

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL Nº 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontinuos@dirbi.ufu.br.

Tras. Cont
3451(9)

UNIVERSIDADE FEDERAL UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA

Rogério Medeiros Silva

INDEPENDÊNCIA ARTÍSTICO-FONOGRÁFICA E CENÁRIO
MUSICAL ALTERNATIVO NO BRASIL
(1980-1995)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Centro de Documentação e Pesquisa em
História - CDHIS
Campus Stª Mônica - Bloco 1Q (Antigo Mineirão)
Av. Universitária S/Nº
Cep 38400-902 - Uberlândia - M. G. - Brasil

Uberlândia, março de 2007.

3451
S.9(c)

Rogério Medeiros Silva

3991483-2

**INDEPENDÊNCIA ARTÍSTICO-FONOGRÁFICA E CENÁRIO
MUSICAL ALTERNATIVO NO BRASIL
(1980-1995)**

Monografia apresentada ao Instituto de
História da Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em História.

Orientador: Prof. Dr. Newton Dângelo

Uberlândia, março de 2007.

**INDEPENDÊNCIA ARTÍSTICO-FONOGRÁFICA E CENÁRIO
MUSICAL ALTERNATIVO NO BRASIL
(1980-1995)**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Newton Dângelo – INHIS /UFU

Prof. Dr. Luiz Carlos de Laurentiz – FAURB/UFU

Ms. Getúlio Ribeiro

Aos meus pais, Lázaro e Irene, pela eterna dedicação e paciência; à minha irmã Rosângela e minha sobrinha Rafaela, a mais nova razão do meu viver.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Newton Dângelo, pela paciência na orientação desta monografia.

Ao professor Lu, pela participação na banca e pelo incentivo, e ao Getúlio, por afinar a minha bateria e participar desta defesa.

Ao João Batista, grande amigo, grande secretário e goleiro de estatura média.

Agradeço aos meus colegas de curso, da turma do primeiro semestre de 1999, Dilma, Jane, Cléia (não me lembro dos outros agora, ok?).

Aos grandes amigos Bochecha, Leandro Pichorra B2, Carniças Man, Jovainisses, Homem-Baleia, Luis Fernando, Massari, Roxinho e todos os outros que sabem quem são eles.

Ao Elmiro, a outra metade da BANDA DE BLUES de Joe Strume, pela revisão técnica da monografia e pelo Lock and Loll ever.

Ao meu cunhado marombado Rafael, pelo companheirismo (e entradas grátis no London).

Ao Sandoval, o meu cachorro, que se foi e deixou muitas saudades.

Finalmente, agradeço ao grande amor que conheci neste curso, que espero que volte para preencher o enorme vazio deixado (porque só a BANDA DE BLUES, o cigarro e a cerveja não são suficientes). Ela sempre soube disso...

Por hoje é só, pessoal!

Um abraço a todos!!!

*Um lá menor aqui,
um coralzinho de fundo (fundo!).
Minha letra é muito forte?
Se quiser eu a mudo.
E tem que ter refrão (sim!),
Um refrão repetido (repetido!)
pra música vender,
tem que ser acessível!*

Fragmento da música *Minha
renda* (1985), da banda Plebe
Rude

RESUMO

O enfoque desta monografia são as atividades dos chamados selos alternativos, surgidos nacionalmente em fins dos anos 70, como opção fonográfica para artistas cujas propostas estavam à margem do grande mercado de discos. Assim o trabalho se desenvolve a partir de três capítulos: o primeiro procura captar os primeiros passos da “independência” artístico-fonográfica; o segundo dedica atenção a alguns dos selos em atividades no anos 80, como a Wob Bop (SP); e o capítulo final analisa três experiências na “independência” vividas na década de 1990: a Tinitus, a Rock it! e a Banguela Records.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
CAPÍTULO I:	
Os anos 70 e o surgimento da “independência” como opção artístico-fonográfica.....	11
CAPÍTULO II:	
Os anos 80: a vida na “independência” e a realidade do mercado.....	19
CAPÍTULO III:	
Tinitus, Rock it! e Banguela: três vias da “independência” na década de 1990.....	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
FONTES.....	40
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos as ciências humanas têm dado conta de estudos sobre a cultura em torno da produção fonográfica. Notadamente, é cada vez maior o número de publicações e pesquisas que analisam e/ou recuperam arquivos, acervos e iniciativas culturais significativas para acompanhar a produção simbólica deste meio. Tais estudos fazem-se presentes no trabalho de sociólogos, musicólogos e jornalistas culturais; entretanto, esta pesquisa tem como finalidade observar mais atentamente as produções “independentes” ou alternativas na música brasileira entre o início dos anos de 1980 e meados da década de 1990.

Este recorte temporal foi escolhido por se tratar de um momento de transição, em que iniciativas da produção “independente” passaram a ser mais observadas e com isso conquistaram público e acesso a mídia. Ao longo dos três capítulos isso poderá ser observado. Para tanto, foi necessário uma busca em revistas, fanzines, discos, selos alternativos, cartazes de festivais, e demais fontes que documentaram essa dita produção “independente” que, ao longo desses anos, tornou-se praticamente uma estrutura organizacional.

Esta pesquisa ganha mais sentido por se inserir num terreno talvez pouco habitado, contrapondo as experiências vivenciadas nas grandes empresas do disco com as produções alternativas surgidas no contexto abordado. Para isso, dedicou-se atenção a ambas as produções, especialmente aquelas consideradas alternativas, “independentes”, ou *underground*.

No Capítulo I fazemos uma breve passagem sobre a situação da indústria fonográfica nos anos 70, adentrando a década de 1980 pela “porta pequena” (a via

alternativa) dos selos Baratos Afins e Lira Vanguarda Paulista e, posteriormente, situando uma pesquisa entre as gravadoras do período pós 85.

No Capítulo II trabalhamos a questão da produção fonográfica à margem do grande mercado num período de crise econômica, um momento de poucas perspectivas lucrativas para as grandes empresas do disco. Aqui também enfocamos as atividades de selos como o Wob Bop e ainda as “parcerias” da produção alternativa com meios de comunicação, como a revista Bizz.

Finalizando o trabalho, o Capítulo III, que enfoca as atividades de três gravadoras independentes nos anos 90: a Tinitus, a Rock it! e a Banguela Records, e as suas experiências no mercado.

CAPÍTULO I

Os anos 70 e o surgimento da “independência” como
opção artístico-fonográfica

No Brasil, o maior momento para produção cultural em seu aspecto comercial ocorreu durante a década de 1970. Assim, pôde-se verificar um grande crescimento da indústria fonográfica, especialmente, bem como do setor editorial, a partir do ano de 1968, o chamado período do “milagre econômico”.¹

Nesses anos, observou-se a entrada definitiva das editoras musicais multinacionais (*majors*) no mercado brasileiro, abrindo os seus escritórios e inclusive investindo em artistas nacionais. E boa parte do seu catálogo internacional também era lançado no país. Eram discos geralmente já finalizados, com os encargos de estúdios pagos, restando somente o ônus relativo à sua prensagem e os custos em torno da sua divulgação e distribuição.

