

Um oásis num sistema poluído: rock e mediações cosmopolitas no Recife dos anos 1970 e 1980

[*An oasis in a polluted system: rock and cosmopolitan mediations in the 1970's and the 1980's in Recife*]

Amilcar Almeida Bezerra¹

Daniela Maria Ferreira²

RESUMO • Neste artigo, utilizamos depoimentos de agentes pioneiros na criação de festivais e lojas especializadas em rock em Pernambuco para reconstruir os fragmentos de uma rede de sociabilidade em torno desse gênero musical nos anos 1970. Todos fazem referência a experiências marcantes vivenciadas na casa de Humberto Brito, distribuidor informal de lançamentos importados raros na cidade. Utilizando a noção de “mediação cosmopolita”, elaborada a partir das contribuições de Latour (2012), Silverstone (2002) e Robbins (1992), tentamos compreender de que maneira se desenvolve a constituição de determinado gosto e de um modo específico de se relacionar com a música naquele contexto. • **PALAVRAS-CHAVE**

• Mediação; rock; Recife. • **ABSTRACT** • In this article, we analyse interviews with pioneering agents in the creation of rock'nroll festivals and music stores in Pernambuco in order to reconstruct the fragments of a sociability network related to this musical genre, in the 1970s. They all refer to remarkable situations experienced at Humberto Brito's house, an informal distributor of rare imported Long-plays in Recife. We use the category “cosmopolitan mediation”, elaborated from the contributions of Latour (2012), Silverstone (2002) and Robbins (1992) in order to understand how a certain taste and a specific way of relating to music are structured in that context. • **KEYWORDS** • Mediation; rock; Recife.

Recebido em 23 de janeiro de 2019

Aprovado em 5 de fevereiro de 2020

BEZERRA, Amilcar Almeida; FERREIRA, Daniela Maria. Um oásis num sistema poluído: rock e mediações cosmopolitas no Recife dos anos 1970 e 1980. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, Brasil, n. 75, p. 110-128, abr. 2020.



DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-901X.voi75p110-128>

1 Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Caruaru, PE, Brasil).

2 Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Recife, PE, Brasil).

Este artigo é fruto de uma pesquisa de campo realizada entre 2010 e 2012 cujo objetivo inicial foi mapear os principais agentes e instituições responsáveis pela formação de um espaço dedicado ao rock/*metal* relativamente institucionalizado em Pernambuco a partir dos anos 1980. O interesse em reconstituir os fragmentos desse espaço, seus circuitos de produção e consumo, bem como os processos de socialização aí presentes, derivou de duas constatações iniciais:

1. a escassez de trabalhos dedicados a pesquisar a vida cultural e musical recifense nos anos 1970 e 1980 e o senso comum de que esta última seria uma década perdida – espécie de hiato na vida cultural local entre a geração udigrúdi (anos 1970) e o mangue-beat (anos 1990);
2. a importância que teve o processo de circulação de bens culturais gestado nos anos 1970 para a formação e a institucionalização de espaços locais dedicados a esses gêneros musicais a partir dos anos 1980.

Percebemos, a partir dos depoimentos coletados em campo, que muitos dos principais articuladores desse círculo de produção e consumo musical eram frequentadores da residência de Humberto Brito (1949-2013) e lá, desde a década de 1970, acessavam mídias musicais e participavam de interações sociais que desempenharam importante papel para a formação de um gosto musical e de uma identidade “roqueira” na cidade do Recife. Assim, tentamos reconstituir de que maneira e conforme que valorações se organizavam a sociabilidade entre eles e as suas relações estabelecendo um modo específico de interagir com a música.

Para tanto, partimos de algumas premissas que balizarão nosso percurso em meio aos nove depoimentos analisados. Castells (1999, p. 500) chama a atenção para a dimensão simbólica dos espaços enquanto suportes materiais de “práticas sociais de tempo compartilhado”. Essas práticas, contudo, não dependem mais tanto de uma contiguidade espacial compartilhada pelos indivíduos nelas envolvidos. Na era da informação, marcada pelo capitalismo transnacional e pelo desenvolvimento das

tecnologias de comunicação, a circulação de bens e de informações é organizada sob a forma de fluxos de imagens, sons e símbolos que se ancoram preferencialmente em determinados pontos da geografia global, conectando indivíduos a partir de não importa que distância.

Aventamos como hipótese inicial ter sido a supracitada casa de Humberto um ponto que emerge no Recife dos anos 1970 e inclui a cidade, ainda que de forma incipiente e periférica, numa espécie de fluxo global de informações sobre o rock, no qual observamos “sequências intencionais, repetitivas e programáveis entre posições fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômica, política e simbólica da sociedade” (CASTELLS, 1999, p. 501). Silverstone (2002, p. 25), por sua vez, propõe como ponto de partida pensarmos um “senso de fluxo” típico desta era da informação para compreender de que maneira esses fluxos atravessam nossa experiência, “pois é aí que eles ocorrem: como sentidos, conhecidos e às vezes temidos”. Não é só a informação que se movimenta através dos fluxos. Em contato com eles, “nós também nos movemos em espaços midiáticos, tanto na realidade como na imaginação, tanto material quanto simbolicamente” (SILVERSTONE, 2002, p. 25). Embora restrito, o fluxo sistemático de gravações de rock acessadas, no Recife dos anos 1970, através de mídias como *long-plays* importados e fitas cassete gravadas, agregou um novo espaço midiático ao cotidiano de parcela daquela juventude ao mesmo tempo que propiciou a formação de uma rede de sociabilidade cujo epicentro seria a casa de Humberto. Pretendemos compreender, por meio dos depoimentos coletados com nove pessoas, que tipos de experiência social vivenciaram alguns dos (então) jovens afetados pelo atravessamento daqueles fluxos.

De antemão, Canclini dá mais algumas pistas para orientar nosso percurso. Segundo ele, a chamada “transnacionalização” dos bens culturais “converte-os em emblemas de um imaginário supranacional” e “a época globalizada é esta em que, além de nos relacionarmos efetivamente com muitas sociedades, podemos situar nossa fantasia em múltiplos cenários ao mesmo tempo” (CANCLINI, 2007, p. 30). Ao abordar esse fenômeno, recorre ao conceito de vidas imaginadas, de Arjun Appadurai, para quem

Mais pessoas em todo o mundo veem as suas vidas pelo prisma das vidas possíveis oferecidas pelos meios de comunicação de massas sob todas as suas formas. Ou seja, a fantasia é agora uma prática social; entra, de infinitos modos, no fabrico de vidas sociais para muitas pessoas em muitas sociedades. (APPADURAI, 1996, p. 78).

O autor constata que “a ligação entre imaginação e vida social, diria, é cada vez mais global e desterritorializada” (APPADURAI, 1996, p. 80) e que, portanto, a pesquisa sobre identidades contemporâneas deveria ocupar-se das relações vividas entre as vidas imaginadas e as redes de cosmopolitismo.

