



Mocidade independente: experimentalismo na TV brasileira

Mocidade Independente: experimentation in Brazilian TV

ALVES, Rafael Paiva¹

Resumo: Procurando contribuir para a análise das relações entre a indústria da música e a televisão no Brasil, o objetivo do artigo é investigar o programa musical televisivo “Mocidade Independente”, transmitido pela Rede Bandeirantes, entre junho e setembro de 1981, de modo a trazer subsídios a respeito do contexto televisivo-musical do período, principalmente, em termos de difusão musical. Tal programa se destacou do restante do fluxo televisivo por ser o primeiro a dar “espaço” aos independentes: tanto à produção musical do período, como à produção em vídeo. Em termos de linguagem e estética, o programa teve em seu quadro profissional a participação dos integrantes da produtora independente de vídeo “TVDO” (lê-se TV Tudo), o que torna possível identificar elementos da influência televisual de Glauber Rocha - como o programa “Abertura”, da TV Tupi em 1979.

Palavras chave: Televisão; Vídeo independente; Música independente; Programas

1. Mestrando em História pelo Programa de Pós Graduação em História – Faculdade de Ciências e Letras – UNESP - Universidade Estadual Paulista, Campus de Assis – Av. Dom Antônio, 2.100, CEP: 19806-900, Assis, São Paulo, Brasil. A pesquisa que resultou neste artigo contou com financiamento da Bolsa Capes. E-mail: rafael_paiva_alves@hotmail.com.

Recebido em: 29/02/2016
Aprovado em: 27/04/2016

musicais.

Abstract: This paper aims to contribute to the analysis of the relationship between the music industry and television in Brazil. It does so by investigating the musical television show “Mocida Independente”, broadcast by the network Bandeirantes between June and September of 1981, thus providing background about the television and musical context of the time, especially regarding musical diffusion. The show stood out from the rest of the television flow for being the first to allow the participation of independent groups, both for contemporary musical production and for video production. Concerning language and aesthetics, the musical show had members of the independent video production company “TVDO” (pronounced “TV Tudo”) in its staff, making it possible to perceive influential elements from Glauber Rocha’s segment “Abertura”, aired on the network TV Tupi in 1979.

Keywords: Television; Independent video; Independent music; Music shows.

Introdução

Qualquer músico, desde a década de 2000, pode compor uma canção, gravar sua execução através de uma filmadora ou *webcam*, e ter seu desempenho, quando disponibilizado em plataforma de vídeo digital *online*, visualizado via computador doméstico, *notebook*, *tablet* ou aparelho de telefone celular; ocorrendo todo este processo em um mesmo dia. Cada vez mais utilizado, sobretudo por músicos amadores ou profissionais desconhecidos do grande público e da crítica, além de músicos cujas carreiras não encontram mais eco junto à grande mídia, tal advento materializa bem as possibilidades tecnológicas abertas ao processo de divulgação da música na última década.

Mesmo com significativa repercussão no âmbito midiático/fonográfico, deve-se ter claro que tal episódio é tão somente um, dentre outros relativos à emissão e à recepção de produtos musicais. Contudo, o imediatismo, o alcance e os resultados obtidos por aquele expediente servem a questionamentos e reflexões sobre o presente e o futuro das etapas vigentes de controle e de determinação da distribuição de conteúdo musicais pela indústria fonográfica e televisiva.

As atuais plataformas digitais *online* de compartilhamento de vídeos, como o *YouTube*, modificaram profundamente a dinâmica de circulação da música e dos videoclipes no cenário mundial. Aspectos e formatos de programas televisivos musicais deixaram de ser apenas produtos televisivos, para tornarem-se integrantes da cibercultura, modificando armazenamento, produção, circulação e a recepção dos produtos audiovisuais.

Entretanto, possibilidades bem diferentes na divulgação musical eram encontradas por músicos nas últimas décadas do século passado. A ampla difusão de produtos musicais seguia ainda, de certo modo, dependente dos negócios do universo fonográfico. No Brasil, no início dos anos 1980, a indústria cultural já estava consolidada, conquistada em grande medida por associação ao capital estrangeiro, que impunha às manifestações artístico-culturais, os esquemas organizacionais e as lógicas comerciais

próprias dos grandes conglomerados midiáticos. No caso da ampla divulgação da música, pouco espaço sobrava para além das grandes gravadoras, do rádio e da televisão.

Deste modo, este artigo visa à compreensão das relações entre a indústria da música e a televisão no Brasil no início dos anos 1980. Para tanto, e a fim de mapear o contexto musical e televisivo do período, foi escolhido o programa musical “Mocidade Independente”, transmitido pela Rede Bandeirantes, em 1981, sobre o qual será feita uma reflexão e análise sob a ótica daquilo que Jérôme Bourdon conceituou como *contexto*, *co-texto* e *texto*, proporcionando pensar o programa para além de um mero difusor musical, dito independente.

No *contexto*, a ênfase será dada para a recepção, no qual, sugere o historiador francês, há uma vasta gama documental, uma vez que os programas televisivos estão cercados por textos escritos, críticas, reações, comentários, cartas de leitores, entrevistas e lembranças de telespectadores, tornando possível uma reconstituição do espaço social da recepção. O *co-texto* se refere a relação do determinado programa com o restante da grade da emissora, o caráter repetitivo e intercambiável de grande parte dos programas, a concorrência entre as grades que levam os profissionais, e os telespectadores a combinarem os programas de acordo com seus interesses. E já o *texto*, são as características internas do produto, dentre elas estão, por exemplo, a montagem, a forma e o cenário (BOURDON, 2011, p.18-19, tradução nossa).

A crise da indústria fonográfica no início dos anos 1980

A indústria fonográfica, após um período de grande crescimento nos anos 70, inicia a década posterior com crise nas vendas, com um déficit de 10,6 e 20,8 %, nos anos de 1980 e 1981, respectivamente, segundo a Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD); ao passo que no ano de 1982 ocorre uma rápida melhora, sofrendo posteriormente, em 1983 e 1984, duas novas quedas. A crise, apesar de ter atingido mais duramente as empresas de porte pequeno e orientação única, provocaria também, diversas modificações nas estruturas das grandes empresas (*majors*) e seus efeitos seriam, então, percebidos em cortes nos quadros funcionais e artísticos, nas verbas para promoção e na contratação de novos nomes (VICENTE, 2014, p. 91-92).

Soma-se ainda a esse contexto, a forte concentração no setor com poucas empresas detendo o poder da produção, como é possível constatar a partir de uma base de dados acadêmicos², na qual doze era o número de grandes e médias empresas do setor no Brasil em 1979 (Som Livre, CBS, Polygram, RCA, WEA, Copacabana, Continental, Emi-Odeon, RGE-Fermata, K-Tel, Top Tape e Tapeçar) e quatro anos depois restariam apenas oito (Som Livre, CBS, Polygram, RCA, WEA, Copacabana, Continental e Emi-Odeon).

As etapas de produção musical das gravadoras transnacionais ou de empresas nacionais de grande porte, nos anos 70 e 80, se constituíam de certa complexidade, uma vez que estas passam pela,

Concepção do produto, a preparação do artista e do repertório, a gravação em estúdio, mixagem, preparação da fita máster, confecção das matrizes,

2. Os dados foram encontrados em Márcia Tosta Dias (2008, p. 78) e Eduardo Vicente (2014, p. 89), os pesquisadores usaram como fonte primária jornais de época.

prensagem-fabricação, controle de qualidade, capa-embalagem, distribuição e marketing-divulgação (DIAS, 2008, p.69).

