

**A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA LAMBADA:
DA CRIAÇÃO REGIONAL À DIFUSÃO NACIONAL**

Laisa Epifânio Lopes ¹

Resumo: O sucesso da lambada ocorreu ao longo da década de 1980, se concentrando mais intensamente no final dela. Em minha percepção, as pesquisas históricas a respeito da música popular focam na chamada “Era de ouro do Rádio”, entre os anos de 1940 e 1950, e nos movimentos musicais de resistência à ditadura militar. Entretanto os anos de 1980, igualmente têm muito a oferecer em suas transformações e dinâmicas. Esse período é marcado por novos acréscimos tecnológicos, como os tocadores de áudio portáteis que aceleraram os processos de difusão de conteúdo musical ainda mais, pelo barateamento de algumas tecnologias de comunicação, e a conseqüente acessibilidade a elas, e pela redemocratização do país ao final da década. Assim a difusão musical neste período foi uma das mais diversas e intensas até então, e solidificou tendências locais de relação com a música popular. Se hoje percebemos que alguns ritmos ganharam a preferência musical de muitos ouvintes, é plausível tentar rastrear os processos que moldaram essas relações. O período abordado é de expansão do consumo musical, como um produto negociável, concomitante a discussão a respeito da estética musical e a função da música popular brasileira pós efervescência dos anos de 1960-1970, quando parecia ter havido a constituição um modelo definitivo de Música Popular a ser seguido, que separava a boa música da ruim. Mas essas não foram as únicas razões que impulsionaram o mercado, esse período também foi marcado pelo advento de novos suportes para o consumo musical, como o LP. O sucesso comercial da lambada nos anos 1980, em parte, comprovou a saturação dessas fórmulas que, teoricamente, representavam a cultura da sociedade urbana como entretenimento. O próprio valor de representação cultural dos gêneros musicais populares foi reorientado nesse período justificando o presente interesse no estudo da trajetória do fenômeno musical lambada

Palavras-chave: Música popular. Lambada. Mercado musical. Belém.

Na discussão sobre origens e autores, que cresce à medida que a lambada vai ganhando maiores dimensões internacionais, parece pacífico que ela surgiu no Pará, e que veio do merengue ouvido no interior, através das rádios nas Antilhas, e na capital pelos discos do selo Mocambo, aqui recebidos nos anos 60. É certo também que a esse ritmo se associaram as riquezas de nosso folclore².

Neste extrato do jornal O Liberal se encontra uma preocupação da imprensa da cidade de Belém com as origens da lambada, durante o ápice do sucesso do gênero, que se deu no final da década de 1980 e primeiros anos da década de 1990. Nele são atribuídos uma

¹ Mestranda em História social da Amazônia pela Universidade Federal do Pará, laisa.lopes@ymail.com.

² O Liberal, 24 de fevereiro de 1990.

importância cultural do ritmo dentro da região, além de duas possíveis formas de entrada e circulação. Um desses fatores apontados para a formação da lambada é o rádio.

No jornal também é citado os discos do selo Mocambo, selo vinculado a fábrica pernambucana de discos Rozenblit, que adentrou a cidade de Belém na década de 1960 o representante local deste selo, Roberto Rodrigues teria difundido o termo de Haroldo Caraciolo, conhecido radialista da cidade que atribuía a si mesmo a invenção do termo lambada, ao se referir ao merengue³.

Esses veículos de comunicação, rádio e discos, são apontados como referências primordiais para a formação da lambada, pois traziam elementos musicais externos que foram incorporados à produção musical que circulam em Belém, formando um mercado musical, mas essas mídias, apesar de impactantes nas transformações das dinâmicas de produção musical, não eram os únicos elementos que compunham-o.

O etnomusicólogo Darien Lamien diz que a circulação musical de Belém se dava nas festas promovidas com sonoros⁴. Ele diz também que elas foram de grande importância para esta circulação da lambada. Lamien destaca a importância do papel desses aparelhos eletrônicos, atuando nos gostos e moldando uma nova vertente musical.

Queremos destacar que os sonoros foram os meios pelo qual a lambada, o Brega, todos esses gêneros puderam circular no Pará. Se os sonoros não existissem, também não existira esses ritmos aqui até hoje, as gravadoras não se interessariam em gravar, pois estariam fora de consumo⁵.