Dessa forma, a chegada dessas subsidiárias de empresas do disco, oriundas principalmente dos Estados Unidos e da Alemanha, facilitou os lançamentos no mercado nacional de artistas internacionais, podendo estes trazer retorno financeiro certo, dado o baixo investimento feito. Todavia, quando se analisa a produção de discos dos anos 70, percebe-se que tais lançamentos não representavam ameaça ao consumo dos títulos nacionais.

Nesse processo, o nome de uma gravadora nacional chama a atenção, entre outras empresas desta década, qual seja a Som Livre. Criada pelas Organizações Globo de Comunicação, exatamente em 1973, as atividades desta editora musical mostraram a influência da televisão no mercado, influenciando a vendagem dos discos e, portanto, tornando mais famosos os intérpretes das músicas.

Logo em 1974, ou seja, cerca de apenas um ano depois de instalada no mercado, obteve 38% das vendas nacionais, principalmente por meio do lançamento das

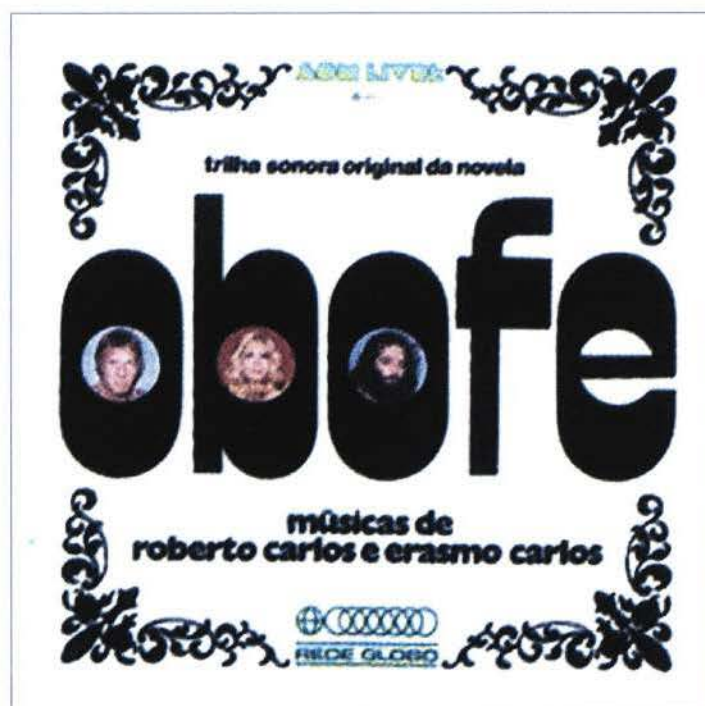
¹ Cf. MORELLI, R. C. L. *Indústria fonográfica: um estudo antropológico*. Campinas/SP: Ed. da Unicamp, 1991.

trilhas sonoras de novelas da TV Globo. Tal crescimento estendeu-se até o fim da década e por trás dele estava todo um elemento determinante: a estrutura publicitária imposta por aquela organização, tais como chamadas comerciais no dito “horário nobre”. Desse modo, divulgava-se as mais recentes trilhas sonoras da Som Livre, sobretudo aqueles no formato LP.² Tudo completava-se pela audiência que a referida programação televisiva desfrutava, como ainda hoje, com poucos concorrentes na “telinha”.

Um fato curioso em relação à Som Livre que deve ser mencionado nesse sentido é que, indiretamente, ela beneficiava outros selos nacionais: quando veiculava essas chamadas publicitárias, também veiculava músicas originalmente prensadas por outras empresas fonográficas, que haviam cedido os fonogramas de artistas do seu *cast* para determinada trilha sonora. Assim, a boa vendagem das trilhas sonoras, muitas das vezes, media-se pela repercussão das dramaturgias “globais” sintonizadas nas residências país afora.

Uma dessas trilhas é *O Bofê*, novela que foi ao ar em 1972, e foi toda composta pela dupla Roberto Carlos e Erasmo Carlos. A interpretação das músicas ficou a cargo dos atores da própria novela. Aqui está a sua capa, recentemente relançada em CD (*compact disc*):

² O formato LP (*long play*) surgiu no começo da década de 1950, representando grande avanço em relação ao então formato em uso, os discos de 78 rotações por minuto. Este avanço, além do tamanho do disco, que passou de 10 para 12 polegadas, explicava-se no fato de que os LPs eram de rotação mais lenta, isto é, de 33 rotações por minuto – o que permitiu a ampliação do tempo de duração de cada lado do disco. Ver: DIAS, Márcia T. *Os donos da voz: Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.



Capa do LP trilha sonora *O bofe* (Som Livre, 1972).

Imagem de *download* da Internet.

Em fins da década de 1970, contudo, houve uma mudança: as vendas de discos começaram a cair. Eram os momentos em que o “milagre econômico” brasileiro viveu certa freada, coincidindo com o gradativo processo da abertura política.

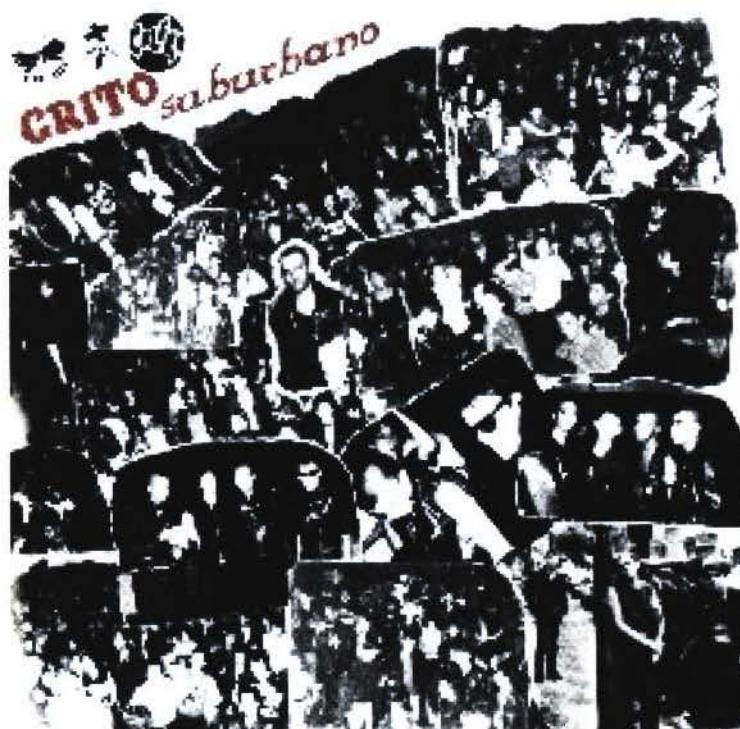
É nessa conjuntura que surge, na cidade de São Paulo, um grupo de artistas dotados de uma proposta artístico-fonográfico desvinculada dos padrões cultivados pelas empresas do disco ora em atividade no Brasil. Estes artistas ficaram conhecidos como a *Vanguarda Paulista* e, além da estética musical, se tornou notável pela produção dos próprios discos.³

A representatividade da *Vanguarda Paulista* tornou-se mais notória pelo fato de possuírem um palco próprio, o teatro Lira Paulistana. Este, um porão que antes funcionava como depósito de móveis, localizado à rua Teodoro Sampaio, no bairro de

³ Cf. VAZ, G. N. *História da Música Independente*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

Pinheiros em São Paulo.⁴ Dessa maneira, Lira Paulistana também foi o nome dado à editora de discos alternativa (selo) criada para dar vazão às composições dos artistas que, regularmente, se apresentavam naquele local. Coordenado por Wilson Souto Jr., o primeiro lançamento do selo foi álbum *Beleléu, Leléu, Eu* (1980), do músico paulista Itamar Assumpção e sua banda, chamada Isca de Polícia.

