hipóteses é que a poética das canções da dupla, em sua maioria, preza pela síntese e pela literalidade. Os versos são, aparentemente, tão simples quanto slogans e, por isso mesmo, são fáceis no processo de memorização e entendimento do ouvinte. Trata-se de “um mínimo que nos fascina pelo máximo de comunicação que contém”, como João Anzanello Carrascoza (2003, p. 57) define os slogans, comparando-os aos haicais. Podemos dizer que, para fazer um bom slogan, é preciso ser um bom poeta, pois, “para atingir e explicar, pela simplicidade, o complexo” é preciso “perseguir a síntese, com economia de meios, para se fazer mnemônico e agradavelmente dito e repetido” e “uma vez chegando ao seu ápice, ao *status* de lugar-comum, tornar-se uma autoridade” (CARRASCOZA, 2003, p. 59).

Se olharmos para o repertório selecionado para o disco, podemos dizer que o lugar-comum do *pop* é o amor. Em “Ainda é cedo” (Ico Ouro-Preto/Dado Villa-Lobos/Renato Russo/Marcelo Bonfá), o eu lírico não quer assumir um relacionamento amoroso. O amor angustia o sujeito de “Me chama” (Lobão). “Eu te amo você” (Kiko Zambianchi) é a declaração de amor que não dá para esconder. A exaltação à beleza do objeto de desejo surge em “Noite e dia” (Lobão/Júlio Barroso). “Nada por mim” reavalia o amor por alguém. Os clichês estão todos aí. Porém, quando a temática das canções de Marina e Cicero é o amor, é diferente o tratamento que se dá à forma de falar sobre o amor. Os enunciados, embora curtos, sempre apontam não só para uma leitura rasa e simples mas também abrem espaços para uma compreensão mais profunda acerca do tema – assim como os slogans.

Como exemplificação, tomemos “Virgem” (Marina Lima/Antonio Cicero), canção que Marina gravou no LP homônimo (1987).

Virgem
(Marina Lima/Antonio Cicero)

As coisas não precisam de você
Quem disse que eu
Tinha que precisar?

As luzes brilham no Vidigal
E não precisam de você

Os Dois Irmãos também não precisam

O Hotel Marina quando acende
Não é por nós dois
Nem lembra o nosso amor

Os inocentes do Leblon
Esses não sabem de você
E o Farol da Ilha só gira agora

Por outros olhos e armadilhas
Outros olhos e armadilhas
Outros olhos e armadilhas

Sob o ponto de vista do olhar de alguém que caminha, à noite, pela orla da praia de Ipanema em direção ao Leblon, na cidade do Rio de Janeiro²⁸, o eu lírico da canção radiografa o espaço, destacando locais geográficos que vê, o Vidigal, o Morro Dois Irmãos, o Farol da Ilha, confirmando o que é postulado logo de início: “as coisas não precisam de você / quem disse que eu tinha que precisar?”. O jogo de olhares estabelecido na canção trabalha com o que Noemi Jaffe (2007, p. 42) identificou na obra poética de Antonio Cicero e intitulou de “erotismo espacial”.

“Como Narciso, a contemplação é daquilo que se vê na superfície, e como a imagem vista pelo deus, as superfícies que atraem o olhar do eu lírico da poética de Cicero são também fugazes, contingenciais, possivelmente falsas, porque evidentemente vistas a partir de um olhar interessado e poético. Entretanto, não há, na convicção dessa fugacidade (pois se trata de um olhar que reconhece e inclusive deseja o fugaz das e nas coisas), qualquer espécie de lamento.” (JAFÉ, 2007, p. 25)

Se, por um lado, podemos ficar somente na superfície de tudo aquilo que o eu lírico enxerga, também podemos ultrapassar as imagens e compreender como o próprio eu lírico se projeta no “Hotel Marina” que “se acende” independentemente desse objeto de desejo. Ou também promover um diálogo com a alienação dos “inocentes do Leblon”, figura retirada do poema “Inocentes do Leblon” (1940), de Carlos Drummond de Andrade.

²⁸ Marina Lima (2012, p. 191) chega a comentar que a canção surgiu a partir de uma das caminhadas que Antonio Cicero fazia entre a região do Jardim de Alah, onde morava, até a sua casa, no Leblon, para compor.

São vários os exemplos da síntese de Antonio Cicero e Marina Lima para retratar o amor. Com o clichê de entrega ao amor de “Pra sempre e mais um dia” (Marina Lima/Antonio Cicero), canção do LP *Fullgás* (1984), vem o erotismo sutil em versos como “ninguém no mundo faz o que ele me faz/tanto romance, tanta graça e pornô”. Em “Acontecimentos” (Marina Lima/Antonio Cicero), do disco *Marina Lima* (1991), a sensação de se sentir rejeitado no amor é traduzida por um cenário urbano onde se vê aquilo que se deseja e não se pode ter: “eu espero acontecimentos/só que quando anoitece/é festa no outro apartamento”. A constatação de mudanças se dá sob a imagem que se projeta no olhar do outro que vê o eu lírico em “No escuro” (Marina Lima/Antonio Cicero), do disco *Setembro* (2001): “e a pessoa refletida no espelho dos seus olhos por onde foi que entrou?”. Nas canções da dupla, o amor, que costuma ser a matéria prima mais banal no *pop*, é sofisticado. Através do que é poeticamente elaborado chega-se ao fácil.

3 “MESMO QUE SEJA EU”. Gênero, transformação, transgressão e consumo

*Te apresento a mulher mais discreta do mundo:
essa que não tem nenhum segredo*

ANA CRISTINA CÉSAR, “Noite carioca”

Invariavelmente, devemos falar de gênero quando abordamos a obra de Marina Lima e Antonio Cicero. Sua performance é um dos traços de distinção ao *pop rock* nacional. Enquanto mulher, Marina assume uma posição nova em relação ao mercado fonográfico durante a década de 1980. Em comparação com o *pop rock* do período, podemos ver que ela não estava subordinada a uma banda, como Paula Toller, vocalista da Kid Abelha, tampouco relegada ao segundo plano como Fernanda Abreu, então *backing vocal* da Blitz. Pelo contrário: Marina era a protagonista de sua obra.

A MPB foi, ou ainda é, o reino das intérpretes femininas. Não cabe aqui explicarmos o fenômeno, mas é interessante notar que, durante as décadas de 1970 e 1980, as cantoras desempenharam um papel exclusivo de intérprete. Quase não havia produção autoral de canção ou, quando existia, ela era ofuscada pelas composições de outros autores (todos homens) que obtiveram maior sucesso comercial. Cantando composições feitas por homens, as cantoras davam voz a discursos que não eram seus - apesar de dominarem tão bem seus ofícios que, muitas vezes, se apropriavam das canções como se fossem suas. Nesse ponto, podemos dizer que os homens construíram a feminilidade. Como se sabe, Chico Buarque talvez tenha sido o que obteve maior êxito em tentar traduzir a alma feminina (MENESES, 2000).

Algumas exceções existiram, é claro, como Tuca, com seu pioneiro discurso homossexual, e Fátima Guedes, que despontou com um discurso por vezes feminista. Apesar do mérito que ambas possuem, elas não chegaram a ser completamente absorvidas pelo mercado ou pela história assim como Marina conseguiu. Nossa hipótese é a de que Marina tão cedo compreendeu os mecanismos do gênero e as relações entre sexualidade e consumo que usou seu conhecimento, consciente ou não, ao seu favor.

Nesse contexto, outra exceção é Rita Lee, que podemos considerar ser uma das maiores referências de Marina no campo autoral. Além de ser sido gravada por Marina em duas ocasiões - "Doce vida", no LP *Olhos felizes* (1980) e "Nem luxo nem lixo", no disco *Abrigo* (1995) - é citada nominalmente na canção "Avenida Brasil" (Marina Lima/Antonio Cicero), de 1981: "meu Deus, onde é que está a Rita Lee?". Contudo, Rita Lee surgiu de um meio diferente: primeiro fez carreira com a banda Os Mutantes, no final da década de 1960, para depois enveredar pelos caminhos do *rock* e do *pop*, na virada da década de 1970 para a década de 1980.

Mesmo que recorremos a tais referências, Marina ocupou um espaço único. A *persona* Marina, construída nas canções e na performance, foi um *sex symbol*, levando mesmo Marina a estampar a capa de uma revista Playboy, em 1999. Essa posição permitiu certos discursos que na voz de outras intérpretes não ganhariam o mesmo sentido.

“Marina não é esfuziante ao cantar novas paixões, nem se derrama em lamentos ao relutar romances malsucedidos. Ela arrebatada pelo bom gosto, pela leveza de sua interpretação, pela entonação certa conferida a cada frase ou imagem. Como faz em ‘Pra sempre e mais um dia’, ao cantar: ‘ninguém no mundo faz o que ele me faz/tanto romance, tanta graça e pornô’. São palavras que, sem dúvidas, poderiam soar vulgares nas vozes arrebatadoras de Joanna ou Maria Bethânia, mas que soam naturais na voz de Marina.” (VEJA, 1984, p. 122)

No processo de composição, Antonio Cicero (CICERO, 2013, p. 29), já em 1988, afirma tomar a posição dessa *persona* para compor:

“Quando estou trabalhando com Marina, eu vejo Marina como uma *persona* minha, como um heterônimo meu. Acho que a *persona* de Marina, justamente por ser uma pessoa física diferente, permite que eu diga coisas que não diria como Antonio Cicero. Com ela, as fantasias ficam mais livres. Como eu acredito, ao contrário do que se pensa, que a fantasia revela mais do que a nudez, acho que é bem possível que sejam muito mais verdadeiras num sentido profundo, as coisas que eu faço como Marina”.

Na *persona* Marina, traduzida tanto no discurso quanto na imagem, estarão questões que, como abordaremos a seguir, dizem respeito ao momento de transformação da mulher na sociedade brasileira, às transgressões de padrões de gênero e também a uma profissionalização dos recursos de sedução voltados ao consumo.

3.1 “*Lady sings the blues*”. Uma nova estilística de gênero

"De tempos em tempos aparece um novo tipo de mulher. Ou pelo menos aparece uma mulher com um jeito novo de se vestir, de se expressar, de viver, de ser. São mulheres que trazem nelas a marca do novo, do que está mudando, da transformação. Marina é assim. Está começando mas tem opiniões próprias, firmes, com personalidade."

Com essa descrição, feita por Regina Duarte no especial *Mulher 80*, Marina Lima teve uma de suas primeiras e principais aparições na televisão aberta.