Os sonoros eram meios de sonorização “artesaniais” utilizados nos eventos festivos e na publicidade sonora no centro comercial de Belém, surgindo entre as décadas de 1940 e 1950. Nos bailes dançantes animados por sonoros se formou o mercado de entretenimento de Belém justamente porque neles ocorreram a difusão, e experimentação, musical possibilitando a criação da lambada e a circulação da mesma entre o público.

Porém somente ao decorrer da década de 1980 que ela ganhou notoriedade, obtendo grande êxito comercial não somente no Brasil, mas na Europa a partir da França, onde álbuns com o ritmo chegaram a vender 600 mil cópias em três semanas⁶.

³ O Diário do Pará, 22 de fevereiro de 1990.

⁴ Sonoros eram serviços de alto-falantes que surgiram durante a década de 1950, eles atuavam nas áreas comerciais de Belém. A principal característica dos sonoros era a dedicação à publicidade, mas intercalavam uma programação de músicas durante os intervalos da propaganda, esses aparelhos dariam origem às aparelhagens de Belém.

⁵ Entrevista Darien Lamien. Diário do Pará. 05 de janeiro de 2014.

⁶ Jornal do Brasil, 9 de agosto de 1989.

O sucesso da lambada ocorreu em um período em que o consumo de mídias como o LP⁷ se potencializou entre as camadas mais populares. Contemporânea à popularidade da lambada, surgiu uma curiosidade sobre a origem regional do ritmo, como se deduz do seguinte extrato de jornal:

Há pouco tempo, na mídia brasileira e internacional vem enfatizando a questão da lambada estar fazendo muito sucesso na Europa. Só que quando se fala em lambada refere-se somente como um ritmo brasileiro e não paraense.⁸

Como se nota acima, a questão sobre a origem da lambada foi controversa, pois compositores e artistas, de diversos locais, reivindicavam a autoria de canções de lambada de grande sucesso. Foi o caso da canção *Chorando se foi*, interpretada pelo grupo Kaoma, que era composto por dois franceses, dois caribenhos, uma senegalesa e dois brasileiros. Essa música particularmente fez muito sucesso em 1989.

Essa música foi reivindicada pelos irmãos bolivianos Gonzalo e Ulises Hermosa, como uma composição realizada em 1983 de autorias deles, intitulada *Llorando se fue*. Porém originalmente se tratava de uma cúmbia, então o ritmo lambada propriamente continuaria sendo creditado como brasileiro, ou seja, como uma expressão da identidade popular neste período.

A identidade é uma questão central nos estudos culturais no mote em que eles observam as conjunturas dentro dos quais, e por meio dos quais, os indivíduos e grupos constroem, negociam e defendem sua auto compreensão. Então os objetos representativos dessa identidade estão inseridos em contextos específicos e refletem a dinâmica desses conjuntos.

E o contexto histórico específico de surgimento da lambada, segundo José Ramos Tinhorão, descende das trocas culturais entre o Pará e o Caribe, especificamente a colônia inglesa de Barbados e Guianas desde o período colonial. Mas a lambada somente seria criada nos bailes de Carimbó eletrificado, na década de 1970 (TINHORÃO, 2013: 329-335). Então a tradição histórica de trocas culturais torna a lambada é uma experiência intersubjetiva no Pará.

Essa referida conjuntura é parte do padrão cultural que Tony Leão da Costa chama de Caribe imaginado, que seria uma delimitação cultural do Caribe na qual está incluído o Pará,

⁷ Os long-plays, durante a década de 1980 no Brasil, baratearam, custando em torno de NCz\$ 5 a NCz\$ 20. O Liberal, 6 de agosto de 1989.

⁸ O Diário do Pará, 13 de outubro de 1989.

sendo uma representação memorialística pouco definida, mas constante na periferia e regiões portuárias de Belém.

(...) a representação vaga, pouco transparente, memorialística e ao mesmo tempo difusa que existe sobre uma região sempre vista como um espaço mais ou menos homogêneo de referência musical. Esse Caribe é um espaço de representação, de significação, uma imagem, ao mesmo tempo, real e imaginada, significada, de um lugar presente, mas sempre visto de longe, sem o devido detalhamento (COSTA, 2013: 174).

Nesses locais, onde a lambada teria surgido e circulava através dos sonoros, ela carregava uma aura vinda do contexto histórico de sua formação que estava então “associado as riquezas do nosso folclore”. Este fator torna o caráter híbrido uma definição importante da cultura e identidade local.

