

Análise sobre o Heavy Metal em Pernambuco sob o Contexto Radiofônico¹

Gustavo AUGUSTO²

Thiago PIMENTEL³

Dr. Rodrigo Stéfani CORREA⁴

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

À margem da grande mídia, o *heavy metal* se mantém vivo graças a devoção dos seus fãs e, naturalmente, o trabalho de divulgação independente. Sob o contexto radiofônico pernambucano, o artigo busca discutir a aplicabilidade do rádio como uma mídia viável para divulgação do estilo, que permita definir o *heavy metal* como gênero musical e alicerce cultural para a cena musical local. Tendo a finalidade de entender os pontos consonantes e dissonantes do nicho, a vivência no cenário local mostra um cenário em expansão, ainda imerso nos fatores socioculturais determinantes. E que, gradativamente, segue em expansão.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, *heavy metal* em Pernambuco; análise e fatores de ambiente; programas radiofônicos, análise SWOT.

INTRODUÇÃO

Desde a selvageria psicodélica de Jimi Hendrix, passando por Led Zeppelin, Black Sabbath e Deep Purple – ou, como alguns apontam, no timbre distorcido do Blue Cheer, as raízes originárias do *heavy metal* evocam diversas fontes e, até hoje, causam discussões. De rótulo estranho concebido nos anos 70, o “metal” consolidou-se mundialmente e, com o tempo, atingira outro patamar. De subgênero do *rock n’roll* passou a ser visto como estilo independente. Afinal, a diversidade foi tanta, em novos elementos e sonoridades, que suas próprias derivações surgiriam. No início dos anos 90, as derivações da música pesada garantiram a sobrevivência e evolução da música pesada.

Definir o *heavy metal* como estilo significa, antes de tudo, entender sua independência, quando o gênero tinha tanto vigor que conseguiu ‘separar-se’ do *rock n’roll*, e com isso, tornando-se algo à parte. A consolidação do gênero viria com a devoção do

¹ Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Recém-graduado do curso de Rádio, TV e Internet pela Universidade Federal de Pernambuco, e-mail: souzartv@gmail.com

³ Graduado do curso de Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco e pós-graduando no MBA em Gestão Empresarial pela Faculdade de Boa Viagem / DeVry, e-mail: thiagopimentelbl@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação da UFPE, e-mail: rodrigocorrea.ufpe@gmail.com.

de seus fãs, no sentido mais amplo do termo, que se dedica ao gênero como um todo. Ou, muitas vezes, em vertentes e segmentos específicos. Desde os primeiros dias, as influências culturais das bandas e do seu público dentro da música pesada sempre estiveram presentes no comportamento, na sonoridade e, inclusive, no fanatismo ao *heavy metal*. Bastava alterar uma dessas perspectivas, e os resultados, sonoros ou não, seguiriam uma nova direção.

Sobre a “grande mídia” dentro do contexto radiofônico, o estado de Pernambuco é conhecido pelo seu pioneirismo na história da radiodifusão brasileira. As emissoras AM pernambucanas geralmente são pautadas com programações voltadas para a prestação de serviços, informação e de entretenimento de qualidade, acessíveis a todo segmento da população ao ter sempre a preocupação de preservar as identidades culturais, regionais e nacionais. Por outro lado, o surgimento do modelo FM de transmissão nos anos 70 ficou responsável por carregar o desenvolvimento tecnológico aplicado ao rádio, o que levou à boa aceitação da população e dos sistemas políticos por suas características de maior entretenimento e conteúdo musical.

Porém, no que se diz aos artistas e bandas das músicas consideradas mais “pesadas” ou “extremas”, não existia um espaço consolidado e dedicado ao “metal” nas grandes rádios pernambucanas. Porém, atualmente sob o contexto radiofônico, o cenário pernambucano apresenta maior estabilidade, pois, além da consolidação do clássico programa “Asgard Rock”, o surgimento de iniciativas como o “PEsado” e “Bate Cabeça”, em 2015, trouxe maior vigor ao cenário da Região Metropolitana do Recife. No sertão pernambucano, o programa “Eu quero é Rock”, da cidade de Custódia, atinge sua consolidação no interior de Pernambuco após três anos de veiculação. No geral, pode-se constatar que, sob diversos aspectos, há uma evolução nas iniciativas radiofônicas pernambucanas especializadas em *heavy metal* e, também, se acompanha um processo de estabilidade destes canais e de seu público.