A noção de cosmopolitismo, tradicionalmente associada a um privilégio de poucas pessoas supostamente “desenraizadas” capazes de transitar com naturalidade por locais também considerados cosmopolitas, ganha aqui outra conotação. Afinal, pertencer à metrópole não significa pertencer a “lugar nenhum” (ROBBINS, 1992). O autor afirma que mesmo os intelectuais que desse modo se classificam não são desenraizados de fato, mas “situados”. Há um conceito de cosmopolitismo mais

adequado às demandas contemporâneas, que o compreende como um senso mais geral de pertencimento a partes do mundo que vai além das fronteiras da nação (ROBBINS, 1992). A esse novo senso comum, ligado à possibilidade de imaginar que se está onde não se está fisicamente, poderíamos associar o já citado “senso de fluxo” conforme entendido por Silverstone (2002). Podemos assim dizer que há uma imensa gama de possibilidades de se mostrar ou de se tornar “cosmopolita” no mundo contemporâneo (APPADURAI, 1996; ROBBINS, 1992). Tais possibilidades estão estreitamente vinculadas a certas mediações que vão permitir o trânsito e o acesso a certos bens culturais em escala global, dilatando a distância espacial e temporal entre as pessoas que produzem e as pessoas que consomem esses bens. Como consequência, o sentir-se cosmopolita não dependeria mais tanto de uma suposta capacidade que o sujeito teria, em função de uma situação social muito privilegiada, de se deslocar no espaço em escala global.

O conceito de mediação pode ser definido, segundo Latour (2012), como uma relação de comunicação na qual os agentes e objetos envolvidos necessariamente transformam, no processo, o significado do que é comunicado, mesmo que de forma involuntária. Nessa perspectiva, os significados são continuamente traduzidos e retraduzidos na medida em que as mensagens são adaptadas a mídias específicas e interpretadas por diversos atores em diferentes situações. Para Silverstone:

A mediação implica o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro. Implica a constante transformação de significados, em grande e pequena escala, importante e desimportante, à medida que textos da mídia e textos sobre a mídia circulam em forma escrita, oral e audiovisual e à medida que nós, individual e coletivamente, direta e indiretamente, colaboramos para sua produção. (SILVERSTONE, 2002, p. 33).

A partir da contribuição desses autores, formulamos a noção de mediações cosmopolitas e a aplicamos aos agentes e objetos que propiciam a circulação do rock anglo-saxão e de informações associadas a esse gênero musical no Recife dos anos 1970, no intuito de desvendar alguns dos usos e sentidos que esses materiais e símbolos assumem quando inseridos naquela situação histórica e social específica. Entendemos essas mediações cosmopolitas como condições necessárias para uma expansão de horizontes individuais e coletivos que instila nos sujeitos desejos, sonhos, esperanças e fantasias mais ou menos verossímeis sobre si mesmos, outros povos e outros países (APPADURAI, 1996), mas também como ferramentas que permitem a incorporação ao cotidiano de objetos e símbolos que, deslocados da situação histórica e social em que foram concebidos, assumem sentidos diversos ao serem adaptados às dinâmicas sociais locais. É no intuito de desvendar alguns aspectos dessa dialética que nossos esforços vão se direcionar.

O RECIFE DOS ANOS 1970

O Recife da década de 1970 não era propriamente uma cidade bem servida de conexões com o mercado fonográfico internacional quando comparada às grandes capitais do Sudeste. Estagnada economicamente, a cidade via sua importância relativa no plano nacional declinar, e os artistas e intelectuais que haviam feito história na efervescente cena política e cultural da cidade nos anos 1950 e 1960 exilaram-se no exterior ou migraram para outras regiões mais desenvolvidas do país (NERCOLINI; BEZERRA, 2013). Em fins dos anos 1960, por exemplo, músicos como Alceu Valença e Geraldo Azevedo deixaram o Recife para investir em suas carreiras no Rio de Janeiro, tornando-se estrelas do mercado fonográfico nacional na década seguinte. A estagnação econômica repercutia também na atrofia do mercado cultural local (o fechamento da única indústria fonográfica local, a Rozenblit, acontece em 1984 após muitos anos de dificuldades financeiras). A nova indústria cultural brasileira, consolidada por meio da implementação do sistema de redes de televisão e da inserção das grandes gravadoras internacionais no mercado fonográfico, estava centrada no eixo Rio-São Paulo. Nesse projeto de integração nacional, as demais regiões do país se tornavam satélites da Região Sudeste, mercados consumidores a ocupar posições periféricas na organização das conexões e fluxos de mercado (ORTIZ, 2001).

ROCK E MEDIAÇÕES COSMOPOLITAS NO BRASIL DOS ANOS 1970-1980

Por outro lado, é importante lembrar que as multinacionais da indústria fonográfica alavancavam suas vendas no Brasil produzindo e distribuindo, principalmente, artistas nacionais. Mesmo sendo considerado o sexto maior consumidor mundial de *long-plays* (LPs) em 1979, a divulgação de artistas estrangeiros, em particular anglo-saxões, estava, no país, quase sempre restrita à canção romântica e à música negra norte-americana³. Entre os discos internacionais, por exemplo, era comum encontrarmos artistas brasileiros cantando em inglês, trilhas sonoras de novelas ou ainda bandas brasileiras com nomes anglófonos (VICENTE, 2008). Os grupos de hard rock e rock progressivo que despontavam, sobretudo, na Inglaterra, em fins dos anos 1960 e início dos anos 1970, também eram pouco divulgados pelas *major*s no Brasil. Nas listas dos 50 LPs mais vendidos no eixo Rio-São Paulo entre 1965 e 1999, apenas dois artistas internacionais aparecem: Beatles e Elvis Presley (VICENTE, 2008). Outros grupos célebres, como Rolling Stones, Pink Floyd, The Who e Led Zepellin, nunca foram mencionados durante o período investigado.

Como as políticas públicas da época estavam voltadas para desenvolver o mercado interno, as barreiras de importação eram muitas (como, por exemplo, a alíquota criada em 1974 que previa um aumento de 10% para 55% sobre o valor dos poucos produtos

3 A venda de discos passou de 5,5 milhões, em 1967, para 52,5 milhões de unidades, em 1979 (MACHADO, 2006, p. 1).

importados na época) e dificultavam ainda mais o acesso direto, já bastante restrito, aos bens culturais que circulavam no mercado internacional⁴ (VICENTE, 2002, p. 52).

