

**Hardcore no Brasil e Discursos Jovens: Representações da Sociedade de Consumo em *Mék Kâncer Feliz* (1997) e *Sonho Médio* (1999)**

THALES BIGUINATTI CARIAS\*

*Ser racional é ter um ego enorme.  
Progresso significa tecnologia.  
Se estamos no auge dos tempos,  
porque tanta angústia?  
(Dead Fish, Hoje: 1999)*

A década de 1990, sobretudo, em seus anos finais, experimenta um novo ditame nas relações sociais. O chamado fim das utopias, protagonizado pela queda do muro de Berlim, em 1989, e posterior derrocada da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), em 1992, em consonância com a difusão da “ideologia do caminho único”, engendraram, no sujeito contemporâneo, novas relações de trabalho e sociabilidade. É o tempo do curto prazo, a tecnologia desponta de forma atroz e o mundo se vê inserido naquilo que muitos chamam de “aldeia global”.

Neste contexto ganha proeminência, no Brasil, um gênero musical denominado *hardcore*. Este se constitui por uma lógica derivada do *punk*, no melhor estilo *Do it yourself*, em que manter certa complexidade musical não é considerada, como em outros gêneros, o importante, nesse caso, é “musicalizar suas ideias”. Muito ligado à cultura jovem urbana, durante a década de 1990, ganha espaço nas capitais brasileiras.

Na capital do Espírito Santo, Vitória e região, surgem duas bandas que fazem parte desse cenário *hardcore* nacional, *Dead Fish* e *Mukeka di Rato*, cujas músicas se constituem enquanto importantes representações de grupos que viam no consumismo, fenômeno que se adensa no Brasil da década de 1990 com a chamada abertura neoliberal, um agravante aos problemas e contradições da sociedade lhes posta.

---

\* Graduando em História pela Universidade Federal de Mato Grosso, Campus de Rondonópolis. Bolsista no subprojeto História do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência (PIBID/CAPES), Membro do grupo de pesquisa Arte.com. e-mail: [thales.carias@gmail.com](mailto:thales.carias@gmail.com). Luciano Carneiro Alves, Orientador, professor assistente no Departamento de História da Universidade Federal de Mato Grosso, Campus de Rondonópolis.

Neste sentido, o presente trabalho procura estabelecer um diálogo entre *Dead Fish* e *Mukeka di Rato*, de forma a identificar nesse cenário *hardcore*, um discurso de contestação, e enfrentamento, aos padrões de consumo postos, por parte de determinados grupos jovens no período em questão. Para tanto, se faz necessário caracterizar a posição político-ideológica que este cenário representa.

Além disso, é preciso recriar o passado. O trabalho de historiador parte do presente para, no documento, trazer o passado a tona. Nesse sentido, a posição político-ideológica de *Dead Fish* não se limita ao diálogo que este estabelece entre seus pares, mas que se dá historicamente, ou seja, situado no tempo e no espaço em que se insere.

### **Música, Política e Ideologia:**

Para evidenciar a relação presente entre música, mais especificamente a música popular, política e ideologia – campos nos quais este trabalho pretende perpassar – tomamos como base, os apontamentos de Adalberto Paranhos.

Em uma rápida discussão acerca do conceito de política no campo das ciências sociais, Paranhos, ao explicitar a reviravolta que este conceito passa ao longo de sua história, identifica nas relações de poder que permeiam a produção e difusão da música popular, a chave para que entendamos o teor político imbuído na música. De acordo com Paranhos,

*Percebeu-se, mais do que em qualquer outro momento, que política não se confunde com Estado. Ganhou corpo a compreensão de que a política está instalada no coração das relações de poder, onde quer que estas se manifestem, consciente ou inconscientemente, pouco importa no caso (PARANHOS, 2008:53-58). E é com base nessas formulações que insisto na afirmação de que toda música é política, pois, mesmo quando destituída de letra, ela participa, por via direta ou oblíqua, de um jogo de poder nem sempre visível a olho desarmado. (PARANHOS, 2009: p. 2)*

Neste sentido, entendendo o conceito de ideologia à luz da concepção gramsciana, Paranhos identifica na música, um veiculador de ideologias e posicionamentos políticos