Para a socióloga Márcia Tosta Dias, a gravação musical é um dos menores problemas neste processo, pois a problemática maior reside nos expedientes da difusão musical, dado que as grandes gravadoras (*majors*), juntamente com as rádios, TVs e demais mídias, formam um sistema interligado, muitas vezes baseado em um relacionamento não muito lícito de troca de favores entre as gravadoras e as demais mídias. Trata-se da prática do mal afamado “jabá”. Este termo, originariamente denominado ‘jabaculê’,³ é assim definido por José Adriano Fenerick:

Uma forma ilícita de se conseguir colocar uma música no mercado por meio de algum tipo de pagamento (ou um “favor” de outra ordem), para que uma mídia qualquer, ou várias simultaneamente, veiculem um novo produto lançado pela gravadora (FENERICK, 2007, p. 53).

Porém, segundo Márcia Tosta Dias, o tópico apresentado acima pode ser quase considerado um tabu no universo da difusão musical, tanto que mesmo a imprensa costuma não tratá-lo de forma aguda e frequente, até pelo fato da prática ser própria de toda a indústria cultural. E, com isso, a indústria fonográfica trabalha com

responsabilidade de orientar a produção, a partir da crença de que o sucesso de vendas é resultado da natural eleição do público. Ao contrário, vende-se um produto a partir da intensidade e alcance de suas técnicas de difusão e marketing. Assim, a difusão é, por excelência, um espaço de mercado, o início da ligação direta entre o produtor e seu consumidor potencial. Por seu intermédio, ocorre uma espécie de antecipação do ato de comprar, um consumo aleatório ou, muitas vezes, compulsório, efetuado no momento em que se escuta uma canção, que não é produto direto da escolha e/ou da participação autônoma no processo (DIAS, 2008, p.161).

A respeito da difusão musical, o rádio simboliza apenas o caso mais clássico da difusão, porque a música é uma das mercadorias da indústria cultural que estabelece relações com todos os *media*. Ela está presente, por exemplo, nos diversos ambientes sociais devido à difusão via rádio, cinema, televisão e *internet* e esse consumo aleatório, e muitas vezes compulsório a que os cidadãos se expõem pelo simples fato de estarem na mesma paisagem sonora, não é relacionado com as cifras da indústria fonográfica (DIAS, 2008, p.19).

A difusão musical na televisão brasileira, como sugere Dias, além do alto preço de divulgação no meio, padece também do problema de que, se o produto musical a ser anunciado ou simplesmente apresentado não vier acompanhado com a legitimação da grande empresa do disco, transferindo assim, a grande vendagem de discos em audiência, compromete-se a apresentação do produto musical na TV, podendo este não ser aceito na indústria televisiva, restringindo ainda mais o circuito musical no

3. Em texto denominado “10 mandamentos para 83” presente na seção “Crítica MPB” na Revista SOM-TRÊS, nº50, fev. de 1983, Tarik de Souza faz um de seus “mandos” a “extinção (total) do jabaculê para a eliminação do reumático processo dos listões nas rádios e falsas paradas de sucesso. Com isso seria ampliado o acesso e propostas artísticas diversificadas aos meios de comunicação”.

país. (DIAS, 2008, p.164-165). O que sugere pensar, do mesmo modo, na pressão que os índices de audiência provocam nas emissoras, diante da produção e permanência dos programas musicais, uma vez que, certos gêneros musicais, apesar de merecerem espaço dentro do meio televisivo, não conseguem se firmar frente à baixa audiência que por antecipação lhes são dados.

No início dos anos 1980, o caminho independente não se colocava apenas em razão de um fechamento das possibilidades, mas também para aqueles que desejavam uma renovação, ou até mesmo uma subversão no estatuto da produção cultural do país, uma postura diante da cultura e mesmo de ação contracultural dentro do contexto de época (FENERICK, 2004, p. 166). Cabe lembrar que no decorrer de todo este processo de consolidação da indústria cultural, e a partir daí, diversas áreas de comunicação e expressões artísticas se viram sem espaço para divulgarem suas ideias, sua arte ou mesmo seus produtos culturais, sejam eles por motivos econômicos, estéticos ou ideológicos.

No âmbito da difusão musical independente, aos poucos foi se formando espaços alternativos na cidade de São Paulo. Dentre eles, o Teatro Lira Paulistana, o SESC Pompéia, o Museu da Imagem e Som (MIS), o Museu de Arte de São Paulo (MASP), a Funarte, praças e parques, faculdades e até mesmo, em algumas poucas rádios, como fora o caso da Excelsior FM com o programa conduzido pelo crítico musical e jornalista Maurício Kubrusly e na televisão, os programas “Mocidade Independente”, transmitido pela Rede Bandeirantes, em 1981, e “A Fábrica do Som”, pela TV Cultura entre 1983 e 1984.

Termos como independente, nanico, alternativo, underground e marginal foram empregados para identificar posturas que lutavam por espaços artísticos e midiáticos no cinema, no vídeo, na música, na imprensa, na literatura, na televisão, na poesia e no teatro, entre outros. No entanto, como sugere Gil Nuno Vaz, ao examinar a música independente, o que importa para além do termo adequado, é compreender o significado do fenômeno a que ele se refere (VAZ, 1988, p. 11).

No final dos anos 70 e início dos anos 80 a definição de que certo artista era independente, alternativo, marginal ou experimental, quando não duas características, ou todas ao mesmo tempo, é um pouco confusa. Deste modo, é importante ressaltar que estes, são conceitos que “não se excluindo, não são sinônimos”, bem como, qualificam gestos e atitudes em suas atuações (MOSTAÇO, 1984, p. 5). Assim, segundo Mostaço:

Independente e alternativo recortam-se como conceitos que oferecem uma dada relação com o Poder. [...] É-se independente: dado o domínio de certo poder instituído, que impera sobre a ação de hegemonia, postar-se como uma oposição a ele, como uma soberania própria e isenta de seu controle [...] uma luta de libertação e reorganização do sistema de forças que o compõem. [...] Este é o campo preferencial da política. [...] O independente é, então, o mais radical opositor político do Poder. Alternativo indica, antes de mais nada, uma posição; sem, todavia, constituir-se numa tópica [...] Sociologicamente falando é um trânsfuga, antropologicamente falando, um miscigenado, artisticamente falando, um híbrido. Ainda que quase sempre um alternativo professe uma ideologia independente, esta relação não é de causas e efeito; e nem esta relação necessita dar-se ao contrário. [...] Experimental e marginal são conceituações que também beiram os umbrais políticos, ainda que nem sempre de forma translúcida. Nascidos em outro universo tonificam ou

emprestam certo colorido àquelas duas acepções inicialmente distinguidas, mas como qualidades e não como substâncias. [...] Não é, porém, o império da Moeda que martiriza o experimental, mas o império do Sentido. [...] Aquilo que está à margem, fora do tronco principal, invisível pelas perspectivas estreitas, é marginal. [...] Do ponto de vista social ou moral, o marginal é aquele que desafiando a ordem da Moeda ou do Sentido posiciona-se por ser um rebelde que não integra um Partido; ou aquele que é arbitrariamente excluído destas ordens por inconveniência, medo ou zelo (MOSTAÇO, 1984, p. 4-5).

Verifica-se assim, de acordo com Mostaço, que o artista independente ou alternativo poderia, através de suas produções, se posicionar como marginal e/ou experimental. Nesta perspectiva, portanto, os independentes e alternativos se configurariam com ações mais ligadas à “percepção da estrutura de mercado e estruturação capitalista da produção cultural e, seus trabalhos e organizações, visariam entrar na disputa destes poderes constituídos”. De modo que os marginais e experimentais, teriam suas ações mais ao nível de “desestabilizar por dentro estes poderes, evidenciando na crítica da ideologia e/ou dos circuitos instituídos (inclusive pelos primeiros) a ênfase de suas atuações” (MOSTAÇO, 1984, p. 5).