A escassez de dados estatísticos a respeito ainda não nos permite ter uma noção da quantidade de discos importados que chegavam ao país na época (ou mesmo saber que discos eram esses). Todavia, de acordo com os depoimentos, percebemos que eram raros os títulos importados que chegavam à cidade do Recife. Restava-lhes aguardar que os álbuns de artistas internacionais fossem lançados no mercado interno, o que dificilmente acontecia. Mesmo no final da década de 1970 ainda era praxe lançamentos internacionais, mesmo aqueles de grande repercussão, demorarem muito para serem lançados no Brasil, como foi o caso do LP duplo *The wall*, da banda Pink Floyd, cujo lançamento mundial aconteceu em 1979, mas que só teve seu lançamento nacional em 1982 (TELES, 2000). Tampouco era fácil encontrar publicações com informações sobre o rock no Brasil dos anos 1970-1980. É apenas na segunda metade da década de 1980 que surgem no país revistas de circulação nacional sistemática – e durável – especializadas em rock, como a *Rock Brigade*⁵ e a *Bizz*, esta mais voltada para a música pop internacional. Na década anterior, constatamos que poucas revistas especializadas circularam e por pouco tempo, a exemplo de *Rock: a história e amor* (1973-1974) e da versão brasileira da *Rolling Stone* (1972-1973). Essa última foi editada no Rio de Janeiro pelo jornalista gaúcho Luiz Carlos Maciel (1938-2017), importante mediador dos valores da contracultura no Brasil da época e colunista dos periódicos *Pasquim* e *Última Hora*. No eixo Rio-São Paulo, o acesso a informações sobre aquelas sonoridades era comumente proporcionado por mediadores culturais com algum espaço na grande mídia, tais como Newton Duarte – também conhecido como Big Boy –, autor da coluna Top Jovem no jornal *O Globo* e apresentador de programas na Rádio Mundial e Excelsior (SP), e o próprio Luiz Carlos Maciel.

Notas, matérias, reportagens, críticas e recomendações veiculadas nos meios de comunicação *é que tornam possível a invenção, a reinvenção* e a existência social de um gênero musical. No Recife dos anos 1970, além de não haver lojas especializadas em LPs de rock, também *não existiam mediadores* com espaço na mídia de massa capazes de propiciar um alcance mais amplo às informações especializadas sobre o gênero. A circulação desse material fonográfico e das informações a ele atreladas dependeu, nesse contexto, da construção de uma rede de contatos *underground*, e a escassez dessas mediações cosmopolitas na cidade acaba por fazer do rock anglo-saxão um gênero musical consumido por parcela reduzida dos jovens naquela época.

4 Ver também o depoimento de Oswaldo Akamine Junior, em seu blog, sobre o impacto provocado pelas altas tarifas de importação na formação do gosto musical dos roqueiros brasileiros. O estudioso relata o quão difícil era para “o público nacional acompanhar os desdobramentos criativos do gênero [rock] e dos subgêneros” (AKAMINE JR., 2017).

5 *Rock Brigade* surge como fanzine em 1982 e se autoproclama a primeira revista especializada em rock do país.

CONTRACULTURA E SIGNIFICADOS DESLOCADOS: DESEJOS, ESPERANÇAS E VIDAS IMAGINADAS

Na virada dos anos 1960 para os anos 1970, vestígios da contracultura invadiam lentamente o cotidiano do Recife, sendo apropriados pela geração que ficaria conhecida como *udigrúdi*, influenciada pela Tropicália e pelo Movimento Hippie. Um evento catalisador das transformações visuais, sensíveis e comportamentais entre segmentos de jovens da época foi a exibição do documentário sobre o festival de Woodstock nos cinemas da cidade. Robertinho do Recife, então um jovem e precoce guitarrista, relatou:

Para mim foi uma aula de tudo que a gente estava vivendo. Ver aqueles músicos todos no mesmo lugar. Jimi Hendrix tocando o hino americano, que não havia ainda gravado, foi fantástico. O filme fez as pessoas modificarem a maneira de se vestir. Começaram a surgir festivais hippies em algumas praias de Pernambuco, lembro de um em que toquei, num lugar chamado, acho, Águas Finas. A gente já era meio hippie, eu, Lula Côrtes, a turma do Ave Sangria, o filme nos fez ver que todos nós estávamos na mesma onda. Para mim Woodstock foi muito inspirado. (apud TELES, 2009).

O crítico gaúcho Luiz Carlos Maciel (1973, p. 112) definiu na época o festival de Woodstock como relacionado à “marca do novo, a capacidade para arejar o espírito das pessoas, mostrando-lhes, com tranquila clareza, um campo amplo e novo de possibilidades existenciais”. Era isso que representava a difusão em escala global do ideário *hippie* para jovens do mundo todo, a saber: a contestação dos valores tradicionais da família, o amor livre, o uso de substâncias alucinógenas, a vida em comunidades apartadas do modo de produção capitalista, a celebração da natureza, a apropriação de elementos filosóficos e religiosos de povos asiáticos, a devoção ao rock’n’roll e a adesão à indumentária colorida e aos cabelos longos.

Enquanto isso, a juventude recifense vivia sob um cenário de intensa repressão política e sob a tutela religiosa e moral de velhos e tradicionais padrões familiares. Nesse contexto, a fala de Zé da Flauta, integrante do movimento *udigrúdi* recifense, resume bem a percepção daqueles jovens locais em relação às visões de mundo transportadas pelas imagens e sons da contracultura. “Quando John Lennon disse ‘O sonho acabou’ nós estávamos começando... o da gente estava exatamente começando [...]” (entrevista com Zé da Flauta realizada em 2012 – pesquisa de campo).

Parte daquela juventude pernambucana de classe média enxergava nos signos da contracultura – e nos artefatos a ela associados – canais oportunos para a projeção de suas esperanças e ideais libertários. Espremidos entre o autoritarismo do regime político ditatorial, o moralismo punitivo da família patriarcal católica – que rechaçava qualquer gesto comportamental transgressor – e a disciplina militar da resistência organizada pela esquerda nacionalista ortodoxa, os jovens encontravam no consumo do rock uma brecha para distanciar-se do marasmo da província. “Acho que todo mundo saiu do cinema com a sensação de que ser livre era possível, mesmo estando sob uma ditadura”, relembra o músico Lailson Holanda, ao referir-se ao documentário sobre Woodstock (apud TELES, 2009).

O discurso de uma identidade jovem global, a disseminação do estilo de vida

hippie como uma maneira pacífica de protesto contra as instituições tradicionais e o consumo do rock'n'roll como atitude de vanguarda comportamental eram convicções que os motivavam a mergulhar no universo imaginário acessado a partir da casa de Humberto. Naquele local, o consumo e a fruição coletiva de determinados artefatos musicais constituíam pontes para o que Grant McCracken (2003) chama de “significados deslocados”. Para o autor, esse conceito define uma estratégia cultural de realocar no tempo e/ou no espaço esperanças e ideais cuja realização não é viável numa circunstância histórica presente.