*Tomo ideologia à moda de Antonio Gramsci, cuja obra representou, dialeticamente, sob distintas perspectivas, uma continuação e uma ruptura com a tradição marxista à qual se filiou. Para esse pensador italiano, a ideologia equivale a “uma concepção do mundo, que se manifesta implicitamente na arte, no direito, na atividade econômica, em todas as manifestações de vida individuais e coletivas” (GRAMSCI, 1978: 16) Assim, estamos “condenados” atuar política e ideologicamente, como sujeitos sociais que somos, quer tenhamos consciência disso ou não. Transpondo isso para o campo musical, até uma apresentação/gravação de caráter instrumental não se acha isenta de sentido político ideológico. (PARANHOS, 2009: p. 3)*

Dessa forma, por compreender a música popular enquanto documento histórico, bem como veículo de ideologias e posições políticas, faremos uma reflexão a respeito da posição político-ideológica de *Dead Fish*, expressa no álbum *SONHO MÉDIO* (1999), em diálogo com a banda *Mukeka di Rato*, por meio da música *MÉK KÂNCER FELIZ*, presente no álbum *PASQUALIN NA TERRA DO XUPA KABRA* (1997).

Juntamente com a música *MÉK KÂNCER FELIZ*, será analisada a música que dá título ao álbum, *SONHO MÉDIO*, de *Dead Fish*. A análise das duas músicas procura, de maneira geral, situar *Dead Fish* em um cenário *hardcore* nacional, com vistas a, posteriormente, aprofundarmos os estudos e caracterizarmos a visão de mundo desta banda no contexto sócio-histórico da década de 1990.

### **A crítica de Richard Sennett à sociedade de consumo:**

No bojo dessa nova dinâmica do capital, Richard Sennett, ao estudar as conseqüências pessoais dessa mudança nas relações de trabalho, identifica o que ele chama de uma *Corrosão do caráter*, título de sua obra. Para Sennett, as novas relações de trabalho, pautadas, principalmente, pelo tempo de curta duração e conseqüente mudança constante do capitalismo flexível, entram em contradição com as relações sociais que determinam nosso caráter que, segundo Sennett, dependem da longa duração. Nas palavras do autor,

*O termo caráter concentra-se sobretudo no aspecto a longo prazo de nossa experiência emocional. É expresso pela lealdade e o compromisso mútuo, pela busca de metas a longo prazo, ou pela prática de adiar a satisfação em troca de um fim futuro. Da confusão de sentimentos em que todos estamos em*

*algum momento em particular, procuramos salvar e manter alguns; esses sentimentos sustentáveis servirão a nossos caracteres. Caráter são os traços pessoais a que damos valor em nós mesmos, e pelos quais buscamos que os outros nos valorizem. Como decidimos o que tem valor duradouro em nós numa sociedade impaciente, que se concentra no momento imediato? Como se podem buscar metas de longo prazo numa economia dedicada ao curto prazo? Como se podem manter lealdades e compromissos mútuos em instituições que vivem se desfazendo ou sendo continuamente reprojatadas? Estas as questões sobre o caráter impostas pelo novo capitalismo flexível. (SENNEETT, 2009: p. 10)*

Nesse contexto de inversão de valores, o qual *Dead Fish* e *Mukeka di Rato* evidenciam em suas músicas, o consumo passa a ser a regra. Ele se faz tão necessário que estabelece o fim em si próprio. O consumo pelo consumo passa ser o carro-chefe e suas “leis” são transpostas para a política. O mesmo autor, Richard Sennet, em *A Cultura do Novo Capitalismo*, identifica tal fenômeno como uma paixão autoconsumptiva. Segundo Sennet,

*Na linguagem poética, uma paixão consumptiva pode ser uma paixão que se extingue na própria intensidade; em termos menos sensacionais, equivale a dizer que, utilizando coisas, nós as estamos consumindo. Nosso desejo de determinada roupa pode ser ardente, mas alguns dias depois de comprá-la e usá-la, ela já não nos entusiasma tanto. Nesse caso, a imaginação é mais forte na expectativa, tornando-se cada vez mais débil com o uso. A economia de hoje reforça essa espécie de paixão autoconsumptiva, tanto nos Shopping Centers quanto na política. (SENNETT, 2006: p. 128)*