Metodologia

Para a elaboração da pesquisa do presente artigo, o *modus operandi* utilizado abrangeu o levantamento bibliográfico em bibliotecas e *internet* para a elaboração de uma pesquisa acadêmica de caráter explanatório. O recorte escolhido foi o do cenário músico-cultural do *heavy metal* em Pernambuco, sob o contexto radiofônico. Foram realizadas, em dezembro de 2014, entrevistas presenciais com Wilfred Gadêlha, jornalista e autor do livro “PEsado – Origem e consolidação do metal em Pernambuco” e com os apresentadores e

produtores do programa Asgard Rock, Artur Vicente e Saulo Araújo, a fim de investigar a cena radiofônica da música pesada do estado. As entrevistas se deram de forma aberta, sob um roteiro com perguntas pré-estabelecidas, mas com a liberdade nas respostas dos entrevistados. Para a atualização dos conteúdos, os entrevistados foram contactados via *e-mail* e por telefonemas, com o acréscimo de informações adquiridos pelo diretor e produtor do programa Bate Cabeça, Rodrigo Cirilo, e pelo produtor e apresentador do programa Eu Quero é Rock, Paulo Peterson.

1. Análise do ambiente

Apesar das semelhanças com outros cenários da música pesada, algo comum a um gênero conectado pelos fãs, o *underground* pernambucano carrega suas distinções. E elas começam pelo próprio público consumidor. Por exemplo, diferente do *headbanger*⁵ típico europeu, o pernambucano possui mais limitações (financeiras, geográficas, culturais etc.) provenientes do ambiente. Com isso, o importante não é somente entender o gênero musical ao nível dos fãs, mas também ao público e suas necessidades. Para Colin Campbell (2004), a natureza do consumismo moderno possui como cerne o processo de querer e desejar, onde é mais relevante saciar vontades do que satisfazer necessidades. As necessidades podem ser geralmente estabelecidas de formas objetivas, mas as vontades do público só podem ser identificadas, afinal, subjetivamente. Campbell resume que

(...) o consumismo moderno tem mais a ver com sentimentos e emoções (na forma de desejos) do que na razão e calculismo, na medida em que é claramente individualista, em vez de público, na sua natureza. Essas são as duas características que fornecem uma conexão explícita com a cultura. (CAMPBELL, 2004, p.49).

Dentro do *heavy metal*, o perfil do *headbanger* atinge todas as faixas etárias. No entanto, os que participam de forma ativa (consumindo e produzindo) variam dos 20 aos 45 anos. Em Pernambuco, nas devidas proporções, o perfil não difere. O conceito de *headbanger*, que se caracteriza como uma tribo urbana, pode ser considerado essencialmente o mesmo com as devidas adaptações ao ambiente social em que o indivíduo se insere.

Fatores socioculturais: O público fã do *heavy metal* e suas vertentes possuem, na sua maioria, uma relação passional com o estilo. É capaz de se aprofundar no conhecimento sobre os universos e mitologias das bandas do gênero, se reúnem em fóruns de discussão na

⁵ Denominação comum, em inglês, para o fã de *heavy metal*. Em tradução livre: “balançadores de cabeça”.

internet, como o “Metal-PE⁶, e em *shows* ou festivais. Atualmente, locais como o Baile Perfumado, Clube Internacional, Clube Português e bares locais como o Burburinho e o Estelita destacam-se como palcos de apresentações do estilo, de grupos de pequeno a médio porte na Região Metropolitana do Recife. Palco do Abril pro Rock (nos últimos oito anos), o Classic Hall (antigo Chevrolet Hall) é o espaço reservado a *shows* de maiores atrações, como o Deep Purple (agosto de 2003), Scorpions (em julho de 2007 e setembro de 2010) e Guns N’ Roses (em abril de 2014), por exemplo.

Quanto aos números, os exemplos do sucesso do gênero musical tomam forma em festivais, boa lotação em *shows*⁷, etc. Na Europa, festivais como o Wacken Open Air (Alemanha), Tuska Open Air (Finlândia), Hellfest (França), Dynamo Open Air (Holanda), Graspop Metal Meeting (Bélgica) e Download Festival (Inglaterra) possuem vendas expressivas, o que garante uma longevidade dos eventos. No Brasil, festivais como o Monsters of Rock e Roça n’ Roll surgem como alternativas exclusivas para a música pesada.