A idealização romântica do passado perfeito ou a utopia de um futuro ideal seriam dois exemplos dessa estratégia. Contudo, essa realocação de significados pode ser espacial, projetando em outros lugares uma idealização daquilo que não é possível realizar no “aqui e agora”. A contracultura tal qual praticada no hemisfério norte seria, naquela conjuntura, uma matriz simbólica a dotar de sentido – à distância – uma dada sociabilidade juvenil via consumo de artefatos e bens culturais. Matéria-prima para construções calcadas no desejo por vidas imaginadas (APPADURAI, 1996) que, ao mesmo tempo que se constituem alternativas ao cotidiano, estão profundamente a ele integradas via mediações cosmopolitas. Afinal, como diria Silverstone (2002, p. 26), “experiências são reais, até mesmo as experiências midiáticas”.

Alguns depoimentos coletados entre os então jovens roqueiros dos anos 1970 nos permitem tecer algumas conjecturas sobre de que maneira essas mediações cosmopolitas atravessavam a experiência cotidiana daqueles sujeitos e atuavam na construção de redes de sociabilidade e estratégias de distinção.

TECNOLOGIA, SOCIALIZAÇÃO E GOSTO MUSICAL

Diferente de hoje, nos anos 1970 o consumo de música dependia de suportes materiais, como LPs de vinil e fitas cassete, para o transporte e o consumo das gravações. Isso não apenas impunha limites à circulação da música, como também era um fator a configurar modalidades específicas de experiência estética, compartilhamento do gosto musical e sociabilidade entre agentes pautados pela copresença. Essas observações são importantes na medida em que ajudam a compreender um pouco das condições objetivas nas quais se deram a socialização e a formação do gosto musical de uma geração que contribuiu para a construção de um espaço musical ligado ao rock e ao *metal* no Recife: o acesso privilegiado e, em certa medida, exclusivo a LPs sob a mediação de Humberto Brito.

A raridade de LPs de rock no mercado recifense é uma variável que nos auxilia a avaliar o valor estratégico da casa de Humberto na sociabilidade dos aficionados de rock (BOURDIEU, 2007). A dificuldade de acesso àqueles LPs e aos demais artefatos acaba por aumentar o interesse dos roqueiros locais nesses bens:

Os bens funcionam como pontes mesmo quando ainda não são possuídos pelos indivíduos, mas meramente cobiçados. Bem antes da compra um objeto pode servir para conectar seu futuro dono com o significado deslocado. O indivíduo antecipa a posse de um bem e, com esse bem, a posse de certas circunstâncias ideais que no momento existem em um local distante. (McCRACKEN, 2003, p. 142).

O LP, portanto, era tanto mais “longamente contemplado e imaginado” quanto mais difícil era sua aquisição. A dificuldade e a distância aumentavam o desejo de posse e intensificavam o valor simbólico depositado pelos roqueiros no artefato como ponte para o significado deslocado. A posse dos LPs e o controle de sua distribuição eram, portanto, indicadores de um poder simbólico que, num dado período, transformou Humberto numa espécie de guru local.

QUEM FOI HUMBERTO?

Considerado um dos “gurus” do rock pernambucano nos anos 1970, Humberto era uma comerciante informal de LPs que tinha acesso privilegiado a lançamentos de rock graças a suas várias conexões com roqueiros e vendedores de outros estados, sobretudo do eixo Rio-São Paulo. Nascido em 1949, em Maceió (AL), era filho de uma dona de casa alagoana e de um militar paraibano, conhecido como capitão Manoel de Brito. Na adolescência, cursou Desenho e Arquitetura na Escola Técnica Federal de Pernambuco, à época localizada no bairro do Derby, próximo ao centro. Lá costumava ouvir Beatles e Rolling Stones com os colegas. Aos 21 anos, depois de ter morado em Fernando de Noronha, Caruaru e Jaboatão dos Guararapes, mudou-se com os pais para a casa da Rua da Matriz, imóvel pertencente aos familiares de sua mãe desde, pelo menos, o início do século XX (GADELHA, 2013). A raridade do material comercializado por Humberto em sua casa, situada na parte central do Recife, logo foi convertida em capital simbólico tanto para os rapazes que compravam os discos, quanto para Humberto, por se constituir no principal mediador a propiciar acesso aos LPs importados.

Além de obter LPs incomuns para o Recife da época, Humberto impunha preço a suas mercadorias sem necessariamente precisar concorrer com o mercado local (as poucas lojas de discos). Humberto era, nesse sentido, aquele que detinha o domínio da distribuição de boa parte do capital simbólico que regia o espaço musical ligado ao rock na época (BOURDIEU, 2007).

Localizada numa zona de intensa concentração comercial, a casa de Humberto ficava a pouco mais de 500 metros do Cinema São Luiz, local em que jovens roqueiros costumavam se encontrar para interagir e trocar ideias. Uma loja de discos funcionava próximo ao Cinema e, embora não fosse especializada em rock, costumava atrair grupos de compradores quando anunciava lançamentos do gênero (GADELHA, 2013, p. 30). Nesses encontros, Humberto alimentava sua rede de relações com músicos locais, amantes do rock e lojistas. Zé da Flauta, hoje músico e produtor cultural, na época um jovem roqueiro, foi apresentado a Humberto pelo gerente de uma das duas únicas lojas de discos na cidade: A Modinha. Humberto é lembrado

pelo “bom papo” e pela presença constante nos encontros alternativos frequentados pelos roqueiros da época. À medida que seu acervo tornava-se conhecido, Humberto ganhava a reputação de colecionador de raridades e, em decorrência disso, passou a ser visto como uma espécie de guru dos roqueiros locais.

O êxito da venda de seus discos dependia, por outro lado, dos recursos econômicos e culturais dos frequentadores de sua casa. Não muito diferente de outros estados do Brasil na época, o acesso ao universo do rock anglo-saxão estava relacionado às elevadas condições socioeconômicas de seus consumidores⁶. Formado em sua grande maioria por homens brancos de origem social remediada (classe média e classe média alta), o conjunto de frequentadores da casa de Humberto teve seus primeiros contatos com o rock e o *metal* por meio de LPs importados entre os 12 e 14 anos de idade. Nesta pesquisa, foram entrevistados nove frequentadores, com idade entre 48 e 56 anos na época das entrevistas (2010-2012). Todos têm em comum o fato de terem desempenhado papéis relevantes como produtores de eventos, lojistas e músicos no cenário cultural do Recife a partir dos anos 1980.

No que diz respeito à formação do capital escolar, chama atenção, o fato de terem frequentado escolas privadas tradicionais e de elite quando adolescentes e concluído os estudos universitários (apenas um entre nove entrevistados não tem diploma de ensino superior). Além disso, praticamente todos eles viajaram de avião, seja dentro do Brasil, seja para o exterior, ainda adolescentes (em férias, para visitar parentes e/ou em função da profissão dos pais), tipo de mobilidade que era indicativo de alto capital econômico. Os pais eram geralmente profissionais liberais ou funcionários públicos.