Televisão: O aumento dos receptores e o apoucamento dos produtores

A formação e o desenvolvimento da televisão no Brasil se deram sob a inspiração do modelo de exploração privado/comercial, ou melhor, por meio de concessões de serviço público cedido a particulares pelo Estado, como ocorrera anteriormente com o rádio. Assim, políticos, empresários do ramo comunicacional e proprietários de jornais e revistas, além de concessionários de emissoras de rádio, tem sido o perfil comum dos concessionários de canais e redes de TV desde o início do meio no Brasil, situação que resulta em maior poder destes, no campo da comunicação social do país e possibilitam-lhes influir, não raras vezes, mesmo que indiretamente, no campo político e cultural da nação (BUSETTO, 2007, p.195-196).

Ao longo do tempo, os aparelhos televisores passariam a ser fabricados pela indústria nacional, tornando-os cada vez mais acessíveis às camadas populares, sendo que, em 1983, o número de televisores em uso no país somaria a marca de 22 milhões (Lintas..., apud. Anuário Brasileiro de Mídia 1982/1983, p. 38), e, assim, o meio televisivo foi tornando-se, conseqüentemente, o principal veículo de comunicação social do país. Em 1980, na distribuição das verbas publicitárias, os números destinados à TV já apontavam 58% do total, seguido dos jornais com 16,1%, e das revistas e das rádios com 14 e 8% respectivamente (Grupo..., apud. Anuário Brasileiro de Mídia 85/86, p. 66).

A expansão da indústria televisiva através de intensos estímulos pelo governo militar, bem como a possibilidade de duplicar e comercializar fitas de programas através do uso do videoteipe, tornou possível a criação, ainda que de maneira tímida, das primeiras redes nacionais de TV. Em consequência disso, apesar de se diferenciarem em termos de estrutura organizacional, as redes obedeceriam a um mesmo formato. Em suma, é uma junção firmada perante contrato que divide-se entre a emissora cabeça e as afiliadas. Nesta relação, as emissoras cabeças

administram o conjunto, inclusive em termos de programação; dão suporte técnico, sobretudo ao que se referem às transmissões dos programas da central de produção para as demais emissoras; e vendem as audiências de toda a rede para os anunciantes [...]. Tem o direito absoluto para decidir que programação deve ser transmitida simultaneamente por todas as afiliadas, inclusive, se necessário, durante o tempo destinado a programação da afiliada. [...] Age como um distribuidor, comprando audiências locais e regionais, agregando-as e revendendo-as para anunciantes nacionais (JAMBEIRO, 2001, p. 106- 107).

Já a afiliada, por sua vez, além de obter benefícios ao associar seu nome com os programas e astros, amplamente promovidos em nível nacional,

mede o valor da afiliação pela audiência que os programas das redes atraem, e lucra com a venda do tempo que a rede deixa em aberto para anúncios nos intervalos dos programas [...]. Recebe serviços básicos como: apoio técnico para a programação local, um ambiente publicitário que estimula os anúncios locais, compensação financeira baseada no crescimento da audiência, e uma organização de vendas que prioriza anunciantes nacionais [...]. São clientes dos pacotes de programas vendidos pela “cabeça” das redes e, ao mesmo tempo, fonte de audiências que aquelas “cabeças” compram para empacotar e revender a anunciantes nacionais (JAMBEIRO, 2001, p. 108)⁴.

No plano cultural, este modelo significava que todo o país passava a compartilhar, via TV, uma determinada representação de Brasil com características próprias, ou seja, uma identidade nacional. Identidade que poderia ser entendida no singular, porque era construída inteiramente por um poderoso grupo de mídia com hegemonia no sudeste do país, posto que, no ano de 1981, os provedores de programas eram praticamente os grupos Globo, Bandeirantes, SBT e Record. Em decorrência disto, as emissoras detiveram o poder do conteúdo que os brasileiros devem ver. Na prática, o pesquisador Gabriel Priolli afirmaria que eram quatro empresas que aludiam “para o Brasil, em nome do Brasil, como se fosse todo o Brasil”, e que culturas regionais fortes como a nordestina e a gaúcha ficaram à margem da difusão nacional, salvo nas interpretações folclorizantes e redutoras que as emissoras cariocas e paulistas as davam (PRIOLLI, 2000, p. 16-20). Porém, na década de 1980, com o aumento das possibilidades do acesso a tecnologias para produção em vídeo, diversos grupos à margem das grandes redes de TV iriam questionar a hegemonia televisiva.

Diante disso, a reconfiguração do meio televisivo no início dos anos 1980 traria novas concessões cedidas estrategicamente pelo regime militar. Assim, o setor concede espaço a duas novas emissoras comerciais com transmissão a partir de São Paulo e Rio de Janeiro, ou seja, SBT e Manchete, respectivamente. Esta reconfiguração do meio televisivo levou uma série de lutas e pressões para conseguir espaço na mídia televisiva, daí decorre o surgimento de produtoras independentes de vídeo, e, posteriormente, de tevês comunitárias, livres e clandestinas.

4 A ortografia das fontes consultadas para este artigo será mantida nas citações tal como estão no original.

Abre-te Sésamo: as produtoras independentes de vídeo

Os trabalhos produzidos por aquilo que Arlindo Machado denominaria de “primeira geração” de realizadores de vídeo, na década de 1970, consistiam, em sua maioria, basicamente, no registro do gesto performático do artista em tempo real em um único plano e por uma câmera fixa. Era o confronto da câmera com o corpo do artista, ou melhor, “o corpo entre duas máquinas (a câmera e o monitor), de modo a produzir uma imagem instantânea, como a de um Narciso mirando-se no espelho” (MACHADO, 2007, p. 21-22). Para além do uso do desempenho, como alternativa criativa, os artistas associavam a suas obras o conceitualismo e a *body art*⁵, bem como questionavam expedientes dos meios de comunicação de massa. Revelando assim, uma resistência e consciência crítica em torno do poder autoritário da mídia televisiva (MELLO, 2007, p.6-9).

Já a segunda geração, também denominada por Arlindo Machado como “geração do vídeo independente” surge com o intuito de explorar o vídeo na televisão *broadcast*, devido sua amplitude expressiva e seu potencial de agente promotor de mudanças socioculturais (MACHADO, 1998, p.81-82). Portanto, além de acrescentar àquela perspectiva crítica da TV, buscavam uma linguagem nova para o meio, além de gerar alternativas estéticas de relacionar-se com aquela mídia (MELLO, 2007, p. 6- 9; MACHADO, 2007, p. 18). Composto em geral por jovens recém-saídos das universidades, a segunda geração já crescera vendo a TV, e buscava “explorar as possibilidades da televisão como um sistema expressivo, e transformar a imagem eletrônica num fato da cultura” de seu tempo (MACHADO, 2007, p. 18); assim como, pretendia interferir artística e politicamente na realidade social imediata do país através de seus programas, postura que os diferenciam radicalmente dos pioneiros da videoarte, que eram ferrenhos críticos da rede comercial de televisão e difundiam sua arte em espaços como festivais e museus.

Não se pode desconsiderar que o projeto ético-estético do Cinema Novo no Brasil, com seu propósito de reinterpretar a produção cultural, a realidade social e a situação política do país a partir do periférico, do marginal e da perspectiva do não oficial, antecede o movimento do vídeo independente e irá influenciá-lo. Deste modo, os *videomakers* da segunda geração do vídeo independente buscavam como fonte o experimentalismo, preconizado também pelo cinema, o que contribuiria muito para a produção audiovisual televisiva com vários profissionais, ou ainda na subversão dos modelos de representação, de linguagem e dos formatos na TV brasileira, com vistas a grandes inovações estéticas. (FECHINE, 2003, p.3; 2007, p.95).