A essa altura, os lançamentos alternativos, não prensados sob os cuidados das grandes gravadoras, também dava vazão à emergente cena *punk* de São Paulo. A seguir reproduzimos a capa do LP *Grito suburbano* (1982), o primeiro lançado pelo selo Punk Rock Discos – uma coletânea com músicas de três das bandas que movimentavam aquele cenário (Olho Seco, Inocentes e Cólera) e é considerada o primeiro LP *punk* brasileiro:



Capa do LP *Grito suburbano* (Punk Rock Discos, 1982).

Imagem de *download* da Internet.

⁴ OLIVEIRA, L. F. **Em um porão de São Paulo: o Lira Paulistana e a produção alternativa**. São Paulo: PUC/SP, 1999. (dissertação)

No mesmo ano de 1982, surge um novo selo, também em São Paulo: o Baratos Afins. Na verdade, tratava-se de a loja de discos novos e usados, cujo proprietário decidiu investir na produção fonográfica. Assim, neste mesmo ano foi lançado o seu primeiro título: *Singin' Alone*, de Arnaldo Baptista, ex-integrante do conjunto Os Mutantes. A loja havia surgido em 1978, desde o começo instalada nas “Grandes Galerias” da rua 24 de maio, fundada por Luiz Carlos Calanca.

Em meados dos anos de 1980, o catálogo da Baratos Afins já contava com mais de duas dezenas de títulos, todos lançados sob o princípio da parceria entre o selo e o artista. Funcionava da seguinte maneira: geralmente o artista chegava com o disco pronto (gravado, mixado, produzido) e, muita das vezes, até com a arte gráfica da capa/contracapa/encarte prontos para impressão. Para o selo, portanto, cabiam os custos de prensagem e distribuição.

Esse “espírito” de trabalho era comum nas atividades de tais selos e as referidas parcerias entre selo e artista, em certa medida, se revelavam produtivas para ambos. Tudo isso porque o selo normalmente não tinha condições de arcar com as despesas do custo de um álbum, como uma editora de discos de grande porte. Em relação ao artista, era a oportunidade de disponibilizar a sua produção. Em resumo, as despesas de produção ficavam por conta do artista, ao passo que os gastos operacionais por conta do selo. A partir do momento em que as vendas dos discos pagavam tais custos operacionais, o lucro passava a ser dividido entre os envolvidos com a produção com um todo, ou seja, o selo e o artista.

Como o maquinário que fazia o trabalho de confecção de discos pertencia às grandes editoras musicais, geralmente os selos encomendavam a prensagem dos seus títulos junto à RCA, sediada em São Paulo e *major* norte-americana que,

provavelmente, não possuindo uma fatia mais significativa do mercado da época, passou a atender tais encomendas.

Isso não demandava grandes esforços logísticos, uma vez que os lançamentos dos selos alternativos eram de tiragens modestas, geralmente de mil (1.000) exemplares.⁵ Um porém, neste caso, era a situação de que contratada às vezes demorava meses para entregar a encomenda e, em casos mais extremos, utilizavam matéria-prima de qualidade inferior na confecção dos LPs – o que comprometia tecnicamente o lançamento.⁶

Ainda a respeito da Baratos Afins, um dos seus títulos mais vendidos foi o disco *Descanse em Paz* (1986), da banda *punk* Ratos de Porão, cuja tiragem inicial de três mil (3.000) cópias esgotou-se em cerca de uma semana. Posteriormente, o lançamento chegou às dez mil (10.000) unidades comercializadas⁷ – uma marca surpreendente para os padrões desse mercado alternativo que vimos tratando ao longo deste capítulo.

Há de se notar que o exemplo bem-sucedido acima não se aplicava à maioria dos lançamentos alternativos, até porque muitos títulos não chegaram a vender nem mesmo a sua tiragem inicial. Acerca dessa situação, temos o depoimento do próprio Luiz Carlos Calanca, o dono da Baratos Afins: *Havia muita banda (...) mas esse povo só fazia sucesso de crítica – e crítico não compra disco, ele ganha. Então, a gente mais dava disco do que vendia.*⁸

⁵ Tiragens de mil exemplares são comuns também no mercado editorial brasileiro e, assim, poucas são as obras que tem o privilégio de ter uma tiragem inicial superior a esta marca. Quanto aos discos, a lei que obriga a numeração de fonogramas só foi aprovada em 2003, a partir de quando se verificou que a tiragem inicial de mil unidades por título também é comum às grandes gravadoras.

⁶ Isso chegou a vir à tona na extinta revista Bizz, seguinte edição: **Bizz**. São Paulo, Ed. Azul, ed. 53, maio de 1990.

⁷ Cf. ALEXANDRE, R. **Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80**. São Paulo: DBA, 2002.

⁸ Apud Idem, p. 274.

Embora reforce as dificuldades em torno das poucas vendas, a fala acima é bastante reveladora por evidenciar o fundamental papel desempenhado pelos selos alternativos, qual seja o de lançar artistas que, não fossem tais iniciativas, jamais lançariam um disco. Assim, ressalta-se a dura realidade do mercado, que exploraremos no próximo capítulo.

CAPÍTULO II

**Os anos 80: a vida na “independência” e a realidade
de mercado**

Em fins dos anos 80, as grandes gravadoras já não reservavam investimentos na construção de carreiras artísticas, como na década de 1970. Em parte, isso se deveu à instabilidade econômica que pairava sobre o país nesses anos, tendo em vista principalmente os frustrados planos que buscaram controlar a inflação – tais como o Plano Bresser (1987) e o Plano Verão (1989), ambos no mandato do ex-presidente José Sarney. Tal instabilidade acabou por afetar o mercado artístico-fonográfico, portando dificultando o consumo de discos.