Todos esses rapazes que passaram a encomendar discos a Humberto dispunham de condições econômicas para comprar LPs importados numa época em que esse artefato, segundo os depoimentos, custava entre 10 e 15 dólares, o equivalente a 1/5 do salário mínimo no Brasil⁷. A frequência à casa de Humberto variava. Alguns iam praticamente toda semana, outros com frequência mensal. Mas havia uma regularidade que se organizava em função da expectativa de lançamentos e novidades, cuja circulação acabava convergindo para aquela residência. É essa regularidade que permite a caracterização desse fenômeno como um “fluxo”, na concepção de Castells (1999). Os rapazes também levavam para a casa de Humberto informações sobre o universo do rock que obtinham através de seu círculo familiar e de amizades (alguns deles encomendavam materiais diretamente a seus familiares ou amigos quando esses viajam para o exterior).

Ervel Lundgren, organizador do primeiro festival dedicado ao metal no Recife, quase sempre encomendava discos a seus familiares, proprietários da rede de lojas de tecidos Casas Pernambucanas, quando esses partiam para o exterior. “Um pôster,

6 Bernard Arthur Silva da Silva e Franknaldo Silva de Oliveira (2013) observam, em seu artigo sobre a história social do *metal* no Belém do Pará, informações semelhantes no que diz respeito ao perfil socioeconômico dos integrantes da banda Stress, considerada uma das primeiras de *metal* no Brasil. Ver também Ismael Machado (2004).

7 Dados calculados com base no valor do salário mínimo e na cotação do dólar no Brasil em 1975 (PECHMAN, 1983).

um disco, algo, era muito difícil. E os lançamentos demoravam até dois anos para chegar. [...] Como eu tenho parente na Alemanha, minha mãe ia e eu pedia para ela trazer disco” (entrevista com Ervel Lundgren realizada em 2011 – pesquisa de campo).

As condições de acesso ao LP importado de rock impunham, dessa maneira, uma série de limitações à sua circulação. Foi exatamente em virtude dessa dificuldade que aqueles que conseguiam obter discos e/ou qualquer outro tipo de material (cartaz, livro, camisa, revista etc.) puderam usá-lo como marcador eficaz de uma identidade pretensamente cosmopolita no ambiente provinciano do Recife.

Frequentar a casa de Humberto e conversar com o próprio colecionador sobre as raridades do rock parecia ser também uma experiência que legitimava o *status* de “roqueiro” almejado pelos frequentadores. A participação nas interações e trocas materiais que ali ocorriam certificavam esse *status*. Várias são as entrevistas em que é possível verificar o valor simbólico atribuído aos discos importados negociados diretamente com Humberto. Além do valor simbólico da simples posse dos LPs, o fato de tê-los conseguido com Humberto parece ter um significado especial, como nos revela Ervel Lundgren: “Humberto é histórico. Quem é daquela época e não comprou disco com Humberto não é roqueiro”.

É possível que a constatação, *a posteriori*, de que aqueles que não frequentavam a casa de Humberto “não eram roqueiros” seja uma estratégia usada por alguns entrevistados para reafirmar um *status* de roqueiro “genuíno”, uma espécie de selo de autenticidade, já que as experiências lá vivenciadas não podem mais ser reproduzidas (BOURDIEU, 1986). Todavia, independente de como o relato dessa experiência possa ser instrumentalizado hoje, é possível também verificar que, de fato, praticamente todos os personagens que tiveram alguma relevância como lojistas, produtores, jornalistas musicais e músicos de rock no Recife dos anos 1980 e 1990 frequentaram aquela casa.

Muita gente de influência na música pernambucana nos anos 1990 fez estágio em Humberto. Da sua clientela saíram quase todos os donos de lojas de discos alternativas da cidade. Rogério Filho, da Disco de Ouro (há cerca de 20 anos na Sete de Setembro), descobriu Humberto em meados dos anos 1970: “Eu ia para o colégio na cidade e soube da loja através de amigos”, lembra. Ele até chegou a ajudar Humberto: “Trabalhei com ele menos de um ano, mas fiz várias amizades ali. Muita gente frequentava Humberto. Lembro de Fred Zeroquatro e Renato L por lá, outros músicos apareciam atrás de novidades.” Renato L, ex-secretário de Cultura do Recife, confirma: “No início dos anos 80, praticamente todos os discos que eu e Fred compramos foi lá em Humberto. O *Never mind*, do Sex Pistols, o *Diamond dogs*, de Bowie, *Horses*, de Patti Smith... várias coisas de Hendrix. Descobri numa mesma tarde as vozes de Johnny Rotten e David Bowie. A gente chegou a pregar cartaz lá chamando o povo pra participar do movimento new wave/punk, acho que em 81. (HUMBERTO Brito e sua loja..., 2014).

O fato dessa sociabilidade restrita acontecer em contraste com um ambiente externo marcado pela dificuldade de acesso a artefatos e informações transforma a casa de Humberto num espaço diferenciado. Dentro de uma hierarquia simbólica dos espaços da cidade entre os roqueiros, a casa de Humberto era considerada uma

espécie de templo do rock, pois provocava a sensação de privilégio e excepcionalidade entre os frequentadores.

Levi Cerqueira, antigo proprietário da loja Abbey Road, especializada no estilo, relata com entusiasmo as informações e os discos que compartilhava na casa de Humberto. Seu irmão, membro da marinha mercante, enviava com regularidade publicações com as últimas novidades sobre a cena do rock internacional. Estudante de um dos colégios mais tradicionais do Recife, Levi fazia toda a tradução do inglês para o português dos panfletos e zines enviados pelo seu irmão, bem como gravava fitas cassete, em seu equipamento de som “3 em 1”, com os discos raros que chegavam em suas mãos.

Ele mandava carta para a gente falando de todos os lançamentos de discos que tinham acabado de sair e dos eventos. Ele mandava pra mim, eu copiava tudinho. Todo dia a multidão estava lá, esperando as notícias saírem, porque não tinha notícia. O programa de rádio daqui (do Recife) não tinha acesso a isso. Não tinha acesso porque não tinha conhecimento dessa troca de informações que a gente tinha. E isso era incrível. Saía e o pessoal já ligava pra Humberto: “Humberto, Levi já levou pra lá o fanzine do mês?”, porque era informação de primeira. “Rainbow voltou com Graham Bonnet” [...]. (entrevista com Levi Cerqueira realizada em 2010 – pesquisa de campo).

