



COMUNICAÇÃO SOCIAL – RÁDIO E TV

**ANTÔNIO DE LÁZARO CHAGAS SANTOS
JOÃO BAPTISTA FERREIRA NETO**

**HARMONIA DO SAMBA:
Paixão que não perde o compasso**

**CONCEIÇÃO DO COITÉ
2019**

**ANTÔNIO DE LÁZARO CHAGAS SANTOS
JOÃO BAPTISTA FERREIRA NETO**

**HARMONIA DO SAMBA:
Paixão que não perde o compasso**

Memorial descritivo do documentário Harmonia do Samba: paixão que não perde o compasso, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Rádio e TV, pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

Orientadora: Profa. Dra. Cleidiana Ramos

**CONCEIÇÃO DO COITÉ
2019**

**ANTÔNIO DE LÁZARO CHAGAS SANTOS
JOÃO BAPTISTA FERREIRA NETO**

**HARMONIA DO SAMBA:
Paixão que não perde o compasso**

Memorial descritivo do documentário Harmonia do Samba: paixão que não perde o compasso, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Rádio e TV, pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

Orientadora: Profa. Dra. Cleidiana Ramos

Data: _____

Resultado: _____

BANCA EXAMINADORA

Profa. (Orientadora) Dra. Cleidiana Ramos

Assinatura _____

Prof. Dr. Matheus Araújo dos Santos

Assinatura _____

Prof. Me. Vera Rocha

Assinatura _____

AGRADECIMENTOS

Antes de qualquer agradecimento, se faz necessário agradecer a Deus por fortalecer a caminhada, além de nos possibilitar vivenciar este momento de tanta luta e aprendizado através deste produto.

Agradecemos também aos nossos familiares por muitas vezes durante a caminhada ficarem preocupados e preocupadas com as nossas viagens em algumas vezes à noite, mas ao mesmo tempo nos fortaleceram e nos apoiaram com a positividade que sempre precisamos.

Não podemos esquecer de agradecer ao nosso orientador inicial, professor Rogério Costa, que muitas vezes passou por cima de barreiras por confiar na gente, e aceitou no início este desafio, além de nos encaminhar conteúdos excelentes.

Sobre a nossa nova orientadora, no início ficamos preocupados por não a conhecer ainda, mas esta preocupação acabou no primeiro encontro, que se transformou em muita gratidão por nos orientar tão bem, e nos indicou o caminho melhor a seguir. Somos muito gratos a você professora Cleidiana Ramos.

Aos personagens deste documentário agradecemos de coração por tirarem um tempo de vocês para abrilhantarem e darem sentido ao que este documentário pretende. A vocês profundo respeito e gratidão.

E por fim esta amizade construída durante a graduação, que foi se fortalecendo com conhecimento, com muito respeito e que agora tem como culminância este produto que tanto sonhamos.

RESUMO

Este experimento busca refletir sobre os fãs da banda Harmonia do Samba, e, sobretudo, como os laços com os artistas se fortalecem, além das inovações discursivas produzidas dentro do gênero conhecido como pagode baiano. Ele discute como as evoluções musicais e mercadológicas agiram sobre a vivência da banda com os seus e as performances no palco, e principalmente o comportamento dos músicos com os fãs da banda. O trabalho também aborda questões sobre o pagode baiano no cenário musical.

Palavras-chave: Música, Samba, Mercado, Fãs, Indústria Cultural

ABSTRACT

This experiment seeks to reflect on the fans of the band Harmonia do Samba, and, above all, how the ties with the artists are strengthened, as well as the discursive innovations produced within the genre known as the Bahian pagoda. He discusses how the musical and marketing developments have acted on the band's experience with their own and on stage performances, and especially the behavior of the musicians with the band's fans. The work also addresses issues about the Bahian pagoda in the music scene.

Keywords: Music, Samba, Market, Fans, Cultural Industry

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. BREVE HISTÓRICO DA TECNOLOGIA NO MERCADO DA MÚSICA NO BRASIL	9
1.1. Mercado da música	11
1.2. Fãs: comunidade passional e as redes sociais	13
2 HARMONIA DO SAMBA: BAIANIDADE E SUCESSO CONTINUADO	16
2.1. O movimento chamado pagode baiano	17
2.2. Harmonia do Samba: 25 anos de inserção no mercado da música	18
3 DOCUMENTÁRIO: O GÊNERO DA SUBJETIVIDADE.....	22
3.1. Registros de uma relação de paixão	23
3.2. Produção	25
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
REFERÊNCIAS.....	29
ANEXO 01.....	31
ANEXO 02.....	34

INTRODUÇÃO

A música na Bahia tem uma grande importância como forma de representação. De vários aspectos a música aparece na vida dos baianos, seja em carros com som, estacionados em frente de lojas; toque nos celulares, ou seja, em várias formas de curti-la. As transformações digitais e de suporte modificaram modos de consumir música e o documentário além de apresentar a paixão dos fãs da banda Harmonia do Samba, traz a discussão de como estas evoluções digitais ajudam na interação e da permanência da banda em um percurso de sucesso por 25 anos.

Sabe-se que ao falar de música é preciso entender como tal banda ou ritmo consegue se propagar e consolidar-se na indústria musical e quais os meios que foram utilizados para chegar ao mercado e estrelato. Estratégias fazem com que os *singles* possam chegar aos ouvidos dos seus fãs: presença nos meios de comunicação, transformações nos suportes de gravação e distribuição; e tecnologias utilizadas para essa propagação, que alguns grupos musicais conseguem aplicar corretamente e, por isso, permanecem em evidência por muito tempo.