Essa representação é observável na fala de integrantes da cena cultural popular de Belém. Como é o caso da entrevista cedida por Bento da Costa Pereira, mais conhecido como Bento Maravilha, produtor e midiático atuante no bairro do Jurunas. Bento atribui a si mesmo a introdução do Merengue, ritmo dançante originário da República Dominicana, em festas de subúrbio de Belém na década de 1970.

Pra eu encontrar esses discos (...) eu tinha que comprar num navio, era muito caro o disco compacto (...), a gente ia no navio comprar, o cara cobrava no preço de hoje 500 reais, eles viajavam no navio e paravam aqui defronte de Belém e Icoaraci, não podiam descer, e a gente sabia qual era o navio que tinha, então passava em Cuba em todo lugar os maiores merengues que a gente estourou aqui foi o merengue dominicano, (...) por exemplo você comprava um disco por trezentos dólares e só uma música aproveitada, e as vezes nenhuma e eu comprava e eu e o pessoal das aparelhagens, ai eu pegava, eles vinham sabendo que tinha comprador.⁹

O produtor fala a respeito da circulação musical dentro da conexão histórica entre as regiões caribenhas e o Pará através do contrabando. Esses contatos físicos formam o que Bernardo Farias chama de Rede de difusão musical transatlântica que ocorre nas áreas portuárias, zona do meretrício e festas de aparelhagem e gafieira de Belém (FARIAS, 2011).

Curiosamente o produtor fala que, algumas vezes, pagava caro por um disco que nem sequer era utilizado. Dentro de uma lógica mercadológica, essa situação é incoerente, mas o valor dessas músicas está dentro de outros critérios. No caso, dentro da já mencionada tradição musical e de trocas evocado por essas músicas que influenciam a lambada.

O valor dessas músicas então está na tradição memorialística e ela, o caribe imaginado, se encontra nos discursos de componentes das classes artísticas de Belém. Para os

⁹ Entrevista Bento Maravilha, cedida em 01 de agosto de 2013.

estudos culturais os discursos constituem práticas e instituições sociais, e eles situam dentro deles a experiência humana no mundo social. E dentro dos discursos de alguns membros da cena musical paraense, onde se inseriu a lambada, é possível visualizar as lógicas, além das econômicas, vindas do contexto de formação e das dinâmicas vigentes desta cena musical.

As cenas musicais podem se distinguir por suas localizações, gêneros ou atividades em torno das quais se formam (STRAW, 2004: 412). Elas são fenômenos tipicamente urbanos, que refletem a efervescência e a fluidez cosmopolita constantemente presenciada na cidade, ao mesmo tempo em que captam a relação de intimidade que pode ser desenvolvida entre ela e os indivíduos que ali interagem (STRAW, 2002: 248).

Em Belém, as relações desenvolvidas dentro da sua cena musical e indivíduos convergem para o Caribe imaginado dando coesão à uma tradição musical, ou melhor dizendo, uma prática social presente na memória desses artistas ao pensar a música popular. Por isso a lambada está inserida em uma tradição memorialística, onde ela carregou uma representatividade cultural além do seu apogeu comercial.

Tony Leão da Costa diz que a tradição musical local é construída pela ação de grupos diversos em encontros históricos de interesses políticos, estéticos e mercadológicos. E se tratando de práticas sociais, as relações interpessoais dessas manifestações artísticas não estão isentas de tensões. Ao se observar os discursos contemporâneos ao boom da lambada, se encontram alguns desses conflitos entre a classe artística:

Na opinião de Silvinha, o artista paraense ainda é muito desunido, gerando com isso, muitas situações desagradáveis. “Deveria haver muito mais união. Um deveria dar forças para o outro. Os cantores da Bahia e do Nordeste, disparam nas paradas do Brasil inteiro, porque se respeitam e se unem, coisa que não ocorre no Pará”, acentuou a cantora, acrescentando que “vale ressaltar que não são todos, existem muitos cantores que sabem ser profissionais”.¹⁰

Silvinha Camargo, cantora popular filha de Silvinho do Acordeon¹¹ que no começo da década de 1990 incorporou a lambada em seu repertório, em sua fala, reclama da falta de profissionalismo de alguns cantores, associada a desunião da classe que a enfraqueceria em frente a cantores de outras regiões, enfatizando o Nordeste e a Bahia.