Veiculado ao final do ano de 1979 pela Rede Globo de Televisão, o especial *Mulher 80* convidou cantoras que estavam presentes na trilha sonora de sua série *Malu mulher* para abordar sobre questões da mulher na sociedade brasileira e realizar alguns números musicais. À exceção de Marina, que acabara de lançar seu primeiro LP, seu elenco foi composto por artistas já consolidadas na indústria fonográfica brasileira, como Elis Regina, Gal Costa, Maria Bethânia, Fafá de Belém, Simone e Rita Lee, para citar algumas. Dentre todas as presentes, Marina parecia ser a única que incorporaria as marcas de novos tempos. As transformações estariam representadas no seu jeito de se vestir, de se expressar, de viver, de viver de ser ou, em outras palavras, na sua performance.

Malu mulher, série que originou o especial, desempenhou um papel fundamental no momento de virada da questão de gênero no Brasil no final da década de 1970. Indo ao ar no ano de 1979, a série foi inovadora para a sua época, pois, pela primeira vez, abordou, na televisão, assuntos até então considerados tabus, como o desquite (hoje, a separação), a inserção da mulher no mercado de trabalho, o aborto, a violência doméstica e a homossexualidade. Essa iniciativa, vinda de uma grande emissora, teve bases reais. Em um gesto próprio da televisão, que, como aponta Eugênio Bucci (in BUCCI e KEHL, 2004, p. 30), se apropria de falas cotidianas para recriar o espaço público na videoesfera, foram monitorados e aproveitados como fonte de criação movimentos feministas que começavam a se articular em universidades brasileiras (ALMEIDA, 2012).

A protagonista, Maria Lúcia (Regina Duarte), ou simplesmente Malu, é uma socióloga de 32 anos que possui uma filha, Elisa (Narjara Tureta). Já no primeiro

episódio (“Acabou-se o que era doce”), após brigas com o então marido Pedro Henrique (Denis Carvalho), Malu pede a separação e, invertendo “os clichês narrativos e de interpretação típicos das novelas, a ‘mocinha’ já não quer mais o galã, quer se livrar dele e de tudo que o casamento tradicional representa” (ALMEIDA, 2012, p. 131). O final feliz deixa de ser o casamento e, sim, a separação.

Como destaca Heloísa Buarque de Almeida (2012, p. 126), ao final do episódio inaugural, Malu, sua filha e uma amiga travam uma conversa que nos dá as diretrizes do que a série apresentaria ao restante daquele ano.

Malu: Estou aprendendo a me defender, né?

Vilma: Mas é isso que eu sempre te falei. Mulher para viver sozinha tem que saber se defender.

Malu: Engraçado que homem não tem vergonha de ser agressivo. E mulher tem, por que ter esse pudor, né?

Elisa: Mamãe, do que é que vocês estão falando, hein?

Malu: Que mulher não tem que ser essa coisinha frágil, indefesa, não. Mulher tem que saber ser agressiva também de vez em quando, saber lutar para se defender, enfim... Vai aprendendo porque a barra é pesada, minha filha.

Sem desmerecer a importância deste recurso, é interessante notar que a narrativa de *Malu mulher* era bem didática. Pudera, tudo era muito novo e era mais do que necessário facilitar a compreensão de temas tão inéditos na televisão a fim de que a telespectadora - lembrando que o mercado consumidor de teledramaturgia é composto majoritariamente por mulheres - não mudasse de canal.

Um dos principais méritos de *Malu mulher* reside na mudança da representação do feminino. E, por representação, entenda-se não só o sentido simbólico do termo, mas também imaginário. Uma mulher não pode ser agressiva quanto um homem, era o que questionava Malu. Será que não pode mesmo? Os limites discursivos do que é ser uma mulher e as suas imagens ideais estavam sendo questionados. Basta notarmos, por exemplo, como, em uma das falas de Regina Duarte, no especial *Mulher 80*, chega-se à constatação de que a mulher também pode pensar. Hoje pode até nos soar absurdo cogitar o contrário, acreditar, mesmo por instantes, que a mulher não pensa, mas em uma perspectiva histórica a mulher foi subjulgada e posicionada em papéis inferiores na sociedade, inclusive no que diz respeito às suas capacidades de raciocínio lógico.

O primeiro golpe, nesse processo de transformação do papel da mulher na sociedade no final da década de 1970, incide no conceito de família patriarcal. Não é à toa que Malu pede o desquite já no primeiro episódio de *Malu mulher*. Como aponta Maria Rita Kehl (1999), a mulher, com a formação da família nuclear burguesa, deve-se voltar ao casamento, à maternidade, à procriação e à monogamia. Na direção contrária, os homens não são condenados pela sua libido e até mesmo a infidelidade no casamento é tolerável, diferentemente para as mulheres. Como retrato, na literatura do século XIX, momento no qual a burguesia urbana se estabelece, as mulheres que, porventura, tentaram alterar esse destino familiar tiveram fins trágicos. Emma Bovary, por exemplo, no romance de Gustave Flaubert, como aponta Maria Rita Kehl (1999, pp. 159 - 160), após uma “busca desesperada por *experiência*, que confunde fantasias amorosas com ideias de ascensão social”, comete o suicídio como “a consumação do destino da heroína romântica que ela queria ser”.

Na passagem para a modernidade, os destinos da libido feminina moralmente aceitos estão limitados à identificação com a mãe. Isso quer dizer que a única perspectiva para a gratificação libidinal mirava o casamento e os filhos. E ainda não a superamos. Reforçada pela indústria do imaginário, sendo o jornalismo e a publicidade dois de seus principais instrumentos, até hoje, a imagem da mulher ideal é a da mulher “bela, recatada e do lar”, como na recente manchete de uma revista semanal sobre a esposa do vice-presidente Michel Temer²⁹. Dissecando ainda mais essa representação, poderíamos dizer: bela como um objeto a ser admirado e possuído pelo marido como um prêmio; recatada, pois reprime ou resguarda seus desejos mais banais; e do lar, porque está confinada aos papéis domésticos. As mulheres que decidirem fugir a esses padrões já foram ou ainda são consideradas bruxas, prostitutas, vagabundas e tantos outros nomes que tentam condenar a sexualidade feminina. Em um contexto como esse, é revolucionário o gesto de Marina afirmar, na sequência da apresentação de Regina Duarte no *Mulher 80*: “gosto de dançar, gosto de vestir roupa apertada, tenho um corpo bonito, sei que tenho”. A retomada das mulheres de seu próprio desejo é uma das marcas desse novo tempo. Como na capa

²⁹ No dia 18 de abril de 2016, uma reportagem na revista semanal Veja Brasília traçou um perfil da então esposa do vice-presidente Michel Temer sob o título de “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”. A reportagem pode ser acessada em: < <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/> > . Para se ter uma noção da repercussão da reportagem, recomenda-se acessar < <http://revistadonna.clicrbs.com.br/comportamento-2/bela-recatada-e-do-lar-por-que-a-expressao-gerou-tanta-polemica-nas-redes-sociais/> > . Últimos acessos em 12 de julho de 2016.

do LP *Simples como fogo* (1979) (imagem 3.1.1), o corpo sabe que é corpo e sabe que é bonito e por isso se mostra.

Imagem 3.1.1. Capa do LP *Simples como fogo* (1979)

Marina, desde o LP de estreia, traz como abordagem a autonomia feminina. A regravação de “Solidão” (Dolores Duran), que abre o disco, transforma a solidão em solitude. Composta e gravada inicialmente por Dolores Duran, na década de 1950, ela é um samba canção que trata a solidão feminina como um martírio. Entre lamúrias, surge a “esperança de encontrar, um dia, um amor sem sofrimento”. Reconhecendo a solidão, o eu lírico feminino da canção já nem sabe o que faz e o que diz e espera que alguém surja para colocar um fim nesse tormento senão “a solidão vai acabar comigo”. A mulher que é casada pode até beirar à loucura. Em contrapartida, Marina (in VEJA, 1979a, p. 51), apesar de regravá-la, discorda e insere a canção em outra posição.

“As mulheres de hoje não se reprimem como nos tempos da Dolores. Não sou uma cantora de fossa nem sou de curtir o desespero. A mulher moderna quando está sozinha dá a volta por cima e vai à luta nos bares do Baixo Leblon”.

Ir à luta, assim como na fala de Malu no episódio inaugural, é, como aponta Heloísa Buarque de Almeida (2012, p. 126), uma insígnia feminista. Eu quero, eu posso, eu faço. Como dito em “A chave do mundo” (Marina Lima/Antonio Cicero), do LP *Simples como fogo* (1979), a mulher pode ser o que ela quiser ser: forte, cruel

ou simples – assim como o homem, sem renegá-lo. Essa nova perspectiva surge como uma promessa que desponta no horizonte.

A chave do mundo
(Marina Lima/Antonio Cicero)

Meu amor faz coisas simples como fogo
Meu amor faz coisas simples como fogo
Faz como fogo e de repente me chausca
E eu o amo, assim, tão simples
Como ele não pode ser

Não sei como ele me ofusca
Ele joga quando quer
De repente sou seu jogo
Ele me joga quando quer
Ele joga

Que eu queria ser como ele
Assim cruel como o mundo
E tão simples
Que o que ele sabe, eu nunca aprendo

Eu podia ser mais forte se quisesse
Posso ser muito mais forte se quisesse
Sei ser mais forte
Meu amor não me conhece
Sei brincar com a minha sorte
Como ele não pode saber

Abro a porta para a noite
Eu também posso brilhar
Vejo já tantas promessas
Eu também posso brilhar
Brilhar

Mas a chave do mundo
É ser exatamente assim como ele
Cruel como o mundo
E tão simples

Eu queria ser assim como ele
Cruel como o mundo
E tão simples

“Abro a porta para a noite/eu também posso brilhar”: é da rua que o novo vem. A citação de Marina aos bares do Baixo Leblon nos faz lembrar como o espaço público é o palco das transformações de gênero e sexualidade, como defende James Green (1999, p. 33). O Baixo Leblon, região boêmia da Zona Sul do Rio de Janeiro que foi considerada um *point* pela classe média alta na virada das décadas de 1970 e 1980, surge como uma oposição ao espaço privado. Se os avanços na questão de

gênero e sexualidade surgem da “conexão entre a ocupação de áreas públicas [por culturas marginalizadas] e das supostas esferas tradicionais da vida brasileira, ou seja, a casa e a rua” (IDEM), à ideia de que a indústria cultural e, principalmente, a televisão constituem e conformam um espaço público, na acepção que Eugênio Bucci (in BUCCI e KEHL, 2004, p. 30), um dos palcos das transformações de gênero é exatamente esse que Marina ocupa.