Como ponto central deste trabalho analisaremos a relação entre a banda Harmonia do Samba e seus fãs. Destacamos como a banda consegue se manter no cenário musical por 25 anos, e conseqüentemente, como ela se estabelece como uma das maiores referências da música baiana, especialmente no seu campo da referência rítmica, que é o pagode baiano.

Os fãs auxiliam por meio de uma propagação em rede que podemos chamar de “formiguinha”. Esta ação ressoa em comunicação estadual e nacional como forma positiva. Para abordar estas questões escolhemos como suporte o documentário. Nele, os próprios fãs contam detalhes do envolvimento deles com o grupo; refletem sobre as estratégias da banda para chegar até eles, além do relacionamento que mantém com os músicos, a ponto do relato que eles fazem de que se sentem na “família Harmonia”.

Quando se fala em apresentar um documentário são várias possibilidades, mas o presente trabalho, disponível na plataforma YouTube por meio do link (<https://youtu.be/7E9q3ge2k3c>), é o documentário subjetivo por ser uma história pertencente aos fãs e integrantes da banda Harmonia do Samba. Dessa forma, eles poderão contar com mais propriedade essa sua história.

1. BREVE HISTÓRICO DA TECNOLOGIA NO MERCADO DA MÚSICA NO BRASIL

Por meio das principais mídias a música propaga para toda comunidade. A partir das “décadas de 1920 e 1930, com a popularização da indústria fonográfica e o surgimento e firmação das emissoras de rádio” (SALDANHA, 2013, p.3). Sendo assim, o rádio passa a atender as necessidades mercadológicas do momento, para divulgar as novas gravações.

A consolidação da música brasileira vem nos anos 30, com o reconhecimento do mercado interno e externo, por ter uma representatividade da “cultura do povo brasileiro”. A partir daí, criam-se novas influências e transformações.

Nesta década teve início os concursos musicais. O público não mais só ouvia seus artistas favoritos, como também passa a poder vê-los “ao vivo”, fortalecendo assim o crescimento do número de fãs, já que eles poderiam estar mais perto de seus ídolos. Estes programas também passam a lançar vários nomes para todo o Brasil, Meneguel (1998 p. 10) exemplifica artistas como Carmem Miranda, Mário Reis, Francisco Alves, Noel Rosa, dentre outros artistas. Isto porque eles passam a ser conhecidos no cenário nacional e até mesmo internacional. Este período foi conhecido como “Era de ouro do Rádio”, por ter surgido programas de entretenimento e ele ter se tornado um veículo de comunicação de massa, que se popularizou muito.

Foi no governo de Getúlio Vargas que se deu todo esse movimento com a música brasileira no rádio. Yvone Meneguel relata que “em 1937, Getúlio Vargas assinou a Lei nº 385, que estimulava as atividades artísticas e obrigava que fossem incluídas, em todas as programações musicais, obras de autores brasileiros natos.” (1998, p.16)

Mas foi também no governo de Getúlio Vargas que ocorreu a censura, com a criação de um departamento para tal:

Em dezembro de 1939 o governo criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que tinha como objetivo difundir a ideologia do Estado Novo junto à população. Diretamente subordinado à presidência da República, as principais funções do DIP eram centralizar, coordenar, orientar e superintender a propaganda nacional, interna ou externa. Cabia ao DIP fazer a censura do cinema, do teatro, de funções esportivas e recreativas, da imprensa, literatura, da radiodifusão, promover organizações cívicas e levar ao conhecimento da população os feitos do governo. (MENEGUEL, 1998 p.16)

Neste período Getúlio Vargas obrigava que os comércios instalassem rádios, além dos alto falantes para que o programa em cadeia nacional, denominado *Hora do Brasil*, fosse ouvido por todos. Com a criação do DIP, em 1940, muitas letras de músicas foram vetadas.

Nesta época surgem os long plays (LP's) que possibilitaram um maior tempo de gravação, além de manter uma qualidade sonora bem maior. Este seria apenas um dos suportes que foi apresentado como evoluções. Na década de 1950 a televisão chegou ao Brasil, passando a ser mais uma forma de divulgação.

Saindo do suporte LP, passando pelas fitas cassetes dos anos 70, nos anos 90, surge o CD, que seria uma forma de ganho na indústria cultural, por se tratar de um suporte mais compacto e que passa a receber a gravação por inteiro. Com as evoluções digitais chegam as músicas na plataforma “MP3¹”, que possuem a mesma qualidade em suporte mais condensado. Vicente diz que a partir da chegada do MP3, abriu-se a possibilidade de “fácil distribuição digital de música sem a necessidade da utilização de um suporte material.” (2012, p.206)

Segundo Saldanha esta “[...] revolução digital tem possibilitado uma nova forma de consumo da produção musical, sem intermediários, direto e bem mais barato, muitas vezes gratuito” (2013, p 9).

Este fácil acesso das mídias permite uma nova relação entre compositor e seu público, sem contar com a nova forma de produção: agora a música passa a ser compartilhada com mais facilidade nas redes. Sendo assim, foi necessário criar algumas maneiras de legalizar e fiscalizar a utilização e circulação demasiada em “sítios” para compartilhamento de músicas. Assim Losso diz que:

A legislação sofreu profundas alterações para abranger a tecnologia digital. Da Lei nº 5.988/73, vigente quando no início da era digital, para Lei n.º 9.610/98, promulgada justamente quando se discutiam questões pertinentes à temática em pauta [...] (LOSSO,2008, p 97).