¹⁰ Diário do Pará, 23 de junho de 1990.

¹¹ Sanfoneiro nascido no Baixo-Amazonas. Ele seguiu para capital Belém do Pará, onde conquistou prestígio o suficiente para fazer seu primeiro disco em 1971, no Stúdio Gravodisc em São Paulo. Na época o estúdio pertencia a gravadora Continental.

No Brasil, como já dito a indústria fonográfica de modo geral, só se desenvolveu a partir da década de 1970 e sua efetiva consolidação, segundo Rita Morelli, só se deu ao final da década, com a “formação de um grupo de artistas nativos, capaz de se constituir numa alternativa permanente aos grandes astros da música jovem internacional.” (MORELLI, 1991: 69)

Esses grupos de artistas locais atuavam em conjunto com selos independentes que serviam de mediadores a grandes gravadoras que buscavam alcançar novas tradições musicais para incorporar influências das mais diversas fontes e regiões sem precisar desconcentrar o trabalho de produção de poucos artistas rentáveis para incluir artistas de países periféricos, mas de grande mercado, como é o caso do Brasil.

Esse novo modo de produção musical gerou reações e debates. A opinião pública se expressou de formas diferentes frente as novas dinâmicas culturais e manifestações da identidade urbana. As relações das grandes gravadoras com os selos locais despertavam desconfiança em alguns componentes da mídia local, como se pode concluir no posicionamento de uma nota na Província do Pará a respeito da exportação de artistas paraenses, no caso Pinduca, para São Paulo, em 1976.

O que é bom para o nortista é muito melhor para os sulistas. Pensando desta maneira, aquele conhecido “manager” careca da província parte esta semana com destino a Belém do Pará. Vai tentar convencer Pinduca, ou o cantante que vendes em bandas aquelas mais que Roberto Carlos e o Waldick Soriano juntos a fixar residência em São Paulo e trazer todo seu “background” cultural junto. (...). É o esvaziamento da cidade, em marcha meus e minhas. Como se já não bastasse o financeiro e esportivo, começamos agora, a padecer também de esvaziamento cultural ¹².

Raymundo Mário Sobral, escritor e jornalista paraense, mantinha uma coluna intitulada “Jornaleco”, no jornal Província do Pará, onde fazia comentários “anárquicos”. Em 1976, ele se posiciona hostilmente a uma ação de tentativa de expansão das gravadoras que começavam a aglomerar artistas “regionais” em seu elenco.

Tal ação não foi bem recebida na região. Essa desconfiança pode ser uma opinião isolada, pois anos mais tarde houve uma efervescência do mercado local em parceria com grandes gravadoras com o lançamento do LP “lambada das quebradas”, em 1978, pela Continental através do selo Chantecler¹³, que pertencia à Continental. O selo foi comprado

¹² Província do Pará, 24 de março de 1976.

¹³ Selo paulistano criado em 1958. Desde o seu início, a Chantecler procurou atuar numa faixa de mercado mais popular, especialmente com a chamada música regional.

por esta gravadora em 1972, absorvendo assim alguns artistas, como o Mestre Vieira e seu conjunto.

Ademais, o mercado de Belém exemplifica bem a relação entre grandes gravadoras e selos locais, sendo um dos mais expressivos a Gravasom, selo do empresário Carlos Santos que objetivava uma “programação dinâmica, atual e atuante, voltada para o grande público”¹⁴ e cobria o norte e nordeste. Em 1982, o selo se associou à Polygram¹⁵ para alcançar os estados do sudeste e sul do Brasil, tendo o sexto volume da coletânea “Lambadas internacionais”, lançado em 1982, uma grande expectativa de vendas em torno de si após o acordo entre as duas empresas.¹⁶

O sucesso da lambada, no caso do Pará, se deu dentro de uma indústria incipiente, porém articulada, que se relacionava, como as demais indústrias fonográficas regionais, à mercados mais amplos. Heitor da Luz Silva diz que a lambada foi um fenômeno comercial de grande expressão em todo o território nacional que surgiu em uma articulação mais imediata com as grandes gravadoras e os meios de comunicação, incluindo a Rede Globo (SILVA, 2012).