Vale ressaltar porém, as diferenças de situações tecnológicas encontradas pela primeira geração do vídeo, nos anos 70, quando comparadas ao início da década posterior, quando surge a segunda geração. Tais transformações podem esclarecer alguns elementos importantes da cena artística brasileira na videoarte. Assim, percebe-

5. A criação do movimento Body Art na Europa e nos Estados Unidos, no final da década de 60, representa o reconhecimento da capacidade de comunicação do corpo humano, do próprio artista ou de qualquer outra pessoa, enquanto veículo portador de ideias e de atitudes, explorando de forma direta e livre de preconceitos temas como o gênero e a sexualidade. Foi fortemente influenciado pela cultura do corpo, da nudez, da comunicação corporal e da liberdade sexual, que marcaram os inícios dos anos 60. As manifestações de *Body Art* assumiram geralmente o carácter de performances, onde os artistas se exprimiam de forma pessoal, revelando tendências muito diversas.

se que, a primeira geração do vídeo no país, ainda não tinham o acesso aos equipamentos de edição para disporem em suas obras, situação que mudaria significativamente com a chegada ao país de alguns equipamentos portáteis semiprofissionais, como o *U-Matic*, $\frac{3}{4}$ de polegada, no início da década de 80. Com preços bem menores do que os similares profissionais, então adquiridos pelo parque industrial dos conglomerados de comunicação, abria-se a possibilidade de obtenção, pelo menos em termos, ao acesso deste equipamento aos profissionais considerados “independentes” às grandes redes de comunicação.

Outros equipamentos que merecem destaque, e que modificaram as formas de se fazer videoarte, foram os videocassetes domésticos fabricados no Brasil no ano de 1982, no qual utilizavam o formato VHS, de $\frac{1}{2}$ polegada, e as primeiras câmeras VHS de vídeo comercializadas de forma oficial no país, ambas as iniciativas da marca Sharp, na qual disseminavam seus aparelhos nos lares brasileiros. Segundo Mello, com tal oferta, a indústria permitiria que pouco a pouco houvesse “a substituição dos processos caseiros de captação e edição de imagens em super-8, pela captação e edição de imagens em vídeo” (MELLO, 2008, p. 96).

Dentre as produtoras independentes que atuaram na segunda geração do vídeo, é possível citar como exemplo significativo e pioneiro, a TVDO (lê-se Tudo TV) e a Olhar Eletrônico, ambas sediadas em São Paulo e atuando com diálogo e troca de experiências artísticas e estéticas. Embora, muitas vezes, se estabelecesse uma relação de rivalidade entre elas, que segundo o *videomaker* Marcelo Tas, constituía-se no combustível gerador de motivação e criatividade para o par de produtoras (TAS, 2007, p. 211). As produções de ambas expressavam elos estéticos que dizem respeito ao questionar e fazer confundir as verdades e as mentiras das informações transmitidas pela mídia televisiva, representando assim, uma espécie de resistência e ativismo político contra o poder hegemônico informacional a que o país estava submetido pelas redes de comunicação *broadcast*. Deste modo, as independentes TVDO e Olhar Eletrônico interferiram de forma tão radical na programação alternativa da TV, que para a pesquisadora Christiane Mello, seus projetos nesse campo são os mais experimentais do meio televisivo brasileiro (MELLO, 2007, p. 12).

Considerado um dos mais importantes grupos da segunda geração do vídeo no Brasil, a produtora TVDO (lê-se também Tvudo) era constituído pelos videastas Tadeu Jungle, Walter Silveira, Ney Marcondes, Paulo Priolli, e, posteriormente, Pedro Vieira. Com uma ligação estreita ligada aos meios vanguardísticos da cidade de São Paulo que despontaram no início dos anos 80 (MACHADO, 2007, p. 19), tal projeto foi criado no ano de 1979 dentro da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA- USP) e tratava-se de uma experiência plural e interdisciplinar que se inseriu além do meio televisivo em discussões no campo da videoarte, com trabalhos expressivos como: Ateliê de TV, Bvcetaz Radcays, Programa do Ratão, Teleshow de Bola, Quem Kiss Teve, Ivald Granato in Performance e Duelo dos Deuses.

Com a ideia de entrar no meio televisivo e buscar uma produção mais alternativa, a TVDO, “incorporou certos procedimentos da montagem e do discurso mais delirante da videoarte a formatos, já legitimados dentro da TV mais comercial” (FECHINE, 2007, p. 94). Sobre o grupo, afirma Arlindo Machado,

Responsável pelas experiências mais radicais do ponto de vista da invenção

formal e da renovação dos recursos expressivos do vídeo. Mas a familiaridade do grupo com a televisão e com as normas em geral da cultura de massa, a sua resoluta decisão de operar na fronteira entre a cultura popular e erudita, bem como também a sua vontade de intervir criticamente na realidade do país, tudo isso acaba contribuindo para tornar mais “acessíveis” e generalizáveis as conquistas formais e temáticas que se dão na vanguarda da invenção estética, sem incorrer, todavia, em diluição (MACHADO, 2007, p. 19).

O programa “Abertura”, de criação e direção de Fernando Barbosa Lima, foi ao ar de fevereiro de 1979 a julho de 1980, com transmissão pela TV Tupi, sendo o primeiro programa jornalístico sobre política e cultura produzido após a extinção do AI-5. Nele vários intelectuais, com posturas completamente divergentes do regime militar, tinham espaço no programa através de quadros, como, por exemplo, Glauber Rocha, Ziraldo, Villas Boas Corrêa, Antônio Callado e Fausto Wolf. O programa fora ao ar quando a emissora passava já por um contexto de crise e com diversos problemas de greves em seu quadro de funcionários, devido à falta de pagamento dos salários, situação que, em parte, resultaria no seu fechamento, devido a não renovação de sua concessão pelo governo militar.

Uma das influências mais marcantes para a TVDO foi, sem dúvida, o trabalho de Glauber Rocha, não exatamente do cinema, mas sim em seu quadro no programa televisivo “Abertura”, no qual o cineasta baiano protagonizou exposições e intervenções demolidoras, com apresentações provocantes e controvertidas, “inaugurando um estilo de apresentação bastante provocador, isento de formalidades, falando alto, a câmera enquadrando-lhe o rosto em closes muito fechados, como se lhe fossem tocar o nariz” (MACHADO, 2007, p. 33). Desta forma, a TVDO torna-se impensável sem a influência glauberiana. Além de Glauber Rocha, outro grande mentor de práticas artísticas com o vídeo, que também iria influenciar a produtora paulista, era o apresentador de programas de auditório: Chacrinha. Para Christiane Mello, ambos exploravam ao máximo,

O ruído da informação, a imagem conflituosa, a ruptura das regras tradicionais de se comportar diante de uma câmera de TV [...] e conseguem, com suas participações libertárias na televisão brasileira, dizer que existe uma forma de produzir pensamento audiovisual não originado nem no cinema, nem nas regras rígidas concebidas pela própria televisão. Antes de tudo, eles chamam o fato para uma nova linguagem: o vídeo (MELLO, 2008, p. 95).

Considerado a melhor tradução para a mídia eletrônica em termos de espírito demolidor e anárquico de Glauber Rocha (MACHADO, 2007, p. 19), Tadeu Jungle, integrante e um dos fundadores do TVDO, ao lembrar a respeito do grupo e suas influências, descreve da seguinte maneira o contexto cultural à época,

Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, ECA/USP, 1980, cinzas da ditadura. Quatro estudantes, um de cinema e três de televisão, se uniam para fazer TV. Nosso lema era: “Tudo pode ser um programa de televisão”. Tudo. O que acontecia era. O que não acontecia, também era. TV. Para nós, não havia limites. Achávamos que podíamos tudo. Nascemos no meio acadêmico batizado pela cultura de massa. Principalmente pela televisão. Eram ainda tempos de “filme de autor”, lembranças da tropicália, e vídeo era apenas o nome de uma fita. No nosso caldeirão de referências

havia J.R. Aguilar, Glauber Rocha, Godard, Eisenstein, Dziga Vertov, Augusto de Campos, Maiakovski, Zé Celso Martinez Corrêa, Oswaldo de Andrade, Caetano Veloso, Rolling Stones e.... Em lugar de honra: Chacrinha (JUNGLE, 2007, p. 203).