As leis passaram a discutir e abranger as novas tecnologias, além de endurecer na questão da proteção dos direitos autorais, e passam a acontecer algumas sanções em situações de descumprimento das normas legais. A verdade é que esta distribuição ampla de músicas pelas redes transformou o cenário do mercado: agora o consumidor pode atuar diretamente na compra nas plataformas digitais e até mesmo opinar no que foi adquirido, através das redes

¹ O MP3 surgiu em 1992 como uma evolução do MPEGs e do WAV que permitiu a digitalização de áudios que passaram a ser também mais compactos e, nos anos 2000, passaram a ter mais força através das veiculações nas redes sociais, e, assim, ter uma ampla circulação.

sociais. A distribuição torna-se mais fácil com estas novas tecnologias. Por meio da internet e das novas tecnologias o espaço virtual, passa a ser a plataforma de maior e mais fácil acesso, além de ser um espaço de difusão coletiva, que ao mesmo tempo, para Saldanha, é um ambiente “bastante singular e individual”, principalmente quando se fala das escolhas musicais, que é bem pessoal.

É importante frisar que, neste período, a diversidade cultural no Brasil se torna mais sedutora e passa a ter uma mistura de influências, isto porque vários ritmos passaram a ser absorvidos pelos meios de comunicação, além de serem discutidos nas redes sociais. Desta forma resulta em uma verdadeira pluralidade cultural.

1.1. Mercado da música

Quando se fala em música é impossível não dialogar com o mercado. Esta linguagem passou a ser uma forma de consumo, sendo em várias “esferas” rítmicas consumida como uma forma de arte. Na atualidade desprende-se da questão territorial e amplia-se com as grandes misturas musicais.

São vários tipos de consumidores, para diversos ritmos, como afirma Pena (2010):

A “grande massa” não consome, numa abordagem abrangente, as músicas elitizadas, da mesma forma que a elite não consome a música popular. Essa foi a grande regra que a cultura erudita e a indústria cultural disseminaram, especialmente em seu primeiro momento de atuação. (PENA, 2010, p 26)

Mas antes de mais nada é essencial entender como se obteve uma revolução, ou uma evolução da música, por isso, é necessário lembrar que nos anos 70, por exemplo, cantores foram perseguidos pela máquina de repressão estatal devido a letras que confrontavam a realidade vivida no Brasil em um período da ditadura militar. Assim, estes cantores compuseram melodia diferente sem ter um ritmo específico: “Em vez de produzir um samba, um blues, um baião ou um rock, o compositor propunha diretamente um modo de dizer melódico que só mantinha compromisso com a própria letra”. (TATIT, 2004, p 229)

Naquele período, para que algumas músicas fossem inseridas nas rádios, era necessário realizar uma seleção para ter uma possibilidade de entrar em algum programa do veículo, já que a rádio era, e ainda é, uma mídia poderosa. Nomes mais consagrados ganhavam a preferência. Não se pode esquecer dos grandes festivais que consagraram diversos artistas.

O mercado musical foi atingido pela crise financeira no Brasil, em 1973, que só foi amenizada nos anos 90. Durante a crise, o surgimento de novos nomes passa a ser impedido, os músicos ficam sujeitos à espera por uma oportunidade em grandes gravadores, onde nenhuma arriscaria um lançamento, a não ser, com a certeza a do sucesso.

Alguns artistas² arriscavam produções independentes, de modo que, alguns ainda eram eleitos pelas gravadoras, através de verdadeiras loterias musicais. “Dicções estilisticamente livres de preconceitos, serão referências para a produção dos decênios seguintes.” (TATIT, 2004, p 231)

A partir deste momento os empresários surgem e gerenciam carreiras com as promessas de sucesso e fama. Tudo isso através de um critério muitas vezes desigual. Os empresários começam a analisar, tomar decisões e influenciar na estética e nas finanças do produto. Passa-se a não ter um “cultivo” apenas de uma só dicção ou de uma só maneira de fazer música, “[...] pois a sociedade é complexa e precisa dos gêneros e dicções abandonados para se reconhecer integralmente.” (TATIT, 2004, p 231).

Alguns gêneros passaram a receber novas roupagens, modernizações visuais e técnicas. Com tantas mudanças a aceitação no mercado vem através de números e muitos gastos. Vendas nunca alcançadas, a música mais tocada, agenda de shows e produtos para comercialização faz do empresário um “deus da música”.

Algumas novidades surgem nos aspectos musicais, e passam a ser grandes destaques neste período: composições de arranjos e as singelezas citadas por Tatit, que ainda menciona os temas abordados nessas composições que ele diz ser bem passionais, contribuindo assim “[...] para criar um lugar bem definido de classificação desse velho estilo, já chamado em outros tempos de kitsch, cafona ou simplesmente romântico: o estilo brega” (2004, p 234).

Simultaneamente, um novo ritmo aparece para criar uma espécie de equilíbrio, que é o pagode. Por tomar formas populares, utilizando das formas trazidas por Tom Zé nos anos 70, as bandas, cantores ou compositores, os batizados pagodeiros, passam a ter uma cumplicidade com seu público.

² Artistas como Mamonas Assassinas, Jota Quest, Raimundos e outros.

Com essa sinergia entre música e com os públicos bem direcionados, os ritmos sertanejo³, axé⁴ e pagode⁵ ficaram em evidência e tomaram conta do mercado fonográfico nacional, saindo um pouco do que vinha sendo proposto antes como letras poéticas, sutilezas harmônicas e arranjos bem montados, causando muitos desacordos entre a suposta elite cultural e os fãs destes novos ritmos.

Os ritmos no topo do sucesso recebem uma onda de grandes investimentos, e assim vão ampliando o mercado fonográfico, e passam a fortalecer também a cumplicidade entre artista e público, através dos meios eletrônicos, além de ter uma convivência entre os diversificados gêneros.