É possível identificar que, nesse processo de autonomia feminina, há um sentimento de retomada, isto é, de recuperar o que foi perdido – sensação essa que funde-se ao processo político do final da década de 1970, iniciado com a abertura lenta, gradual e segura, anunciada por Ernesto Geisel. É sintomático o discurso de “Começar de novo” (Ivan Lins/Vitor Martins), que, na voz de Simone, foi a música-tema de *Malu mulher*: “vai valer a pena ter amanhecido, ter me rebelado, ter me debatido, ter me machucado, ter sobrevivido”. Polissêmico, o texto aponta para a retomada do sujeito tanto no âmbito político quanto individual.

Ao mesmo tempo que, como diz “Tão fácil” (Marina Lima/Antonio Cicero), de 1979, “foi tão fácil se acender de novo/ depois de tomar um gin”, “parece tão cedo para tanta liberdade”. Como lidar com tudo isso? Apesar de todas as conquistas da mulher nas esferas sociais nas últimas décadas, algumas problemáticas próprias aos gêneros se mantiveram, como aponta Maria Rita Kehl (1992), em seu texto “A mínima diferença”: “a própria psicanálise já nos ensinou que a cada barreira removida, a cada véu levantado, deparamos não com um paraíso de conflitos resolvidos e sim com um campo minado ainda desconhecido”. Nas canções de Marina e Cicero, para o eu lírico, sempre feminino, o amor continua sendo encarado de uma forma diferente com a qual os homens lidariam com a questão mas, com as conquistas, a abordagem ganhou novos contornos. Em “Transas de amor (os sonhos de quem ama)” (Marina Lima/Antonio Cicero), também do LP *Simples como fogo*, a liberdade sexual não excluiu o amor, ao contrário, tornou a questão ainda mais complexa: “os sonhos de quem ama não cabem só na cama/ninguém transa só por transar/não é que eu faça drama/mas não quero que alguém fique com mágoas pra guardar”. Como está em “Rastros de luz” (Marina Lima), do LP *Olhos felizes* (1980), “quem vê que eu caio no mundo/de cama em cama, bar em bar” se engana ao achar que ela não sabe mais amar.

No campo da literatura no início da década de 1980, as mulheres ganharam espaço com um discurso que, à época, Heloísa Buarque de Hollanda (in GASPARI, HOLLANDA e VENTURA, 2000, pp. 198-201) identificou como “reflexão sobre o poder da imaginação feminina”. Se, na década de 1970, as mulheres lutaram por igualdade e pela autonomia, no campo artístico, as mulheres começaram a apontar para as diferenças entre os gêneros, focando no imaginário feminino. Tentando abordar o que muitas vezes o discurso feminista simplificava, as novas autoras, como Ana Cristina Cesar, Maria Lucia Alvim e Lucia Villares, traziam a sexualidade para o primeiro plano. Tornando visível a sexualidade feminina, ela passou a existir na lógica do espetáculo, dentro da equação de Regis Debrey (1993, p. 354): “Visível = Real = Verdadeiro”. Se não aparece, é porque não existe. Se aparece, é porque é possível.

A visibilidade de uma nova estilística feminina baseada nas diferenças é uma chave para se entender o momento da questão feminina no Brasil e também a obra de Marina Lima e Antonio Cicero no tocante à gênero. Quando Marina interpreta “Lady sings the blues” (Nichols/Holiday), antes de “Doida de rachar (Maxine)” (Donald Fagen/Marina Lima), no LP *Todas ao vivo* (1986), é como se pedisse licença para mostrar o seu novo discurso – ela não tem nada a esconder e o mundo inteiro precisa saber disso.

Lady sings the blues (Nichols/Holiday)

[transcrição da letra que Marina canta no disco *Todas ao vivo* (1986)]

Lady sings the blues
She's got them bad
She feels so sad
And wants the world to know
Just what the blues is all about

(I sing) Lady sings the blues
She doesn't mind
There's nothing to hide
And now the world will know
Just what my blues was all about.

Marina Lima, ao interpretar um clássico de Billie Holiday, escolheu só cantar as duas primeiras estrofes e ainda realiza pequenas modificações (grifadas pelo autor). Curiosamente, no início da faixa, a cantora erra e intervém cantarolando uma já citada

canção por nós: “hoje é o dia de começar tudo de novo... ‘*Começar de novo...*’”. Ao final, emenda a canção com “Doida de rachar (Maxine)”, versão sua para uma canção “Maxine”, do norte-americano Donald Fagen.

“Doida de rachar (Maxine)” é totalmente diferente da canção original, que fala sobre um casal apaixonado que deve adiar seu relacionamento. Na versão de Marina, o eu lírico é feminino e mostra como uma paixão pode ser tão arrebatadora que resiste ao tempo e à distância.

**“Doida de rachar (Maxine)”
(Donald Fagen/Marina Lima)**

Quando vem, vem forte
Melhor preparar
Pra ficar bem tonta
Doida de rachar
Pois quando vem forte
Dói, por você
“Alô, paixão, que bom te ver”

Já faz tanto tempo
Será que já mudou?
Será que me ama
E se o gosto ficou?
Ainda se lembra daquele amor?
“Alô, paixão, você jurou”

Foi tão complicado
Seguir na minha estrada
Pra chegar aqui
Mas a saudade aperta
Meu coração desperta
Só sossega se chega a ti

Então vem, meu bem, vem forte
Pra eu te preparar
Pra ficar bem tonta
Doida de rachar
Diz que me ama
Que eu vou gritar:
“Alô, paixão, que bom cantar”

Então vem, meu bem, vem forte
Pra eu me preparar
Pra ficar bem tonta
Doida por te achar
Diz que me ama
Que eu vou gritar:
“Alô, paixão, que bom cantar”.

A canção de amor poderia ser banal se não fosse um detalhe: é de uma mulher para outra mulher. Tal fato podemos aferir pelas marcas de gênero nos versos grifados - tanto o eu lírico da canção quanto seu objeto de desejo ficam “tontas” e “doidas”. A nova estilística do feminino não só assume que a mulher pode e deve ter prazer sexual, que inebria, como também abarca a homoafetividade – assumida em diversos momentos por Marina, como veremos a seguir. Parafraseando os versos, citados abaixo, que encerram a performance da faixa “Lady sings the blues/Doida de rachar (Maxine)”: não há nada a esconder.

Lady sings the blues
She doesn't mind
There's nothing to hide

3.2 “Por que não com ela?” – Subversões de gênero em Marina Lima

Sexo, gênero e desejo são três conceitos que se confundem nas discussões contemporâneas de gênero, como aponta Judith Butler (2016, p. 25). Por muito tempo, o gênero foi tratado como um assunto médico relacionado à anatomia humana, isto é, à presença do pênis ou da vagina (LAQUEUR, 1990). Levando a questão para outros patamares, sabemos, desde pelo menos Simone de Beauvoir (2009) que o gênero é, antes de tudo, uma construção social. Como Maria Rita Kehl (1998, pp. 32-33) aponta, a definição de gênero será sempre uma das primeiras inserções do sujeito na fala do Outro – que é a fala da cultura em que vivemos.

“A primeira definição de uma criança, dada antes mesmo que o feto complete a sua evolução, graças aos métodos de investigação ultrassonográfica, é que seja ‘menino’ ou ‘menina’. Significantes que indicam não apenas uma diferença anatômica, mas a pertinência a um de dois grupos identitários carregados de significação. Assim que, entre outras coisas, foi tatuado em cada um de nós que somos ‘homem’ ou ‘mulher’ sem que nossa passagem pelo mundo seja acompanhada de nenhum manual de instruções que dê conta do ajuste entre este ‘ser homem’ ou ‘ser mulher’ e a ínfima singularidade do nosso desejo. Manuais de instruções existem, sim, na trama simbólica que constitui a cultura, que nos designa lugares, posições, deveres, traços identificatórios. ‘Identidade feminina’ e ‘identidade masculina’ são composições significantes que procuram se manter distintas, e nas quais se supõe o alistamento dos sujeitos de forma mais ou menos rígida, dependendo de maior ou menor rigidez da trama simbólica característica de cada sociedade”.

Essa trama simbólica, que serve como “um manual de instruções”, pode entrar em conflito com o desejo, instância tão individual, do sujeito. Segundo Judith Butler (2016, p. 45), “essa concepção de gênero não só pressupõe uma relação causal entre sexo, gênero e desejo, mas sugere igualmente que o desejo reflete ou exprime o gênero, e que o gênero reflete ou exprime o desejo”. Nesse processo, há uma espécie de heterossexualidade compulsória, para usar o termo que a autora emprega. O homem sempre estará disposto à mulher e a mulher estará sempre disposto ao homem. Esse é o desejo socialmente aceito e considerado “normal”. Sendo assim, as configurações e as orientações sexuais que fujam a esse padrão são repudiadas ou consideradas menores. Marina vai na contramão da norma e, dentro do espetáculo, insere representações de gênero que subvertem a heteronormatividade.

Definir o discurso de Marina como bissexual ou homossexual é difícil e até mesmo irrelevante. Embora a própria artista já tenha, na década de 1980, assumido

sua bissexualidade, é possível encontrar enunciados de um eu lírico feminino destinando-se a homens e a mulheres. O que importa notar é que a trama heteronormativa é tensionada.

Já no LP *Olhos felizes* (1980), na canção “Corações a mil” (Gilberto Gil), o eu lírico reconhece “a provável rebeldia” de seu coração “gamar” por “toda gente fina, toda perna grossa, todo gato, toda gata, toda coisa linda que passar”. No LP seguinte, *Certos acordes* (1981), insere, de forma pioneira, a palavra “gay” em “Quem é esse rapaz?” (Marina Lima/Antonio Cicero): “ele tem algo perto, longe, gay e vou prová-lo quente e saboroso”. Mas, talvez, a primeira e principal subversão de gênero tenha sido na regravação de “Mesmo que seja eu” (Erasmão Carlos/Roberto Carlos), no LP *Fullgás* (1984).

A canção foi composta por Roberto Carlos e Erasmão Carlos, ícones da Jovem Guarda da década de 1960, mas foi primeiramente registrada no disco de Erasmão de 1982, *Amar pra Viver ou Morrer de Amor*. A composição original é abaixo reproduzida integralmente:

**“Mesmo que seja eu”
(Erasmão Carlos/Roberto Carlos)**

Sei que você fez os seus castelos
E sonhou ser salva do dragão
Desilusão, meu bem
Quando acordou estava sem ninguém

Sozinha no silêncio do seu quarto
Procura a espada do seu salvador
E no sonho se desespera
Jamais vai poder livrar você da fera
Da solidão

Com a força do meu canto
Esquento o seu quarto pra secar seu pranto
Aumenta o rádio
Me dê a mão

Filosofia e poesia é o que dizia a minha avó
Antes mal acompanhada do que só
Você precisa de um homem pra chamar de seu
Mesmo que esse homem seja eu.