Richard Sennett evidencia inúmeros fatores relacionados ao mercado, às relações de trabalho, ao consumo e à política que caracterizam essa paixão autoconsumptiva pela qual nossas relações de sociabilidade carregam, dentre as quais, particularmente, nos interessa a noção de *marca* e *potência*. Segundo Sennett, a grande maioria dos produtos que consumimos possui certa base utilitária, uma *plataforma*, cujo tudo que se tem acréscimo é por ele chamado de *laminação a ouro*. O movimento que Sennet identifica perpassa por uma exacerbação dos benefícios trazidos com a *laminação a ouro*, na qual o consumidor paga mais caro por um “produto laminado” que possui as mesmas funcionalidades gerais de um “produto plataforma”. Essa espetacularização das peculiaridades é vista de forma receosa por Sennett. Segundo o autor,

*O consumidor busca o estímulo da diferença em produtos cada vez mais homogeneizados. Ele se parece com um turista que viaja de uma cidade clonada para outra, visitando as mesmas lojas, comprando em cada uma delas os mesmos produtos. Mas o fato é que viajou: para o consumidor, o estímulo está no processo do movimento. Para o sociólogo Guy Debord, é isto que o consumidor faz com as coisas: como o ato de viajar, o de mudar os próprios desejos torna-se uma espécie de espetáculo; não importa se as coisas compradas sejam as mesmas, desde que possamos sentir nossos desejos em movimento. Em seus derradeiros estudos sobre a publicidade, o sociólogo Erving Goffman expôs um ponto de vista bastante diferente sobre o envolvimento do consumidor. Ele enfatiza que as formas mais sofisticadas de publicidade são “quadros semi-acabados” que convidam o consumidor a participar, completando a imagem. É o que fazem os anúncios irônicos; por exemplo, vender um carro mostrando o deserto do Saara e nenhum carro. Ainda assim, o resultado é o mesmo para Debord e Goffman. O que mobiliza o consumidor é sua própria mobilidade e imaginação; da mesma forma, a fixidez e a solidez a embotam. O consumidor participa do ato de exaltação das marcas, e nele o que importa é antes a laminação a ouro que a plataforma. (SENNETT, 2006: p. 137, 138)*

Concomitante a esse processo, o consumidor, ainda de acordo com Sennett, busca por um produto com capacidades cada vez maiores. A potência dos produtos consumidos em nossa sociedade já ultrapassa nossas próprias limitações enquanto seres humanos e, no entanto, quanto mais potente o produto, mais temos vontade em consumi-lo. Sobre isso, Sennett afirma:

*A máquina torna-se uma espécie de prótese médica gigantesca. Se o iPod é potente, mas o usuário não é capaz de dominar essa potência, as máquinas passam a ter um enorme apelo precisamente por esse motivo. Como disse, sem enrubescer, o vendedor que conseguiu empurrar o meu iPod: “O céu é o limite.” Eu o compreí. Colocando em termos abstratos: o desejo é mobilizado quando a potência é divorciada da prática; em termos bem simples: não limitamos o que queremos àquilo que podemos fazer. (SENNETT, 2006: p. 142)*

Esse ato de consumo ligado à espetacularização das marcas e desejo, para além dos próprios limites, da potência, aliados a uma dinâmica de constante mudança sob a égide da curta duração, caracterizam as contradições expostas por *Dead Fish* e *Mukeka di Rato* em suas canções. Estar inserido socialmente a troco de uma antecipação da morte (*MÉK KÂNCER FELIZ*) ou da conformidade e preocupação excessiva com o aparente (*SONHO MÉDIO*) está relacionado com o papel exercido pelo consumo em nossa vida pessoal, social, cultural e política. Por outro lado, o desespero e a agonia que as músicas nos remetem e reforçam seus discursos de rejeição à essa lógica, podem ser a

expressão de um desejo por mudanças efetivas, algo libertário. Como podemos perceber na fala de Sennett a respeito destes dois conceitos (Marca e potência):

*O que aqui descrevi foram prazeres que os consumidores produzem com as coisas, um tipo de prazer imposto de que qualquer sóbrio utilitarista desconfiaria, e deveria mesmo desconfiar. Em outra sintonia, no entanto, a afirmação de que “O céu é o limite” poderia ser defendida em termos políticos: as pessoas poderiam libertar-se sonhando com algo além dos limites e das rotinas da vida cotidiana. Da mesma forma, poderiam libertar-se se sentissem ter esgotado e exaurido essas maneiras perfeitamente viáveis de levar a vida. Pois não é um fato que as pessoas se libertam quando conseguem transcender espiritualmente aquilo que diretamente sabem, usam ou precisam? A paixão consumptiva pode ser um outro nome da liberdade.*(SENNETT, 2006: p. 144)