O que apenas antes só era divulgado através do rádio em acordo com as gravadoras, com o advento das redes sociais e novas plataformas digitais, passam a investir em DVDs gravados em altas definições para serem lançados em suporte que de certa forma agora é inevitável para o mundo da música. Com o YouTube, o empresariado amplia a visão e o mercado da música. As respostas foram positivas com o retorno quase que imediato para a expansão do mercado da música pelo Brasil.

1.2. Fãs: comunidade passional e as redes sociais

Ao falar de fãs é necessário saber do transbordamento de emoções, especialmente o amor pelo artista que admira e ódio direcionado a quem considera um seu concorrente. Há um acúmulo de atitudes instintivas, que chegam a ser imprevisíveis. A partir das transformações de suporte e meios de disseminação da música, se faz importante entender o comportamento dos fãs com o acesso a novas tecnologias, inclusive como as bandas se relacionam com estas novas possibilidades tecnológicas.

O que antes era colocado como uma barreira, por conta dos valores altos, para obter um CD ou um vinil, agora é bastante fácil chegar aos fãs, por meio de produções que são postadas nas chamadas plataformas digitais⁶, o que facilita o acesso para os consumidores.

³ É um gênero musical brasileiro produzido a partir da década de 1910 por compositores urbanos, rurais e que podem ser chamados genericamente de modas e emboladas cujo som da viola é predominante.

⁴ Gênero musical que surgiu na Bahia nos década de 80. O ritmo está diretamente ligado ao carnaval de Salvador.

⁵ O pagode é um subgênero do samba.

⁶ Um tipo de modelo de suporte web e digital que permite conexão entre produtores e consumidores, para que possam se conectar a esse ambiente e interajam entre si, buscando criar algum valor de troca.

Hoje esta plataforma digital é uma interseção entre vários aplicativos que são: Spotify, Deezer, SuaMúsica e YouTube.

O Spotify e o Deezer são suportes de streaming digital⁷ que possibilita um acesso instantâneo a milhares de música. Já o SuaMúsica é um site de downloads de músicas e de álbuns, e que já integra também a possibilidade de streaming através do aplicativo. O YouTube é uma rede social que permite aos fãs postarem momentos de shows dos artistas prediletos, e também utilizado pelos artistas para disseminar seus novos DVDs. Segundo Castro, o “YouTube potencializa uma rede de relações interativas dos interlocutores entre si e com o material simbólico” (CASTRO 2015, p 3).

Estes suportes proporcionam a possibilidade de se ter acesso às novas produções dos ídolos de forma muito rápida e com custos menores. O Deezer e o Spotify utilizam a quantidade de acessos para proporcionar especiais de tal ritmo ou até mesmo sucessos nacionais, além de repassar através dos direitos autorais. No YouTube, os artistas que tem uma grande quantidade de visualizações conseguem receita. Quem sai ganhando com estas novas possibilidades são os fãs que têm custos menores para acompanhar as produções dos seus ídolos, que também não ficam sem faturar.

Por outro lado os fãs passaram a se apropriar, além destes suportes, das redes sociais, (Instagram, Facebook, Youtube, Twitter e etc) como uma forma de expor suas opiniões sobre tal produção, além de ser um caminho para ter uma ligação com seus ídolos, já que grande parte deles respondem com novas gravações ou até mesmo com respostas diretas.

[...]a comunidade virtual já nasce fora do entendimento de um lugar apenas acolhedor e de reciprocidade, ao contrário disso, a comunidade de fãs é também o lugar onde podem surgir discordâncias internas e externas longe de uma pretensa tranquilidade.(BARBOSA, 2015, p.3)

O que antes era difícil por não ter estes meios, os encontros de fãs clubes que antes aconteciam apenas nos shows, não só entre eles, mas também com seus ídolos, agora é facilitado por ter uma forma de manter este contato, além de possibilidades de assistir os shows, quando os fãs não podem estar presentes. Um exemplo são as transmissões ao vivo dos shows realizadas através da plataforma YouTube, que não é apenas o fato só de assistir, mas também opinar sobre tal espetáculo.

⁷ A transmissão contínua e que passa a ser digital por sua distribuição ser na web.

A realidade é que as interações entre fãs e ídolos foram facilitadas, e o artista pode se beneficiar disto para se manter no auge. Como diz Gisela Castro: “capacidade de lidar de modo eficiente com o consumidor-internauta que expressa publicamente sua opinião sobre marcas, produtos e serviços já há muito tem sido considerada atributo indispensável no mundo dos negócios.” (2012, p.139).

Até porque o mercado hoje exige que os artistas estejam sempre presentes nas redes e nas plataformas digitais.

O monitoramento de redes sociais faz parte de estratégias corporativas nos mais diversos segmentos de mercado. É preciso saber estar presente na rede, assim como também interagir a tempo e de forma adequada com a opinião pública na arena digital. (CASTRO, 2012, p.139)

Por fim, essas evoluções serviram para deixar os fãs mais próximos dos seus ídolos. Os fãs da banda Harmonia do Samba conseguem utilizar essas redes, ficando mais próximos. A banda também está atenta ao mercado e consegue faturar mais, já que as plataformas digitais recompensam a sua utilização.

2 HARMONIA DO SAMBA: BAIANIDADE E SUCESSO CONTINUADO

O conceito de baianidade tem se consolidado a ponto de ter sido incluído em dicionários de língua portuguesa. O Aurélio a define como: “1. Maneiras, atitudes, sentimento, próprios de baiano. 2. Amor intenso à Bahia, à sua gente, aos seus costumes”.