Em Pernambuco, ocorrem situações peculiares, como o festival de música independente Abril pro Rock, que na sua edição de 2014, foi dividida em duas noites. A primeira delas, voltada para bandas de *pop rock* e música “alternativa”, teve a presença de aproximadamente 2.500 pessoas, enquanto a segunda noite de apresentações, dedicada ao *rock* mais “pesado” (o que inclui subgêneros do *heavy metal* como o *thrash* e o *death metal*), contou com mais de 7.500 pessoas⁸. “O público do *rock* mais pesado sempre foi nosso público mais fiel”, afirma Paulo André (criador do evento)⁹.

Na mídia brasileira, o investimento em música é restrito. Ou seja, determinados gêneros e nichos costumam ser ignorados pela grande mídia, o *heavy metal* é apenas um deles. Festivais existem. Revistas especializadas têm espaço. E há até iniciativas *online* com *podcasts*, webrádios etc. No geral, as iniciativas independentes (*underground*), tomam a frente na preservação do estilo em esfera local. Pernambuco não foi exceção. Todavia,

⁶ Grupo de *Facebook*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/metalpe/>>. Acesso em: 29 mai. 2016.

⁷ Em 2013, o penúltimo *show* do Iron Maiden em São Paulo trouxe 60mil fãs à Arena Anhembi. <<http://www.guitartalks.com.br/shows/585#ad-image-0>>. No Recife, em 2009, 18 mil pessoas foram ver a mesma banda. <<http://www.old.pernambuco.com/diversao/nota.asp?materia=20090401005002&assunto=169&onde=Viver>>. Acessos em: 29 mai. 2016.

⁸ Dados apontados pela organização do festival. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/04/1446235-rock-pesado-reune-o-triplo-do-publico-do-pop-no-festival-abril-pro-rock.shtml>>. Acesso em: 29 mai. 2016.

⁹ Disponível em: <<http://dosol.com.br/entrevista-paulo-andre-produtor-do-abril-pro-rock>>. Acesso em: 29 mai. 2016.

recentemente, novas iniciativas radiofônicas (relacionadas a grande mídia, neste caso) surgiram causando, assim, uma maior divulgação do estilo no estado.

Em Pernambuco (no Recife, mais especificamente) os passos iniciais foram dados, em consonância com o mundo, ainda nos anos 70. Todavia, a semente começaria a germinar, de fato, nos anos 80. “Se há um marco, ainda que informal, para o surgimento de uma cena metal em Pernambuco, ela tem na ‘casa de Humberto’, como ficou conhecido o local, o seu *Big Bang*. Era para a casa de número 97 que, todos os dias, entre meados dos anos 1970 até o início dos anos 1990, jovens, em sua maioria, de classe média, de todos os cantos do Recife (e do Estado) iam com destino a um quarto de pouco mais de 10 metros quadrados”, ressalta o jornalista Wilfred Gadêlha¹⁰, sobre o início do estilo no estado, em seu livro “PEsado: Origem e Consolidação do Metal em Pernambuco” (GADÊLHA, 2014, p.27).

Desde a casa de Humberto Brito até as primeiras lojas e *fanzines* especializadas em *heavy metal*: a cena fomentava no Recife e, também, no estado. No entanto, tudo funcionava dentro de um nicho específico. Um nicho cuja sobrevivência depende da luta de quem o frequenta. É assim que o *underground* se mantém. E não seria diferente no cenário do *heavy metal* no Recife.

Como meio de comunicação e propaganda, o *underground* sustentou-se fazendo uso da mídia impressa por meio dos *fanzines* e, raramente, do audiovisual. Isso apenas quando uma rara chance de promoção aparecia. Entretanto, as tentativas na rádio eram escassas: nos anos 70, a Rádio Tamandaré transmitiu programas orientados ao *rock* clássico e, através da Rádio Capibaribe, os músicos Araken Acioly e Fred Creder (vocalista e baterista, respectivamente, de uma das bandas pioneiras de Pernambuco, o Herdeiros de Lúcifer) apresentaram o programa, direcionado ao *heavy metal*, *Underground*. “O repertório era montado com base nos discos que a dupla tinha, uma vez que a emissora não possuía o material mais pesado em seu acervo” (GADÊLHA, 2014, p.329). Mais à frente, nos anos 80 (auge comercial do estilo), haveriam novas investidas. Rádios mais comerciais, como a Transamérica, Guarany e Cidade deram espaço, em suas grades, para a música pesada.