Dessa forma, podemos perceber como o cenário *hardcore* nacional expressa, na década de 1990, um discurso de rejeição aos padrões de consumo trazidos com a dinâmica de tempo neoliberal, “não há longo prazo” (SENNETT, 2009: p.21). Nesse sentido, *Dead Fish* e *Mukeka di Rato* configuram, no campo cultural brasileiro da referida década, vozes destoantes às políticas neoliberais. Uma recusa às políticas econômicas sugeridas por Roberto Campos – expresso em *SONHO MÉDIO* – o qual seja por uma política desenvolvimentista, ou por um apreço às teorias liberais, “exaltava a participação estatal como uma forma de incentivar a iniciativa privada e não como um aspecto permanente.” (SOBRAL, BITTENCOURT, p. 19)

### ***Dead Fish e Mukeka di Rato: hardcore nacional***

*Dead Fish* é um grupo de Vitória-ES. Formada em 1991, a banda passou por algumas reestruturações e um CD de estúdio para que, em 1999, o álbum *SONHO MÉDIO* fosse lançado com o selo fictício *3º Mundo produções fonográficas*<sup>1</sup>.

Em 1999, a banda era composta por Nô (Bateria), Rodrigo (Vocais), Giuliano (Guitarra), Murilo (Guitarra) e Alyand (Baixo). *Dead Fish*, em seu segundo álbum,

---

<sup>1</sup> O álbum fora produzido de maneira totalmente independente, sendo que o selo “3º Mundo produções fonográficas”, a princípio, se deu apenas para “ter o que colocar na capa”. Posteriormente, o Selo se tornou uma produtora que lançou bandas como *Sugar Kane* e *Noção de Nada*.

manteve a linha de seu antecessor, *SIRVA-SE* (1998), o que evidência a adoção de um estilo característico do *hardcore* melódico – pautado por músicas lineares, com velocidade, de curta duração e – no que difere ao *hardcore* “tradicional” – apresenta melodias mais harmoniosas, aproximando-se da música “POP”.

O *Mukeka di Rato* é uma banda contemporânea e conterrânea a *Dead Fish* (Vila Velha – ES) cujo diálogo se dá abertamente – na música *Fragmento*, oitava faixa do álbum *SONHO MÉDIO*, há a participação do vocalista do *Mukeka di Rato*, Sandro.

A banda é composta por Sandro (Vocal), Paulista (Guitarra), Mozine (Baixo) e Brek (Bateria) e se caracteriza por um *hardcore*, em contraposição ao *hardcore melódico* veiculado pelo *Dead Fish*, “escrachado”, apelidado pelos fãs e crítica como *hardcore tosco*, *Mukeka di Rato* faz música com vocais guturais, arranjos simples e de curta duração – a música que será analisada, *MÉK KÂNCER FELIZ*, possui 1 minuto e 20 segundos.

A música *MÉK KÂNCER FELIZ*, é a vigésima primeira faixa do álbum *PASQUALIN NA TERRA DO XUPA KABRA* (1997), que fora gravado em Brasília- DF pela gravadora *RVC Music* e re-lançado, em 1999, pela gravadora fundada pelo baixista, Mozine, *Läjä Records*. A fim de iniciarmos a análise, segue a transcrição da letra:

*Corporação do hambúrguer da morte  
Hoje é sexta-feira e eu quero comer  
Num lugar requintado e bonito pra valer  
Mas não quero saber se a comida é uma bosta  
Sendo muito cara e tendo ibope é o que importa  
E isso sendo assim, vou ficar contente  
Mesmo que essa porra não tape o buraco do meu dente  
Tenho que fazer e vai ser muito foda  
Comer sanduíche no Mc Donalds a qualquer hora  
(Foda-se o Mc Donalds, sorrindo diante do lucro da fome e do câncer no  
terceiro mundo... Vai se foder!)  
Milk Shake 100% Napalm, Há,há, há (MUKEKA DI RATO, MÉK KÂNCER  
FELIZ, 1997)*

Podemos observar, de imediato, a recusa que a banda expressa à rede de *fast food* *Mc Donalds*. Em diálogo com a música *SONHO MÉDIO*, observamos uma crítica ao consumismo que se dá, principalmente, nos espaços de sociabilidade trazidos com a

modernidade, o *Shopping Center* (*SONHO MÉDIO*) e as redes de *fast food* (*MÉK KÂNCER FELIZ*). A sensação de estar inserido socialmente por freqüentar tais espaços é criticada pelos dois grupos. Seja pela ignorância (*SONHO MÉDIO*) ou pela morte (*MÉK KÂNCER FELIZ*), o ostracismo e o consumismo caracterizam uma busca sem sentido pela inserção social, uma  *festa em meio ao caos*, nas palavras de *Dead Fish* (*SONHO MÉDIO*, 1999).