É possível afirmar que interesses políticos e turísticos se apropriaram do discurso como estratégia, especialmente nos anos 90, que segundo Fernandes e Nova (2006) fazem a Bahia incorporar também a dança e a música como retrato da baianidade, sendo um marco identificador da sociedade.

O carnaval soteropolitano foi mercantilizado e espetacularizado e teve uma certa apropriação cultural do discurso identitário. Usando-se da baianidade, vendiam-se festas, shows e espetáculos. Refletindo sobre isso, Guerreiro, (2010. pp. 15-16) afirma que baianidade “[...] apoiada na legitimidade da esfera artística, o marketing turístico veicula uma imagem glamourizada, através das mídias - eixo fundamental da era estético-comunicacional que estamos vivenciando [...]”.

Já na perspectiva de Pinho (1998), há uma construção ideológica sobre o que seria a baianidade a partir do uso de elementos como a literatura, especialmente a de Jorge Amado:

Idéia de Bahia, na interpretação que proponho, é um objeto cultural multifacetado, que "existe" apenas nas formas de seu uso, sedimentado e agenciado pelo concerto de um determinado número de agentes identificáveis, sob o ambiente específico e definido do autoritarismo político e da discriminação racial operantes no Brasil por todo esse século. Este uso realiza-se como estrutura cultural de poder, na forma de uma ideologia sofisticada e persuasiva, de apelo popular e organicamente articulada à construção do imaginário nacional. Com uma dinâmica de produção análoga à produção da consciência nacional e baseada em representações construídas de povo e da autenticidade cultural.

O ambiente musical, portanto, e os usos e abusos da indústria cultural, nas interrelações com a mídia local pode ser compreendida na esfera apontada por Pinho e outros autores. O uso excessivo da denominação “pagode baiano” pode ter desgastado este movimento ao vocalizar esta baianidade “onde é feita uma alusão à vida tranquila e calma, em que todas as pessoas são alegres e festeiras, ou seja, o estilo de vida que todos querem ao tirar férias, uma fuga do seu cotidiano” (GALINDO; KÄHLER, 2007). Neste sentido, a música foi adotada como ressalta Moura (2014):

O eixo de uma criação cultural bem mais ampla, envolvendo aspectos de artes plásticas, figurino, coreografia, teatro, montagem de espetáculos e, de

modo especial, o Carnaval. Na virada do novo século, uma onda de produção cinematográfica veio a se somar a essa corrente. Já nesse momento, observava-se o desgaste da narrativa da baianidade, intensamente associada à criação musical, sobretudo aquela mais diretamente ligada à festa (MOURA, 2014, p. 339).

Neste contexto, a Bahia estava em busca de algo que a diferenciava dos demais destinos culturais do país, e se apegou estrategicamente no termo baianidade porque carregava um simbolismo do povo baiano. De acordo com Galindo e Kähler (2007), este ar de ser e viver na Bahia acabava contagiando os visitantes, proporcionando só os sentimentos bons e qualidade de vida que o Estado oferece, ou seja, o destino que se deseja visitar ao sair de férias.

Assim, a reconfiguração dessa baianidade se deu com o Axé Music, um movimento que envolve a esfera musical que tomou conta das rádios e indústria cultural na década de 1990. (BARBALHO, 2004; GALINDO; KÄLLER, 2007).

2.1.O movimento chamado pagode baiano

Antes de mais nada, é necessário entender o ritmo que a banda Harmonia do samba segue. Sendo assim sabemos que a evolução e miscigenação de ritmos estão presentes no surgimento e principalmente no progresso do pagode, que vem da mescla de vários ritmos, por exemplo, lundu, samba tradicional, samba de roda, samba fundo de quintal, o pagode do recôncavo e uma grande influência do axé.

A música assumiu o “desafio” aos poderes governamentais dando lugar a um ritmo que foca nas histórias do povo, dançante e com letras, em parte, de duplo sentido. É também riqueza musical, pois se mescla gêneros como o samba de roda e o lundu.

Nesse âmbito nasceu o grupo *Gera Samba* posteriormente chamado de *É o Tchan*, que traz a música raiz do recôncavo, com tons carnavalescos e dançante. Para Leme (2003) esta maneira do grupo agir e difundir seu ritmo é uma exigência do mercado fonográfico.

Segundo o mesmo autor a banda ainda apresenta em sua música uma mistura de ritmos africanos, com música americana, transpõe elementos como texturas, harmonia e arranjos característicos, além de trazer com suas dançarinas uma provável aproximação com o público por meio das coreografias. E esta aproximação aparece de maneira bem sutil, através do argumento e o julgamento de valor, mas que para Vladi (2016), “é preciso ter conhecimento sobre aquele determinado produto” (p. 9).

O samba que deu novas possibilidades, assim como o pagode baiano que apresenta a realidade das periferias, ou pelo menos tenta apresentar em algumas letras. Nem todas as bandas apresentam esta proposta. Algumas trabalham com a alegria, a exemplo de músicas dançantes e letras de duplo sentido para tentar trazer até uma forma de levantar a autoestima das pessoas.

Ao falar desta alegria de “levantar o público” não se pode esquecer da grande influência do axé nesta ocasião. Anderson Pena (2010) aponta que ele “é produto de uma construção histórica e cultural que, em um processo inicial de intercomunicação com o Axé Music, apareceu para a população carnavalesca e festeira da Bahia, e em alguns casos, do Brasil” (2010, p 51).

Algumas bandas de pagode baiano em seu início trouxeram mais do que apresentar a realidade da periferia, ou levar a alegria para os foliões através das músicas de duplo sentido: passaram a entrar na sexualidade de fato, com letras extremamente machistas, que não é o nosso foco neste trabalho, mas que não pode deixar de ser mencionado.