Por um curto tempo, a Rádio Rock também causaria furor em terra pernambucanas. Mas foi no início dos anos 2000, época cuja promoção do subgênero *heavy metal* melódico atingira seu apogeu no Brasil, que a Rádio Cidade trabalharia as ondas de rádio em favor da cena em Pernambuco por meio do programa Cidade Metal que, todavia, durou apenas dois

¹⁰ Wilfred Gadêlha é um músico e jornalista pernambucano. Com base em análise sociológica e narrativa (pessoal), o livro analisa as origens da música pesada no estado.

anos. O rádio voltaria a tomar maior signância, dentro do cenário pernambucano, com a recente consolidação e criação dos programas supracitados.

Fatores tecnológicos: Um dos aspectos facilitadores para as produções radiofônicas atuais está nos avanços tecnológicos dos equipamentos de produção. Anteriormente, era necessária uma estrutura maior e fixa (geralmente um estúdio de gravação) para abrigar os equipamentos, seja pelo seu tamanho e/ou fragilidade. E para a veiculação do conteúdo gravado, os produtores dependiam exclusivamente de antenas de transmissão. Basicamente, o custo da construção de um estúdio de rádio é elevado proporcionalmente à qualidade final de gravação desejada.

Porém, a diminuição de custos e o surgimento de equipamentos portáteis (*notebook*, gravadores de mão, etc.) já permitem captações com mobilidade, de acordo com as necessidades dos produtores e às condições do local de gravação. E no que se refere à veiculação dos conteúdos radiofônicos, o advento da *internet* (assim como as novas tecnologias atreladas a ela), a veiculação via *podcasts*, em rádios *web* ou simplesmente pelo *streaming* mostraram-se uma nova possibilidade para o radialismo.

A *internet* segmenta e dá opções mais específicas que qualquer mídia tradicional, com alcance global, além do viés regional ou comunitário. Levando isso em consideração, a produção de um programa dedicado a um determinado nicho não figurante na grande mídia mostra-se viável. Fora isso, as outras possibilidades – como redes sociais, *blogs*, etc – configuram como ferramentas importantes para a realização das produções.

Concorrência Em Pernambuco, programas radiofônicos como o Asgard Rock, Bate Cabeça, PEsado (Região Metropolitana do Recife) e Eu Quero é Rock (interior do estado), fazem o possível para movimentar a cena do *heavy metal* local. Cada programa possui uma linha editorial específica, e são veiculados em horários distintos. Então, não existe uma concorrência direta ou explícita por audiência (público) ou pela preferência das bandas da cena.

Atualmente, existe uma boa relação entre os integrantes dos programas, que além de terem contribuído com informações para o presente artigo, se organizarão até o fim do primeiro semestre de 2016 para a publicação de um manifesto escrito, que visa firmar uma rede de contatos e parcerias entre o cenário radiofônico da música pesada¹¹.

¹¹ A ideia do manifesto foi concebida pelo apresentador e produtor do programa Asgard Rock, Artur Vicente, que também será escrito pelo técnico de som do programa PEsado, Gustavo Augusto e pelo diretor e produtor do programa Bate Cabeça, Rodrigo Cirilo. O material terá como objetivo convocar outros programas do estado de Pernambuco, assim como se posicionar em termos de ética, para estabelecer uma postura de parceria, e não de concorrência, entre os produtores.

Fatores político/legais: Sobre as produções veiculadas na *internet* no Brasil (meio de veiculação cada vez mais comum aos programas radiofônicos), mesmo com a noção prévia de liberdade na *web*, é necessária a cautela com a utilização de músicas nas produções sonoras. A legislação brasileira é capaz de proteger qualquer tipo de conteúdo, inclusive os produzidos para a *internet*. A lei 9.610 de 1998 do Congresso Nacional decreta e sanciona que qualquer tipo de produção intelectual produzida, seja ela registrada ou não, publicada ou não, estará protegida. De acordo com o Art. 7 da lei, os tipos de obras intelectuais protegidas pelos direitos autorais incluem¹²: V - as composições musicais, tenham ou não letra; VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas.