Percebemos em *MÉK KÂNCER FELIZ*, uma contradição: Mesmo que se busque por comida, esta não importa, ainda que te leve à morte, bom mesmo é ser visto, ter *ibope* e pagar caro.

Ao adentrarmos a uma análise da linguagem musical que veicula, e reforça, o discurso de *mukeka di rato*, percebemos uma agressividade na música que nos remete a um sentimento de desespero expresso pela banda ao se deparar com tal contradição.

A escala principal apresenta uma quebra de ritmo no momento em que o coro ressalta o caráter alienante no ato de se freqüentar tais lugares. As múltiplas vozes, aliadas ao ritmo que, agora, remete a uma marcha, ressaltam a idéia de um “rebanho” guiado pelo consumismo.

A guitarra e o baixo, com fortes *overdrives* (distorções) e conduzidos por uma bateria rápida e seca, são de uma simplicidade característica do gênero e, igualmente, se faz com o vocal, estridente e de difícil compreensão da letra. As segundas vozes atuam mediante um som gutural que, novamente, nos remetem a uma sensação de desespero, afinal, o conjunto da obra lida com o pressuposto de que a pessoa caminha, inconscientemente, para a morte. O clima de tensão gerado pela música dá vazão ao verso final que associa o *Milk shake* a uma *napalm*.

A música *SONHO MÉDIO* é a sexta faixa do álbum homônimo, lançado em 1999. Gravado pela banda de maneira independente, *SONHO MÉDIO*, caracteriza, de maneira geral, os dilemas, materiais e existenciais, do grupo social que ganha destaque



na década de 1990, a chamada “classe média”. Começaremos a análise de *SONHO MÉDIO* por meio, igualmente, da transcrição de sua letra:

*Amanheceu mais uma vez  
É hora de acordar para vencer  
E Ter o que falar  
Alguém para mandar, uma vida pra ordenar  
Poder acumular e ai então viver  
Viver e prosperar, mais nada a pensar  
Me myself and I, e assim permanecer  
Credicard ,status quo, é tudo que penso ser  
Ilusão é questionar  
O sonho médio vai, vai te conquistar  
E todo dia iremos juntos ao shopping pra gastar  
Ter e sempre acreditar, princípio meio e fim  
A hipocrisia vai vencer, vou sorrir pra você  
Será uma festa em meio ao caos e as pessoas feias pagarão  
Pois somos os eleitos, pelo menos achamos ser  
Nossa raça é superior, mas vou fingir ser daquela cor  
Roberto Campos é o nosso gurú  
E para sempre seremos liberais pra trabalhar, pra viver!  
Não me importa se meus filhos não terão educação  
Eles tem é que Ter dinheiro e visual  
O sonho médio vai, vai te conquistar  
Mentalidade de plástico e uma imagem a zelar (DEAD FISH, SONHO MÉDIO, 1999)*

Nesta música, o *Dead Fish* denuncia a ilusão que é a busca por o que eles chamam de um *sonho médio*. O espaço de consumo, aqui caracterizado pelo *Shopping Center*, prioriza valores que são questionados pela banda. A idéia de linearidade e progresso, que fundamentam no trabalho a busca pela prosperidade, move o *sonho médio* que, segundo a banda, mantém o *status quo* à medida que se consome sem se questionar. A política neoliberal é atacada pela banda na figura de Roberto Campos – diplomata e economista brasileiro declaradamente liberal – que, por sua vez, impulsiona o *sonho médio*.

