

MÚSICA

O mainstream alternativo

O Radiohead, grupo levado mais a sério do que qualquer outro desde os Beatles, traz ao Brasil show do álbum “In Rainbows”, com o qual desafiou a indústria fonográfica. Por **Caio Junqueira**, de São Paulo

*“Somos os dólares e os centavos
As libras e os pences
Os marcos e os ienes
Nós vamos esmagar sua alma pequena”*
Thom Yorke, autor de “Dollar and Cents”

Em 2001, a banda britânica Radiohead, uma das mais cultuadas da atualidade, lançou um álbum com a canção “Dollar and Cents”, cujos versos reproduzidos acima são dos mais significativos na crítica que os cinco músicos de Oxford costumam fazer à indústria fonográfica e sua lógica capitalista. Mas foi em 2007 e na forma de distribuição de seu último álbum, “In Rainbows”, que o grupo deu seu golpe nas grandes gravadoras: permitiu que cada fã pagasse o quanto quisesse pelo download das músicas via internet. O resultado financeiro da operação não foi divulgado oficialmente. A banda só relatou desempenho superior em relação às vendas anteriores.

O que chama a atenção na trajetória do Radiohead, que já vendeu mais de 25 milhões de discos, é sua ambígua relação com os modos de produção da indústria cultural. Até consolidar sua legião de fãs pelo planeta, o grupo que se apresenta no Brasil nos dias 20 e 22, contou com a estrutura pesada

de uma das maiores gravadoras do mundo, a EMI. Como, então, quem cresceu nas mãos de um símbolo do capitalismo passou a dar-lhes as costas conforme o sucesso de público e de crítica foi se consolidando?

“Interesses capitalistas fizeram do Radiohead um fenômeno internacional, e o capitalismo deu ao Radiohead uma plataforma para ajudar a remover a exploração capitalista”, responde Joseph Tate, Ph.D. em literatura inglesa pela Universidade de Washignton e autor de um dos ensaios do livro “Radiohead and Philosophy” (Open Court, 288 págs.), que terá lançamento mundial no mês que vem.

“O capitalismo deu ao Radiohead uma plataforma para ajudar a remover a exploração capitalista”, afirma crítico americano

De linhagem marxista, Tate avalia que o Radiohead vendeu livremente o seu álbum para poder reinvestir mais dinheiro — sem o lucro dos intermediários — na produção de um novo álbum, que se vê mais livre das pressões de tempo e de formato musical da indústria. “Lançar um álbum sem contrato com uma gravadora permitiu a eles se afastarem dos métodos tradicionais de distribuição de música, em que há um intermediário entre o músico e o ouvinte lucrando à custa tanto do músico quanto do ouvinte. A internet evitou a necessidade desse atravessador”, disse Tate ao **Valor**.

Fora dos estúdios, a banda também tem protagonizado atos antimercado: desconsiderou a todo-poderosa SFX — de um conglomerado multimídia proprietário de mais de 1.200 estações de rádio no país —, ao fazer sua turnê nos EUA e decidiu promover livros da ativista canadense Naomi Klein, autora de “Sem Logo — A Tirania das Marcas em um Planeta Vendido”, a coqueluche dos críticos da globalização.

Desde quando assinou seu primeiro contrato com a EMI, em dezembro de 1991, os conflitos, as críticas e as insatisfações do grupo com as pressões da multinacional cresceram ao mesmo tempo em que cada lançamento da banda e suas músicas ocu-



pavam as primeiras colocações em vendas e em execução nas rádios. “É a banda levada mais a sério do que qualquer outra desde os Beatles”, escreveu Alex Ross, o principal crítico de música da revista “The New Yorker”, em longo perfil publicado em 2001.

“In Rainbows”, cuja turnê passa primeiro pelo Rio, na praça da Apoteose, e depois em São Paulo, na Chácara do Jockey, é o sétimo trabalho da banda, que em cada álbum apresenta características próprias. É nítida, por exemplo, a passagem do indie rock básico para um experimentalismo que mixa rock, jazz, eletrônico, música clássica e um aparato de sons digitais.

Em boa parte das canções do Radiohead, que em cada show no Brasil deve ter um público de 30 mil pessoas, a angústia transpassa a voz do líder Thom Yorke, uma metáfora do diminuto poder dos homens perante as máquinas. Nos dois primeiros álbuns, “Pablo Honey” (1993) e “The Bends” (1995), as músicas focam neste dilema, acumulando tensão e libertação, quase sempre falando

de relacionamentos ou de sua ausência. No espaço de dois anos de lançamento entre um álbum e outro, já se percebe um apuro maior na concepção do segundo e uma fuga das influências de Pixies e Nirvana evidentes no primeiro disco: voz e guitarra limpas são impactadas por uma estrondosa guitarra distorcida. Além dos vocais de Yorke, a banda é formada pelos guitarristas Jonny Greenwood e Ed O'Brien, pelo baixista Colin Greenwood e pelo baterista Phil Selway.

Os músicos, que se conheceram numa escola pública só para rapazes, amadureceram na cena musical mundial com o terceiro trabalho, “OK Computer” (1997). Aclamado como um dos álbuns-marco da história do rock, o álbum captou o estresse da era da informação, o medo da tecnologia, o receio da chegada do novo milênio. Isso tudo nas três fortes guitarras com variados sons digitais, vindos principalmente do telecaster de Greenwood. Além, claro, de letras impactantes.

Em “Fittier, Happier”, uma voz computadorizada, parecida com a de um robô, faz um

monólogo com recomendações para uma vida melhor, como “mais magro, mais feliz, mais produtivo, confortável, não beber demais, exercícios regulares na academia, três vezes por semana, motorista mais paciente, bebê sorrindo no banco traseiro” e, em uma crescente sonora, finaliza com “um porco em uma gaiola à base de antibióticos”.

Foi nesse álbum que se consolidou como uma banda autoral. A turnê que se seguiu ao lançamento dele foi registrada no documentário “Meeting People Is Easy” (1998), também incomum para um vídeo sobre uma banda: há imagens coladas, músicas que terminam antes do fim, entrevistas com imagens sobrepostas. E, claro, alusões à interferência capitalista no cotidiano das pessoas, como a de um casal se beijando à noite ao lado de um banco 24 horas e a imagem também noturna do topo de dois prédios: um deles, uma provável igreja, com uma cruz, tendo ao lado o outro prédio com o símbolo giratório da Mercedes-Benz. O filme foi indicado para o Grammy de 2000.

O grupo que se apresenta no Brasil nos dias 20 e 22 já vendeu mais de 25 milhões de discos: em cada apresentação, público deverá ser de 30 mil pessoas