Como toda a geração do vídeo independente, a TVDO também fazia televisão, porém fora da TV, e aos poucos foi conseguindo espaço tanto nas emissoras comerciais como públicas. Porém, o mundo da TV se insere ao mundo do entretenimento e da comunicação e não da arte, aí ficaria a dúvida entre experimentalismo e televisão. Visto tal imbricação, os *videomakers* não caminharam em tal dicotomia, e de forma criativa, produziam na possibilidade de convergência de ambos. No que tange ao circuito da TV, a produtora independente TVDO teria participações em programas como “Mocidade Independente” e “90 minutos”, veiculados à TV Bandeirantes, “Avesso” e “A Fábrica do Som”, na TV Cultura e “Realidade”, na TV Gazeta (MELLO, 2007, p. 11).

“Mocidade Independente”, Rede Bandeirantes, 1981.

Para pensar o programa televisivo musical “Mocidade independente”, será pontuado de antemão, o que Jérôme Bourdon conceituou de *co-texto* televisivo, ou seja, tudo que esteja inserido na questão da emissão de um programa como a influência das demais emissoras, de profissionais de TV, do público telespectador, e que, mormente, não são consideradas por diversos pesquisadores. Posteriormente, a análise discorrerá sobre a materialidade do programa em si em termos de linguagem e emissão de seu *texto* televisivo, para por fim, se chegar ao mapeamento do *contexto* social no qual o programa foi difundido.

Em janeiro de 1981, Walter Clark assumiria a direção geral da TV Bandeirantes, anunciando uma programação baseada em jornalismo, esporte e serviços com muita preocupação na informalidade, calor humano e criação. Na realidade, Clark deu a impressão de estar disposto a criar na emissora Bandeirantes um antipadrão Globo, procedendo à autocrítica e a revisão daquilo que ele próprio criou, pois, com a implantação do padrão Globo de qualidade, a autocensura e a abolição dos auditórios, além de eliminar a espontaneidade, fez com que a TV Globo passasse a submeter sua produção a um conjunto de convenções formais que lhe garantiu um estilo próprio. Porém, de certo modo, acarretava na padronização de alguns formatos de programas da emissora (RIBEIRO, 2010, p.119).

Após seis meses de direção geral Walter Clark na Bandeirantes, o crítico televisivo da Folha de São Paulo, Gabriel Priolli, faria um balanço da nova programação da emissora no jornal. E concluía que, de todos programas estreados o mais ousado seria sem dúvida, o musical “Mocidade Independente” uma criação do inquieto Nelson Motta. Não por acaso, o musical foi escolhido para abrir o pacote de estreias. E acrescentava Priolli que

Começar uma nova programação pelo que ela tem de mais radical, inovador, talvez funcione como um balizamento, a atrair para o seu caminho todo o resto. Se a Bandeirantes queria impacto e com esse impacto sensibilizar também seus próprios quadros, acertou na escolha (PRIOLLI, 1981a, p. 34).

A concepção do programa estava a cargo do compositor, produtor musical e de grande capital social nos meios de comunicação eletrônicos Nelson Motta. Este já havia vencido o Festival Internacional da Canção em 1966 com a canção “Saveiros”, em parceria com Dorival Caymmi, quando também ganhariam um coro de vaia. Nelsinho, como também era chamado, já possuía neste período grande capital social tanto no meio musical como no televisivo, visto que já havia sido jurado de festivais musicais televisivos, bem como apresentador dos programas de TV “Papo Firme” e “Sábado Som”, ambos na TV Globo. Soma-se ainda, a criação da primeira trilha sonora especial para uma telenovela: “Pigmalião 70”.

Na “reportagem” da revista Veja “A fonte da Juventude”, de 01 de julho de 1981, diferente das edições anteriores, que contava com pouco espaço sobre o meio televisivo na revista, nesta edição a estréia do programa contava com quatro páginas inteiras sobre o musical. Embora sempre antenado às novas tendências musicais, segundo a revista Veja, Nelsinho teria outros motivos para a produção do programa. Pois,

Decidido a estender a filosofia do programa a outros meios de comunicação, Nelson Motta prepara-se agora para lançar sua própria gravadora de discos, o selo Hot. Para isso conta com a ajuda de Leonardo Netto, ex-gerente de Marketing da gravadora WEA e seu sócio em todos os projetos empresariais. Juntos, eles pretendem criar uma alternativa dentro da atual crise do disco no país. A estratégia é despadronizar o tamanho e o número de faixas dos discos, barateando-os, e criar uma estrutura simples, que lhes permitam lucrar com vendas muito inferiores às das grandes gravadoras. O primeiro lançamento do selo Hot está previsto para julho: um compacto com o grupo Gang 90 e Absurdetes, do qual faz parte a namorada de Motta, a paulistana May Pinheiro (A FONTE..., 1981, p.118).

Além do programa “Mocidade” e da nova gravadora, o selo *Hot*, Nelson Motta mantinha uma coluna no jornal O Globo, além de ser sócio proprietário do Noites Cariocas, uma boate instalada ao ar livre no alto do morro da Urca e da casa de show Paulicéia Desvairada em São Paulo. Ou seja, em tempos de indústria cultural consolidada no Brasil, era uma estrutura que pensada em termos musicais, Nelson Motta contava com gravação dos álbuns (selo *Hot*), local para shows (boate Noites Cariocas ou Paulicéia Desvairada), crítica especializada impressa (jornal O Globo) e promoção e difusão no meio televisivo (“Mocidade Independente” na Rede Bandeirantes).

A princípio, o programa entraria no ar às 16 horas, mas como para Walter Clark o programa havia ficado tão bom, que decidiu-se colocá-lo concorrendo com a telenovela “Baila Comigo” às 20 horas. Era uma estratégia de segmentação do público na busca de tentar guinchar a juventude que não assistia telenovela para o musical, ou seja, se configuraria, de certo modo, como um programa para jovens. Torna-se evidente a relação que o programa estabelecia com a grade das outras emissoras, em especial, ao programa de maior IBOPE do horário: a telenovela da Rede Globo. Bourdon utiliza o conceito de *co-texto* televisivo para designar esta concorrência entre as grades das emissoras, tanto no nível da produção (por parte dos profissionais) quanto no âmbito da recepção (por parte dos telespectadores) com o intuito final de combinarem os programas de acordo com seus interesses (BOURDON, 2011, p.18-19). No caso do programa “Mocidade Independente”, o combate no mesmo horário com a telenovela da Rede Globo, justamente no sábado quando era apresentado um capítulo esticado até às

22 horas, isto é, ocupando todo o horário do musical, vai ser fundamental para o futuro do programa, ou melhor, para o não futuro do programa. Que ficará no ar apenas oito edições por falta de altos índices de audiência (PRIOLLI, 1981b, p. 32).

Ao pensar a relação entre programação televisiva e publicidade, José Mario Ortiz Ramos afirma que a produção de entretenimento e as necessidades dos anunciantes sempre caminham lado a lado (RAMOS, 2004, p. 42). A partir desta reflexão aparentemente simples, pode-se pensar o papel e a influência do mercado publicitário no sistema televisivo comercial. Ramos destaca também que, no início das transmissões televisivas, a ação dos anunciantes não foi secundária, ao contrário, foi direta com as agências do setor criando e produzindo os programas televisivos. Posteriormente, acrescenta ainda que os profissionais da área de publicidade, como Boni e Walter Clark, conferiram à TV Globo amplas visões de *marketing* além de uma racionalidade administrativa empresarial. Soma-se ainda, o avanço da pesquisa de mercado, a noção de público-alvo e as inovações da emissora na venda de audiências qualificadas em diversos horários, com a venda do tempo comercial e não mais a programação, ou seja, à venda de audiência.