Para os padrões de uma *major*, a vendagem de cinco mil (5.000) exemplares de um disco não era considerada suficiente, devido toda a estrutura que ela sustentava: os seus gastos com funcionários, de diversos departamentos, os custos com estocagem da produção e despesas afins. Diferentemente do que acontecia com um selo alternativo, para quem, devido à mínima estrutura que dispunha (muitas das vezes um único funcionário), a vendagem de mil (1.000) exemplares até se convertia em lucro, ainda que modesto.

Mais importante que o lucro, no entanto, tais vendas podiam gerar certa visibilidade para o artista, não somente em termos de público, mas também no que se refere ao interesse das próprias *majors* que, por sua vez, podiam ver naquele artista um potencial mercadológico.

Um caso exemplar nesse sentido é o ocorreu com As Mercenárias. Depois de estreitar em disco pela Baratos Afins, com o LP *Cadê as Armas?* (1986), cuja tiragem inicial de mil (1.000) cópias foram comercializadas em poucas semanas, este conjunto feminino despertou a atenção da gravadora EMI-Odeon, instalada no Brasil desde o começo do século. Assim gravaram o seu segundo disco para esta multinacional. Batizado de *Trashland* (1988), o álbum refletia o descontentamento da banda com o

“esquema” alternativo, conforme vemos nas falas que seguem, de autoria das suas integrantes antes de assinarem o contrato:

Não há como sobreviver num esquema alternativo no Brasil, se você não tem recursos para bancar-se o tempo todo – Rosália Munhoz;

Quando se é independente, as concessões nos preços de shows e a dependência financeira são enormes (...) a gente vai (sic) conquistar a independência numa grande gravadora – Sandra Coutinho;

O que dá mais tranquilidade é ter feito um disco que a gente sabe que irá para as lojas – Ana (guitarrista).¹

Contudo, ao invés de trazer a tranquilidade almejada pelas suas integrantes, tal lançamento foi uma nova frustração na carreira da banda. Cerca de um mês depois de ser lançado, a EMI-Odeon rompeu o contrato com As Mercenárias. Assim, o disco não teve uma distribuição mínima, o que, conseqüentemente, acarretou vendas apenas irrisórias. Diante de tudo isso, no ano de 1989, descontente, a banda encerrou suas atividades.²

Outro selo alternativo surgido nos anos 80 foi o Wop Bop, criado pelo jornalista e pesquisador musical René Ferri. Seu primeiro lançamento foi um EP (*extended play*³), mais uma tiragem de mil (1.000) exemplares, do grupo paulista Violeta de Outono. Com este lançamento, o conjunto também despertou a atenção de uma multinacional atuante no Brasil: a RCA, para quem gravaram o seu primeiro disco no formato LP.

¹ Apud SERAPICUS, M.; ABRAMO, B. “Mercenárias: o fio da navalha”. In: **Bizz**, São Paulo, Ed. Azul, ed. 34, maio 1988, pp. 66/67.

² Em parte pelo *revival* da década de 1980 ocorrido no começo dos anos de 2000, As Mercenárias retomaram as suas atividades.

³ Os EPs podem ser considerados um formato que está entre o LP e o compacto (*single*), no que diz respeito ao números de música.

Já em relação ao selo Wop Bop, deu continuidade na formação do seu catálogo. Fato interessante nesse sentido é o de que os seus títulos sobressaíam em termos de produção em relação às demais produções alternativas, vide o tratamento das capas, encartes, rótulos etc. Devido aos grandes intervalos de tempo entre os seus lançamentos, a Wop Bop podia se dedicar mais à produção dos álbuns, que de certa maneira estavam desvinculados daquelas produções de perfil mercadológicos, lançado pelas grandes gravadoras.

Como exemplo disso, e ao mesmo tempo documento do fim das atividades deste selo, estão os seus dois últimos lançamentos, ambos datados em 1990: a coletânea *Censurar ninguém se atreve*⁴ – um resgate de gravações dos primórdios do *Rock'n'Roll* no Brasil, portanto todas de fins dos anos 50; e o álbum *Amor Louco*, da banda paulista Fellini. Este último, gravado em 16 canais num nível de profissionalismo antes não visto nos seus três discos anteriores, lançados pela Baratos Afins.⁵

Em fins dos anos de 1980, percebia-se certo “esfriamento” no que diz respeito à produção da grande indústria. Assim, os investimentos em novos nomes e a formação de selos internos que permitissem um trabalho mais ágil junto a estes novos artistas quase não eram vistos. O retorno lucrativo para as gravadoras estava em baixa, inviabilizando este trabalho de base. Desse modo, enquanto esta crise afetava as grandes gravadoras, a produção “independente” continuava rendendo novos selos e, portanto, novos discos.

É nesse contexto que surge outro selo em São Paulo: o Vinil Urbano Records. Criado por Roberto Oka e Rolando Castello Jr., a exemplo da Baratos Afins, o selo

⁴ Esta coletânea foi organizada pelo próprio dono do selo, René Ferri, juntamente com José Roberto Oldies e Albert Pavão. Este último, compositor/intérprete e pesquisador musical, autor do livro *Rock Brasileiro. 1955/1965: Trajetória, Personagens e Discografia*. Referência: PAVÃO, Albert. *Rock Brasileiro, 1955/1965: trajetória, personagens e discografia*. São Paulo: Edicom, 1991.

⁵ Cf. *Bizz*, São Paulo, Ed. Azul, ed. 53, dez. 1989.

nasceu a partir da existência da loja VU, adquirida por Roberto em meados de 1988, que aproveitou as siglas e mudou o nome da loja para Vinil Urbano.⁶

Entre os primeiros lançamentos deste selo estão os dois únicos discos gravados pelo conjunto Patrulha do Espaço, que tinha entre os seus integrantes o ex-Mutantes Arnaldo Baptista. Estes lançamentos foram de grande importância, pelo motivo de terem sido gravados em fins da década de 1970 após Arnaldo Baptista lançar o seu primeiro disco solo (*Loki?*, Philips-Phonogram, 1974), os quais permaneciam inéditos até então – apesar de que colecionadores já conheciam o seu conteúdo através de fitas-cassete “piratas”.⁷

A relação dos selos alternativos com veículos de difusão, principalmente rádio e TV, não foram bem-sucedidas. As estações de rádio das grandes cidades não tocavam os lançamentos independentes, a começar por desconhecerem a existência daquelas atividades artísticas. Os selos não confeccionavam “discos promocionais”, que eram comuns na divulgação dos lançamentos das grandes gravadoras.⁸ E essa situação, explicada no simples fato de não disporem de recursos para prensagem deste material, dificultava o estreitamento da relação com os meios de comunicação.

Nas grandes gravadoras os investimentos na fabricação dos materiais promocionais era apenas um aspecto na divulgação dos seus lançamentos, completado por exemplo pelos departamentos de marketing, responsáveis pela publicidade em TVs e revistas. Daí o surgimento do “jabá”, que consistia (e ainda consiste) de trocas de

⁶ A sigla VU tratava-se de trocadilho com o nome que recebe o indicador do volume de gravações, e também com o título do disco póstumo da banda norte-americana Velvet Underground, de Nova York, que esteve em atividade em fins dos anos 60.