A canção que *Dead Fish* interpreta possui uma harmonia mais acentuada do que a do *Mukeka di Rato*, daí, inclusive, o subgênero *hardcore melódico*. Apesar desta música não nos incitar um sentimento de desespero, como no caso de *MÉK KÂNCER FELIZ, SONHO MÉDIO*, expressa uma agressividade que, em conjunto com o teor

irônico da letra, estabelece um discurso de recusa ao *sonho médio*. As segundas vozes são dispostas de modo a se ter a sensação de que o ouvinte, ou aquele que se percebe inserido no *sonho médio*, busca se libertar. Ainda quanto à segunda voz, que sobrepuja a voz principal, esta nos remete a uma sensação de agonia, alguém que busca se libertar, mas que não se sabe de que, de quem ou de onde.

A imersão no *sonho médio*, a preocupação em frequentar o *Shopping Center* – e em gastar no *Shopping Center* – e a forma em que o trabalho é posto na canção – como condição anterior à própria vida – causam uma inversão de valores expressa pelos versos finais da letra, no qual a ordem da vez é zelar pela imagem, mesmo que isso custe sua autonomia de pensamento.

O ritmo que cadencia a música, o tom que nos remete a uma sensação de agonia, vez ou outra, executado de maneira catártica pelo baixista e *backing vocal*, Alyand, entram em consonância com o teor irônico da letra e expressam a vontade de um determinado grupo em se libertar do *sonho médio*.

### **Música e historiografia**

O *hardcore*, enquanto objeto de estudos acadêmicos no campo da História, é muito recente. Nesse sentido, por meio de uma breve discussão a respeito do espaço e dificuldades encontrados pela música na historiografia, pretendemos ressaltar a importância de se estudar o *hardcore*, bem como outros gêneros musicais não canônicos.

Dessa forma, percebemos que a tradição historiográfica ocidental carrega, desde o nascimento do gênero historiográfico, um teor valorativo da visão em detrimento da audição. Segundo José Geraldo Vinci de Moraes

*Buscar a verdade inquirindo aquele que presenciou dado acontecimento humano foi atitude central na Grécia Antiga para o rompimento da história com a literatura, apontando para a formação de outro gênero, o historiográfico. O sucesso para alcançar esse objetivo era a investigação por meio do inquérito daqueles que presenciaram os eventos. Heródoto sugeriu que aquele que sabe é aquele que viu, dando contornos ao princípio básico*

*da testemunha na História, mais especificamente da “testemunha ocular”. A investigação historiográfica estaria então baseada no princípio do “eu vi”, consagrada logo depois de maneira enérgica por Tucídides. (MORAES, 2011: p. 1)*

Dessa forma, o imperativo da visão na historiografia teria causado ainda segundo Moraes, uma espécie de “surdez original” nos modos de se fazer história, “condição que se aprofundou com o tempo e principalmente com o estabelecimento do “método histórico científico” no século XIX” (MORAES, 2011: p. 2).

Realizar um estudo historiográfico acerca de sons e música, portanto, para além de negar a “dinâmica imposta pelo “eu vi” (MORAES, 2011: p. 2), significa, “percebê-los como agentes ativos na construção da condição humana e, conseqüentemente, como forma de conhecer o mundo e os homens, constituindo-se valioso instrumento de conhecimento e saber” (MORAES, 2011: p. 2).

No entanto, talvez por conta deste patamar auxiliar que fora colocado o som na tradição historiográfica ocidental, lidar com a música, em especial a música popular, não é fácil. Tal categoria tem sido alvo de estudos dos mais variados, Marcos Napolitano aponta que este é “interdisciplinar desde sua origem” (NAPOLITANO, 2007: p. 154).

O que por um lado torna maior a possibilidade de exploração dessa fonte, por outro, dá margem para que a falta de diálogo entre as disciplinas não esgote tais possibilidades. Segundo Marcos Napolitano

*Em síntese, temos uma situação ao mesmo tempo interessante e desafiadora, na qual os estudos da música popular estão presentes em várias áreas do conhecimento, mas ainda sem estabelecer um olhar entrecruzado que permita dar conta dos seus vários aspectos estéticos, sociológicos e históricos. (NAPOLITANO, 2007: p. 154)*

Nesse sentido, “a sociedade contemporânea marcada pela tirania da imagem” (MORAES, 2011: p. 2) e o caráter híbrido (NAPOLITANO, 2007: p. 154) com os quais nasceu o estudo acadêmico da música popular, constituem de maneira geral, o “desafio interessante” apontado por Marcos Napolitano que, ainda segundo ele, ganha mais adeptos na área de história, sobretudo, a partir dos anos 1990.

