

O DJ e a Performance No Universo Reggae De São Luís¹

José LOBATO²

Fabíola SILVA³

Universidade Ceuma, São Luís, MA

RESUMO

O presente trabalho dedica-se a analisar a atuação dos DJs de reggae de São Luís, a partir dos elementos de performance a frente das radiolas de reggae. A metodologia utilizada foi a de entrevistas em profundidade com três dos principais DJs de reggae de São Luís. A análise do corpus foi feita sob a ótica do hibridismo cultural e do multiculturalismo proposto por Nestor Garcia Canclini, diante da apropriação da cultura musical Jamaicana pela cultura maranhense. Como resultado, compreende-se o DJ como ator principal e mediador cultural entre o público e a empresa de produção musical.

PALAVRAS-CHAVE: DJs; Radiola; Reggae; Performance.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o DJ de reggae a partir das estratégias comunicacionais adotadas pelos mesmos, e as suas características de atuação e performance a frente das radiolas. De caráter qualitativo, apoiada em referências dos estudos culturais e da antropologia, a pesquisa adotou como recursos metodológicos a revisão bibliográfica, seleção do corpus para aplicação de entrevistas em profundidade a fim de analisar as várias dimensões do objeto.

Ritmo nascido nos bairros periféricos jamaicanos, o reggae tornou-se mundialmente conhecido pela obra de artistas como Bob Marley, Jimmy Cliff, Peter

¹ Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Ceuma, e-mail: jjorgeblack@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Ceuma, e-mail: fabiolademesquita@hotmail.com

Tosh, Desmond Dekker. A internacionalização do reggae consolidou-se em 1979 com a turnê internacional de Marley, grande parte das suas composições foram regravadas por grandes nomes da música mundial como Eric Clapton, Stevie Wonder e Mick Jagger dos Rolling Stones (GASPERIN, 2004).

Na década de 80, o reggae no Brasil se espalhou de maneiras diferentes. Em 1982, Gilberto Gil lançou álbum “A Raça Humana”. Dentre as faixas, a canção Vamos Fugir em ritmo de reggae, que foi gravada em Kingston na Jamaica com a participação da banda The Wailers. Em São Luís, as apropriações do ritmo ganharam formas diferenciadas de produção, veiculação e mercadorização.

SÃO LUIS, A JAMAICA BRASILEIRA

Segundo Ramusyo Brasil (2014), a chegada do reggae ao Maranhão possui versões distintas: a primeira diz respeito ao intenso fluxo migratório entre Maranhão e Pará, principalmente no período que corresponde à construção da estrada de ferro de Carajás, da Companhia Vale do Rio Doce – CVRD. A segunda versão refere-se a intensa troca de vinis entre marinheiros e moradores locais nos portos do Estado trazendo o ritmo a periferia; e a terceira diz respeito à chegada do reggae via rádios de ondas baixas e rádio amadores do Caribe. Tornando-se como elemento comum nas narrativas a fixação do reggae as periferias.

Se a chegada do reggae ao Maranhão apresenta uma trajetória indefinida, o mesmo não se pode dizer da origem dos Djs nesse contexto. De acordo com Silva (1995), o DJ Riba Macêdo (José Ribamar da Conceição Macedo), foi o pioneiro a tocar o ritmo jamaicano nas festas da capital maranhense. O interesse de José Ribamar pelo reggae se deu no início da década de 1970 ao visitar o Pará e comprar inúmeros vinis de reggae e música caribenha. Com um sistema de som de apenas duas caixas e dois toca-discos, Riba passou a inspirar um extenso grupo de admiradores do reggae em São Luís.

O crescimento do ritmo no Maranhão, segundo Albuquerque (1997), aconteceu a partir da apropriação do modelo “sound systems” que ainda na década de 70, em São Luís foram remodeladas e batizadas de radiolas. Contratadas pela eventos e festejos religiosos, as radiolas e seus respectivos DJs se fortaleceram no circuito reggae no Estado.