Em relação ao usuário e produtor de mídias sonoras na *web*, existem duas atividades básicas que podem entrar em desacordo com a lei 9.610 de 1998 do Congresso Nacional: O *download*, que consiste em obter um conteúdo através da *web*; E o *upload*, ato de transferir um conteúdo de um “equipamento eletrônico” (PCs, *notebooks*, celulares, etc.) para a *web*. Como breve dimensão de como tais atividades estão arraigadas ao produtor de peças sonoras para a *web*, basta pensar, por exemplo, no uso da música nas produções. Vicente explica que

Na tradição legal, a autoria de uma obra de arte concede ao seu autor o que é definido como o “direito moral” pela obra. Esse direito é intransferível e implica na obrigação da menção à autoria em caso de utilização da obra ou de parte da mesma. Porém, se essa obra for reproduzida em diferentes formatos. Simultaneamente, essa obra também se torna um bem comercial, passível de gerar ganhos econômicos (a partir de sua reprodução ou veiculação por diferentes meios). E esses “direitos patrimoniais” advindos da obra, ou seja, essas possibilidades para seu uso e exploração comercial, podem ser cedidas a terceiros pelo autor. No caso particular da música, além da propriedade comercial representada pela obra composta em si, a produção do fonograma ou seja, da gravação dessa obra musical, também representa uma propriedade, que envolve o trabalho de diferentes profissionais como intérpretes, músicos, produtores, arranjadores e técnicos de gravação. (VICENTE, 2010, p.635).

Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea, 2012), cerca de 41% dos 34,7 milhões de usuários da *internet* realizam *downloads* de músicas e filmes ilegalmente¹³. O Ipea considera que o alto preço de determinados produtos ou a sua

¹² Lei disponível na íntegra em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9610.htm>. Acesso em: 29 mai. 2016.

¹³Dados disponíveis em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=14086&Itemid=75>. Acesso em: 29 mai. 2016.

indisponibilidade no mercado contribui para a pirataria. Mas, na realidade, a pirataria é praticada em grande escala no Brasil, mesmo que de forma “doméstica” (sem visar lucros).

Ao contrário de grandes produções, que contam com equipes próprias para a composição de músicas, o produtor radiofônico geralmente irá recorrer a uma ou mais músicas prontas, o que inclui as seleções de *playlists* dos programas. Com isso, fará o *download* das mesmas, e ao final de seu trabalho, realizará o *upload* do seu produto, mesmo ao infringir alguns direitos autorais das obras utilizadas por meio do plágio, distribuição ilegal, exploração comercial (ao visar o lucro em cima de um produto já concebido – ou seja – protegido por direitos autorais) ou pela pirataria.

2. Produção radiofônica do *heavy metal* em Pernambuco

A seguir, serão apresentados os programas considerados mais atuantes na cena pernambucana do *heavy metal* na atualidade, de acordo com critérios de: frequência de produção e veiculação dos conteúdos, inserção nas mídias sociais, disponibilidade dos integrantes para contato e engajamento com a cena local.

Dos quatro programas, três atuam na Região Metropolitana do Recife, e um no município de Custódia, localizado no Sertão do Moxotó, interior do estado de Pernambuco. De forma geral, todas as equipes seguem uma linha de posicionamento semelhante ao do programa Bate Cabeça, que de acordo com o diretor e produtor Rodrigo Cirilo, os conteúdos são pautados dentro do respeito aos direitos individuais do público, bandas e da cena em si, atentando para a “consagração dos direitos humanos, na promoção da democracia, da diversidade étnica, de gênero, de orientação sexual, e opções religiosas (ou não) daqueles que conosco interagem”.

2.1. Asgard Rock



FIGURA 1: Logo do programa “Asgard Rock”

Slogan: “Vida longa ao Rock 'n' Roll e morte ao falso Metal! ”.

Ano de surgimento: Primeiro semestre de 2000

Integrantes: Produção e Apresentação - Artur Vicente e Saulo Araújo

Local de gravação: Estúdio da Rádio Pernambuco FM, *Rua Mucurí N 184 - Bomba do Hemetério - Recife*

Método de Gravação: Ao vivo.