Principalmente após a reorganização da programação no início dos anos 80, as emissoras iam compor suas grades de programação em consonância com as demais emissoras, imitando alguns gêneros e formatos de sucesso ou, ao contrário, colocando-se como uma alternativa para não disputar o mesmo público-alvo. O diretor de vendas Rubens Carvalho, que trabalhou na Rede Bandeirantes na gestão inovadora de Walter Clark, entre 1980 e 1981 e, posteriormente em 1983, no criticado SBT, esclarece a influência do mercado publicitário na programação das emissoras privadas e define bem o período através de seu depoimento:

Quando eu estava na Bandeirantes e o projeto de Walter Clark falava em qualificação do público, o mercado me pedia índices de audiência mais altos. Agora que estou aqui e o SBT já pode exibir altos índices de audiência, o mercado nos exige qualificação (SBT INVESTE..., 1983, p. 12).

Segundo Nelson Motta, a ideia do programa nasceu com as aparições de Glauber Rocha no programa “Abertura” na TV Tupi em 1979, pois se dizia impressionado com a loucura, a anarquia que Glauber Rocha fazia com a televisão. E assim acrescentava,

Fiquei dez anos na Globo, que me deu uma boa formação mas também um senso preciso de como a TV oficial é amarrada. Não diz nada aos jovens. A única ruptura que vi na linguagem oficial da TV foi a atuação de Glauber Rocha no programa “Abertura”, e ele me inspirou muito na concepção do “Mocidade” (A FONTE..., 1981, p.118).

Para adentrar na questão do *texto* televisivo com o intuito de analisar a materialidade do programa em si, é preciso primeiramente, identificar os profissionais que atuaram na produção do programa. Portanto, a produção do “Mocidade independente” contou com a presença de outros artistas além do apresentador Nelson Motta, como o grupo musical-teatral Asdrúbal Trouxe o Trombone e a produtora independente de vídeo TVDO ou TV Tudo. Deste modo, o primeiro grupo estaria na responsabilidade de

fazer pequenas cenas de humor, além de satirizar alguns aspectos econômicos, políticos e sociais, ou mesmo de da própria televisão. Fundado por Regina Casé e Luís Fernando Guimarães o grupo teatral através de criações coletivas e aparições informais buscavam desconstruir a dramaturgia, sobretudo a comédia. Já os *videomakers* revezariam entre a assistência de produção, direção e edição do programa. Explicava Tadeu Jungle na época, “a grande ambição da TV é ter fórmulas, formatos, para construir uma indústria de programas e facilitar as coisas. Nós oferecemos uma opção ao esquema, que pode ser usada eventualmente pelas emissoras” (A FONTE..., 1981, p.117).

Se a concepção do programa estava a cargo de Motta, a materialização só foi efetivada graças aos integrantes da TVDO. Com uma proposta atrevida de renovação, o programa seria bem recebido pela crítica especializada, como pode-se perceber, através da crítica do jornal Folha de São Paulo apenas três dias após a inauguração do musical,

Mocidade independente não apenas divulga vanguarda, mas se quer vanguarda. A diferença é essencial. Já que a linguagem de um programa condiciona seu conteúdo. Fazer TV em linguagem careta equivale apresentar uma nova teoria literária com um texto escrito em ortografia antiga, ou aberração semelhante. E a TV, com o advento do padrão Globo de Qualidade é uma área da produção cultural onde não se vê, há muito tempo, nenhuma grande inovação de linguagem. O que mais há são cópias, com um ou outro retoque na maquiagem (PRIOLLI, 1981a, p. 34).

A vinheta de abertura do programa era uma espécie de pássaro no formato de M e I, ou seja, as letras iniciais do programa que sobrevoava longamente até flutuar no ar e começar a chocar um ovo, que dentro de instantes trincaria sua casca para dar vida ao “Mocidade Independente”, tudo em cores fortes e marcantes; tudo ao som de uma canção de *rock* chamada tesouros da juventude, que constituiria a primeira parceria entre o letrista Nelson Motta com o músico Lulu Santos.



Figura 1: Frame da vinheta de abertura. Fonte: Biblioteca Municipal Digital Nair Lacerda em Santo André (SP). “Mocidade independente”, 1981, VHS, 21”. Acesso em 14 de abr. de 2016.

Após a vinheta ocorriam frequentemente algumas chamadas em *off* que eram pronunciadas - sempre carregadas de um tom irônico - com dizeres como: Atenção senhores pais, este programa não provoca qualquer tipo de dependência física ou psicológica: é independente, ou então, atenção senhores filhos, este programa não contém cenas de sexo explícito nem nu frontal.

Ao buscar ousar na produção e apresentação do programa percebe-se que não havia roteiro e quase nada era pré-planejado. Os programas eram gravados na casa de *rock* Paulicéia Desvairada, em São Paulo, onde os músicos e convidados passavam a tarde e improvisavam atuações ao vivo. O público presente também era escolhido das diversas áreas culturais e artística pela produção do programa. A apresentação estava a cargo de Nelson Motta que como um anfitrião ora entrevistava, ora orientava as apresentações. Embora, planejasse no decorrer das edições dos programas, deixar de aparecer no vídeo a ponto do programa se configurar como um documentário-musical.

Assim, o programa que abriria a nova programação da emissora a cargo de Walter Clark seria o “Mocidade Independente”. Em termos musicais, já na estreia do programa, no dia 27 de junho de 1981, se apresentariam “ao vivo”⁶ Arrigo Barnabé e Caetano Veloso, *takes* dos grupos norte americano de *funk* Kid Creole and The Coconuts, e o *rock* Blondie, além de uma homenagem do artista plástico José Roberto Aguillar a Bob Marley. Assim Gabriel Priolli descreveria o programa de abertura,

Mocidade Independente tem um ritmo vertiginoso. No programa de abertura de sábado, isso não foi tanto um resultado da música de Arrigo Barnabé, Caetano Veloso, Kid Creole (August Darnell) and The Coconuts ou Blondie, mas um ineticuloso trabalho de edição de imagens. É justamente na edição, além da câmera portátil que faz as cenas de detalhes, que está o charme do programa. Nela está também o trabalho da TVDO (TV Tudo), o grupo de jovens produtores de TV incorporado à equipe do programa. Foram eles que instalaram um saudável espírito de anarquia na equipe, materializando a concepção de Nelson Motta (PRIOLLI..., 1981a, p. 34).

Acrescentava ainda Priolli que o “Mocidade” visava divulgar a vanguarda cultural e artística brasileira, o trabalho daqueles com sensibilidade geralmente além da mediana, que agradava uma parte dos telespectadores e horroriza a outra, e que desde o AI-5 e a escalada da repressão político-cultural, que a produção da vanguarda estava afastada dos meios de comunicação de massa. Reduzir essa distância já seria um objetivo mais do que suficiente para legitimar qualquer programa de TV” (PRIOLLI, 1981a, p. 34).

Outras atrações artísticas fizeram parte do musical como a homenagem que Aguillar fez para Bob Marley. Enquanto o clipe de Jimmy Cliff cantava músicas de Bob Marley, o artista Roberto Aguillar fazia uma intervenção de grafite com o rosto do jamaicano na parede do Paulicéia Desvairada, somando-se ainda, as participações teatrais de Paulo Priolli e à poesia de Tavinho Paes. Outra homenagem feita no programa, foi a reportagem referente ao artista tropicalista Hélio Oiticica em que Wally Salomão recita uma poesia. Segue-se abaixo o *frame* do poeta.

6. Diferente da maioria dos programas de auditório, os músicos não utilizavam o “play back” e tocavam ao vivo no programa. Porém, eram editados e somente iriam ao ar dias depois.



Figura 2: Frame do poeta Wally Salomão Fonte: site da Associação Cultural Videobrasil. Disponível em: < <http://site.videobrasil.org.br/acervo/obras/obra/89715>>. Acesso em 20 de fev. de 2016.