⁷ Os dois discos são: *Faremos uma noite excelente* e *Elo perdido*, ambos de 1978. Quanto a qualidade de gravação, não se pode afirmar serem discos mal gravados “por acaso”, uma vez que os trabalhos de Arnaldo Baptista eram gravados de uma só vez, ao vivo no estúdio e com todas as imperfeições que isso incorre.

⁸ Os discos promocionais (“promo”) normalmente traziam a “música de trabalho”, que era a canção escolhida para tocar no rádio, para puxar as vendas de determinado lançamento, entrando nas estações FM e disputando espaço dentre as mais tocadas.

favores ou valores para a veiculação desta ou daquela música de trabalho, das gravadoras de grande porte principalmente com emissoras de rádio.

As TVs não abriam espaço para os artistas alternativos. Uma exceção foi a TV Cultura de São Paulo que, em fins dos anos 80, manteve no ar programas como o *Matéria Prima*, apresentado por Sérgio Groisman e o qual se tratava de uma adaptação para a televisão de um programa da Rádio 89 FM (especializada em Rock). Outro programa da mesma emissora deste perfil foi o *Som Pop*, apresentado por Kid Vinil, que abria espaço para figuras da dita cena “independente”.

Antes da existência destes programas citados, a TV Cultura já abria espaço para atrações musicais de caráter alternativo em sua programação. Foi assim, por exemplo, na primeira metade dos anos 80 com o *Fábrica do Som* (1982/1986), apresentado por Tadeu Jungle e gravado no Sesc Pompéia. O Sesc, fundando em janeiro/1982, foi um local que acolheu diversos artistas “independentes”, inclusive grande maioria destes lançou seus discos nesses tempos.

Além disso, para a chamada *Vanguarda Paulista*, aglutinada em torno do teatro Lira Paulistana, o Sesc era considerado a sua “segunda casa”. Assim sendo, ainda vale mencionar que artistas de outros estados também tinham espaço neste palco. E foi ainda no Sesc Pompéia aonde ocorreu o famoso primeiro festival *punk* do Brasil, chamado de “O começo do fim do mundo”.

Este festival foi realizado nos dias 27 e 28 de novembro/1982, um marco para aquela emergente cena, e contou com a participação das suas principais bandas representantes, tais como Cólera, Inocentes, Ratos de Porão, Olho Seco, Psykoze, Fogo Cruzado, entre outras. E deste evento saíram as gravações que integraram o primeiro LP

punk lançado no Brasil, também batizado de *O começo do fim do mundo* e lançado pelo próprio Sesc, cuja capa reproduzimos abaixo:⁹



Capa do LP *O começo do fim do mundo* (lançamento Sesc, 1982)

Imagem de *download* da Internet.

No que tange à imprensa especializada em música, como as revistas Bizz, e aquelas anteriores a esta, tais como a Somtrês, Pipoca Moderna/Mixtura Moderna, pode-se dizer que contribuíram para a repercussão do cenário alternativo. Visto que, na maioria das suas edições, publicavam matérias, resenhas, notícias e anúncios sobre artistas e os ditos selos “independentes”.

⁹ Para saber mais sobre este evento e sobre o *punk* brasileiro, ver: BIVAR, Antônio. *O que é punk*. São Paulo: Brasiliense, 1982.

A revista Bizz, especificamente, além de dedicar significativo espaço nas suas páginas, às vezes até publicando extensas matérias, tinha entre os seus jornalistas músicos que também eram integrantes de conjuntos ora em atividade no cenário. Dentre esses editores e colaboradores da revista, destacamos os seguintes e respectivas bandas que integravam: Alex Antunes (Akira S & As Garotas Que Erraram), Thomas Pappon (Fellini e Smack), Minho K – pseudônimo de Celso Pucci (3 Hombres), Scot – pseudônimo de José Augusto Lemos (Chance), Fernando Naporano (Maria Angélica Não Mora Mais Aqui), Jimi Joe e Carlos Eduardo Miranda (Atahualpa Y Us Panquis).¹⁰

Esta relação da Bizz com esse meio até chegou a gerar algumas divergências entre o seu público leitor, os quais não viam com bons olhos a dedicação da revista para os “independentes”, em detrimento daqueles artistas contratados das grandes gravadoras. Fato que demonstra certo desinteresse e, portanto, distanciamento destes leitores diante da opção artística que produção alternativa representava nesses anos da década de 1980.

Isso porque, em muitas das suas edições publicadas entre os anos de 1985 e 1991, havia, se não entrevistas, resenhas de discos ou shows dos artistas “independentes”. Os anúncios nas páginas destas eram pagos pelos selos, normalmente pequenos anúncios de rodapé, ou mesmo colunas, dando conta do catálogo ou do lançamento do selo.

Já os anúncios comprados pelas grandes gravadoras frequentemente ocupavam uma página inteira, em espaços estratégicos da revista, tais como a sua contracapa. Assim, no referido período, observava-se, por edição, inúmeros anúncios das grandes gravadoras, como vemos na imagem que se segue – a qual capa interna da edição nº 31

¹⁰ A revista Bizz surgiu em agosto/1985, criada em meio à “euforia” causada pela primeira edição do festival *Rock in Rio*, ocorrido no verão de mesmo ano. A Bizz passou por várias fases: em outubro de 1995 mudou de nome e tamanho, encerrando atividades em julho de 2001 e retornando recentemente, no ano de 2006.

da Bizz, comprada pela EMI-Odeon para divulgar quatro dos seus recentes lançamentos:



Capa interna da Bizz, ed. 31, fev. 1988 (anúncios comprados pela EMI-Odeon)

Documento de acervo nosso.

CAPÍTULO III

Tinitus, Rock it! e Banguela: três vias da
“independência” na década de 1990

No começo dos anos 80, houve o advento do som digital (*compact disc*), criado pelos japoneses da empresa Sony. Assim, nos Estados Unidos, o maior mercado fonográfico do mundo, este formato começou a ser consumido mais massivamente em meados desta década: os lançamentos eram prensados nos formatos tradicionais da época, o vinil (LP) e fitas cassete (K7)¹, e também em CD.

Desse modo, na entrada para a década de 1990, a indústria fonográfica brasileira fomentava a troca no formato de áudio: começam a declinar a produção dos discos de vinil e cassetes, e investi-se no som digital, bem como na venda dos seus aparelhos reprodutores (*CD players*). Este novo formato representava uma inovação tecnológica, modificando o acesso e o hábito de se ouvir e consumir música. Esta novidade consistia na compactação das músicas em um disco, cuja leitura é feita através do laser; diferentemente do vinil, cuja leitora era feita por meio de um mecanismo analógico (agulha).

Em outros mercados fonográficos mundo afora, uma avalanche de discos ganhou novas edições em CD. Assim, para alguns consumidores significava comprar novamente o mesmo disco, porém em um novo formato. No Brasil, a contragosto das grandes gravadoras, a troca de formato de áudio não ocorreu de forma abrupta.