Horário e canal de exibição: Domingos, das 18h às 20h, na Rádio Pernambuco FM 93.1 mHz, com transmissão pela *web* via *streaming*.

Inserção nas Mídias Sociais: <https://www.facebook.com/asgardrockradio>

Linha editorial: O programa recebe bandas para entrevistas locais, mas trabalha mais frequentemente na realização de blocos dedicados aos subgêneros do *rock* e do *heavy metal*, com debates entre os apresentadores sobre eventos, *shows* e formação de opinião. O espírito do “*underground*” prevalece nos conteúdos, apresentados na sua tradição e autenticidade, sem a presença de músicas ou elementos do circuito comercial (*mainstream*), ainda que dentro do rock clássico ou no contemporâneo.

2.2. Eu Quero é Rock



FIGURA 2: Logo do programa “Eu Quero é Rock”

Slogan: “Eu quero é Rock!”.

Ano de surgimento: 2013

Integrantes: Produção e Apresentação – Paulo Peterson

Local de gravação: Estúdio da Custódia FM - Rua Ananias Tomaz – Rodoviária, Custódia – PE.

Método de gravação: Ao vivo

Horário e canal de exibição: Segunda-feira, 20h às 22h, na Rádio Custódia FM, 88.5 mHz, com gravação dos programas arquivadas no SoundCloud e Mixcloud.

Inserção nas Mídias Sociais (Facebook, Twitter, Instagram, etc):
<https://www.facebook.com/EU-QUERO-É-ROCK-519017288133507>

Linha editorial: O programa baseia suas pautas, principalmente, em fatos marcantes (temáticos) relacionados à data de gravação do programa ou da semana (aniversário de algum artista ou disco clássico). Através de entrevistas, o “Eu quero é Rock” também abre espaço para divulgação de bandas nacionais, principalmente da região. Os ouvintes podem entrar em contato via *WhatsApp* e pelas plataformas *online*. Completam a linha editorial quadros como “Frases do *rock*”, “Agenda de *shows*”, “Lançamentos”, “Notícias” e pedidos de músicas.

2.3. PEsado



FIGURA 3: Logo do programa “PEsado”

Slogan: "É lapada para todos os gostos"

Ano de surgimento: Julho de 2015

Integrantes: Apresentação - Wilfred Gadêlha e Ad Luna / Captação e Edição - Gustavo Augusto / Direção - Wilfred Gadêlha

Local de gravação: Instalações do Apolo Beer Café - Rua do Apolo, centro da cidade do Recife (por meio de equipamentos de captação portáteis).

Método de gravação: Gravado e editado em pós-produção.

Horário e canal de exibição: Sábado, às 18h00, na Rádio Universitária FM 99.9 mHz, com versões estendidas disponibilizadas no SoundCloud.

Inserção nas Mídias Sociais (Facebook, Twitter, Instagram, etc):
<https://www.facebook.com/PEsadoRadio>

Linha editorial: Apesar do programa ser editado em pós-produção antes de ser veiculado, a captação se dá no estilo "ao vivo", ou seja, sem cortes durante as gravações, o que garante o clima descontraído entre a equipe de produção e os entrevistados. Por decisão editorial, os programas são gravados em temporadas, numa quantidade e padrão semelhante às séries de televisão, com a média de 26 "episódios" por semestre. As temáticas são inspiradas em pautas jornalísticas, como por exemplo: "bandas novas", "discos favoritos", "problemas na cena em Pernambuco", entre outros. Com a média mensal, uma banda é escolhida para compor um programa exclusivo sobre músicas e influências dos integrantes, sendo a ênfase focada em bandas "clássicas" da cena local. E após as primeiras edições do programa, foi decidida pela equipe a produção da versão estendida do programa, em que conteúdos adicionais são gravados para exibição exclusiva na *web* via SoundCloud.

2.4. Bate Cabeça



FIGURA 4: Logo do programa “Bate Cabeça”

Slogan: “Rock e Metal no seu rádio”.

Ano de surgimento: 2015

Integrantes: Apresentação – Jacque Ernesto e Gustavo Freitas, Direção e Produção – Rodrigo Cirilo, Edição – Gustavo Freitas

Local de gravação: Estúdio da Rádio Tropical FM 95.1 - R. Edmundo Lopes, 22 - Campo Grande, Recife - PE

Método de gravação: Gravado e editado em pós-produção.