Alguns DJ's começaram a viajar em busca de músicas exclusivas para o repertório. Os principais destinos eram a cidade de Kingston e Londres para comprar discos de vinil nos formatos LP s (*Long plays*), os singles 12 e compactos de rotação 45 (ARAÚJO, 2008). Os proprietários de radiolas pagavam quantias exorbitantes pela posse exclusiva de um LP. A disputa era tão acirrada que chegavam a financiar viagens de algumas pessoas para a busca de raridades na Jamaica, Londres, Holanda e França. Nesse período surge a ideia de exclusividade musical como atrativo das festas, de forma semelhante aos eventos de reggae na Jamaica os produtores das *sound systems* trabalhavam com músicas exclusivas para conquistar o público. (FREIRE, 2012).

No início da década de oitenta, o reggae já havia conquistado espaço nos meios de comunicação de massa e algumas das radiolas melhoraram e ampliaram suas aparelhagens transformando-se em grandes empresas de produção e consumo no mercado reggae (COSTA, 2008). Através do processo de construção e estruturação do ritmo jamaicano em São Luís corresponde ao fenômeno do hibridismo cultural (CANCLINI, 2006), a cidade desenvolveu uma cadeia produtiva de profissionais de vários segmentos do universo reggae: empresários, DJ's, comunicadores, artesãos, pesquisadores, colecionadores, bandas, lojistas, artistas, equipes de discotecagem de reggae em vinil passam a integrar um circuito e auxiliar no processo de popularização do universo reggae de São Luís (MORAIS, 2008).

Canclini (2011) desenvolve o conceito de hibridismo cultural pelo viés político, considerando as interações entre as culturas indígenas e elite. Segundo o autor, o hibridismo garantiria a existência temporal da cultura indígena que por sua influenciaria no processo de modernização da cultura da elite. O hibridismo cultural propõe a ruptura com o conceito de pureza de uma cultura, como prática multicultural, possibilita o encontro de culturas aparentemente divergentes.

O hibridismo tem como base o multiculturalismo como espaço que permite o diálogo cultural, e do embate entre duas culturas diferentes surge um elemento novo. Na visão do autor da tolerância às diferenças culturais, no contato com o “outro” decorrentes da movimentação e reapropriação de bens simbólicos reside a riqueza das culturas. No caso do Maranhão, o reggae da Jamaica reapropriado ao contexto ludoviscence, apresenta um novo contorno cultural, midiático e comercial tendo os DJs como agentes de ações performáticas desse fenômeno musical e multicultural.

Para Hutcheon (1991) essa reorganização cultural é possível devido a uniformização do consumo, ocasionando ganhos e aumentando a política comercial e concorrencial, fator observado entre os DJs de reggae de São Luís, que após a contínua hibridização cultural entre o Brasil e a Jamaica, tornam-se concorrentes por uma maior projeção comercial na busca da fidelização de seu público.

No cenário musical local, as radiolas se estruturam com aparelhos sofisticados e potentes, apresentando um visual inovador, exaltando cores vibrantes, relacionadas às cores da bandeira da Etiópia e da Jamaica. Diante disto, os empresários perceberam a necessidade de começar a divulgar eventos através dos meios massivos com investimentos em programas especializados em música reggae nas emissoras de rádio FM e em alguns canais de TV.

Os programas específicos de reggae nas emissoras de rádio em São Luís, a partir da década de oitenta, passaram a divulgar os eventos das empresas e também proporcionariam o envolvimento dos DJs com o público consumidor. Nos programas, além de músicas exclusivas, a criação de vinhetas dava a radiola uma linguagem comercial.

O DOMÍNIO DAS RADIOLAS

Radiolas são aparelhagens com amplificadores de potência e caixas de som que compõem os paredões chegando a medir sete metros de altura.

No cenário atual, são as radiolas que movimentam os principais eventos de reggae na cidade de São Luís, mobilizando o público regueiro nos mais diversos espaços e lugares, utilizando aparatos tecnológicos e estrutura visual que impressionam os frequentadores dos eventos e constituem importantes elementos diferenciais no competitivo mercado local do ritmo. (SANTOS, 2009, p.137).