Se olharmos somente a composição, enxergaremos uma narrativa que, estruturalmente, podemos dividir em três blocos, a saber: bloco (A), configurando a primeira e a segunda estrofes; bloco (B), caracterizando a terceira estrofe; bloco (C), composto pela estrofe final.

No primeiro momento (A), podemos claramente perceber um eu lírico experiente que demonstra segurança (“sei que você fez os seus castelos”) e direciona sua fala a uma garota em uma posição inferior a ele (“e sonhou ser salva do dragão”). Enquanto ele sabe das coisas, ela apenas sonha. As imagens de “castelo”, “dragão”, “espada”, “salvador” e “fera” remetem à estrutura narrativa dos contos de fada, e elucidam, no contexto, o ideal romântico, a utopia e a frustração quando a realidade e o esperado são confrontados (“quando acordou estava sem ninguém”).

Se nas duas primeiras estrofes há um exercício descritivo, por vezes, distanciado do objeto de desejo, na terceira estrofe (B) firma-se um ponto de contato, uma conexão direta entre a garota idealizada e o sujeito. Nesse momento, no qual predomina a metalinguagem (“com a força do meu canto”), há uma promessa de resolução às aflições explicitadas anteriormente, contrapondo a reclusão utópica na qual está imersa a garota ao que é considerado moderno (a figura do “rádio” em oposição à imagem do “quarto”), caracterizando-se, por fim, um convite à ação (“Me dê a mão”).

No arremate da canção (C), ocorre uma autopromoção explícita por parte do eu lírico, que traz argumentos claros que justificam a opção oferecida. Ainda, o antigo e o novo são confrontados pelo eu lírico tomando a filosofia e a poesia como assuntos românticos e obsoletos (“...é o que dizia minha avó”). Para reforçar esta ideologia, há ainda uma referência ao ditado popular “antes só do que mal acompanhada”, indo ao caminho lógico inverso da máxima, que caracteriza uma maneira de encarar a realidade. Por fim, há o clímax que justifica toda a canção: para sanar a necessidade de se ter um homem, o eu lírico, mesmo admitindo não ser a melhor opção, oferece-se à garota³⁰.

³⁰ Para uma outra interpretação, que diverge da apresentada, ver Alvaro Neder (NEDER in PER MUSI, 2013, p. 175). Para o estudioso, haveria a “instabilidade das identidades e categorias ‘masculino’ e ‘feminino’”. Marina, ao cantar que “você precisa de um homem pra chamar de seu”, deixaria, em sua interpretação, a ambiguidade.

Entre a composição e o seu momento de enunciação, há um espaço que é preenchido pelo seu intérprete. O cantor empresta à canção sua voz, extensão de seu corpo, tornando-a condutor físico da voz do eu lírico, ao mesmo tempo que traz ao discurso efeitos de sentido originados em sua própria personagem (ou seja, do próprio intérprete). A força de uma canção nasce em parte do alinhamento ou embate entre as duas distintas personagens - a personagem do eu lírico da canção e a personagem física do cantor. Como personagens, elas, por sua vez, podem adquirir um tempo e um espaço narrativos definidos, além de características como o gênero sexual. De forma bem esquemática, Luiz Tatit (1996) chegou à dicção do cancionista.

Quando pensamos na questão do gênero sexual presente nas composições, podemos notar três configurações: o gênero masculino, o gênero feminino e a presença indefinida de gêneros. Essa última citada é deduzida quando não se pode chegar a um consenso sobre a natureza do gênero pois não há marcas definidas e claras que nos levam a um dos gêneros possíveis ou ainda quando são discursos que servem tanto para o gênero feminino quanto ao masculino. Neste caso, pode residir a ambiguidade. Por outro lado, há canções cujo eu lírico claramente é do gênero masculino ou feminino. Semanticamente, nos versos quando relacionados ao locutor, há substantivos, predicativos do sujeito e adjetivos que são heterônimos ou biformes, ou seja, apresentam duas formas diferentes, uma para cada um dos gêneros, determinando, assim, sua identidade sexual.

Uma vez que o gênero sexual do eu-lírico da canção é definido, poderá haver a congruência ou a incongruência entre o primeiro e o gênero do intérprete. Caberá ao cantor a escolha por realizar modificações à letra para o alinhamento ou não ao gênero sexual explicitado no discurso. Apenas para exemplificarmos, podemos citar as duas versões gravadas de “Black is beautiful” (Marcos Valle/Paulo Sérgio Valle). No registro de Elis Regina, do LP *Ela* (1971), encontramos os versos iniciais:

“Hoje cedo, na Rua do Ouvidor
Quantos brancos horríveis eu vi
Eu quero um homem de cor
Um Deus negro do Congo ou daqui”

Já na versão gravada pela voz de Marcos Valle, no LP *Garra* (1971), os versos foram adaptados:

“Hoje cedo, na Rua do Ouvidor
Quantas louras horríveis eu vi
Eu quero uma dama de cor
Uma Deusa do Congo ou daqui”

A heterossexualidade, ou seja, a destinação do desejo sexual ao gênero oposto é tida como uma normalidade cognitiva. Não há estranheza nem ambiguidades quando o jogo do desejo, dentro de uma narrativa, ocorre entre gêneros opostos. Somos levados a crer que o gênero sexual antecede e pressupõe a orientação sexual. Quando há uma subversão ao sistema orientado à congruência dos gêneros entre a intérprete, o eu lírico e a heteronormatividade, ocorre o estranhamento e abrem-se margens à ambiguidade, ou seja, às diversas interpretações.

A gravação de Erasmo Carlos dá força e vai de encontro aos discursos da composição que anteriormente analisamos. A imagem de Erasmo, associada à Jovem Guarda, funde-se e confunde-se ao eu lírico. Há um enfrentamento entre o ideal romântico de bom moço e a figura do garoto aparentemente transgressor.

Quando Marina Lima, ao escolher interpretar “Mesmo que seja eu”, no LP *Fullgás*, impôs o seu gênero feminino. Logo, a personagem física possui um gênero que, cognitivamente, é dissonante ao gênero do eu-lírico. Criam-se tensões. E, nesse embate, apontaram-se novos caminhos perceptivos em relação ao gênero e à contravenção à heteronormatividade.

É importante notarmos que a única adaptação realizada pela intérprete foi a exclusão dos dois primeiros versos da última estrofe (“Filosofia e poesia é o que dizia a minha vó / Antes mal acompanhada do que só”). A supressão trouxe novos sentidos à última estrofe e, consequentemente, a todo o entendimento da canção. Ora, se antes a transgressão da autopromoção do eu-lírico estava em propor para companheiro um rapaz mal visto pelos pais da garota, agora a ousadia reside na nova possibilidade de o “homem pra chamar de seu” ser uma mulher.

Pensando no formato da canção comercial, que dura em média de três a quatro minutos, podemos perceber que a transgressão, na gravação de Marina, só surge perto do final. O discurso, até então, conduz o ouvinte para o entendimento de que se trata de um conselho de uma amiga para outra. Quando Marina completa a estrofe final,

após uma pausa dramática entre “Você precisa de um homem pra chamar de seu / mesmo que esse homem...” e “...seja eu”, os sentidos são direcionados à homossexualidade, ou seja, à nova possibilidade sexual.

Apesar de não ter entrado no disco *Todas ao vivo*, a canção fazia parte do repertório do show e sua performance está presente no registro audiovisual *Sexo é bom!* (1986). Nela, fica clara a posição de Marina em relação ao discurso da composição. Antes de terminar a frase “você precisa de um homem pra chamar de seu, mesmo que esse homem...”, a banda para de tocar, Marina não completa a frase e inicia-se um momento de improviso. A cantora olha a plateia, faz um gesto de procura e faz uma provocação: “hoje eu vou escolher direito porque eu não tenho escolhido direito”. Caminhando pelo palco, sem deixar de olhar o público por um só momento, para em alguns, brinca, hesita mas chega à conclusão de que lá não havia nenhum homem que lhe interessasse. “Que absurdo!” Voltando ao centro do palco, afirma: “quem procura acha, quem acha vive se perdendo”, e, levantando o braço, “então, eu! Um homem pra chamar de seu!” A banda retoma e os versos finais ficam sendo repetidos até Marina sair do palco e a canção acabar.

A sexualidade surge como uma afirmação nas canções e na performance de Marina. Em “Difícil” (Marina Lima/Antonio Cicero), presente no LP *Todas ao vivo*, a cantora começa com uma afirmação categórica: “sexo é bom!”.

Difícil
(Marina Lima/Antonio Cicero)

Eu disse não
Ela não ouvia
Mandei um sim
Logo serviu
Então pensei: “ela é bela
Por que não com ela?” (por que não comê-la?)
Sexo é bom!

Mas acontece que eu
Tenho esse vício
De gente difícil no amor
Alguém lá do início
Me aplicou
E me fez louca, me fez pouca
Me fez o que sou:
Difícil (*nem sempre*)

Nem interessa
Se eu recomendaria
É tão depressa
Nem quero pensar
Quando a picada vem
Mas paixão e gozo
(Se sabe) isso vicia
“Aí, garota, eu gosto assim”
Difícil

Apesar de ser difícil no amor, o eu lírico, através de uma espécie de código, o eu lança um sinal ao seu objeto de desejo – que é retribuído. Quando surgem os versos “por que não com ela?/sexo é bom!” é como se o eu lírico perguntasse: por que não se relacionar com uma mulher já que paixão e gozo, independentemente do gênero das pessoas envolvidas, são tão bons que por vezes vicia? É um questionamento que afronta à norma, assim como em “Anna Bella” (Marina Lima/Antonio Cicero), do disco *Lá nos primórdios* (2006): “eu vi no mapa do mundo/que Anna Bella [Geiger] desenhou/que a região do desejo não é exatamente a do amor/já que é assim, me pergunto/uma coisa que pensei:/por que as mulheres também não podem ter a sua sauna gay?”