Horário e canal de exibição: Sábado, 14h às 16h, pela Rádio Tropical FM Recife 95,1 MHz

Inserção nas Mídias Sociais (Facebook, Twitter, Instagram, etc):
<https://www.facebook.com/programabatecabeca>

Linha editorial: No geral, o programa tem seu foco na apresentação de bandas de rock/metal (a nível mundial) e, além dos clássicos, se presta a apresentar novo material ao seu público. A mostra de valores da cena local se dá com entrevistas com integrantes de bandas, com destaque para bandas novas. O programa já recebeu bandas consideradas clássicas na cena pernambucana, como o Cruor e o Malkuth.

3. Análise SWOT

O método (Análise SWOT) foi fundamentado por Kenneth Andrews e Roland Christensen, nos anos de 1960 e 1970, para o auxílio do planejamento empresarial. Mas por sua simplicidade, também é considerado útil para a análise do ambiente para projetos de comunicação. Na sua concepção, a análise se divide em dois pontos: o ambiente interno de uma organização (forças e fraquezas), que corresponde às suas características inerentes, no momento presente. E o ambiente externo (oportunidades e ameaças), que aponta elementos que vão além do controle de determinada empresa, com as previsões de futuro.

A seguir, serão apontadas as características presentes na cena musical do *heavy metal* em Pernambuco sob o contexto radiofônico.

Ambiente interno – Forças

Linhas de produção multimídia: Para além do rádio, outras mídias (e conteúdos derivados) são explorados para a veiculação dos programas enquanto projetos distintos, como postagens em mídias sociais, produção textual (resenhas, coberturas de eventos, comentários, etc.), publicação de fotos e vídeos, entre outras possibilidades – de acordo com a demanda do público e às ferramentas disponíveis aos produtores.

Produção voltada ao nicho: Com temática especializada trabalhada (por vivência e pesquisa) no estilo, uma produção radiofônica dedicada ao *heavy metal* causa empatia ao público mesmo que seja de cunho amador. A produção bem embasada ganha, portanto, um diferencial enorme dentro do cenário. Temáticas locais abordadas garantem, também, uma maior apoio e empatia por parte do público.

Ambiente interno – Fraquezas

Ausência de recursos financeiros para a manutenção das produções: O cenário mais comum das produções radiofônicas dedicadas ao *heavy metal* em Pernambuco é o da falta de recursos financeiros básicos para as produções e para compra e manutenção de equipamentos. Com isso, o investimento inicial das produções é feito pelos próprios integrantes do programa.

Falta de apoio da grande mídia: O *heavy metal*, de forma geral, não possui apelo favorável na grande mídia. Com base nessa premissa, onde poucos artistas/grupos excetuam-se (sendo eles estrangeiros ou de outras regiões do Brasil), é sabido que apoio e investimentos, baseados em fontes envolta a essas mídias, serão escassas.

Ambiente externo – Oportunidades

Preenchimento das demandas do nicho: A aceitação do nicho explorado pelos programas, e o cumprimento dos objetivos e metas de seus respectivos planejamentos de produção, podem acarretar em uma maior interação entre o público e as bandas da cena local do *heavy metal* em Pernambuco, assim como estimular uma maior divulgação e frequência de *shows* das bandas locais – o que inclui subgêneros musicais que, mesmo englobados ao ambiente do metal, possuem características distintas ao ponto da necessidade de serem tratadas como cenas completamente diferentes¹⁴. Uma produção midiática devidamente estruturada com base em conceitos como a participação e engajamento pode trazer consigo algumas soluções aos problemas comuns à cena pernambucana do *heavy metal*.

Possibilidades de parcerias: A expansão da rede de contatos dos programas de rádio permite uma maior visibilidade aos projetos. O exemplo mais comum se dá no escoamento das produções por meio do compartilhamento em mídias sociais, que expande o alcance para os públicos-alvo de outros projetos, e contribui para o suporte para a cena pernambucana do *heavy metal*. Tais parcerias, caso concretizadas, tendem a aumentar a longevidade e a expansão das produções.