Em sua intervenção artística, Wally Salomão abre uma cortina de fitas coloridas e despeja sua poesia encarando o telespectador. E assim recitava o poeta: também num assim chamado mundo das artes plásticas, o samba tem só uma nota: HO, ou seja, Hélio Oiticica. Quero dizer com isso que o golpe de fada, quer dizer com varinha de código, não se produz nenhum Mondrian, Malevich ou Duchamp. Hélio Oiticica é o rio de fogo que se tem que cruzar para atingir o território da invenção. Na edição do programa e após trabalho de pós produção, ocorre um corte brusco de imagem, ao som de uma rajada de tiros e sons de sirene quando na tela aparecem fortes cores que rapidamente se transformam em preto e branco ao passo que os barulhos aumentam.

A fim de mapear o que Bourdon denominou de *contexto* televisivo do programa, ou seja, a reconstituição do espaço social de recepção será pontuada como a imprensa do período recebeu o programa. A Folha de São Paulo descreveria que pela primeira vez, “a televisão preocupa-se em fazer um programa para o público jovem com uma nova linguagem”, sendo capaz de incorporar à própria estrutura dos espetáculos as loucuras normalmente oferecidas no conteúdo, e acrescentava que “os jovens não terão apenas assuntos de seu interesse tratados na linguagem convencional de TV, mas verão uma integração de conteúdo e linguagem” (A MOCIDADE..., 1981). Para Priolli, “criaram uma linguagem “telefágica” que está devorando a TV tradicional, para gerar uma nova, inquietante, instigante. Ainda não fizeram 10% do que podem e devem fazer” (PRIOLLI, 1981a, p.34) ou segundo a revista Veja em suma, era um “Fantástico” de vanguarda, sem farmácia e, também, sem a poderosa estrutura a Globo (A FONTE..., 1981, p.117).

Na segunda semana, o programa contou com a presença de Itamar Assumpção e Raul Seixas. E se parte do público gostava do formato do programa, outra parte deveria ficar ficaria impressionada com a ousadia dos convidados. Ao som de um pesado *Rock and roll*, Raul Seixas começaria o programa gritando diversas palavras de ordem como: “Eu quero matar a minha vizinha. Eu quero cuspir no copo de meus amigos! Eu quero matar minha mãe! Eu não acredito mais em nada! Eu sou Punk!”. Tudo ao mesmo tempo invocava um desempenho em que bagunçava os cabelos despenteados e intercalava

socos no próprio peito, em uma sequência de frases aos gritos e gemidos do cantor baiano de “Meu Deus”. Não mais guitarrista e tal como um maestro, Raul Seixas num jogo cênico com as mãos faz com que a música pareça uma mágica, que sumia aos poucos, até acabar na palma de sua mão, quando é jogada no chão em sintonia com a banda que encerra a apresentação da canção.

No mesmo programa, mais um corte brusco e segue Motta a perguntar serenamente o que o baiano achava da abertura política, que responde: Eu fiz um disco em homenagem a ditadura brasileira chamado *Abre te Sésamo, O Ali babá e os 40 ladrões*. E após um pequeno diálogo sobre a crise brasileira, e uma discreta cusparada no chão do programa, Raul começa a cantar a música *Aluga-se*, contendo em sua letra uma crítica impiedosa e sarcástica à relação econômica brasileira durante o regime militar com outros países, especialmente com os Estados Unidos. Na performance do programa, a letra da música é modificada da versão original do LP, e no lugar de “está tudo pronto aqui é só vim buscar”, o baiano improvisa a letra “está tudo pronto agora é só vir roubar. A solução é alugar o Brasil”, ao passo que enquanto a banda segue em solo de guitarra, Raul se joga ao chão com os pés levantados para cima. Realmente era o caos e a não linearidade da narrativa. Posteriormente, o cantor baiano dá de presente ao apresentador Nelson Motta uma aranha fazendo alusão à música censurada “Rock das Aranhas”, a qual, apesar de constar no LP supracitado, era proibida de ser tocada em lugares públicos, o que não impediu o apresentador e Raúzito de cantarolarem o sucesso e terminarem com altas gargalhadas debochadas. Por fim, segue-se à apresentação musical das canções *Abre-te Sésamo* e *Metamorfose Ambulante*.

Itamar Assumpção e a Banda Isca de Polícia, por sua vez, ao apresentarem a música *Luzia*⁷, que diferente da música do LP onde Itamar tem grande participação como instrumentista, nesta performance o personagem Beleléu apenas canta e assume sua postura cênica. A ambientação do cenário fica a cargo dos edifícios de São Paulo pintados na parede da casa de show Paulicéia Desvairada. Deste modo, ao pensar o produto final, observa-se planos inusitados e instigantes onde a vanguarda musical se entrelaçava com a linguagem televisiva que também se queria vanguarda, ao passo que, apareciam na tela as provocativas frases: *O Som aumenta e Aumenta o som*. A participação contava ainda com gravações em *takes* de depoimentos de Itamar sobre diversos assuntos urbanos da metrópole paulista.

7. Na performance da música *Luzia* do LP “Beleléu, Leléu, eu”, Itamar Assumpção além de cantar grava as linhas de percussão, baixo, piano e guitarras. Este álbum foi lançado pelo selo Lira Paulistana em 1981.



Figura 3: Frame da cantora Baby Consoelo Fonte: site da Associação Cultural Videobrasil. Disponível em: < <http://site.videobrasil.org.br/acervo/obras/obra/89715>>. Acesso em 20 de fev. de 2016.

Acima segue a imagem da cantora Baby Consoelo – que cantava acompanhada de violão a música *Minha oração* – que aos poucos ia sendo desconfigurada devido à maleabilidade do vídeo e voltava as cores naturais e vice e versa. Tal procedimento só era possível graças às possibilidades de intervenção no vídeo, e conforme analisa o pesquisador de comunicação e semiótica Arlindo Machado, a constituição física eletrônica, diferentemente das imagens fotoquímicas,

É muito mais maleável, plástica, aberta a manipulação do artista, resultando, portanto, mais suscetível às transformações [...]. Pode-se nela intervir infinitamente, subverter seus valores cromáticos, inverter a relação figura e fundo, tornar transparentes os seres representados [...], assim, se definirá rapidamente como uma retórica da metamorfose: em vez da exploração da imagem consistente, estável e naturalista da figura clássica, ela se definirá resolutamente na direção da distorção, da desintegração das formas, da instabilidade dos enunciados e da abstração como recurso formal (MACHADO, 2007, p. 25-26).

Outras apresentações musicais interessantes do programa foram a dos benditos Luís Melodia e Jorge Mautner; em *take* de Luís Melodia sem camiseta ao som da música *Fadas*, que em termos de linguagem televisiva, em parte, lembrava o programa “Ensaio” de Fernando Faro, na busca de *closes* e detalhes do cantor; e Jorge Mautner deitado sem camiseta em um sofá de oncinha divulgando seu LP Jorge Mautner: *Bomba de estrelas*, já seria algo inusitado. Agora se soma à imagem, uma baixa varredura em que a câmera lenta disforma e modifica a voz do músico tornando-o quase que uma alucinação psicodélica. De sua boca, a sátira camuflada do compositor ao lembrar-se do episódio da bomba Rio Centro em que militares contrários a abertura política planejavam injetar as bombas em um show no dia do trabalhador de 1981, porém, a bomba explodiria dentro do carro dos militares. O texto era: Senhor general da bomba, da bomba de estrela é lógico, sou eu quem está lançando este novo disco: Jorge Mautner: *Bomba de estrelas*, que é um disco incrível e conta com o seguinte convidado: Robertinho de Recife, Nelson Jacobina e participações de Gilberto Gil, Moraes Moreira, Caetano Veloso, Pepeu

Gomes, Zé Ramalho e Amelinha.

Outro elemento importante do programa diz respeito aos músicos internacionais, estes também eram divulgados toda semana no programa. Cabe lembrar que Nelson Motta já tinha apresentado um programa com estas características na TV Globo no início dos anos 1970, o “Sábado Som”.