Em matéria de gênero, Marina não só questiona a lei, que *a priori* é heteronormativa, como também a ignora. “Aí, garota, eu gosto assim” e pronto. Não há o que faça mudar de ideia. Marina assume uma postura de soberania em relação ao seu próprio desejo e o faz com determinado conhecimento: “alguém lá do início me aplicou”. Não é algo de principiante – a *persona* que Marina encarna se apresenta como alguém experiente. “O fato é que eu já constatei/nem tudo é mão ou contramão/nosso desejo não tem lei/e o resto é pura ilusão”, dirá em “Na minha mão” (Marina Lima/Alvin L.), no disco *Pierrot do Brasil* (1998). E, mesmo quando aparentemente confusa sobre qual direção escolher, em “Não estou bem certa” (Terence Trent D’Arby/Pedro Pimentel/Marina Lima), do LP *Marina Lima* (1991), assume que “procurar Ricardos em Solanges/nunca me fez mal”. O que se quer mesmo “é por fogo no Brasil”, às normas de conduta sexual e aos padrões.

Na imagem de Marina, principalmente nas capas dos LPs *Desta vida, desta arte* (1982) e *Fullgás* (1984), há ecos de androgenia (imagem 3.2.1). Em um movimento internacional, o visual andrógeno teve, como propósito, borrar as

fronteiras de gênero, através de representações visuais que colocavam em par de igualdade ou conflito os elementos tidos como masculinos ou femininos³¹.

Imagem 3.2.1. Quadro de referências das capas dos LPs Desta vida, desta arte (1982) e Fullgás (1984), de Marina.

Por um lado, a persona de Marina abre possibilidades de representações de gênero dentro do imaginário cultural. Uma mulher pode, sim, se relacionar com outra mulher. Ela também pode gostar tanto de homens quanto de mulheres. Marina torna visível uma parcela da sociedade sistematicamente renegada e reprimida e a leva para o *mainstream*. Seu discurso não é inédito, se olharmos a produção da cantora Tuca, por exemplo, que, já na década de 1970, vinha com um discurso homossexual em canções como “Girl”. Porém, diferentemente de Tuca que foi apagada pela história, Marina, amparada de um sistema cultural de grande alcance, ocupou um espaço de visibilidade que possibilitou com que sua imagem chegasse a uma audiência muito ampla e diversa.

Ademais, a abordagem da sexualidade em Marina é diferente do tratamento empregado ao assunto por outros artistas e bandas da sua geração, como Léo Jaime e a Blitz, que trazem o sexo de forma humorística e até mesmo jocosa. Enquanto satiriza-se a suposta frigidez de uma mulher, em “Betty Frígida” (Antônio Pedro/Patrícia Travassos/Ricardo Barreto/Evandro Mesquita), a sexualidade em

³¹ Grace Jones foi uma pioneira nessa representação. Emergida no meio LGBT norte-americano na década de 1970, a cantora foi uma das primeiras a apresentar um corte de cabelo *flattop*, um estilo predominantemente masculino e que remete ao exército. Sua posição de gênero está bem sintetizada em uma canção interpretada por Jones: “*feeling like a woman, looking like a man*” (“Walking in the rain”, de autoria da banda Flash and the Pan)”

Marina Lima e Antonio Cicero é assunto sério. Na sutileza das construções poéticas e imagéticas, as canções versam o desejo de forma elegante.

Por outro lado, há de se assumir que a sexualidade como matéria da performance de Marina Lima traz um fator interessante à produção: o discurso erótico enquanto uma retórica de consumo da música *pop*. Muito além do fetiche dos homens heterossexuais em assistir a duas mulheres se relacionando sexualmente, Marina foi um *sex symbol* da década de 1980. A sexualidade e o consumo se encontram.

3.3 “É meu preço, não faço por menos”. Gênero, *pop* e consumo

Há sempre algo de artifício no gênero, tanto no sentido de artificialidade quanto na direção de ser um determinado método empregado para alcançar determinado objetivo. Por mais que possamos falar em de gênero dentro do discurso, como Judith Butler (2016) vai trabalhar muito bem, existe uma dimensão do gênero que escapa à palavra e que se revela na performance propriamente dita. A isso, Jacques Lacan (2009, p. 31) chamou de *semblante*.

“Para o menino, na idade adulta, trata-se de *parecer-homem*. É isso que constitui a relação com a outra parte. (...) Desse *parecer-homem*, um dos correlatos essenciais é dar sinal à menina de que se é. Em síntese, vemo-nos imediatamente colocados na dimensão do *semblante*”.

A mudança - *parecer algo* ao invés de *ser algo* - é radical, pois denota que, mais importante do que *parecer*, é *fazer parecer*. Nesse *fazer parecer* reside a construção da forma e da imagem. O gênero deixa de ter um estatuto de verdade para o sujeito e passa a ser um *semblante*. O *parecer-mulher* ou o *parecer-homem* passam necessariamente por um processo de fabricação. O sujeito poderá utilizar ou abrir mão de recursos próprios da performance.

Marina soube operar bem com essa construção quase cênica. Diferentemente da banda *punk* As mercenárias, que, na mesma época, chegavam a se “enfeiar” como uma forma de negar o sistema de opressão às mulheres (BIZZ, Setembro de 1986, p. 61), a aparência em Marina era sempre uma questão bem tratada. Isso se deve muito ao local de Marina, bem diferente do *punk underground*: o *pop* tinha como finalidade o consumo. A Polygram, gravadora pela qual Marina lançaria a maioria de seus discos durante a década de 1980, tinha uma preocupação com a imagem que seus artistas – mesmo os roqueiros – passavam ao público. Através de ferramentas inerentes ao Marketing, os produtores sabiam da importância da embalagem da mercadoria.

“As grandes gravadoras já não tinham mais dúvidas de que o *pop rock* brasileiro era a música da juventude (...) A gravadora [Polygram] levou toda a “elegância” das produções da MPB para os grupos de rock - e dois de seus dados fundamentais, a irreverência e o descompromisso, perderam-se nessa transição. O “*rock* da Polygram” (um bom rótulo, inexplorado na época) não permitiria jamais que seus artistas aparecessem na televisão de bermudas e barba por fazer, como o Kid Abelha de 1983. Afinal, *rock* dava dinheiro, estava na TV Globo, nada justificaria mais figurinos desleixados, baixos investimentos (...)”. (ALEXANDRE, 2013, p. 261)

Mas, mesmo assim, Marina conseguiu um lugar de destaque, exatamente por reconhecer os artifícios do gênero e suas relações com a sedução e o consumo. Em “O lado quente do ser” (Marina Lima/Antonio Cicero), do LP *Certos acordes* (1981), a afirmação “eu gosto de ser mulher” não é alienada à essa realidade. Pelo contrário, essa realidade é absorvida.

**“O lado quente do ser”
(Marina Lima/Antonio Cicero)**

Eu gosto de ser mulher
Sonhar, arder de amor
Desde que sou uma menina

De ser feliz ou sofrer
Com quem eu faça calor
Esse querer me ilumina

E eu não quero, amor
Nada de menos
Dispense os jogos desses mais ou menos

Pra que pequenos vícios
Se o amor são fogos que se acendem
Sem artifícios?

Eu já quis ser bailarina
São coisas que eu não esqueço
E continuo ainda a sê-las

Minha vida me alucina
É como um filme que faço
Mas faço melhor ainda do que as estrelas

Então eu digo, amor
Chegue mais perto
E prove ao certo qual é o meu sabor

Ouça meu peito agora
Venha compor uma trilha sonora
Pra o amor

Eu gosto de ser mulher
Que mostra mais o que sente
O lado quente do ser
E canta mais docemente

A mulher mostra mais o que se sente, é o que nos afirma o eu lírico feminino. Sofrer, ser feliz, experimentar os mais diversos sentimentos, ter sonhos, tudo isso é ser mulher, ou melhor, é *parecer-mulher*. O eu lírico *mostra* uma certa estilística de gênero. Frisemos esse *mostrar*, pois, com esse gesto, está o posicionamento cênico do

sujeito. Não será coincidência a referência a duas figuras intimamente ligadas à atuação, a bailarina e a estrela de cinema. O que está em jogo são gestos que têm como objetivo a captura do olhar do seu objeto de desejo. A esse objeto de desejo que serão lançados artifícios.

Talvez o maior artifício desse eu lírico seja a afirmação categórica de que "o amor são fogos que se acendem sem artifícios". Ela, evidentemente, sabe que o amor e o desejo necessitam sim de artifícios, mas, ao mascarar seu saber, delega ao outro uma posição inferior. Afinal, será ela a única que deterá o conhecimento técnico que emprega. Ele, presa de sua atuação, nada poderá fazer senão se deixar ser capturado.

O canto doce do eu lírico de "O lado quente do ser", invariavelmente, nos leva à mitologia das sereias. Em determinado momento de *Sexo é bom!* (18'17"), registro do show *Todas ao vivo*, Antonio Cicero, em voz *off*, reconta uma passagem de *Odisseia*, de Homero, na qual há Ulisses se prepara para resistir ao canto das sereias em alto-mar. O mito nos diz que esses seres, metade mulher e metade peixe, cantam para seduzir os marinheiros que, entorpecidos pelo que ouvem, se lançam de seus barcos em direção a elas. Afogados, os homens morrem e são devorados. Em outras palavras, o canto dessas criaturas é um artifício irresistível que aliena o sujeito com a finalidade cruel de transformar os marinheiros em alimento. Por meio de uma operação associativa entre discurso e imagem, o que se narra está ligado a imagens de Marina no palco. A câmera está fechada em seu rosto e o observador, como um Ulisses com os ouvidos tapados, só consegue perceber que ela está cantando, mas não consegue ouvi-la. Por cima, está Antonio Cicero, como se estivesse a revelar o segredo de Marina. A cantora, no alto de seu saber, alguns minutos antes (17'17"), concorda: "eu acho esse conto da sereia a coisa mais certa".

A sedução ainda aparecerá em outro momento em *Sexo é bom!*, por meio de algumas falas de Marina precedidas por um trecho da performance de "Veneno" (Polacci/Nelson Motta). "Você gosta de seduzir? Gosto. Mas eu gosto muito mais de ser seduzida. Na verdade, eu quero ser pega. Eu quero que alguém me fale assim: pare com essa frescura! (gargalhadas)" (12'20"). Que frescura será essa, se não os artifícios de sedução?

Veneno
(Polacci/Nelson Motta)

Veneno,
Não me beije que eu tenho veneno
É meu preço, não faço por menos
Mas depois te amarei

Veneno,
Esta vida, tão pouca e pequena
Nesses lábios tem todo o veneno
Que você ama e quer

Todos,
Todos os sentidos, cada gota
D'água, nesses mares de prazer

Veneno,
Cor-de-rosa, suave e moreno
Nesses seios tem todo o veneno
Que você chama amor

Nos seios e nos lábios do eu lírico de “Veneno”, residem todo o veneno que seu observador ama e quer. Mas o desejo tem o seu preço. Assim como o canto da sereia que entorpece os marinheiros, esse veneno inebria “todos os sentidos” e pode até levar à morte. Na posição de sereia, Marina assume a postura daquela que conhece e usa seus artifícios. Por mais que sua postura enquanto mulher independa da figura do homem, a descoberta da sua própria sexualidade passa também pela valorização de suas performatividades.