¹⁴ Como exemplos simples, existem as rivalidades históricas entre os subgêneros, como o *thrash metal* e o *glam rock* nos anos 80, ou do *black metal* contra qualquer gênero que enalteça temáticas cristãs, como o *white metal*. Alguns subgêneros, porém, tiveram relações que renderam até mesmo novas classificações, como o “*crossover*” (junção do *thrash metal* e o *punk rock*).

Ambiente externo - Ameaças

Falta de adesão: Os programas radiofônicos estão sujeitos à aceitação do público, das bandas locais e de membros influentes da cena pernambucana do *heavy metal*, como a mídia, produtores de *shows*, etc. A falta de comunicação e a adesão com os produtos podem atrapalhar ou mesmo comprometer a ascensão e estabilidade dos projetos dos programas.

Falta de fluxo de capital: Parte das produções radiofônicas pernambucanas voltadas ao *heavy metal* se dão de forma voluntária por parte dos integrantes dos projetos. Quando não há nenhum tipo de retorno financeiro, os programas correm o risco de cancelamento por inviabilidade financeira de investimento e produção.

CONSIDERAÇÕES

De forma geral, a paixão do fã de *heavy metal* é o fator principal para sua resistência ao longo das décadas, pois não há apenas o consumo da música. Existe uma relação e participação cultural que transcende o status de gênero musical e, assim, torna-se um estilo de vida.

Desde os antigos *fanzines* a uma página numa rede social, o direcionamento midiático alternativo fomenta o *heavy metal*, o que é definido como o circuito *underground* da música pesada. E sempre foi assim, seja no Recife ou na Escandinávia, pois há um padrão específico, sem distinção, neste cenário – seja amador ou profissional. É compreensível, portanto, seu apelo nas mídias alternativas em detrimento dos meios de comunicação tradicionais.

Em Pernambuco, a música pesada, até o fim do século XX, não foi amplamente explorada dentro dos meios radiofônicos, por um motivo simples: nem todos os estilos de *heavy metal* são compatíveis com o padrão fonográfico comercial. E, no geral, o serviço das rádios comunitárias ou piratas era escasso, e de certo modo, amador. Ou seja, um estilo “marginal” não teria tanto apelo e suporte na mídia radiofônica tradicional.

A situação muda, todavia, a partir do momento em que o rádio atinge um novo patamar, e sua existência atua de forma intrínseca à *internet* via o conceito de *webradio* e novos formatos de *web*, como por exemplo, o *podcast*. A veiculação radiofônica em geral ganha, portanto, uma nova musculatura e vigor, ainda mais acessível a quem constrói esse universo, ou seja, os próprios fãs (consumidores) do gênero.

Surge, dessa forma, uma área renovada para exploração, em paralelo com a revitalização atual da cena musical pesada pernambucana. Com isso, conclui-se que há um

público consumidor e um segmento – dentro do seu limite – viável para o uso do rádio, como mídia alternativa, para o *heavy metal* em Pernambuco.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BASTOS, Marcelo. **Análise SWOT (matriz) - Conceito e aplicação**. In: Portal Administração. 2014. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html>>. Acesso em: 27 mai. 2016.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

DUNN, Sam. McFAYDEN, Scott. **Global Metal**. Canadá, Bangers Films, 2008. 95 minutos.

DUNN, Sam. McFAYDEN, Scott; WISE, Jessica J. **Metal – A Headbanger’s Journey**. Canadá, Bangers Films, 2005. 98 minutos.

GADÊLHA, Wilfred. **PEsado – A consolidação e origem do metal em Pernambuco**. Recife: Edição do autor, 2014.

INTERVOZES. Informativo. Concessões de Rádio e TV – Onde a democracia não chegou. In: **Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social**. 2007. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/MiroSantos1/concesses-de-rdio-e-tv-onde-a-democracia-no-chegou>>. Acesso em: 27 mai. 2016.

KELLER, Kevin Lane; KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2011.

SILVA, Ana Lúcia Pereira da (UNESP); DIAS, Dalva Aleixo (UNESP). Públicos: evolução histórica, definições e tipologias. In: **Anais do I Simpósio de Comunicação e Tecnologias Interativas**. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simposio/anais/2008_Lecotec_386-403.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2016.

VICENTE, Eduardo. A questão dos suportes na Indústria Musical: concentração, substituição, desmaterialização. In: FERRARETO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Org.). **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre; Edipucrs, 2010.