O pagode passou a tomar conta do carnaval baiano de forma mais intensa a partir de 2001 e fazer parte do cenário nacional. De acordo com Pena: “[...] foram introduzindo um novo tipo de pagode através do incentivo à cultura de consumo promulgada pela indústria da música” (2010, p 52). O fato é que o pagode passou por muitos anos a ditar tendências para as comunidades e até mesmo para a música baiana, mas que, por outro lado, sobrevive até hoje pelo fato de seguir a “onda” da indústria cultural.

2.2. Harmonia do Samba: 25 anos de inserção no mercado da música

Em 1993, Roque César morador da comunidade Capelinha em Salvador cria a banda Harmonia do Samba, formada por Mestre Bimba no baixo, Roque Cesar na bateria; na percussão Marthins Santis, Jackson Oliveira, Marcinho Gomes e Eduane Rudhá; no cavaquinho André Ramos (Deco); Luciano Castilho no violão; Walnei Duarte, na guitarra; Durval Oliveira, nos teclados; Boca, no trompete; Kleiton Alves, no trombone; Alysson Ribeiro no saxofone; e no vocal, Xandy.

Harmonia do Samba tem como principal referência rítmica a banda “É o Tchan”, com ênfase nos chamados samba de roda e samba duro. Mas o grupo também segue como inspiração o cantor Djavan, ligado ao que se define como Música Popular Brasileira (MPB) devido à ação do diretor musical da banda, Bimba. Quando se fala em samba duro, é

necessário relatar que ele vem do recôncavo baiano, o que a banda deixa evidente na letra de suas músicas como a intitulada “Ai ai ai”.

*“Sou filho de Salvador
Com raiz em Santo Amaro
Cachoeira tá no sangue
Tá logo ali do lado
O samba tá na alma
Cantador eu já nasci
Quem não dança, bate palma
Mas, quem dança faz assim”*

Além do samba, umas das principais características de Harmonia é a “música dançada”. Este perfil aparece de forma enfática na performance do vocalista Xandy que tem coreografias específicas para as apresentações do grupo: [...] “o trabalho coreográfico foi assumido pelos próprios cantores, quando, Xandy, do grupo Harmonia do Samba interpretava e dançava sensualmente as letras.” (PENA, 2010, p 14).

A banda nos tempos atuais apresenta balé, o que não era característico na trajetória inicial, pois sempre foi uma característica Xandy dançar. Mas o cantor continua a seguir os passos dos bailarinos, e vale salientar que a banda não possui letras apelativas, como já dito, mas bem dançante.

Com as evoluções durante a caminhada da banda, os responsáveis acabaram seguindo o mercado para não ser retirado de cena. Pelo contrário, tentavam se inserir para permanecer em evidência, e agora com as chegadas das mídias digitais não é diferente, já que com as redes sociais, por exemplo, tem-se a possibilidade de um alcance maior: “O número de conexões aumenta exponencialmente a possibilidade de uma informação atingir seu destino exatamente por conta da variedade de rodas que podem ser implementadas (MARTINO, 2014, p 66)”.

Essas evoluções são agrupadas com as modificações de comportamento e desejo dos fãs e dos ouvintes da banda, como aponta Costa:

[...] as tradições ritualísticas e as oralidades cultivadas por vias de gerações são apropriadas ou redimensionadas no espaço urbano, ambiente em que as dicotomias e interferências contínuas permitem à música emergir enredada com mais ênfase ao contexto das dinâmicas sociais das cidades (COSTA, 2009, p.4).

Na gravação do DVD de comemoração de 20 anos da banda, para representar a união e parceria com os fãs clubes, o cantor Xandy passou a chamar os fãs de torcida. Esta denominação foi a inspiração para a música “Harmonia Futebol Clube”:

*“Uma paixão tão intensa
Que move esse povo
Não há quem resista
É um amor tão gostoso
Coração chora de alegria
No toque da canção
Sou fiel ao Harmonia, Torcedor de coração”*

A banda possui 17 Cds gravados e cinco DVDs. O último foi gravado há dois anos, em Brasília. Ao contrário dos outros que foram impressos e vendidos, este foi divulgado na rede social YouTube, que tem sido um suporte muito utilizado pelo grupo, além é claro dos “singles” lançados também no suporte, já com coreografias marcantes. Uma parte significativa do material sonoro da banda Harmonia do Samba é produzida em sua própria gravadora e dirigida pelo diretor musical do grupo, o baixista Bimba.

Além da produção das músicas, em 2012 surgiu um “mix”⁸ de eventos direcionado especialmente para os fãs da banda como o bloco de Carnaval “Meu e Seu”, e que por sinal foi eleito⁹ no mesmo ano como melhor bloco de pagode do carnaval; o evento “Melhor Segunda Feira do Mundo” que são encontros todas as segundas feiras, até uma semana antes do carnaval. O DVD de comemoração dos 20 anos da banda foi gravado em uma das edições deste evento, com a presença de mais de 45 mil pessoas; tem também o “Melhor Réveillon do Mundo”, que sempre acontece na localidade de Guarajuba, na Bahia.

A banda completou em 2018, 25 anos, e permanece com a base de músicos do início da carreira. Roque Cesar em entrevista diz que a banda Harmonia do Samba se tornou uma família, e que para ele talvez este seja o motivo do sucesso até hoje da banda¹⁰.

⁸ Jargão utilizado no meio publicitário, que é definido como uma variedade de itens que uma empresa disponibiliza no mercado para atingir diferentes clientes ou dominar uma fatia maior do seu segmento.