Então no Pará a lambada estava inserida em uma cena musical complexa que se organizava por lógicas não somente mercadológicas, mas também representativas da identidade, que lhe dão uma complexidade significativa devido aos seus componentes que vão desde o circuito de festas local até a ação concomitante de múltiplas mídias que surgem gradualmente.

REPERCUSSÃO NOS JORNAIS PARAENSES.

As primeiras conclusões a partir das análises da trajetória da lambada nos jornais, paraenses e nacionais, é que esse ritmo de grande apelo popular surge como um novo combustível para a indústria fonográfica, que na década de 1970 ainda tentava estabilizar o seu mercado, e que na década de 1980 precisava se recuperar de uma retração de suas vendas.

Entretanto, mesmo com o cenário musical em crise, álbuns de lambada tinham uma grande expressão de vendas no período. Em 1982, o LP Carlos Santos Vol. 4 alcançou a vendagem de 700 mil cópias e no ano de 1983 o LP Carlos Santos Vol. 5 vendeu 220 mil

¹⁴ Entrevista Carlos Santos. A província do Pará. 08 de agosto de 1982.

¹⁵ O sucesso, outubro de 1982.

¹⁶ Idem.

cópias três meses após seu lançamento, tornando-o o segundo maior artista em vendas no ano de 1983, atrás apenas de Roberto Carlos¹⁷.

E não somente como cantor era uma figura notável no período de 1980. Como empresário e comunicador, além de possuir o selo Gravasom e a rádio Marajoara, Carlos Santos também era dono, em Belém, das lojas Feirão discos e fitas com unidades no Terminal rodoviário de Belém¹⁸, na rua João Alfredo, em Icoaraci¹⁹ e na rua 15 de novembro²⁰.

A demais, Santos investia no potencial da música popular, em dezembro de 1982, ele inauguraria a “maior loja de discos do Brasil” que era o Super Feirão, com 600 m² de área de venda²¹. Tendo ele próprio popularidade na cidade chegando a ser escolhido como lojista do ano de 1989,²² defendendo a escolha não apenas pelo seu sucesso empresarial no comércio, mas a sua influência midiática marcante pelo apelo popular.

Esse sucesso permitiu a penetração do gênero no mercado nacional de discos, apesar do preconceito, ao menos é o que se apreende da fala do pianista e regente Ferrari Junior, que escrevia comentários sobre música e cultura no jornal O liberal:

Gente que jamais pensou em deselitizar o “dial” agora toca lambada. Se você está pensando que os “purgs” reconheceram o valor dos “curupiras” da casa: bomm!. Quem dera... antes fosse melhor ouvir baixaria de casa que da casa dos outros(...) se nunca tocaram lambada, por que tocam agora? (...) são todos uns aproveitadores, uns mercenários. Só tocam agora porque sabem que vende. Não consideraram por um momento o cantor, o artista...²³

O discurso é carregado de indignação, em especial, em relação à mercantilização da lambada. Como a lambada derivava de uma tradição musical regional, a ela caberia um status diferenciado de uma música ligeira.

Entretanto dentro de Belém ela também era consumida como produto. A relação de consumo musical como um produto, de forma geral, é delicada, pois se por um lado ela é consumida, por outro ela é uma manifestação artística. Mas além da “dessacralização” musical, é notável a revolta com a exploração da lambada pelos “outros”.

O mercado fonográfico de Belém, concentrado nas lambadas e bregas, exemplifica a existência de relações de selos independentes com grandes gravadoras. Mas os produtos

¹⁷ Jornal do dia, 27 de janeiro de 1984.

¹⁸ O sucesso, agosto de 1982.

¹⁹ O sucesso, julho de 1982.

²⁰ O sucesso, junho de 1982.

²¹ O sucesso, outubro de 1982.

²² O liberal, 10 de novembro de 1989

²³ O liberal, 21 de julho de 1989.

musicais desses selos não são feitos apenas em Belém. Cantores de outros estados, como Pernambuco e Bahia, também começaram a explorar a lambada.

E como artistas do Pará e da Bahia trabalharam o ritmo, iniciou-se uma espécie de disputa inter-regional sobre a lambada motivada pelo significativo sucesso do ritmo, e conseqüentemente o êxito econômico, e reconhecimento do valor cultural legitimado pela mídia nacional. Esse sentimento de rivalidade é explicitado em um artigo publicado no jornal “Diário do Pará” intitulado “Altas baianagens”.