Sobre o fim precoce do programa, credita-se em parte, à falta de infraestrutura técnica e administrativa da Rede Bandeirantes ou mesmo a concorrência com a novela global e seu capítulo especial de sábado. Glauber Rocha e seu quadro no “Abertura” também não durou muito na TV, ou melhor, não teve muito tempo de transmissão. Entretanto, para além de analisar os programas com maiores índices de audiência, da melhor emissora ou coisa que os valha, este artigo procurou focar um programa que furou o bloqueio da televisão comercial, e que mesmo não tendo índices de audiência compatíveis ao horário nobre, conseguiu seu espaço, ainda que brevemente. Na secção “Cartas” ao jornal Folha de São Paulo, o mesmo telespectador do musical que após o quarto programa escrevia: “Mocidade independente tá com tudo! Estilhaça” ou um programa “oswaldianamente delicioso” (A FORÇA..., 1981, p. 27), após o término do programa, se manifesta sua indignação e dispara assim sua crítica na mesma coluna do jornal três meses depois,

Tirá-lo do ar é revelar com todas as letras (e imagens) o poder da burrice platinada que impera na Bandeirantes. [...] E mais: Mocidade Independente bebe na iluminada inteligência do brilhante Glauber Rocha. (E preciso beber em Glauber). [...] Por isso um programa cheio de ousadia, criatividade permanente (BURRICE PLATNADA..., 1981, p. 27).

No dia 22 de agosto de 1981 morria, no Rio de Janeiro, o cineasta, ator e escritor Glauber Rocha vítima de um choque séptico, cujos sintomas começou a sentir em Sintra, Portugal, onde realizava filmagens. No mesmo dia, em São Paulo, o programa “Mocidade independente” transmitia sua última edição na Rede Bandeirantes. Apesar da rápida passagem televisiva de Glauber Rocha, no “Abertura”, na Tupi, ela modificaria completamente o futuro da linguagem televisiva no país, bem como influenciaria a produtora paulista TVDO em seus futuros trabalhos.

Assim, como auxílio conceitual do historiador francês Jérôme Bourdon (BOURDON, 2011) foi possível tentar pensar o programa musical “Mocidade independente” em sua totalidade ou pelo menos sob diversos ângulos. Pois, inserido em um momento peculiar da história da música brasileira, onde a indústria cultural no país já estava consolidada e novas propostas - econômicas, ideológicas ou estéticas - tinham pouco espaço de difusão nos grandes meios de comunicação social, em especial na televisão, o programa musical se tornou simbólico e influenciaria na concepção e criação do programa musical “A Fábrica do Som” dois anos após pela TV Cultura.

Sob a ótica musical, o programa abriria espaço no meio televisivo para que diversos músicos difundissem seus trabalhos em rede nacional, visto que no período, a Rede Bandeirantes já possuía um total de 22 emissoras entre próprias e afiliadas. E, em termos de público, chegava-se a casa de milhões de telespectadores. Assim, ao abrir espaço para diversos músicos independentes, o programa se diferenciava de toda a programação da grade tanto da própria emissora como das demais concorrentes. E

a concretização do programa só foi possível, graças à nova proposta de programação de Walter Clark, que abriu espaço a ideias inovadoras. O programa “Mocidade independente” também é pioneiro no que se refere à introdução das denominadas produtoras independentes de vídeo dos anos 1980 no setor televisivo, pois a TV Tudo inauguraria, e modificaria esta relação entre independentes e a TV *broadcasting*.

Por fim, o inovador *texto* televisivo do programa foi muito bem recebido pelo *contexto* de crítica televisiva da época, uma vez que a concepção de Nelson Motta - completamente influenciado pelas aparições de Glauber Rocha na TV - se materializava nas mãos da TVDO em algo inovador e experimental⁸. Buscava-se assim, através de uma estética própria e com elementos e ritmo alucinante influenciados pela videoarte, a ilustração das músicas com os videocliques. Porém, não era mais a mera descrição das letras musicais em imagens, conforme ocorriam nos quadros musicais do programa “Fantástico” da Rede Globo no mesmo período. No “Mocidade independente”, tal como as figuras de linguagens para a literatura, as imagens realçavam o texto televisivo e dependendo do vídeo difundido na tela, experimentalmente, a própria produção do sentido musical era transformado.

Referências

A FONTE da Juventude. In : VEJA. São Paulo: Abril, n. 669, 1 de jul. de 1981.

A FORÇA jovem. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 de jul. de 1981, Folha Ilustrada, Cartas, p. 27.

A MOCIDADE alegre na música chega à TV. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 27 de jun. de 1981, Folha Ilustrada, p. 32.

ANUÁRIO BRASILEIRO DE MÍDIA. São Paulo: Meio Mensagem, 1983, Anual.

BOURDON, Jérôme. *Du service public à la télé-réalité: Une histoire culturelle des télévisions européennes, 1950-2010*. Paris: INA Éd., coll. Médias Histoire, 2011.

BUSETTO, Áureo. *Relações entre TV e o poder político: dados históricos para um programa de leitura dos produtos televisivos no ensino e aprendizagem*. In: PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA. Núcleos de ensino: artigos de 2005. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2007.

BURRICE platinada. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 05 de set. de 1981, Folha Ilustrada, Cartas, p. 27.

DIAS, Márcia Tosta. *Os Donos da Voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2008.

FECHINE, Yvana. *Televisão e experimentalismo: O núcleo Guel Arraes como paradigma*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG, 2003.

_____. O vídeo como projeto utópico de televisão. In: MACHADO, Arlindo. *Made in Brasil: Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

FENERICK, José Adriano. A ditadura, a indústria fonográfica e os “Independentes” de

⁸ No ano de 1981 quando o programa “Mocidade independente” ia ao ar propondo videocliques experimentais para as canções, nos Estados Unidos era inaugurada a primeira emissora musical: a MTV.

- São Paulo nos anos 70/80. *Métis: história e cultura*. V. 3, n.6, p. 155-178, jun./dez. 2004.
- _____. *Façanhas às próprias custas: A produção musical da vanguarda Paulista (1979-2000)*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.
- JAMBEIRO, Othon. *A TV no Brasil do século XX*. Salvador: EDUFBA, 2001.
- JUNGLE, Tadeu. Vídeo e TVDO: anos 80. In: MACHADO, Arlindo. (org.) *Made in Brasil: Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.
- MACHADO, Arlindo. *A arte do vídeo no Brasil*. In: Catálogo da XVI Salão de Artes Plásticas, FUNARTE: Rio de Janeiro, 1998.
- _____. (Org.). *Made in Brasil: Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.
- MELLO, Christiane. *Vídeo no Brasil: experiências dos anos 1970 e 1980*. INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: V Congresso Nacional de História da Mídia – São Paulo, 2007.
- _____. *Extremidades do Vídeo*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.
- MOSTAÇO, Edélcio. “Alternativa: Independência ou Morte - notas sobre o circuito da ideologia”. In: *Arte em Revista. Independentes*, Ano 6, nº. 8. SP: CEAC/USP, 1984, p. 4-5.
- PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. IN: BUCCI, Eugênio (org.). *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira em seu cinquentenário*. São Paulo: Perseu Abramo, 2000.
- _____. Bom saldo nas novidades do 13. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 30 de jun. de 1981a, Folha Ilustrada, Televisão/Crítica, p.34.
- _____. Um musical com a marca de Glauber. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 1981b, Folha Ilustrada, p. 32.
- RAMOS, José Mario Ortiz. *Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980*. 2ª. Edição. São Paulo: Annablume, 2004.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A Renovação estética da TV. In. RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco, (org.) *História da Televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje*. São Paulo: Contexto, 2010.
- SBT investe para consolidar imagem. *Meio e Mensagem*, 1ª quinzena de fev. de 1983, p. 12.
- TAS, Marcelo. A minha história da Olhar Eletrônico. In: MACHADO, Arlindo. (org.) *Made in Brasil: Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.
- VAZ, Gil Nuno. *História da Música Independente*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- VICENTE, Eduardo. *Da vitrola ao ipod: Uma história da indústria fonográfica no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2014.