A ascensão do reggae eletrônico pelas radiolas fez com que as mesmas incrementassem seus acervos, adotando a prática da exclusividade, lançando inclusive CDs com músicas produzidas em estúdios locais. Denominado reggae eletrônico o novo estilo é marcado pelo domínio dos graves na música, aspecto que oferece força e potência durante as execuções musicais (ABREU, 2009).

Segundo Freire (2010) os cantores de reggae maranhense incentivados pelas

empresas promovem shows além da produção de CD's específicos do gênero. “No final dos anos 2000, as radiolas começaram a investir também em cantores maranhenses que passaram, inclusive a se apresentar junto com as radiolas” p. 79).

Com a ascensão das produções locais, foram iniciadas trocas de influências musicais entre a Jamaica e São Luís, as quais se tornaram cada vez mais intensas. São as características desse “espetáculo” intitulado aqui como performance que nos interessa, isto é, observar dentre as maiores radiolas do Estado que escolhas, recortes e apropriações são realizadas pelos DJ's para construir a identidade da radiola.

METODOLOGIA

Como parte do corpus, os três Djs de radiolas da capital foram entrevistados e para coleta dos dados a técnica da **entrevista em profundidade** ou semiestruturada que visa favorecer a livre expressão das posições individuais.

A entrevista em profundidade é uma forma de pesquisa de caráter qualitativo onde o entrevistador, através de uma experiência presencial ou semipresencial, elabora perguntas livres ou semiestruturadas ao público alvo da entrevista. Os três principais DJs do circuito reggae de São Luís foram entrevistados através da técnica supracitada.

O DJ E A PERFORMANCE

Segundo Diana Taylor (2013) eventos são performances que podem assumir um caráter musical, onde os artistas estabelecem uma relação com o público em torno da espetatorialidade do ao vivo, não se limitando a isto. O evento performatiza uma intenção de realização, seja de ordem pública ou privada, o que motiva a sua existência:

“Se eventos são performances, estamos falando, naturalmente, de artistas que planejam espetáculos, executam, realizam shows em um espaço-tempo delimitado e contextualizado. Tais artistas reúnem fãs, frequentadores, curiosos e apreciadores de música que, por sua vez, performatizam maneiras de estar, de fruir e de sentir a música, corporificando resistências, obediências, cidadanias, gêneros, etnicidades, entre outros aspectos (AMARAL, SOARES, POLIVANOV, 2018, p. 65)”

Ao aderir a cultura dos “melôs” para anunciar ou ocultar o título original de uma música e renomear uma canção com outro nome garante ao DJ a exclusividade do

repertório e uma característica de sua performance:

“Do ponto de vista mercadológico o advento do melo servia (no início do reggae no Maranhão – década de 1970 e 1980) para omitir o nome verdadeiro da música em inglês e assim, dificultar que outro colecionador ou DJ obtivesse determinado fonograma que só uma radiola tinha. Isso gerava um sistema de exclusividade das canções. (BRASIL, 2014, p. 58).”

O DJ torna-se responsável por uma criação de comunidade de sentido e pertencimento para o público que acompanha sua performance. Falas intercaladas na apresentação ao vivo aproximam dois mundos.

“Há que se ressaltar que os DJ s são profissionais do reggae que dão ritmo e energia ao movimento, é difícil imaginar o movimento reggae sem a presença dos DJs visto que os mesmos ativam um mercado de consumo intrigante e ao mesmo tempo dinâmico, contribuindo para a circulação de bens ligados à produção cultural do reggae como CD s, DVD s, discos, gravações em MP 3 e as festas semanais do calendário das radiolas mobilizando e informando ao diversos grupos de consumidores do movimento. (SANTOS, 2009, p.163)”

Em ação performativa o DJ cria uma linguagem particular que passa a construir a identidade da radiola ao qual ele pertence. Há 17 anos como DJ na Empresa Itamaraty Sonorizações, Hilton Diniz, o DJ Bacana, é o garoto propaganda da radiola Itamaraty, pioneira na produção de eventos.