⁹ Eleito pelo troféu Osmar, do Jornal Atarde.

¹⁰ Disponível em www.youtube.com/watch?v=J2At4IqtJpk. Acesso em julho de 2017.

O uso das redes sociais pelos músicos da banda passa ser uma ferramenta de interação com os fãs. Estes, além de se sentir mais próximos dos seus ídolos, podem acompanhar melhor o dia a dia dos músicos da banda, inclusive os ensaios, conhecer trechos das novas composições, dentre outras conquistas.

Um grande exemplo disto foi com a música “Respeite”, composta por Filipe Escandurras: a partir de uma conversa com o cantor Xandy, a música foi surgindo. Os fãs puderam acompanhar todo o processo por meio dos stories do Instagram. A composição exalta a trajetória de 25 anos da banda, inclusive com referência a canções de sucesso anteriores:

Respeite a minha história

Eu sou veterano

Não nasci agora

Porque...

Eu sou do tempo do

Ai neném, oh neném

Diga aí!!

Pa pa pa pa, sim!!

Pode parar porque...

Respeite quem pode chegar

Onde a gente chegou

3 DOCUMENTÁRIO: O GÊNERO DA SUBJETIVIDADE

O documentário é uma possibilidade de trazer para o mundo real, recortes de uma história, ou de uma formação histórica, por meio de takes e de uma estruturação de imagens para apresentar momentos vividos pelas pessoas. Bill Nichols diz que “os documentários representam o mundo histórico ao moldar o registro fotográfico de algum aspecto do mundo de uma perspectiva ou de um ponto de vista diferente” (2005, p. 72). Sendo assim, os documentários podem ser moldados de acordo ao enfoque do autor, que pode trazer uma história ao pé da letra, ou que pode ser modificada ao longo da narrativa.

O documentário pode ser um porta voz de um determinado grupo, que resolve contar um pouco das suas memórias. E esta voz motiva a defesa de causas, através de argumentos levando em consideração os enfoques que podem ser transmitidos de diversos “ângulos”. É preciso que particularidades sejam expostas para que se possa persuadir e se tornar convincente para o espectador.

A concepção de voz também está ligada à ideia de uma lógica informativa que orienta a organização do documentário comparada à ideia de uma história convincente que organiza a ficção. Elas não são mutuamente excludentes, todavia existe a sensação de que a lógica informativa, transmitida por uma voz distinta, predomina no documentário quando comparada à história convincente, transmitida por um estilo distinto, que predomina na ficção narrativa. (NICHOLS, 2005, p.73)

Mas a verdade é que a voz ligada ao estilo em que os fatos serão expostos faz com que o tema seja moldado ao longo do roteiro apresentado, sendo um adicional para a maneira que vai desenrolar a película. E este estilo apresenta um pouco do que é o autor, de que maneira ele trabalha, e de que maneira costuma contar suas histórias, além de trazer um pouco de sua subjetividade, quando é construído um argumento para dar uma querência a história que ira ser contada.

É óbvio que a voz não é apenas ligada ao autor, até por que os personagens de um documentário vão discorrer e apresentar essa história. Para dar um sentido à narração dos fatos é preciso conhecer e colher as informações para montar toda estrutura da película.

Os personagens dão sentido à estrutura de um documentário, e suas histórias dão coerência ao roteiro que será apresentado. Sendo assim, o mais correto dentro de uma película é permitir que eles mesmos narrassem a história que o autor quer levar em forma de um documentário, e assim será mais convincente. Sendo assim, foi escolhido o formato de documentário subjetivo para o desenvolvimento deste projeto.

A propósito, o autor pode sim dar mais que um sentido, por meio de algo que possa entrar durante o ensaio:

[...] deixando para trás a postura distanciada do documentarista – muitas vezes representado por uma voz em off impessoal – que pretende apresentar com objetividade o universo do outro, como se este não tivesse qualquer ligação com seu próprio mundo e, mais, como se o aparato técnico, os dispositivos de filmagem e o próprio olhar do diretor[...] (ROITMAN, 2017, p.65)

Essa voz off, pode sim ajudar a dar um sentido por meio de sentimentos do autor da película, mas evidente que o ponto central são os personagens. Esta voz apenas ajuda a complementar as histórias, o que não tira de maneira alguma a subjetividade do documentário, já que o mesmo é contado por seus personagens, sem que o autor apareça durante as filmagens, narrando uma verdade deles.

Ao trazer o contexto subjetivo, é o mesmo que buscar uma leitura de experiências individuais, e até mesmo coletiva. É claro que sempre busca uma aproximação concreta destes fatos desenrolados, e confirmados pelos próprios donos das narrativas.

Este tipo de documentário não possibilita revelar de que existe o autor por trás daquela montagem, isto por que a principal finalidade é levar ao espectador a concluir espontaneamente o que a continuidade da narração e das imagens mostram como argumento principal do filme. Sendo assim, a intenção é que cada personagem apresente sua individualidade dos fatos, a sua vivência com a banda, ou com o contexto que está sendo abordado.

É como se os fãs fossem testemunhas do que se aborda durante o documentário, trazendo para o documentário as suas especificidades dos fatos, para se completem com que é proposto.

Este tipo de documentário para Nichols é chamado de performático quando ele diz que, “restauram uma ideia de magnitude ao local, ao específico e ao incorporado. Dão vida ao pessoal de maneira que ele se torna nossa porta de entrada para o político” (NICHOLS, 2005, p.137).