Dos catálogos fonográficos nacionais pouco se reeditou em formato digital e, como os *CD players* se popularizariam somente alguns anos adiante, as gravadoras ainda fabricavam os velhos discos de vinil. Desse modo, portanto, a maioria dos lançamentos das empresas que dominavam o mercado chegava às lojas nos três formatos: LP, CD e K7.

¹ As fitas cassete surgiram no início em fins dos anos 60 mas foram ganharam o mercado no começo da década seguinte. Pelas suas reduzidas dimensões, as cassetes ofereciam certas vantagens em relação aos discos convencionais. O mesmo conteúdo de um LP (ou seja, aproximadamente 45 minutos de música gravada) cabia numa fita cassete, porém devido ao seu tamanho e facilidade de manuseio eram evidentes. Assim, permitiu a audição da música gravada no carro, e depois de forma portátil, através dos aparelhos reprodutores portáteis (*walkman*), isso já em fins da década de 1970.

A chegada da mídia digital foi acompanhada pela criação de novos selos. Se o clima de incertezas econômicas desses tempos não dava às grandes gravadoras segurança para investir em projetos que poderiam representar uma renovação artística, este trabalho foi exercido por iniciativas empreendidas por alguns dos chamados selos “independentes”, que adotaram o formato CD para lançar os artistas do *cast* que procuravam construir.

Um selo fundamental nesse período de transição foi a Tinitus. Fundada em 1991 por Pena Schmidt, um produtor de discos e shows com uma vasta experiência no mercado artístico-fonográfico.² Durante a década de 1980, Pena trabalhou como produtor da multinacional WEA e foi o responsável pelos últimos compactos lançados desta *major* no Brasil, além de produzir outros discos para a mesma, até se dedicar exclusivamente ao próprio empreendimento.

Como selo, o primeiro passo da Tinitus foi reunir um elenco. Os primeiros artistas contratados já vinham com uma “bagagem” de shows e estavam preparados para gravar seu repertório. Este fato demonstra o critério de seleção adotado pelo selo. Assim, os cinco primeiros artistas contratados foram reunidos numa coletânea, intitulada *Pau-de-sebo #1*, que trazia duas canções de cada nome “apresentado” pelo lançamento.

Era um disco que fazia a vez dos não mais produzidos compactos, visto que Pena Schmidt sempre fora um incentivador da produção de fonogramas de “apresentação de trabalhos”. Isso seria confirmado quanto a Tinitus, depois de ter

² Pena Schmidt, em 1973, foi técnico de som do conjunto Os Mutantes e acompanhou os Novos Baianos em algumas turnês, sempre na produção. Projetou instrumentos para a Gianninni e, em 1976, tornou-se um visionário das novas tecnologias, quando foi responsável pelo desfile no Carnaval carioca, projetando um caminhão de som que se deslocava junto com a bateria das escolas de samba. Cf. ALEXANDRE, R. *História do rock brasileiro* - Vol. 03. São Paulo: Ed. Abril, 2004; CAMPOS, R. “Os 20 homens mais poderosos da música brasileira”. In: *Bizz*, São Paulo, Ed. Azul, nº 95, jun. 1993.

abandonado a produção de LPs, lançou um *single* em CD (formato já tradicional nos Estados Unidos e na Europa), testando o potencial de venda e receptividade pelo consumidor.

Em seus três primeiros anos de atividade, a Tinitus fez sua própria distribuição. Os discos eram encomendados e vendidos a lojistas, basicamente por meio de telefone ou fax. Existem evidências de que, nesse esquema, era possível vender até quatro mil (4.000) discos mensalmente, atendendo a todo Brasil. Praticamente não existiam vendas no varejo, direto para o consumidor, o que permite uma comparação com a logística das *majors*. A exceção ficava mesmo apenas para as cópias que eram vendidas na própria loja Tinitus, então localizada no bairro de Pinheiros, rua Teodoro Sampaio, na capital paulista.

Somente no ano de 1994, quando o selo já preparava seu segundo “pacote” de lançamentos, é que houve uma transição dos formatos de áudio, os primeiros discos da Tinitus só existiam em LP (com exceção do exemplo, supracitado).

Para esta segunda fase de lançamentos, a Tinitus firmou uma parceria com uma grande gravadora, a Polygram, visando diminuir os custos de estoque e distribuir um maior número de discos, para uma rede, também maior, de lojistas. Até então, os lançamentos da Tinitus eram negociados, principalmente, com pequenos lojistas e especialistas.³

Contudo, no decorrer da década de 90 pôde ser percebida uma brusca diminuição das lojas que comercializavam exclusivamente discos. Estes lojistas foram resistindo às dificuldades do mercado, mas gradativamente também foram sucumbindo

³ Sobre os lançamentos da Tinitus e a sua trajetória, consultar a sua página na Internet, disponível no seguinte endereço. Disponível em: <<http://www.geocities.com/Nashville/2219/tinitus.htm>> Acesso em 17 jan. 2007.

a uma realidade: ser “engolido” pelas *megastores* e redes de supermercados que dispõem de um amplo comércio de discos e fazem grandes promoções.

Com a distribuição da Polygram, a Tinitus pôde empreender mais esforços com marketing e promoção, o que rendeu retornos financeiros para o selo semelhantes aos anteriores à parceria com a Polygram. Entretanto, as vendas foram diminuindo e o trabalho de distribuição da *major* falhou por não se dedicar à parceria.

A Polygram deixou de direcionar seu departamento comercial aos pequenos lojistas, distribuindo discos de vendas menores, como os da Tinitus, para grandes lojas, da mesma forma que a gravadora fazia com seus próprios discos. A falta de um cuidado na hora de distribuir discos de outros selos fez com que prioridades da gravadora, seus próprios produtos, fizessem sombra a discos externos, como as produções “independentes”.

Com a entrada de Fernando Collor de Mello, nem mesmo os Planos Collor I e II, respectivamente de 1991 e 1992, foram capazes de retomar um controle sobre a alta inflacionária e as altas taxas de juros. O final do governo foi desastroso, com o processo de *impeachment* e a destituição do cargo de presidente da república em dezembro de 1992, e para a população, a falta de confiança numa retomada de controle sobre os déficits orçamentários pelo governo. Era uma tarefa que custaria não apenas mais um mandato, mas, principalmente, mais alguns anos de instabilidade econômica. Afinal, a inflação “galopava”, desnorteando o poder de consumo.

Sob o momento de incertezas de investimento, outro selo “independente” foi gerado: a Rock it!. Inaugurada em 1990, a Rock it! era uma loja de discos localizada na cidade do Rio de Janeiro, que tinha como sócios-proprietários dois integrantes de duas bandas de boas vendas nos anos 80: Dado Villa-Lobos (guitarrista da Legião Urbana) e André Muller (baixista da Plebe Rude).