De repente o país descobriu a lambada. No Sul maravilha existem casas noturnas faturando alto com o novo ritmo. É a grande novidade. Tudo muito bacana. Tem concurso reunindo os melhores dançadores da nova onda e até mesmo professores. Tudo certo, nas lambaterias e na vida se não fosse a pretensão baiana de lutar para ser o pai da criança.(...) Não é de hoje que os baianos fazem baianagens com a gente e não é à toa que o Millor diz que a Bahia tem a maior agência de publicidade do Brasil.(...) As coisas vão acontecendo e não chamamos, não denunciemos. Nossos artistas são desunidos, trabalham desarticulados. Alguns, parecem ter vergonha de ter nascido nesta Amazônia.²⁴

Esse texto foi escrito na coluna de Ronaldo Bandeira, jornalista que foi editor do jornal O Diário do Pará e manteve uma coluna neste periódico onde refletia sobre situações diversas da cidade. Na sua crônica em relação a lambada Bandeira chama atenção, não somente para a apropriação de artistas baianos sobre o ritmo, para a aparente passividade dos artistas paraenses a respeito desta apropriação.

Na sua opinião, existe uma espécie de sentimento de inferioridade, que curiosamente é presente na ênfase de Bernardino Santos, escrevendo na sua coluna chamada Entrelinhas o extrato abaixo, publicado no mesmo jornal.

É incrível a vergonha que o paraense tem de aceitar os ritmos tipicamente paraenses. O Carimbó e a lambada são ritmos quentes e cheios de vida, mas a sociedade não aceita dança-los. Enquanto isso, os do Sul, despertam para o grande mistério de se mexer, roubando de nós as delicias desse ritmo quente e cheio de sensualismo.²⁵

Na opinião de críticos musicais, esse sentimento prejudica a cena musical paraense que não investe em seus potenciais de expansão mercadológica. Mesmo artistas como o violinista Marco André, que então havia trabalhado composições Chico Sena e Vital Lima, músicos muito ativos na produção de uma Música Popular Paraense²⁶. Ele concordava que a

²⁴Diário do Pará, 9 de setembro de 1988.

²⁵ Diário do Pará, 24 de julho de 1988.

²⁶ A Música Popular Paraense se caracteriza por um projeto estético-ideológico, influenciado pela MPB nos anos de 1960, porém se propunha a debater a “nova colonização”. Nela os sons passam a ser narrativas da cultura

lambada era subproveitada pelos artistas locais, mas ele creditada razões diferentes de Ronaldo Bandeira.

Marco André tem sua opinião sobre o fato da lambada, ritmo paraense, estar sendo conhecida no Rio de Janeiro e São Paulo como baiana: “Nós, paraenses, poderíamos aproveitar esse filão e fazer um movimento. Seria preciso também um esquema de marketing para divulgar a lambada como nossa.”²⁷

Para ele a ação midiática paraense sobre a lambada era insuficiente. Havia uma estrutura fonográfica local, cujo maior representante era a Gravasom, que mantinha contratos de distribuição nacional, mas a sua ação era concentrada nas empresas do grupo Carlos Santos sendo, possivelmente, insuficiente na competição com o mercado, a nível nacional.

A atuação midiática é determinante na composição e estrutura musical e também na relação do público com a cultura e música. No caso do cenário musical as possibilidades que a mídia proporciona permite elaborar gêneros musicais que são distribuídos com discursos midiáticos defendendo ou criticando não apenas sua qualidade de entretenimento como seu impacto e significação social.

Felipe Trotta em seu artigo “Música e mercado” diz que a estrutura das músicas passa a ser definida através das capacidades de seus suportes físicos, a mídia comercializa a música, tornando a “música popular” uma resultante da industrialização, e sua circulação comercial dotada de um sentido sociocultural imposto pela significação atribuída pela apropriação e o uso de produtos (TROTТА, 2005).

O radialista e crítico musical Edgar Augusto atribui aos anos de 1980 grande importância à música paraense. Proença atuou na rádio com o programa musical MusiParada a partir de 1968. E na década de 1970 assinou a coluna musical “Do compacto ao LP”, na Folha do Norte, saindo deste jornal em 1973 a fim de redigir a coluna dominical Música Popular, no jornal O Liberal. Em 1982, transferiu sua coluna para O Diário do Pará (OLIVEIRA, 2000: 443).