No entanto, dentro dos estudos sobre música popular, que por si só já detém um status “menor” na academia, as produções urbanas são também rebaixadas, sendo alvo de estudos apenas muito recentemente.

Marcos Napolitano, ao traçar um mapeamento de pesquisas sobre música popular no Brasil, identifica os estudos de José Ramos Tinhorão como sendo um dos primeiros na área de história (NAPOLITANO, 2007: p. 158). Segundo Napolitano

*Em seus trabalhos historiográficos, realizados a partir dos anos 1970, Tinhorão deu continuidade à sua crítica às expropriações culturais dos compositores de classe média em relação aos gêneros de origem popular (sobretudo choro e samba). Dono de um vasto acervo documental, os trabalhos de Tinhorão mesclam nacionalismo xenófobo com folclorismo de esquerda, cujo criticismo é voltado, principalmente, contra a bossa nova e a MPB dos anos 1960. (NAPOLITANO, 2007: p. 158, 159)*

Essa matriz de pensamento ufanista que Napolitano identifica nos estudos sobre música no Brasil, evidencia um quadro desfavorável às abordagens que envolvem o *hardcore* no Brasil, um gênero musical com claras influências estrangeiras, sobretudo, nos Estados Unidos.

Tal quadro se modifica a partir dos anos 1990. Porém, a hierarquização, tão presente na tradição historiográfica ocidental, ainda pode ser percebida ao se notar que certos gêneros possuem maior foco de análise. Ainda de acordo com Marcos Napolitano ao longo deste processo,

*já era possível perceber um objeto histórico consagrado, marcado pelo eixo “Samba-MPB” como mainstream das reflexões e escolhas de objetos, com algum destaque para a Tropicália e para a Bossa Nova, que entrariam para a agenda de pesquisa de uma vez por todas a partir da segunda metade da década. (NAPOLITANO, 2007: p. 162)*

Podemos perceber com isso que a música popular dentro da academia protagoniza disputas de legitimação cultural ao se determinar boa ou má música. Sobre isso, Marcos Napolitano pondera

*Neste ponto encontra-se uma das primeiras dificuldades, pois os estudos musicais no Brasil, tradicionalmente, estão ligados ao processo de legitimação sócio cultural do objeto estudado, como se apenas os gênios e obras-primas pudessem informar sobre as relações entre música, história e*

*sociedade. Obviamente, a interação de segmentos da elite cultural e da cultura letrada com a música popular urbana e seus grupos sociais originários é uma marca muito forte no Brasil e explica essa tendência. Por outro lado, é inegável que nem sempre a obra prima e o gênio explicam o lugar social e histórico da música popular nas sociedades de massa.* (NAPOLITANO, 2007: p. 166)

Entender produções culturais não canônicas em meio a um processo histórico que, apenas recentemente, passou a dar importância para elas, oferece ao profissional que pretende se dedicar à música popular enquanto fonte de conhecimento histórico, um vasto campo de possibilidades. Se o imperativo da visão já fora problematizado, os mapeamentos aqui evidenciados nos apontam para o campo, ainda pouco explorado, das músicas populares não legitimadas.

#### BIBLIOGRAFIA

MORAES, José Geraldo Vinci de. MACHADO, Cacá: **“Música em conserva”:** **memória e história da música no Brasil.** In: *La memoria histórica y SUS configuraciones temáticas. Una aproximación interdisciplinaria.* Montevideo, Ediciones Cruz del Sur, 2011.

NAPOLITANO, Marcos: **História e música popular: um mapa de leituras e questões.** In: Revista de História / Departamento de História. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. n. 157. 2007.

SOBRAL, Maria Carolina Barbosa. BITTENCOURT, Maurício Vaz Lobo: **A lógica do pensamento de Roberto Campos: Do desenvolvimentismo ao Liberalismo.** Sem data

SENNETT, Richard: **A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo** / Richard Sennett; tradução Marcos Santarrita. – 14ª ed. - Rio de Janeiro: Record, 2009.

SENNETT, Richard: **A cultura do novo capitalismo** / Richard Sennett; tradução Clóvis Marques. - Rio de Janeiro: Record, 2006.

#### DISCOGRAFIA

Mukeka di Rato. **Pasqualin na terra do xupa kabra.** Brasília: RVC Music, 1997. 1 CD

Dead Fish. **Sonho médio.** Vitória: Produção Independente, 1999. 1 CD