O selo só veio a surgir no ano seguinte, por um motivo interessante. Algumas fitas-demo comercializadas na loja Rock it! vendiam tanto quanto muitos discos nacionais, o que levou ao investimento na produção de álbuns de artistas que, pelas fitas-demo, demonstravam a necessidade de lançar seu primeiro registro em disco. Era algo que naquele momento só poderia ser feito através de iniciativas como esta da Rock it!, da mesma forma com a Tinitus.

O primeiro lançamento da Rock it! foi um LP de um dos bons vendedores de fitas-demo, a banda carioca Second Come. *You* chegou à loja da Rock it! e as outras, poucas lojas em 1992. Um acordo de distribuição feito com a EMI estipulava para a *major* a fabricação e distribuição dos discos: (...) *vender 3 mil ou 5 mil discos e fazer shows para “apenas” 500 pessoas não era uma opção agradável para o mercado da época, principalmente para a EMI, que distribuía os discos da Rock It! (...).*⁴

E, se a distribuidora não exercia tão bem a sua função, estes discos que tinham uma tiragem pequena (nos primeiros lançamentos da Rock It! eram fabricados três mil exemplares), e um longo tempo de estocagem até o escoar da produção, acabavam sendo difíceis de se encontrar. Porém, eram discos “baratos” para o selo, toda a produção era dos próprios artistas, com gravações realizadas em estúdios de poucos recursos, mas, muito acessíveis financeiramente.

Mesmo com os problemas de distribuição e vendas razoáveis, os álbuns acabavam se auto-sustentando. Uma resenha do terceiro lançamento da Rock It!, *Peter Greenaway's surf*, do conjunto Pelvs, fora publicada na revista Bizz, que ressaltava o custo do processo de confecção do tal álbum:

⁴ LARIÚ, R. “Não, obrigado”. In: **História do rock brasileiro**, São Paulo, Ed. Abril, Vol. 03, 2004.

*(...) uma bela capa na base da máquina de escrever, do lápis-de-cor e de fotos do arquivo pessoal, sem nenhuma identificação dos integrantes. Gravado e mixado em três dias num estúdio portátil (alugado!) de oito canais (geralmente usado para registrar fitas demo), o disco custou apenas 90 dólares! (...)*⁵

Os primeiros discos foram lançados apenas em LP e, em 1994, os álbuns foram prensados nos formatos vinil e CD. Assim, a transição dos formatos não era um empecilho às atividades do selo, apesar do CD custar mais caro que LP.

Com a entrada do Plano Real, não apenas a Rock It!, mas também outros selos tiveram uma produção mais acelerada, medida tanto pela quantidade de discos lançada quanto pelo aumento de iniciativas fonográficas. Fernando Henrique Cardoso entrou no Ministério da Fazenda do governo Itamar Franco, em 1993, e trouxe consigo um grupo de economistas – André Lara Resende, Edmar Bacha e Pêrsio Árida – dispostos a neutralizar de uma vez por todas a inflação.

Assim surge um outro selo que atuou nesses tempos: o Banguela Records, que, apesar do perfil alternativo, estava amparado por um contrato de distribuição com a WEA (Warner), garantindo uma boa divulgação dos seus lançamentos. O selo foi criado numa situação um tanto instigante: o jornalista Carlos Eduardo Miranda escrevia uma matéria para a revista Bizz relatando o processo de gravação de um álbum do Titãs com um produtor internacional.⁶ E Miranda carregava consigo muitas fitas-demo de bandas nacionais e, dada a situação da matéria, aproveitou para mostrar a referido produtor aquelas produções nacionais.

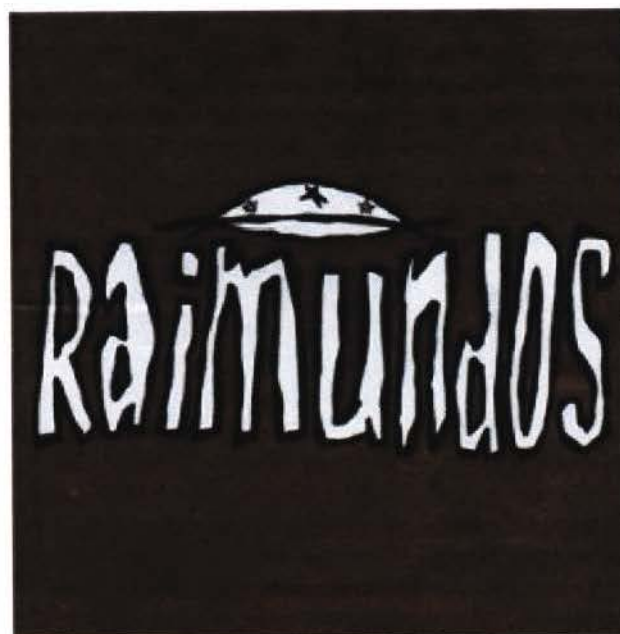
O fato foi que acabou por chamar a atenção não do produtor, mas dos próprios integrantes dos Titãs. Daí o surgimento do selo, uma espécie de parceria firmada entre e

⁵ Cf. Bizz, São Paulo, Ed. Azul, ed. 103, fev. 1994.

⁶ O disco, *Titanomaquia* (WEA, 1994). O produtor, Jack Endino, um norte-americano pretendido entre muitos artistas na época, principalmente, pelos êxitos obtidos após a produção do primeiro disco do Nirvana, *Bleach* (Sub Pop, 1989).

esta banda. Como os Titãs nessa época eram contratados da WEA, o acordo de distribuição com a *major* foi fechado com mais facilidade.⁷

O primeiro lançamento da Banguela Records obteve uma repercussão surpreendente: o disco de estréia da banda Raimundos, originária de Brasília. Em cerca de cerca de seis meses, cem mil (100.000) cópias foram prensadas e comercializadas. Uma novidade absoluta para o selo e para o artista, como também que para a multinacional que o distribuiu. Adiante vemos a capa do disco dos Raimundos:



Capa do LP/CD *Raimundos* (Banguela Records, 1994)

Documento de *download* da Internet.

Na tentativa por formar um elenco de novos nomes, a Banguela Records, em dois anos de atividades, contratou nada menos que um total de nove artistas. Contraditoriamente, a partir de então a WEA passou a empreender menos esforços para que os discos atingissem êxitos comerciais. Assim, o selo não conteve os custos das

⁷ MIRANDA, C. E. “Tesouro da juventude”. In: **Bizz**, São Paulo, Ed. Azul, nº 95, jun. 1993.

produções e os discos começaram a demorar a chegar ao mercado e custarem preços acima do normal.