Edgar Augusto diz, em entrevista ao escritor Alfredo Oliveira, que as mudanças que influíram sobre a música paraense foram, em geral, favoráveis. Porém, principalmente ao

amazônica. Edilson Costa da Silva em sua dissertação afirma que através da MPP os debates em torno da política e da academia eram popularizados. Então, apesar de a Música Popular Paraense não se limitar ao entretenimento, pois ela era divulgada nos meios massivos de comunicação, ela era uma forma de se debater a própria cultura. Ver SILVA, Edilson Mateus Costa da. Ruy, Paulo e Fafá: a identidade amazônica na canção paraense (1976-1980). Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social da Amazônia, Belém, 2010

²⁷O liberal, 6 de janeiro de 1989.

termino da década de 1980, certos modismos converteram-se em verdadeiros obstáculos as apresentações de qualidade na linha da MPB. Sobre um desses modismo Edgar Augusto escreveu em sua coluna:

O que seria o fenômeno “lambada”? Achamos que modismo vinculado a um gênero que se criou espontaneamente entre os caboclos do Pará e do Amazonas, cansados de escutar merengues e salsas de Cubas e Guianas em castelhano. Gênero porque brotou de raiz natural. Modismo porque vem sendo explorado por oportunistas como estes que a Som Livre, através de Toninho Paladino, reúne num LP de circulação nacional. (...) A “lambada” e o merengue amazônico, com direito a guitarra elétrica e tudo. Como termo, veio do falecido radialista Haroldo Caraciollo. Procurava relacionar os merengues aos hábitos musicais e dançantes dos caboclos cachaceiros. Pinduca que já era do carimbó, aproveitou o filão e o consagrou pela região. Até Paulo André e Ruy Barata fizeram Baiucá’s Bar, em homenagem a Caraciollo para Fafá de Belém cantar. Era a ratificação do gênero, do termo. Mas agora, quando o modismo abraçou tudo, até “Lambada Pernambucana” vem no “Dançando Lambadas”. E já dizem que os caras de Recife pleiteiam paternidade do movimento. Se não nos espertamos vamos perder mais esta. Está na hora de uma gravadora daqui (Gravodisc, Transatape, Gravasom ou Rauland) entrar na jogada.²⁸

Este comentário contido na crítica musical do álbum “Dançando lambadas”, da Som Livre, feita por Edgar Augusto reflete sua preocupação, que apesar de em determinados momentos de sua carreira ter realizado um julgamento quase depreciativo do que chama de modismo musical (OLIVEIRA, 2000: 444).

Edgar Augusto toma a defesa do valor simbólico da lambada através da carga histórica do gênero dentro do Estado do Pará. A demais, na sua concepção, a lambada é um gênero musical justamente por ter brotado “de raiz natural”. Mas ele não deixa de reivindicar o valor cultural, adjunto ao valor econômico das lambadas.

Até mesmo porque a lambada, juntamente com outros gêneros musicais dançantes populares, fomentou uma indústria fonográfica composta por cerca de 20 selos até a década de 1990 (OLIVEIRA, 2000: 443).

Então o mercado fonográfico de Belém na década de 1980 não se limitou a Gravasom, porém não necessariamente essa variedade de engajamento implicou em uma indústria cultural que assegurasse os direitos sobre a lambada, pois alguns grupos fonográficos estrangeiros tentaram se valer de meios legais para se apropriar da lambada.

Esse sucesso meteórico está mesmo provocando uma luta entre a CBS e a Phonogram. As duas gravadoras disputam um mercado ainda restrito- pelo

²⁸Diário do Pará. 10 de novembro de 1988.

menos até o próximo verão. A CBS chegou a registrar a lambada no Instituto Francês de Produção Industrial.²⁹

Essas grandes gravadoras encontraram na lambada, no final da década de 1980, uma nova opção de fórmula musical comercialmente lucrativa. Nas décadas de 1960 e 1970, a dita MPB tinha atingido grande sucesso, mas com a saturação do gênero, mercados “independentes” foram experimentados como possíveis revigoradores da indústria.

Em torno da lambada, formada dentro de um nicho de mercado popular específico, se apresentou como um valioso recurso para o mercado em crise, se tratando de uma cena independente e, a princípio, sem organização estrutural, ocorreram diversas apropriar-se do gênero, por diferentes sujeitos do mercado, de diferentes formas: juridicamente e simbolicamente. Com o sucesso comercial, são realizadas tentativas de assegurar a “posse” do gênero.