Atualmente, a empresa dispõe de duas aparelhagens de som: Super Itamaraty e Mega Itamaraty, montadores, técnicos, DJ's, comunicadores, estúdios de produção e gravação de comerciais, além de caminhões próprios para o transporte dos equipamentos. A equipe dos DJ's da empresa Itamaraty Sonorizações é composta pelos DJ s Mr Brown (Charles), Robert Thanco (Roberto), Jean Holt (Jean) e o DJ Bacana (Hilton Diniz).

Figura 1 – DJ Bacana da Itamaraty



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

Há 17 anos como DJ na Empresa Itamaraty Sonorizações, o primeiro entrevistado da pesquisa, Hilton Diniz, o DJ Bacana, é o garoto propaganda da radiola Itamaraty. Em relação aos processos de criação, seleção e reprodução do set-list, o DJ configura uma ação que representa a si, a própria radiola.

“O DJ tem que selecionar músicas que consigam realizar a alegria do público presente nos eventos em três características diferentes como fazer o público adentrar as festas, mantê-los dançando e animados durante a festa toda e por último proporcionar o máximo de entretenimento ao público presente nas festas com as músicas exclusivas, estes que são os momentos mais aguardados da festa. O público que frequenta as festas é fascinado por músicas exclusivas (DINIZ, 2018)”

Figura 2 – Dj Natty Nayfson



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

O segundo entrevistado DJ Natty Nayfson atua há trinta e três anos à frente da sequência musical e afirma que a aproximação com o público é fundamental para conhecer o que o público deseja nas festas. Quanto ao processo de produção de músicas exclusivas, Natty Nayfson afirma que o público é sua principal influência. Nos estúdios de gravação o DJ encomenda as suas produções musicais escolhendo tipos de melodia para agradar o gosto popular.

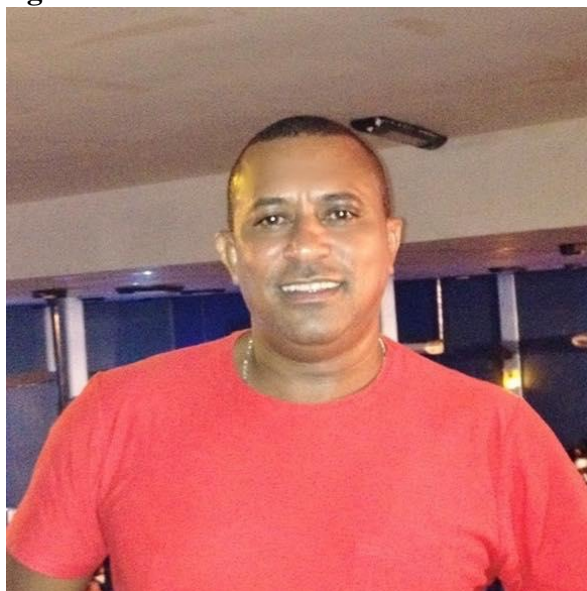
“Nas décadas de oitenta e noventa inúmeros DJs, empresários, colecionadores, investidores, pesquisadores viajaram inúmeras vezes para Kingston, Londres entre outros países para comercializarem a música reggae. De forma que a fonte secou. E as radiolas de reggae de São Luís, também sobrevivem e mantêm o seu público consumidor através das músicas exclusivas, portanto atualmente consumimos o

reggae maranhense (NAYFSON, 2018).”

Finalmente, o DJ relata que a comunicação entre a radiola e o público é repleta de interação:

“Além das pessoas fazerem parte do público que frequenta os eventos com a Radiola FM Natty Nayfson também são estabelecidos laços de amizade entre o DJ Natty Nayfson e essas pessoas de forma que as amizades se estendem também através das apresentações do programa Reggae Dance, onde os ouvintes, fãs, seguidores e público em geral entram em contato com o DJ Natty Nayfson para interagirem sobre o reggae” (NAYFSON, 2018).

Figura 3 – Estrela do Som DJ Ronald Pinheiro



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)

A empresa Estrela do Som Sonorizações dispõe de grande prestígio junto ao público consumidor dos eventos reggae em São Luís. A chamada torcida organizada da empresa é bastante atuante na participação e na concepção dos eventos com a empresa. residente da estrela do som desde 1999, o DJ Ronald Pinheiro constrói seu repertório a partir de uma mistura de produções musicais.