O quinto lançamento do Banguela Records, *Samba esquema noise*, do grupo Mundo Livre S/A. Saudado dessa forma pela revista *General*: *os recifenses do Mundo Livre S/A se trancaram mais de setecentas horas no estúdio para preparar o melhor disco de Música Popular Brasileira desde Deus sabe quando(...)*.⁸

O acabamento técnico-gráfico dos discos era impecável, uma vez que boa parte da produção estava sendo custeada com os lucros obtidos com a venda do primeiro lançamento do Banguela Records. As tiragens baixas dos outros lançamentos, de aproximadamente três (3.000) mil cópias, também dificultava uma maior popularização dos mesmos. Dessa forma, tais títulos praticamente permaneceram no mercado apenas durante o tempo em que o selo esteve na ativa; quando desativado o selo, no final de 1995, seus discos rapidamente saíram de catálogo.⁹

Os selos independentes da década de 90, em suas parcerias de distribuição terceirizada junto às *majors*, acabaram envolvidos num processo de dependência, que impediu a obtenção de uma margem de lucro sustentável. Pode-se dizer que produziram discos de grande respaldo artístico, porém ouvidos por poucos. Todos partilhavam das mesmas dificuldades, em especial a falta de capital e de falta de parceiros. Até houve um esforço em se montar uma “rede de independentes”, pois simplesmente não havia comunicação entre os selos envolvidos.

⁸ ALEXANDRE, R. *General*, São Paulo, nº 08, 1994.

Após o controle da recessão econômica, o mercado editorial de revistas especializadas em música ganhou um reforço de mais duas publicações: a revista *Dynamite*, um ex-fanzine produzido sem periodicidade que, em 1993, assume um formato de revista; e a *General*, uma revista idealizada por André Barcinski, ex-editor da revista *Bizz*, que teve duração de dois anos. A *Dynamite* não teve interrupções e é publicada atualmente

⁹ Ao todo, a Banguela Records lançou um total de dez discos. Os direitos sobre esses lançamentos pertencem à WEA.

Alguns até que resistiram mais tempo, como a Tinitus e a Rock it!; mas não suportaram os obstáculos mercadológicos e encerraram as suas atividades. Apesar de tudo, além dos discos em si, o grande legado deixado por esses selos reside na iniciativa que forjaram, sem dúvidas que abriram caminhos na busca de renovação artístico-fonográfico neste país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo destes capítulos pôde-se constatar certa “fragilidade estrutural” das grandes gravadoras frente às crises econômicas que oscilaram no Brasil entre os anos de 1980 e 1995. Tal fragilidade encontra-se descrita sob uma forma da dependência mercadológica, ou seja, as grandes empresas do disco necessitavam de lucros imediatos, na medida em que produzem os seus discos esperando retorno. Assim a referida dependência se acentuou em momentos de crise de mercado.

O que se observou na grande indústria do disco brasileira nessas crises foi o abandono de investimentos em projetos cujos retornos financeiros são a longo prazo, caracterizados como investimentos de risco, como por exemplo: o incentivo a artistas que representam uma estética musical pouco difundida. Em rápidas palavras, nos momentos de crise, a saída que as grandes gravadoras encontram para obter vendas satisfatórias é o investimento em “fórmulas” de mercado.

Nesse processo, os selos independentes também são afetados. Concomitantemente a crise atingia as grandes gravadoras, principalmente no tocante à fabricação e distribuição de discos. Porém, como pôde ser verificado entre os selos trabalhados nesta pesquisa, a sua estrutura era infinitamente menor, inclusive dependente do capital gerado pelo seu catálogo.

Portanto, para que fosse possível um selo “independente” manter um elenco e uma periodicidade de produção, era necessário um planejamento que aliasse uma razoável venda de discos e uma redução de custos. Quando não há este equilíbrio, os empreendimentos alternativos encerram suas atividades.

Entretanto, o grande mérito desses selos foi a experiência que geraram para a profissionalização da produção fonográfica nacional distante do grande mercado. Todas

as tentativas de se produzir discos com poucos recursos e torná-los competitivos qualitativamente aos grandes lançamentos, as frustrações quando se buscou parcerias com distribuidoras, os acúmulos de estoque, as vendas por correio...

Enfim, os caminhos percorridos, as fronteiras rompidas e a produção dos selos independentes, nesse período enfocado, foram experiências imprescindíveis para que hoje em dia tanto gravadoras maiores quanto os selos experimentassem novas estratégias para enfrentar as baixas mercadológicas.

FONTES

1- Revistas

ALEXANDRE, R. (ed.) **História do rock brasileiro** – v. 03, São Paulo, Abril, 2004.

Bizz, São Paulo, Ed. Azul, ed. 34, maio 1988.

Bizz, São Paulo, Ed. Azul, ed. 53, dez. 1989.

Bizz, São Paulo, Ed. Azul, ed. 95, jun. 1993.

Bizz, São Paulo, Ed. Azul, ed. 34, maio 1988.

Bizz, São Paulo, Ed. Azul, ed. 103, fev. 1994.

General, São Paulo, editora ?, ed. 08, 1994.

MUGNAINI JR., Aírton. “40 anos de fita cassete”. **Outracoisa**, Rio de Janeiro, ed. 08, 2004.

2- Sites da Internet

Baratos Afins (site da loja/selo) – Disponível em: <www.baratosafins.com.br>

Clique Music (sobre Música brasileira) – <www.cliquemusic.com.br>

Cólera (site oficial da banda) – <www.colera.org>

Tinitus (página sobre história) - <<http://www.geocities.com/Nashville/2219/tinitus.htm>>

Rock it! (site do selo) – <www.rockit.com.br>

3- Imagens utilizadas (ordem cronológica)

Capa do LP trilha sonora *O bofe* (Som Livre, 1972)

Capa do LP *Grito suburbano* (Punk Rock Discos, 1982).

Capa do LP *O começo do fim do mundo* (lançamento Sesc, 1982)

Capa interna da Bizz, ed. 31, fev. 1988 (anúncios comprados pela EMI-Odeon)

Capa do LP/CD *Raimundos* (Banguela Records, 1994)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEXANDRE, R. **Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80**. São Paulo: DBA, 2002.
- BIVAR, Antônio. **O que é punk**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- CHACON, Paulo. **O que é Rock**. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock, nos passos da moda: mídia, consumo X mercado**. Campinas/SP: Papirus, 1989.
- DIAS, Márcia T. **Os donos da voz: Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo, 2000.
- ESSINGER, S. **Punk: anarquia planetária e a cena brasileira**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LOPES, A. M. V. A. **A cena musical paulistana dos anos 80 e o selo independente Baratos Afins**. Curitiba/PR: Faculdade de Artes do Paraná, 2004. (Monografia de conclusão do Curso de Pós-Graduação em Fundamentos da Música Popular Brasileira)
- MORELLI, R. C. L. **Indústria fonográfica: um estudo antropológico**. Campinas/SP: Ed. da Unicamp, 1991.
- OLIVEIRA, L. F. **Em um porão de São Paulo: o Lira Paulistana e a produção alternativa**. São Paulo: PUC/SP, 1999. (dissertação)
- ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 2.ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- PAVÃO, Albert. **Rock Brasileiro, 1955/1965: trajetória, personagens e discografia**. São Paulo: Edicom, 1991.
- VAZ, G. N. **História da Música Independente**. São Paulo: Brasiliense, 1988.