Do outro lado da performance, está o olhar. Na teatralidade do gênero, ele indica as direções do desejo. Como podemos perceber na canção “Quem é esse rapaz?” (Marina Lima/Antonio Cicero), no LP *Certos Acordes* (1981), não há performance sem plateia.

“Quem é esse rapaz?”
(Marina Lima/Antonio Cicero)

Quem é esse rapaz que quando chega
Brilha a estrela e me faz sua plateia?
Mas, se me olha, fico tonta, cega,
Atriz amadora numa estreia

Eu o vejo bonito e silencioso
Dentro do peito acho que é fogo bravo
Quero pegar mas sei que ainda não ousa
Fazê-lo meio rei e meio escravo

Os meus pensamentos vão para ele,
Ponto de fuga do meu horizonte
E, se o presente vive em sua pele,
O futuro deixo que ele me aponte

São tantas as respostas que eu não sei
Mas me perguntar já é tão gostoso
Ele tem algo perto, longe, gay
E vou prová-lo quente e carinhoso

De início, o eu lírico feminino da canção lança uma pergunta: quem é esse rapaz que acaba de aparecer no meu campo de visão? O seu desconhecimento logo dá lugar ao reconhecimento através do seu olhar. Nesse processo, uma interessante composição cênica é constituída. Essa “atriz amadora” é, ao mesmo tempo, plateia e também diretora, pois ainda está decidindo quais papeis serão designados a quem. O rapaz pode ser tanto “rei” quanto “escravo”. O uso do espaço cênico também vai se alterando. Entre o “longe” e o “perto”, as suposições sobre a natureza silenciosa do rapaz nos fazem lembrar que o erotismo, como definiu Camille Paglia (1992, p. 24), “é *mistério*; ou seja, a aura da emoção e imaginação que cerca o sexo”. Por outro lado, o “querer” do eu lírico se funde ao seu olhar, como em “Charme do mundo” (Marina Lima/Antonio Cicero), de 1981, que se inicia com a percepção de que “o mundo faz charme e que ele sabe como encantar” e a conclusão de que “tudo que eu quero, sério, é todo esse mistério.

Talvez uma das grandes contribuições da psicanálise lacaniana, com a delimitação do campo escópico, foi a percepção de que “o domínio da visão foi integrado ao campo do desejo” (LACAN, 2008, p. 87). O olhar é esse “algo” que “escorrega, passa, se transmite, de piso em piso” na relação do indivíduo com as coisas e suas figuras de representações (LACAN, 2008, p. 76). Ao indivíduo, no campo escópico, estarão dispostos objetos que, nele, despertaram mais ou menos interesse a partir da captura do seu brilho. A escolha do objeto de amor, o objeto de desejo ou do objeto fálico, apenas para citar alguns, passará invariavelmente pelo olhar. O desejo se funde ao olhar de tal forma que, desde Freud (2010), sabemos que o medo da perda da visão no sujeito está ligada ao medo da castração. O olhar é soberano.

O triunfo da indústria cultural e da publicidade foi a compreensão da relação íntima entre o olhar e o desejo. Por isso, caminha-se cada vez mais para uma

estatização das mercadorias. Alguns autores, como Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015, p. 41), vão defender a ideia de uma nova era do capitalismo, fundamentado totalmente em uma experiência estética.

“O capitalismo artista não faz passar do mundo do hediondo para o da beleza radiante e poética. Em suma, as operações que o caracterizam são essencialmente as da *mise-en-scène* e do espetáculo, da sedução e do emocional, cujas manifestações podem ser muito diferentemente apreciadas no plano estritamente estético. O critério da beleza, necessariamente subjetivo, não pode ser o que permite qualificar o estado do capitalismo artista, mas sim a organização objetiva da sua economia, na qual as operações de estilização e de moda, sedução e cosmetização, divertimento e sonho se desenvolvem em grande escala nos níveis da elaboração, da comunicação e da distribuição de bens de consumo”.

O *mise-en-scène* capitalista tem como objetivo capturar o olhar do sujeito e, conseqüentemente, o seu desejo. O que isso difere do *pop* na música? Sua dinâmica é mais ou menos simples: canções destinadas ao consumo e que, por isso, devem conquistar facilmente o ouvinte. Amparada por um sistema midiático, a indústria fonográfica cria diariamente divas e estrelas cada vez mais sensualizadas que rebolam em videocliques e lançam moda. A sedução, invariavelmente, passará por uma performance de gênero que, no seu limite, estará cada vez mais banal, no sentido de esgotamento do formato. Mas quem se importa com a artificialidade? Recorremos a Dieter Prokop (1986, pp. 83-84):

“O cantor de sucesso - o perfeito -, ao contrário, não se apresenta como beleza natural. Ele dilui a capacidade de sentir em seus aspectos formais como ‘papeis’, nos gestos de entrega, da dança, do abrir os olhos, do engraçado, mas também do agressivo e do patético. Ele constrói a imagem de sensibilidade na cabeça dos telespectadores, fascinados pela combinação desses elementos”.

Quando Marina estende a mão para a plateia, explicitando o sentido dos versos “aumenta o rádio/me dê a mão”, na performance de “Mesmo que seja eu”, registrada em *Sexo é bom!*, esse processo de sensibilização da imagem do artista na mente do observador fica evidente. É um gesto que tenta ultrapassar a barreira entre o objeto de consumo e o consumidor, criando um canal direto que não passa de encenação. Enquanto recurso ilusório, funciona.

Não se trata aqui de condenar a atuação do artista. Muito pelo contrário: a ilusão faz parte do jogo ficcional. Dominá-la é o ofício do *performer*. Nesse sentido,

Marina é profissional. Porém, localizar os recursos empregados é parte do processo para atravessar a imagem que tanto aliena o sujeito. Somente assim, podemos traçar os caminhos e descaminhos das relações entre a performance, o desejo (sexual ou não) e o consumo. O *pop*, sem dúvidas, entende bem disso.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS. “Fullgás” como uma síntese entre mercado e da criação artística

*Que coisas são essas que me dizes sem dizer,
escondidas atrás do que realmente quer dizer?*

CAIO FERNANDO ABREU

“Fullgás” é um dos ápices da obra de Marina Lima e Antonio Cicero na década de 1980, tanto por condensar questões artísticas da dupla quanto pelo êxito comercial. Até os dias atuais, é a canção que ocupa, segundo o ECAD³², o primeiro lugar no ranking de composições de Marina e Cicero a serem executadas nos segmentos de música ao vivo, rádio, festas e sonorização ambiental. Devido ao sucesso de público, já foi regravaada por artistas como Lulu Santos, Ivete Sangalo, Simone, Emílio Santiago e Fábio Júnior – apenas para citar os nomes mais conhecidos da indústria fonográfica, pois seria inviável listar aqui todos os *covers* amadores da canção entre luaus e vídeos no YouTube.

Ao mesmo tempo, em um contexto de época, a canção apontou para uma direção política. Em 1984, intitula o disco e o manifesto assinado por Marina e Cicero. Já no LP *Todas ao vivo* (1986), é apresentada logo após um discurso de teor político. Tal posicionamento se deve em parte, é verdade, aos versos finais: “você me abre seus braços e a gente faz um país”. Itamar Assumpção, à época, afirmou que

“É isso que o Brasil está precisando. A gente quer fazer um país. Cada um na sua atividade. O Brasil todo quer fazer um novo país. E isso é possível para todos. Só quem não demonstra essa dedicação ao original são os políticos. Na profissão que eles escolheram, eles não são tão criativos como nós, das outras áreas”.

Embora subjetiva e a despeito de todas as intenções artísticas de Marina e Cicero, apontadas anteriormente, a leitura de Itamar Assumpção revela que, à época, o discurso teve como ponto de chegada a ideia de que o sujeito, ele mesmo, pode, sim, fazer um país de forme individual. O que estrutura esse pensamento político, que vem de um produto de consumo, a canção popular-comercial? Cremos que “Fullgás”

³² Segundo dados do ECAD que podem ser acessados aqui:

<<http://www.ecad.org.br/pt/noticias/noticias-do-ecad/Paginas/Levantamento-do-Ecad-aponta-as-obras-mais-tocadas-da-cantora-e-compositora-Marina-Lima-.aspx>>

sintetiza todos os sentidos entre a autonomia artística e o mercado pois seu discurso foi levado a sério e, concomitantemente, foi um sucesso comercial. Nesse ponto, poderemos enxergar o uso deliberado das estruturas mercadológicas para a criação de uma obra artística.

4.1 “Fullgás”: entre “você” e o “país”

Trazendo um eu lírico que se destina a um objeto de desejo, “Fullgás”, aparentemente, é uma canção de amor.

Fullgás (Marina Lima/Antonio Cicero)

Parte A

Meu mundo você é quem faz
Música, letra e dança
Tudo em você é fullgás
Tudo você é quem lança

Parte A’

Só vou te contar um segredo
Não, nada, nada de mal nos alcança
Pois tendo você, meu brinquedo
Nada machuca nem cansa

Parte B

Então venha me dizer
O que será da minha vida sem você
Noites de frio, dia não há
E um mundo estranho pra me segurar

Parte B

Então onde quer que você vá
É lá que eu vou estar
Amor esperto
Tão bom te amar

Parte A’

E tudo de lindo que eu faço
Vem com você, vem feliz
Você me abre seus braços
E a gente faz um país
(Você me abre seus braços
E a gente faz um país)

Na canção, como vemos, o sujeito somente se expressa em relação a um outro – o pronome “você” chega a aparecer dez vezes – e a ele é totalmente íntimo e dependente. À mínima suposição da ausência do outro, o mundo se vê estranho e só se imaginam noites de frio, pois a esse objeto de desejo, são atribuídos aspectos de plenitude e felicidade: ele quem faz o mundo do eu lírico, ele quem lança tudo que há (“música, letra e dança”) e é com ele tudo de lindo que se faz. A relação é de total intimidade, que leva até à revelação de um “segredo”: nada de mal os alcança.