De acordo com Levi, o Porto do Recife costumava receber regularmente navios que vinham de Londres, o que proporcionava a chegada de novidades com razoável frequência, a exemplo do primeiro LP do Iron Maiden (1980):

Eu lembro alguns discos ficaram muito marcados, aí já estou falando do fim dos anos 70. Eu lembro como hoje quando ele trouxe o primeiro disco do Iron Maiden que no Brasil ninguém tinha conhecimento, ninguém sabia o que era Iron Maiden, e lembro quando ele em carta, porque ligação era coisa muito cara, então ele mandou uma carta pra mim e disse “Olha, Levi, tem uma banda aqui que surgiu em Londres que lançou um compacto...”, que era o *Soundhouse tapes* “e esse compacto esgotou em um dia aqui em Londres e na minha próxima viagem vai sair o primeiro disco deles. Engraçado que eles têm uma caveirinha que é o símbolo da banda e tudo que é canto aqui estão os cartazes em Londres, nos teatros, nas lojas alternativas”. Ele tinha comprado vários vinis e veio o Iron Maiden, o primeiro disco do Iron Maiden. Eu escutei, aí eu gravei e fui pra casa de Humberto, que a gente se reunia lá, e quando eu levei essa gravação o pessoal enlouqueceu. Através de carta, o pessoal mantinha contato com a *Rock Brigade*, eu mandei uma fita pra *Rock Brigade* que estava começando, não era nem revista, era fanzine batido a máquina, três ou quatro páginas, e eu mandei a carta pra um cara da revista que era muito amigo meu, Eduardo de Souza Bonadia, era um jornalista que escrevia para eles, e também começamos a fazer intercâmbio de fita. Lembro que, quando ele recebeu o Iron Maiden, disse: “Vocês já receberam essa banda aí? Aí em Recife? Já ouvi falar nessa banda, mas aqui em São Paulo ninguém sabe de nada”. (entrevista com Levi Cerqueira realizada em 2010, – pesquisa de campo).

Se na casa de Humberto foi possível para um pequeno grupo ter acesso às

faixas do primeiro LP do Iron Maiden antes que ele chegasse às prateleiras das lojas paulistanas, é razoável supor que havia uma teia consideravelmente extensa de mediações musicais que convergia para lá, de uma amplitude incomum para o Recife da época.

Para acessar aquele “oásis” localizado em “outra dimensão” – termos empregados por entrevistados ao se referirem à casa de Humberto – era preciso conhecer alguém que já era daquele convívio.

Sebastião Nascimento, também conhecido como Cristóvão, de Vitória de Santo Antão (a 55 km do Recife), que passou a conviver com os frequentadores da casa de Humberto a partir de meados dos anos 1970, relata como se deu sua iniciação:

Ele me recebeu muito bem, pois já fui encaminhado com o bilhete de um amigo daqui. Chegando lá, ele foi me mostrando o que ele tinha, um armário cheio de discos, vendia discos e também guaraná em pó, que era difícil de ter por aqui nas lojas. Tinha fita cassete, vinis importados [...]. Comecei a comprar discos a ele [Humberto]. (entrevista com Sebastião Nascimento realizada em 2012 – pesquisa de campo).

Cristóvão se tornaria, na década de 1990, produtor de um dos principais festivais de som pesado do estado, o Blizzard of the Rock.

UM OÁSIS NUM SISTEMA POLUÍDO

Ao passo que a presença constante na casa da rua da Matriz se constituía num ritual a legitimar a inclusão na categoria de “roqueiro”, segundo os próprios convivas, foram sendo construídas representações acerca daquele espaço como um território simbólico marcado pelo contraste em relação ao entorno. Em suas primeiras impressões a respeito da casa de Humberto, os jovens oriundos dos diferentes bairros do Recife e mesmo de cidades mais afastadas *dão a entender que se tratava de um lugar especial*.

Assim, ao ser questionado sobre a sua primeira ida à casa de Humberto, Gustavo Burkhardt⁸, relata, impressionado, como aquele espaço era capaz de transportá-lo e ao mesmo tempo conectá-lo ao universo com o qual vinha adquirindo afinidade e gosto.

A gente foi para casa dele (Humberto). Primeiro era uma viagem, daí a gente entrou e passou por aquele corredorzinho... Parecia um sitiozinho no centro da cidade... A minha visão era que parecia que eu tinha entrado em outra dimensão, pois a gente era de Boa Viagem, que era outra atmosfera (bairro nobre da cidade do Recife), e o centro da cidade... Estava eu e Lúcio. A gente entra e tinha uma portona de madeira. Não lembro quem foi que abriu e tinha um corredor que era bem estreito e comprido. E depois chega num lugar cheio de planta e nem parece que é o centro da cidade, daí chega Humberto. Sem camisa, com barbicha rala, a barriga para dentro, as costelas de fora, parecia aqueles yogi e ele fazia yoga na época. Quando a gente entrou era uma salinha, e ele fechou a porta e colocou cadeado por fora... Mas era uma porta velha de madeira, e ele colocou o cadeado

8 Coeditor de *Acclamatur*, o mais antigo fanzine especializado em *metal* ainda em circulação no Recife.

e desapareceu, e a gente ficou olhando os discos e preocupado. [...] Depois eu escolhi os discos. (entrevista com Gustavo Burkhardt, realizada em 2011, – pesquisa de campo).

Já Moisés da Silva, um dos principais sebigistas dedicado à comercialização de discos de rock na década de 1980, em Caruaru (a 130 km do Recife), cidade do agreste pernambucano, refere-se à casa de Humberto como a “Casa de Drácula”. “A primeira impressão que eu tive foi medo, porque era no Recife Antigo. A casa parecia aquelas casas de Drácula. Tinha uma escada de ferro antiga, acho que da década de 30. Eu o conheci, cabeludão, então comecei a pegar discos” (entrevista com Moisés da Silva realizada em 2012 – pesquisa de campo). As paredes eram repletas de pinturas psicodélicas, feitas pelo próprio Humberto.

Apesar dos exotismos, a maneira pela qual os frequentadores da casa de Humberto a representam traduz uma apreciação positiva daquele espaço e das práticas culturais lá em curso. Ao se referir a sua própria casa, mais precisamente, ao efeito que sua casa causava às *peessoas*, Humberto era enfático: “Havia uma troca de energia dentro de um sistema poluído, cidade poluída. Aqui era feito um oásis no deserto, vinha o pessoal de várias culturas ligados à arte” (entrevista com Humberto Brito realizada em 2012 – pesquisa de campo).

O GURU

A seleção de músicas e artistas apresentados por Humberto nas escutas coletivas que organizava no terraço de sua casa, bem como as informações que circulavam naquelas conversas informais foram cruciais para a formação do gosto musical de fãs locais de rock por pelo menos duas décadas. No chão ou nas cadeiras do terraço localizado na frente do quarto onde estava organizada sua coleção de discos, os jovens rapazes não apenas escutavam os LPs, mas também internalizavam códigos estéticos, posturas corporais e criavam um vocabulário para expressar seu “amor” pela música. Esses encontros e as intervenções feitas por Humberto a respeito do que se escutava ensinavam aquele grupo a “sentir” a música (HENNION; MAISONNEUVE; GOMART, 2000).