De canções mais eletrônicas ao ritmo melodioso, para dançar “agarradinho”, faz parte da tradição do DJ manter um repertório amplamente variado para agradar a todos os tipos de público que frequentam as festas. O DJ tem que agitar, animar e interagir com a torcida fiel da Estrela do Som, a nação gigantesca. As produções de músicas exclusivas seguem os padrões das demais radiolas discorridas nesta pesquisa; as gravações são produzidas em estúdios locais:

A radiola Estrela do Som sempre comercializou as músicas com a produção eletrônica desde o início dos anos 2000, as músicas eram produzidas e comercializadas pelos jamaicanos Honey Boy e Bill Campbell. De uma forma que o público consumidor das festas com a radiola Estrela do Som sonorizações nunca reclamaram da sequência de músicas populares e exclusivas com a batida eletrônica que são produzidas em São Luís, e que essas músicas eletrônicas com a produção ludovicense fazem parte das novas tendências musicais e da globalização mundial que estão influenciando em todos os gêneros musicais (PINHEIRO, 2018).

Estar a frente de um programa de rádio ou TV na opinião do DJ é fundamental para aproximar a radiola e o próprio DJ do público. O DJ Ronald também nos informa que a proximidade entre o DJ, ele e o público, proporcionou a criação de um grupo de seguidores fiéis, a radiola Estrela do Som. Os fãs comercializam camisetas personalizadas da radiola e montam a considerada torcida gigantesca da Estrela do Som e, durante todo o evento, dançam e vibram a cada música da sequência de “pedras” exclusivas do DJ.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa analisou a atuação dos DJs de reggae de São Luís, a partir dos elementos de performance a frente das radiolas de reggae. A partir da capacidade de criatividade nas apresentações da música reggae, desde os anos setenta, o estilo tem proporcionado características de apropriações e ressignificações musicais junto a este processo evolutivo, como, por exemplo, o de renomear as músicas como “melôs”, ora para promovê-las, ora para ocultar a sua identidade original e tê-la como exclusividade só para si, e só para sua sequência.

A afirmação de ter São Luís como a “Jamaica Brasileira” foi uma das conquistas do processo de criação lexical dos DJ’s das radiolas de reggae. Dizer que uma nova música “é uma pedra” para que ela se torne popular e se caracterize como uma exclusividade também foi estratégia comunicacional dos DJ’s das radiolas de reggae de São Luís.

Portanto todos estes foram aspectos que contribuíram com a sua transformação em mediadores culturais entre as radiolas de reggae e o público regueiro da “Jamaica Brasileira”. Por sua vez, desde as apresentações musicais de um ritmo, até então desconhecido pela maioria da comunidade ludovicense, até a sua elevação junto aos

meios de comunicação de massa, o reggae firmou-se como uma cultura de massa.

Contribuíram também alguns aspectos fundamentais que vão desde a idealização das festas até os momentos finais dos eventos, passando pela produção e seleção musical nos estúdios. Portanto o DJ está sempre presente. Ter a preocupação em carimbar as músicas com vinhetas que celebram o nome do DJ associado a um “slogan”, como DJ Natty Nayfson, O Príncipe do Reggae, DJ Bacana, o garoto “estiloso” da Itamaraty, DJ Ronald Pinheiro o DJ da sequência demolidora, é uma estratégia de marketing criativa.

Por outro lado percebe-se que em todas as peças de campanha para as festas, shows e eventos em geral, observa-se que o nome do DJ está geralmente em primeiro plano. Nos programas específicos de rádio e TV, o DJ também tem grande visibilidade. Através dos olhares para o DJ durante as pesquisas e análises de campo nas festas pôde-se observar que existe uma interatividade, entre o DJ na radiola e o público consumidor que frequenta as festas de reggae em São Luís. Principalmente no que diz respeito aos apelidos dos “melôs” que são executados, isto é, a elevação da referida música como “pedra”.