Com tantos lugares-comuns, a canção parece ser uma ode ao êxtase de um relacionamento amoroso bem-sucedido, não fosse a repetição dos dois últimos versos: “você me abre seus braços/e a gente faz o país”. Como conclusão da composição, até poderíamos interpretar essa imagem como uma metáfora para um local próprio para esse amor. Nas canções de amor, é uma metáfora recorrente, aliás. Em “Pra sempre e mais um dia” (Marina Lima/Antonio Cicero), do disco *Fullgás* (1984), “qualquer lugar parece até nossa ilha”, para que o eu lírico e seu objeto de desejo possam se isolar do mundo. Na mesma direção, “Tempo perdido” (Renato Russo), do disco *Dois* (1986), da banda Legião Urbana, deseja esse lugar alheio a tudo e todos: “então me abraça forte/me diz mais uma vez que já estamos distantes de tudo/temos nosso próprio tempo”. Indo um pouco mais distante, o eu lírico do clássico francês “Ne me quitte pas” (Jacques Brel), interpretado por Maysa, no disco *Maysa* (1966), promete construir um local onde o amor será rei e lei e onde sua amada será rainha (“Je ferai un domaine/où l’amour sera roi/où l’amour sera loi/où tu seras reine”³³). Os locais que os eu líricos constroem, na ânsia de mostrar o ímpeto de seus desejos mais profundos e verdadeiros, são idílicos na medida em que o amor reina absoluto e não há nada que poderia atrapalhar a fruição dos prazeres.

Porém, “você me abre seus braços/e a gente faz um país” ganhou um sentido político, não só pelo contexto de transição democrática, mas também pelo destaque dos versos na própria canção. Apesar da canção ser constituída, musicalmente, por Parte A, Parte A’, Parte B e Parte A’, na letra, não há nenhuma repetição – exceto quando se chega a esses dois versos finais. De algo tão íntimo, entre duas pessoas, chega-se a uma instância maior, o país. Por não haver refrão, o efeito que a repetição

³³ “Eu farei um domínio onde o amor será rei/onde o amor será lei/e você será rainha”, em tradução literal.

gera é o de reforço da mensagem, como se o convite à realização de um país fosse a ideia principal da canção.

4.2 “É lá que eu vou estar”: entre o espetáculo e o Real

Que se quer chegar a algum lugar é evidente no discurso de Marina Lima no disco: “não há caminho real que leve à plena realização de um país, mas é preciso tentar e vamos tentar”. Contudo, não está posto, ou melhor, não se diz de forma clara que lugar é esse: fala-se, no máximo, de “um país”, artigo indefinido, e admite-se que não há um caminho real para a plenitude de sua realização.

Levando em consideração a rápida citação à “Correndo atrás”, do disco *Todas* (1985), canção que Marina afirma lembrar o país, podemos dizer que se deseja chegar “lá onde nada é cópia/lá onde tudo é luxo/lá onde manda a volúpia”. Além da evidente referência a Charles Baudelaire e os versos do poema “Les fleurs du mal” (“là, tout n’est qu’ordre et beauté, luxe, calme et volupté”³⁴), esse lugar, onde não há cópia, onde só há luxo e onde manda a volúpia, ousemos dizer, é o mundo que a publicidade e o consumo vendem.

“Ao contrário das críticas comuns à publicidade, entre as quais as do publicitário às avessas Oliviero Toscani (1996), ela não anuncia um mundo ideal, asséptico – no qual o xixi dos bebês é azul, as mulheres são lindas e não envelhecem, os homens são sempre ricos e bem-sucedidos. Seu compromisso tampouco é o de expressar o mundo real. Como apontamos, a publicidade anuncia um mundo favorável, preferível, de recompensas. E como toda peça publicitária é um texto social que responde a desenvolvimentos fundamentais do período em que aparece (KELLNER, 2001, p. 320), em cada época ela apresentará a sua versão do que é um mundo favorável e a sua gratificação correspondente”. (CARRASCOZA, 2015, p. 55)

O mundo preferível que “Fullgás”, “Correndo atrás” e “Pra começar” vendem é um lugar onde não há qualquer espécie de conflito e onde o sujeito e suas emoções podem reinar soberanos a qualquer adversidade. “Nada de mal nos alcança” assim como “nada para um Toyota”, título do anúncio automobilístico (imagem 5.2.1).

³⁴ “Lá, onde só há ordem e beleza, luxo, calma e volúpia”, em tradução literal.

O questionamento que podemos levantar é: onde estará o país e a sua construção através de uma efetiva ação política que presume-se ser coletiva? Em “\$Cara” (Marina Lima/Antonio Cicero), do disco *Próxima parada* (1989), que retrata um período pós-transição democrática, o eu lírico da canção parece ignorar o contexto sócio-político que o circunda e, mais uma vez, o país torna-se cenário e não o centro em si – esse preenchido pelo sujeito e suas emoções.

\$Cara
(Marina Lima/Antonio Cicero)

Jamais foi tão escuro
No país do futuro
E da televisão

E nesse labirinto
O que eu sinto, eu sinto
E chamam de paixão

E me apaixonam questões ardentes
Que nem consigo assim de repente
Expor

Mas entre elas há coisas raras
Que são belezas, loucuras, taras
De amor

Há sonhos e insônias
Ozônios e Amazônias
E um novo amor no ar

Entre bilhões de humanos
E siderais enganos
Eu quero é te abraçar

Mil novecentos e não sei quanto
É fim de século e no entanto
É meu

Meu cada gesto e cada segundo
Em que te amar é um claro assunto
No breu

Já que o contexto está um breu, a única certeza do sujeito é a sua paixão e, portanto, entre tantos fatos e números, o que se deseja é abraçar seu objeto de amor.

Em outras palavras, tudo que foge ao sujeito é mero pretexto de se amar³⁵. De fato, escapa algo quando o sujeito volta-se a si e aos seus desejos e cria-se uma utopia focada na autonomia do indivíduo.

³⁵ Caetano Veloso, em “Os outros românticos”, do LP *Estrangeiro* (1989), parece apontar exatamente para essa aparente alienação do sujeito em relação ao Real. Embora a única referência evidente seja a menção à expressão “o mundo desde o fim”, criada por Antonio Cicero para o livro que iria lançar somente em 1995 e devidamente creditada no encarte do disco, parece haver um diálogo com a obra de Marina e Cicero.

4.3 Considerações finais

Quando se deseja “inventar o que nenhum outro país inventou”, como explícito na fala do disco *Todas ao vivo*, reconhece-se, de certa forma, os limites e as dimensões desse desejo. Não existe um caminho real de fato – apesar de se tentar.

A incorporação da fugacidade e da intensidade, valores próprios do mercado, se dá em um gesto de afirmação artística. É uma obra honesta em suas intenções, talvez pretensiosa por refletir acerca de seu próprio contexto mercadológico. Porém, não chega aos extremos: nem proclamam a revolução somente pelo prazer do significativo, tampouco é metalinguístico a ponto de se fechar em um questionamento da forma. Por uma terceira via, alcança-se a profissionalização do *pop* ao mesmo tempo em que cria um espaço possível de autonomia artística, exatamente por conhecer as regras que circundam a produção de canção na indústria cultural.

Se formos notar bem, poderíamos dizer que a própria autonomia artística está estruturada em lógicas de mercado, como a individuação da mercadoria. Por outro lado, dentro do sistema, engendraram-se novas representações do indivíduo. Como pudemos perceber, o sujeito é retomado enquanto campo político nas canções analisadas de Marina e Cicero. Em “Pra começar”, o sujeito é convidado a descobrir o que ama para que o mundo possa ser seu, enquanto “Difícil” aponta para uma subversão à heteronormatividade. “Fullgás” é o ponto culminante que diz: todos nós podemos fazer o país. Mesmo sabendo dos limites desses discursos impostos pelo Real, como a não efetivação de um novo país através de um gesto individual, devemos reconhecer que é uma obra antenada ao seu tempo. Até podemos nos questionar, por exemplo, se a liberação dos desejos autênticos defendida no *Manifesto fullgás* pode ser uma lógica liberal. Mas, ao mesmo tempo, como o sujeito pode se representar fora do espetáculo, uma vez que ele ocupou todas as áreas da vida cotidiana?

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

5.1 Livros

- ABREU, Caio Fernando. *Triângulo das águas*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.
- ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de luta*. O rock e o Brasil dos anos 80. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.
- ANDRADE, Oswald. “Manifesto antropófago”. In REVISTA DA ANTROPOFAGIA, 1928
- BANCHER, Flavia. *A queda do Muro de Berlim e a presentificação da história*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- BEAUVOIR, Simone de. *O segundo sexo*. Tradução: Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BOUCHEY, Philippe. *O guia do rock*. Tradução: Ana Isabel Couto. Lisboa: Editora Pergaminho, 1991.
- BRYAN, Guilherme; VILLARI, Vincent. *Teletema: volume I 1964 a 1989*. A história da música popular através da teledramaturgia brasileira. São Paulo: Dash, 2014.
- BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero*. Feminismo e subversão de identidade. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.
- CAMPOS, Augusto de. CAMPOS, Haroldo de. PIGNATARI, Décio. “Plano-piloto para poesia concreta”. In *Revista Noigrandes*, 4. São Paulo: 1958.
- CARRASCOZA, João Anzanello. *Estratégias criativas da publicidade*. Consumo e narrativa publicitária. São Paulo: Estação das letras e cores, 2014.
- _____. *Redação publicitária*. Estudos sobre a retórica de consumo. São Paulo: Futura, 2003.
- CICERO, Antonio. *A cidade e os livros*. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- _____. *Encontros*. Organização: Arthur Nogueira. São Paulo: Azougue, 2013.
- _____. *Finalidades sem fim: ensaios sobre poesia e arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- _____. *Guardar*. Poemas escolhidos. Rio de Janeiro: Record, 1996.
- _____. *O mundo desde o fim*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

_____. *Poesia e filosofia*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

_____. *Porventura*. Rio de Janeiro: Record, 2012.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente*. Petrópolis: Vozes, 1993.

DIAS, Marcia Tosta. *Os donos da voz*. Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

FAVORETTO, Celso. *Tropicália, alegoria, alegria*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

FREUD, Sigmund. “O inquietante”. In: FREUD, Sigmund. *Obras completas, volume 14: História de uma neurose infantil (“O homem dos lobos”), além do princípio do prazer e outros textos (1917-1920)*. Tradução: Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das letras, 2010. pp. 328 – 376.

_____. “O romance familiar dos neuróticos”. In: FREUD, Sigmund. *Obras completas, volume 8: O delírio e os sonhos de Gradiva, Análise da fobia de um garoto de cinco anos e outros textos (1906-1909)*. Tradução: Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das letras, 2015. pp. 420 – 424.

GASPARI, Elio. HOLLANDA, Heloisa Buarque de. VENTURA, Zuenir. *Cultura em trânsito: da repressão à abertura*. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2000.