A criação de um repertório de palavras para apreciar a música, reconhecer timbres de instrumentos, qualificar exhibições de virtuosismo e hierarquizar as obras era nutrida pela grande quantidade de informações sobre o mundo do rock que Humberto obtinha através das conversas com os divulgadores de discos, amigos que circulavam mundo afora e das referências veiculadas nas revistas e capas de discos que colecionava.

Sebastião Nascimento fala com entusiasmo das histórias que Humberto contava a respeito das bandas e das temáticas a elas associadas.

A conversa dele era tão bonita que eu fiquei... Eu fiquei empolgado porque ele contava as histórias das bandas, trazia algumas letras falando sobre guerra, sobre críticas políticas, aí fui me empolgando e me aprofundando. E fui conhecendo outras bandas. (entrevista com Sebastião Nascimento, realizada em 2012 – pesquisa de campo).

Conforme explicitado anteriormente, a indicação de um amigo que já frequentava a casa era a forma mais comum de acesso ao grupo. Uma vez integrado àquela sociabilidade, o indivíduo passava a atuar num circuito de compra, venda e troca de LPs, fitas cassete e informações especializadas. Como proprietário da casa e detentor de conexões de acesso a material fonográfico, Humberto era uma espécie de gestor local daqueles fluxos. Sua fala sobre os LPs e as bandas era, portanto, legitimada pela posição que ocupava naquela teia de relações. Dessa forma, constituiu-se numa versão local dos gurus da contracultura.

Segundo Luiz Carlos Maciel, a contracultura da época se desenvolvia à margem da cultura oficial letrada. Nela,

[...] os saques, os toques etc., vão passando de boca em boca [...]. No Brasil, [...] existe uma carência absoluta de informação no setor. Não há jornais, rádios ou livros dedicados à nova cultura. A informação chega pelo ouvido, através de discos de rock ou de papos em que, através de um acelerado processo de associação de ideias, desenvolvem-se as formulações mais bizarras e exóticas. E é a transmissão oral, como se sabe, que cria a necessidade de gurus, professores que ensinam falando. (MACIEL, 1973, p. 105).

Humberto foi descrito em inúmeros depoimentos como um guia espiritual excêntrico, praticante de yoga e adepto de uma dieta macrobiótica (daí a alcunha “Humberto Macró”, que alguns lhe atribuíam). Vestido com calças do exército, coturno e camiseta, com cabelos grandes, era uma espécie de “professor”, capaz de dar explicações detalhadas sobre as bandas que escutava e os discos que vendia.

Em 2007, um antigo frequentador da casa de Humberto relatou, em seu blog, a experiência de ter retornado naquele ano à residência de seu antigo guru. No relato, Claudio Machado chama atenção para a “aulinha” dada por Humberto sobre as bandas que procurava, numa alusão à prática, *tão comum aos antigos frequentadores da casa, de dar sentido à experiência musical por meio de informações sobre bandas, gêneros, estilos, influências e filiações que permeiam e organizam a fruição das formas musicais.*

[...] Fui entrando e vi que, no apertadinho onde ficavam os LPs, vivia agora uma quantidade que não consegui contar dos benditos cachorros, e do outro lado tinha uns poleiros onde ele cria galos, isso mesmo, galos para vender. Pedi para ele (Humberto) me mostrar o catálogo, e ele trouxe um papel com uma listagem, mas foi logo pegando uns CDs para me mostrar. Tudo material fino. Ele falou de umas bandas que, sinceramente, não lembrava. Senti que estou desatualizado nas paradas de progressivo dos anos 70. Lembrava do Eloy e do Jane, mas realmente na época pré-internet era muito difícil achar discos dessas bandas. Batemos um papo rápido sobre as bandas, numa aulinha rápida dele. Logo em seguida ele pegou uns CDs para me recomendar: “Você vai gostar disso. Eu fiz umas coletâneas de *hard rock* anos 70, extraídos dos meus LPs”. Na hora acho que meus olhos brilharam! Esse é o velho Humberto! Ele falou das bandas, não conhecia nenhuma. Poderia encontrar todas e muito mais na rede, mas não ia perder a oportunidade de comprar as coletâneas feitas por Humberto, ainda mais com o nome que ele batizou “Rarríssimos *hard rock* anos 70”, número um e número dois [...]. (conversa informal com o autor).

Assim, ir à casa de Humberto atrás de “novidades” implicava necessariamente vivenciar um processo de aprendizagem sobre aquilo que era “novo” e que vinha de longe. Mais do que identificar e diferenciar sonoridades, timbres e distorções, aprendia-se uma maneira particular de se relacionar com a música, escutá-la, senti-la e vivenciá-la. Além disso, no depoimento citado, percebemos que a aura criada em torno da figura do guru também contribui de forma muito singular para a experiência sensível do consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lugar de iniciação musical, mas também de distinção e ostentação social, em função da troca do material que tanto os rapazes traziam de fora quanto o próprio Humberto conseguia, a casa se constituiu espaço de referência para os amantes do rock anglo-saxão e, posteriormente, do *metal* na cidade até início da década de 1990, quando vai ocorrer a explosão do CD (*compact disc*) e sua popularização no Brasil. Nesse mesmo período, durante o governo Fernando Collor, há uma política de liberação de importações que dá novo impulso à circulação de discos e outros bens de consumo no país. Diante dessa conjuntura, Humberto perde, pouco a pouco, o capital simbólico alimentado outrora pela raridade de seus produtos e frequência de um público especializado. Sua capacidade de se colocar como um importante mediador entre os produtores de discos de rock e seus consumidores vai sendo diluída. Não apenas a mudança do suporte técnico vai contribuir para isso, mas, sobretudo, as condições de circulação desse suporte (antes raro e difícil, depois mais fácil) impactaram e modificaram de forma profunda os processos de socialização, o perfil sociocultural dos agentes envolvidos, bem como as lógicas de identificação e distinção aí criadas. A proliferação de mediações cosmopolitas e a facilidade de acesso a publicações especializadas também contribuíram para o declínio de Humberto como mediador.

No caso em questão, pudemos perceber nos depoimentos, além da relativização dos padrões tradicionais de sociabilidade rumo à construção de uma identidade via consumo de música, o desejo de aderir a uma comunidade imaginada global jovem e consumidora de rock. A disseminação dos valores da contracultura no Recife daquela época criou condições para que parcela daqueles jovens projetasse nessa comunidade global imaginada desejos e expectativas latentes no cotidiano em que viviam. Os LPs, as canções e a indumentária funcionavam como metonímias ou, no dizer de McCracken (2003), pontes simbólicas de contato com essa comunidade mais ampla que era compartilhada por alguns poucos membros da juventude local, indivíduos oriundos de famílias com alto poder aquisitivo e considerável acúmulo relativo de capital cultural, conforme demonstramos. A casa de Humberto atuava como filial local de uma suposta matriz global difusamente imaginada. Para ela convergiam mediações que permitiram aos agentes compartilhar de uma identidade pretensamente cosmopolita entendida e instrumentalizada conforme os padrões locais de sociabilidade.