Em Belém, houve o beneficiamento financeiro, mas de integrantes e camadas específicas do mercado. A respeito desta questão, Aldo Sena declarou ter submetido suas músicas à autoria do pseudônimo Carlos Marajó, abdicando assim dos direitos autorais e possíveis lucros de suas canções.

Em entrevista cedida em agosto de 2016, Mestre Vieira afirma ter se desvencilhado da titulação “lambada” em suas obras devido ao desgaste que as brigas pela “paternidade” dela provocavam. Situações como essas, onde não há necessariamente o benefício econômico prolongado à classe de músicos, somado ao desprestígio artístico gradativamente provoca o abandono do gênero ao longo do processo de desgaste do modismo.

Com as disputas em torno da lambada, são visualizadas as relações de poder simbólico que a circundavam, uma vez que a negação da origem do gênero desprestigiava o valor folclórico e tradicional atribuído a lambada dentro do Estado, atribuído pela imprensa local. E a reivindicação para se obter uma posse de um produto simbólico equivale aquilo que é obtido pela força econômica e só que se exerce se for reconhecida pelos sujeitos que adquirem.

REFERÊNCIAS

COSTA, Antônio Mauricio Dias da. e VIEIRA, Edimara Bianca Corrêa. Na periferia do sucesso: radio e musica popular de massa em Belém nas décadas de 1940 e 1950. In **Revista Projeto História- PUC-SP**. 2011.

²⁹ Jornal do Brasil, 9 de agosto de 1989.

COSTA, Antônio Mauricio Dias da. **Festa na Cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará**. 2ª. ed. Belém: EDUEPA, 2009.

_____. **Cidade dos Sonoros e dos Cantores: Estudo sobre a Era do Rádio a partir da Capital Paraense**. Belém: Imprensa Oficial do Estado, 2015.

COSTA, Tony Leão da, **Carimbó e brega: Indústria cultural e tradição na música popular do norte do Brasil**. In: Revista Estudos Amazonicos. Belém, 2011.

_____. **“Música de subúrbio”: cultura popular e música popular na “hipermargem” de Belém do Pará**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de História, 2013.

FARIAS, Bernardo. O Merengue na Formação da Música Popular Urbana de Belém do Pará: reflexão sobre as conexões Amazônia- Caribe. In. **Revista Brasileira do Caribe**, São Luís, 2011.

FENERICK, José Adriano. **Façanha às próprias custas: a produção musical da vanguarda paulista (1979-200)**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2007.

LEAL, Expedito. **Rádio Repórter: O Microfone Aberto do Passado**. Belém: Meta Editorial & propaganda Ltda, 2010.

LEMONS, Ronaldo; CASTRO, Oona. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da indústria fonográfica: Um Estudo Antropológico**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

_____. O campo da MPB e o mercado moderno de música no Brasil: do nacional-popular à segmentação contemporânea. In. **ArtCultura**, Uberlândia, v. 10, p. 87-101, jan-jun. 2008.

OLIVEIRA, Alfredo. **Ritmos e Cantares**. Belém: Secult, 2000.

SILVA, Edilson Mateus Costa da. **Ruy, Paulo e Fafá: a identidade amazônica na canção paraense (1976-1980)**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História Social da Amazônia, Belém, 2010.

SILVA, Hélio Luz. **Trilhas de Telenovelas Globais e o Mercado Musical nos anos 1980 e 1990**. Intercon-XVII Congresso de ciências da comunicação. Junho de 2012.

STRAW, Will. **Scenes and sensibility**. In: Public, no. 22/23 (2002), pp. 245-25. Disponível em: <http://pi.library.yorku.ca/ojs/index.php/public/issue/view/1750/showToc>, Acesso em 25/09/2016.

_____. **Cultural Scenes**. In: *Loisir et société / Society and Leisure*, vol. 27, no 2 (2004).

TINHORÃO, José Ramos. **Pequena História da Música Popular**. São Paulo: Editora 34, 2013.



TROTTA, Felipe C. **Música e mercado: a força das classificações.** Contemporanea (Salvador. Impresso), Salvador, BA, v. 2, n.2, p. 182, 2005.