GÓES, Clara de. *História e psicanálise*. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

GREEN, James. *Além do carnaval*. A homossexualidade masculina no Brasil do século XX. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

HOBSBAWM, Eric. “Manifestos”. In: HOBSBAWM, Eric. *Tempos fraturados*. Tradução: Berilo Vargas. São Paulo: Companhia das letras, 2013.

JUÇÁ, Maria. *Circo Voador*. A nave. Rio de Janeiro: Ed. do autor, 2013.

KEHL, Maria Rita. “A mínima diferença”. Disponível no site: <<https://blogdaboitempo.com.br/2015/03/02/maria-rita-kehl-a-minima-diferenca/>>. 1992. Último acesso em 14 de julho de 2016.

_____. *Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade*. Rio de Janeiro: Imago, 1998.

LACAN, Jacques. “A instância da letra no inconsciente ou a razão desde Freud”. In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

_____. *Seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise*. Tradução: M. D. Magno. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. *Seminário, livro 18: de um discurso que não fosse semblante*. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

LAQUEUR, Thomas. *Making sex: body and gender from the Greeks to Freud*. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

LIPOVETSKY, Gilles. SEROY, Jean. *A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista*. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das letras, 2015.

MENESES, Adélia Bezerra de. *Figuras do feminino na canção de Chico Buarque*. São Paulo: Ateliê Editorial/Boitempo, 2000.

MOTTA, Nelson. *Noites tropicais*. Solos, improvisos e memórias musicais. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

PAGLIA, Camille. *Personas sexuais: arte e decadência de Nerfetiti a Emily Dickinson*. Tradução: Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das letras, 1992.

PEREZ, Clotilde. *Signos da marca*. Expressividade e sensorialidade. São Paulo: Thomson, 2004.

PROKOP, Dieter. “O perfeito cantor de sucesso”. In: PROKOP, Dieter. *Sociologia*. Organização: Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Editora Ática, 1986.

REIS FILHO, Daniel Aarão. *Ditadura e democracia no Brasil: do golpe de 1964 à Constituição de 1988*. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

ROSENFELD, Anatol. “A teoria dos gêneros”. IN: ROSENFELD, A. São Paulo: Perspectiva, 2014. Pp. 15 – 27.

SANCHES, Pedro Alexandre. *Como dois e dois são cinco*. Roberto Carlos (& Erasmo & Wanderléa). São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

SEVERIANO, Jairo; MELLO, Zuza Homem. *A canção no tempo: 85 anos de músicas brasileiras*, vol. 2: 1958-1985. São Paulo: Ed. 34, 1998.

TATIT, Luiz. *A canção*. Eficácia e encanto. São Paulo: Atual, 1986.

_____. “Dicção do cancionista”. In: *O cancionista*. São Paulo: Edusp, 1996. pp. 9 - 27.

VELOSO, Caetano. *Verdade tropical*. São Paulo: Companhia das letras, 2008.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. *Gestão de marketing: avanços e aplicações*. São Paulo: Saraiva, 2006.

5.2 Monografias, dissertações e teses

BUCCI, Eugênio. *Televisão objeto*. A crítica e suas questões de método. Tese de doutorado. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da USP, 2002b.

GUERREIRO, Almerinda de Sales. *Retratos de uma tribo urbana*. Rock brasileiro. Dissertação de mestrado. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, 1991.

JAFFE, Noemi. *Do princípio às criaturas*. Análise de *A cidade e os livros*, de Antonio Cicero. Tese de doutorado. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, 2007.

5.3 Artigos científicos

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. “Trocando em miúdos. Gênero e sexualidade na TV a partir de *Malu mulher*”. IN: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol . 27. Nº 79, 2012. pp. 125 – 137.

BAUGH, Bruce. “Prolegômenos a uma estética do rock”. Tradução: Duda Machado. In: *Novos estudos CEBRAP*. Número 38, março de 1999.

BUCCI, Eugênio. “Fabricação de valor na superindústria do imaginário”. *Communicare*: Revista de pesquisa. Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, São Paulo, v. 2, n. 2, 2002a. pp. 56 – 72.

BUCCI, Eugênio; VENÂNCIO, Rodrigo. “O valor de gozo: um conceito para a crítica da indústria do imaginário”. *Revista Matrizes*. Escola de Comunicações e Artes da USP, São Paulo, v. 8, n. 1, 2014. pp. 141 – 158.

NEDER, Alvaro. ““Um homem pra chamar de seu’: o discurso musical e construção de gênero”. In *Per musi*. Número 28, 2013. pp. 170 – 175.

SAFATLE, Vladimir. “Gênese e estrutura do objeto do fantasma em Jacques Lacan”. *Psicologia clínica*. Rio de Janeiro: PUC-RIO, v. 16, n. 2, 2004. pp. 155 – 170.

5.4 Textos divulgados na imprensa

BELA, recatada e do lar. Por que a expressão gerou tanta polêmica nas redes sociais? Disponível em < <http://revistadonna.clicrbs.com.br/comportamento-2/bela-recatada-e-do-lar-por-que-a-expressao-gerou-tanta-polemica-nas-redes-sociais>> Último acesso em 13 de julho de 2016.

COMPACT DISC, Revista do. Agosto de 1991. Editora Globo.

FOLHA, 18 de março de 1984. Folha de São Paulo.

_____, 3 de junho de 1984. Folha de São Paulo.

_____, 24 de julho de 1985. Folha de São Paulo.

_____, 29 de agosto de 1984. Folha de São Paulo.

LEITE, Marcelo. “Berlim terá concerto dos Rolling Stones e show pela paz mundial”. *Folha do Estado de São Paulo*, São Paulo, 21 de abril de 1990, Ilustrada, p.3.

LINHARES, Juliana. “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”. 2016. Disponível: <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>> . Último acesso em 13 de julho de 2016.

MARINA Lima é a nova estrela da campanha Vozes. Disponível em <<http://www.ecad.org.br/pt/noticias/noticias-do-ecad/Paginas/Levantamento-do-Ecad-aponta-as-obras-mais-tocadas-da-cantora-e-compositora-Marina-Lima-.aspx>>. Último acesso em 13 de julho de 2016.

REVISTA BIZZ. Agosto de 1986. Editora Abril.

_____. Setembro de 1986. Editora Abril.

_____. Dezembro de 1986. Editora Abril.

_____. Janeiro de 1987. Editora Azul.

_____. Fevereiro de 1988. Editora Azul.

REVISTA DESFILE. Janeiro de 1987. Editora Bloch.

VEJA. 25 de abril de 1979. Editora Abril.

_____, 28 de março de 1984. Editora Abril.

_____, 24 de julho de 1985. Editora Abril.

5.5 Discografia e videografia

BLITZ. *Radioatividade*. EMI-Odeon, Brasil, p. 1983. 1 LP

CARLOS, Erasmo. *Amar pra viver ou morrer de amor*. Polydor, Brasil, p. 1982. 1 LP

CAZUZA. *Ideologia*. Polygram/Philips, Brasil, p. 1988. 1 LP

COSTA, Gal. *Estratosférica*. Sony Music, Brasil, p.2015. 1 CD

_____. *Profana*. RCA/BMG, Brasil, p. 1984. 1 LP

ELLER, Cássia. *Veneno antimonotonia*. Universal Music, Brasil, p. 1997. 1 CD

JONES, Grace. *Nightclubbing*. Island, Estados Unidos da América, p. 1981. 1 LP

LEE, Rita. *Rita Lee*. Som Livre, Brasil, p. 1979. 1 LP

_____. *Rita Lee*. Som Livre, Brasil, p. 1980. 1 LP

LEGIÃO Urbana. *Dois*. EMI, Brasil, p. 1986. 1 LP

_____. *Legião Urbana*. EMI, Brasil, p. 1985. 1 LP

LIMA, Marina. *Abrigo*. EMI, Brasil, p.1995. 1 CD

_____. *Certos acordes*. Ariola, Brasil, p.1981. 1 LP

_____. *Desta vida, desta arte*. Ariola, Brasil, p.1982. 1 LP

_____. *Fullgás*. Polygram/Philips, Brasil, p.1984. 1 LP

_____. *Marina Lima*. EMI, Brasil, p.1991. 1 LP

_____. *Olhos felizes*. Ariola, Brasil, p.1980. 1 LP

_____. *Pierrot do Brasil*. Universal, Brasil, p.1998. 1 CD

_____. *Próxima parada*. Polygram/Philips, Brasil, p.1989. 1 LP

_____. *Registros à meia-voz*. EMI, Brasil, p.1996. 1 CD

_____. *Simples como fogo*. WEA, Brasil, p.1979. 1 LP

_____. *Todas*. Polygram/Philips, Brasil, p.1985. 1 LP

_____. *Todas ao vivo*. Polygram/Philips, Brasil, p.1986. 1 LP

_____. *Virgem*. Polygram/Philips, Brasil, p.1987. 1 LP

MATOGROSSO, Ney. *Água do céu*. Continental, Brasil, p. 1975. 1 LP

MERCENÁRIAS. *Cadê as armas?*. Baratos e afins, Brasil, p. 1986. 1 LP

MULHER 80. Direção: Daniel Filho. Biscoito Fino, Brasil, p. 1979, 2008. 1 DVD

NOGUEIRA, Arthur. *Sem medo nem esperança*. Joia Moderna, Brasil, p. 2015. 1 CD

PINHEIRO, Leila. *Olho nu*. Polygram/Philips, p. 1986. 1 LP

PINK Floyd the wall. Direção: Alan Parker. Columbia, Estados Unidos, p. 1982, 1999. 1 DVD

PINK Floyd. *The wall*. Columbia, Estados Unidos, 1979. 1 LP.

RÁDIO pirata ao vivo. Globo Marcas, Brasil, p. 1986, 2010. 1 DVD

REGINA, Elis. *Ela*. Philips, Brasil, p. 1972. 1 LP

RPM. *Revoluções por minuto*. CBS, Brasil, p. 1985. 1 LP

SEXO É BOM! Direção: Valéria Burgos. Manchete, Brasil, p. 1986. 1 VHS

TITÃS. *Cabeça dinossauro*. WEA, Brasil, p. 1986. 1 LP

TITÃS. *Jesus não tem dentes no país dos banguelas*. WEA, Brasil, p. 1987. 1 LP

VALLE, Marcos. *Garra*. ODEON, Brasil, p. 1972. 1 LP

VELOSO, Caetano. *Araçá azul*. Polygram, Brasil, p. 1973. 1 LP

_____. *Estrangeiro*. Philips, Brasil, p. 1989. 1 LP

_____. *Uns*. Polygram/Philips, Brasil, p. 1983. 1 LP

_____. *Velô*. Polygram/Philips, Brasil, p. 1984. 1 LP