Estudioso de Pierre Bourdieu atento às especificidades latino-americanas,

Renato Ortiz (2003) recomenda cautela na aplicação de conceitos como “distinção” (BOURDIEU, 2007) à compreensão de fenômenos da cultura local. Enquanto o autor francês enfatiza o papel dos artefatos legitimados como arte culta nos processos de distinção social ao tomar seu país como estudo de caso, Ortiz alerta:

Os mecanismos de distinção apontados por Bourdieu evidentemente existem [...], mas incidem sobre uma outra matéria cultural. Ópera, música clássica, literatura, pintura não são formas dominantes e universais de distinção social [...]. A tradição e as artes não se configuram como padrões mundiais de legitimidade. (ORTIZ, 2003, p. 191).

O autor descreve algumas formas pelas quais o idioma inglês, ao ser difundido mundialmente, é apropriado por diferentes tradições culturais e ressignificado das mais diversas maneiras. Também associa o fascínio dos jovens pelo *heavy metal* cantado em inglês não apenas com o desejo de fazer parte de uma comunidade global, mas com a suposta “conformidade a um padrão hegemônico específico” (ORTIZ, 2003, p. 193).

Na verdade, nos encontramos diante de um fenômeno mundial, no qual as novas gerações, para se diferenciarem das anteriores, utilizam símbolos mundializados. A ideia de sintonia surge assim como elemento de distinção social. Escutar rock-and-roll significa estar sintonizado com um conjunto de valores, vividos e pensados como superiores. Preferir outros tipos de canções é sinônimo de descompasso, de um comportamento inadequado aos tempos modernos. (ORTIZ, 2003, p. 202).

Em concordância com Ortiz, consideramos plausível apontar para as estratégias de distinção ensejadas no contexto local por meio daquelas práticas de consumo musical. Todavia, o investimento simbólico e material realizado pelos agentes que participaram daquelas redes de sociabilidade aponta para algo além da hipótese de mera instrumentalização dos artefatos musicais como símbolos de distinção social.

A experiência dos sujeitos foi de tal modo afetada por aquelas mediações cosmopolitas que se tornou possível imaginar uma vida profissional dedicada ao rock, seja como lojista, produtor de shows ou músico, algo ainda inédito no Recife da época. Dentre os pioneiros na criação de festivais e estabelecimentos de venda de discos especializados em rock nos anos 1980, todos citaram a casa de Humberto como lócus de experiências marcantes, que por certo influenciaram as escolhas de vida que fariam posteriormente.

SOBRE OS AUTORES

AMILCAR ALMEIDA BEZERRA é professor do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (NDC/CAA/UFPE) e do Programa de Pós-Graduação em Música do Centro de Artes e Comunicação (PPGM/CAC/UFPE).

E-mail: amilcar.bezerra@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5596-9615>

DANIELA MARIA FERREIRA é professora do Centro de Educação e vice-coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Música da UFPE.

E-mail: dmffr@yahoo.fr
<https://orcid.org/0000-0002-2871-1141>

REFERÊNCIAS

- AKAMINE JR, Oswaldo. Em busca do rock paulista II. 27. jun. 2017. Disponível em: <<https://akamine.wordpress.com/2017/06/27/em-busca-do-rock-paulista-ii>>. Acesso em: 23 jan. 2019.
- APPADURAI, Arjun. *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. L'illusionbiographique. *Actes RSS*, n. 62/63, 1986, p. 69-72.
- _____. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2007.
- CANCLINI, Néstor García. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 12. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GADELHA, Wilfred. *Pesado: origem e consolidação do metal em Pernambuco*. Recife: Fundarpe, 2013.
- HENNION, Antoine; MAISONNEUVE, Sophie; GOMART, Ellen. *Figures de l'amateur. Formes, objets et pratiques de: l'amour de la musique aujourd'hui*. Paris: La Documentation Française, 2000.
- HUMBERTO Brito e sua loja marcaram a música pernambucana. 8/11/2014. JConline. Disponível em: <<https://jconline.nero.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2014/11/08/humberto-brito-e-sua-loja-marcaram-a-musica-pernambucana-155166.php>>. Acesso em: 23 jan. 2019.
- LATOURE, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: EDUFBA, 2012.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MACHADO, Ismael. *Decibéis sob mangueiras: Belém no cenário rock Brasil dos anos 80*. Belém: Grafinoite, 2004.
- MACHADO, Gustavo Barletta. Transformações na indústria fonográfica brasileira nos anos 1970. *Sonora*, n. 3, p. 6, 2006.
- MACIEL, Luiz Carlos. *Nova consciência: jornalismo contracultural 1970-1972*. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.
- MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

- NERCOLINI, Marildo; BEZERRA, Amilcar. Embates e negociações: produção e consumo cultural na cena Manguê. *Revista FAMECOS Porto Alegre*, v. 20, n. 1, pp. 147-162, jan./abr. 2013
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. 4. reimp. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- _____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- PECHMAN, Clarice. O mercado paralelo de dólares no Brasil. Tese (Doutorado em Economia). Escola de Pós-Graduação em Economia do Instituto Brasileiro de Economia, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 1983.
- ROBBINS, Bruce. Comparative cosmopolitanism. *Social Text*, n. 31/32, Third World and Post-Colonial Issues, 1992, p. 169-186.
- SILVA, Bernard Arthur Silva da; OLIVEIRA, Franknaldo Silva de. Por uma história social do *heavy metal* na Amazônia: o caso de Belém do Pará. In: VARGAS, Herom (Org.). *Enfoques interdisciplinarios sobre músicas populares en Latinoamérica: retrospectivas, perspectivas, críticas y propuestas*. Actas del X Congreso de la IASPM-AL. 1. ed. Montevideo: Associação Internacional para o Estudo da Música Popular, v. X, p. 78-88, 2013.
- SILVA, Jaime Luis da. O heavy metal na revista Rock Brigade: aproximações entre jornalismo musical e produção de identidade. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola, 2002.
- TELES, José. *Do frevo ao manguê beat*. São Paulo: Editora 34, 2000.
- _____. Ecos de Woodstock chegam ao Recife. *Jornal do Commercio*, Recife, 16 ago. 2009. Disponível em: <<http://cabelosdesansao.blogspot.com/2009/08/na-foto-publicada-no-jc-otavio-bzzz.html>>. Acesso em: 23 jan. 2019.
- VICENTE, Eduardo. A vez dos independentes: um olhar sobre a produção musical independente do país. *E-Compós*, v. 7, 2006, p. 1-19.
- _____. Segmentação e consumo: a produção fonográfica brasileira – 1965/1999. *ArtCultura*, v. 10, n. 16, 2008, p. 103-121.