Quanto ao linguajar do público que frequenta as festas de reggae com as radiolas, para ele o termo “pedra” diz respeito a uma música boa, bonita, dançante. É aquela música que, quando o DJ inclui na sequência, o público dança, vibra e se diverte com a sua radiola preferida. Portanto, observa-se o fenômeno da hibridização entre o DJ, o público consumidor (o regueiro), as radiolas e a música reggae.

As características a seguir estão atreladas a projeção DJ no âmbito comercial: a qualidade da radiola, as técnicas de equalização, a condução da comunicação entre o DJ e o público consumidor das radiolas, conforme observado nos resultados das entrevistas, é sinônimo do sucesso da “marca”. Sendo estes os aspectos que consolidaram a música reggae como um produto cultural de consumo em São Luís e contribuíram para a transformação dos DJ’s como mediadores hibridizados culturalmente e apropriados no universo reggae da “Jamaica Brasileira”.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, C. **O Eterno verão do Reggae**, EDITORA 34,1997.
- AMARAL, A.; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 41, n. 1, p. 63-79, 2018.
- ARAÚJO, E. P. **O reggae ludovicense: uma leitura do seu sistema léxico, semântico**. Revista Philologus / Circuito Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos ano 10 n. 28, Rio de Janeiro CíFEFiL, 2008.
- BRASIL, R. **O reggae no caribe brasileiro São Luís**.Ed. Pitomba, 2014.
- CACLINI, N. G. **Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2006.
- _____. Culturas híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.
- COSTA, R. **DJ s, magnatas e regueiros: considerações sobre o reggae na ilha de São Luís ÍCONE** v. 10 n. 2 dez., 2008.
- FREIRE, K. **Onde o reggae é a lei**. São Luís, EDUFMA, 2012.
- _____. **Que Reggae é Esse que Jamaicanizou a “Atenas Brasileira”** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do Título de Mestre em Ciências Sociais. 2010.
- GASPERIN, E. **Reggae, Super Interessante**. 24 ed. São Paulo: Coleção para saber mais, Abril, 2004.
- DINIZ, H. Hilton Diniz: depoimento [abr. 2018]. Entrevistadores: José Lobato. São Luís-MA. 1 arquivo mp3 (60 min). Entrevista concedida ao trabalho de monografia de conclusão de curso do aluno José Lobato. 2018.
- HUTCHEON, L. **Poética do pós-modernismo**. Rio de Janeiro. Imago, 1991.
- MORAIS, M. do C. L. **O reggae, da Jamaica ao Maranhão: presença e evolução IV ENECULT Bahia** 2008.
- NAYFSON, N. Natty Naifson: depoimento [abr. 2018]. Entrevistadores: José Lobato. São Luís-MA. 1 arquivo mp3 (60 min). Entrevista concedida ao trabalho de monografia de conclusão de curso do aluno José Lobato. 2018.
- PINHEIRO, R. Ronald Pinheiro: depoimento [abr. 2018]. Entrevistadores: José Lobato. São Luís-MA. 1 arquivo mp3 (60 min). Entrevista concedida ao trabalho de monografia de conclusão de curso do aluno José Lobato. 2018.
- SANTOS, F. A. **Produção e consumo do reggae das radiolas em São Luís significados, simbolismos e aspectos mercadológicos**. Dissertação de mestrado em administração. UFPB, João Pessoa 2009.

SILVA, Carlos Benedito Rodrigues Da. **Da terra das primaveras à ilha do amor**: reggae, lazer e identidade cultural São Luís. EDUFMA, 1995.

TAYLOR, D. **O arquivo e o repertório**: Performance e Memória Cultural nas Américas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

VIDIGAL, L. A. “A Jamaica é aqui”): relações entre música e território no audiovisual. **Revista Brasileira do Caribe**, Brasília, v. IX, n. 18. Jan-Jun 2009, p. 425-484.

WADA, M. D. O reggae como instrumento político na cultura maranhense. **Revista Cambiassu**. Publicação Científica do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão. ISSN 0102-3853. Ano XVIII. n. 4 jan/dez 2008.