3.1. Registros de uma relação de paixão

A motivação para a realização deste documentário tem como fundamento a culminância do projeto que busca levantar como a Harmonia do Samba conseguiu se firmar por 25 anos no sucesso, e sempre com os seus fãs próximos e motivando o andamento da

carreira da banda. É primordial saber que a curiosidade de fãs estimula a pesquisa sobre este movimento no meio do pagode baiano, provocados pelo funcionamento do mercado musical, com o foco nos fãs.

É necessário salientar que foi após as leituras, e o estudo sobre música, suportes, e sobre o pagode baiano, que buscou-se as nuances dos fatos do meio artístico e suas evoluções. Sendo que é necessário entender a motivação dos fãs seguirem seus ídolos, se só pelo fato de ser famoso, se por sua musicalidade ou até mesmo pelo ritmo que é defendido por uma “tribo”.

A dificuldade dos fãs para ter acesso aos ídolos às vezes é muito grande. Entretanto, no caso da Harmonia do Samba, isto dificilmente é negado pela produção. Entretanto, por motivo de segurança, é necessária uma seleção dos fãs que vão entrar no camarim para fazer a foto, em ação alternado com representantes da mídia.

É preponderante também, saber que antes de qualquer show existem aquecimentos vocais, passagem de som e momento para os músicos possam se alimentar, se alongar ou até mesmo descontraír. No caso da banda Harmonia do Samba, segundo o baixista Bimba (em entrevista para este trabalho), existem momentos de orações. Com todos estes procedimentos antes dos shows é capaz e diminuir o tempo dos artistas com seus fãs.

Sabendo destes detalhes, durante a gravação para as entrevistas optamos por não fixaar um roteiro de entrevistas para que cada entrevistado descrevesse suas experiências com o grupo. Logo no primeiro contato com a banda, ficou decidido que eles também iriam relatar histórias dos 25 anos de trajetória. Mas por conta das dificuldades devido às agências de show, decidimos focar a narrativa nas histórias dos fãs da banda e especialistas sobre como ela se mantém por longo tempo em posição de destaque no mercado musical.

Este documentário traz entrevistas com as fãs Geila Carla, Lisiane de Jesus e Rafa Diamante. Também entrevistamos os jornalistas Osmar Martins (Marron); Jelber Cedraz, que atua como assessor de comunicação em projetos culturais, e Leo do Pida, que é apresentador de programa especializado em entretenimento.

Utilizamos para a realização das imagens uma câmera profissional Sony PMW-300K1 XDCAM HD, uma câmera DSLR Nikon 5100, uma DSRL Nikon 3200, um microfone Boom e um microfone direcional. Como suporte utilizamos um notebook, placa de áudio, direcionada a captar dois microfones em diferentes pontos, e um microfone de lapela.

Para tentar manter a qualidade sonora, com a utilização da gravação multipista¹¹, completamos a seleção de equipamentos com o microfone direcional sennheise, um microfone boom shotgun e um microfone lapela a partir da captação com um gravador de áudio. Com o uso das três câmeras tentamos dar um andamento dinâmico ao produto, captando os detalhes de movimentos e expressões dos entrevistados.

Além de toda divisão de áudio para voz, e qualidade de áudio foram introduzidos trilhas sonoras buscando dar mais dinâmica ao documentário, além de manter um padrão do que vai ser apresentado para o espectador. É necessário salientar que estas trilhas têm conexão com as músicas da banda Harmonia do Samba, o que possibilita a aproximação com o que foi proposto apresentar.

3.2. Produção

Após a escolha dos personagens, definição do direcionamento das entrevistas, e saber do tempo curto que teria para gravar com cada personagem selecionado, foi definido um cronograma de gravações. Parte dos registros foram feitos fora da região do sisal, especialmente em Salvador, o que tornou necessário um cronograma mais bem elaborado devido à necessidade de deslocamento por aproximadamente 200 quilômetros, distância de Conceição do Coité até a capital baiana.

Na gravação com Geila Carla, ficou faltando uma parte, por ela ter material que desejava apresentar, mas que estava em outra cidade. Assim foi marcada uma nova data para complementar seu relato.

Em maio foram marcados os deslocamentos para Salvador, divididos em três dias. Gravamos com o jornalista Jelber Cedraz, em sua residência, mas no decorrer das gravações percebemos que havíamos esquecido um cabo que liga o notebook à placa de áudio. O próprio entrevistado solucionou o problema ao nos emprestar um equipamento correlato. No segundo gravamos com com Osmar Martins Marron. A entrevista estava agendada pela maior, mas devido a uma forte chuva foi transferida para a tarde. A gravação, inclusive, rendeu um registro na coluna que o jornalista mantém no Correio da Bahia¹², na edição do dia 23 de maio

¹¹ Método de gravação sonora que permite o registro em separado de múltiplas fontes de som para criar um resultado final coeso.

¹² Disponível em <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/xanddy-e-banda-ganham-estudo/> Acesso em julho de 2017.

de 2019. No terceiro dia gravamos com o apresentador Léo do Pida, no estúdio utilizado por ele para apresentar o programa *Pida!*.

O último entrevistado foi o compositor e fã da banda Rafa Diamante, que utiliza o som da banda como uma de suas referências. As gravações ocorreram em sua casa localizada em Riachão do Jacuípe.

Durante as orientações resolvemos utilizar imagens de músicos ainda não famosos para fazer a abertura do documentário para contrapor o sonho, as realizações e as emoções em relação à trajetória da banda. Gravamos esta sequência, utilizada como vinheta de abertura, além de trilha sonora, com o cantor Izaquel Gomes, e músicos Carlos Alberto Junior e com o Roqueson Tadeu, que são de Riachão do Jacuípe. As gravações foram realizadas no bairro Alto do Cruzeiro, em Riachão do Jacuípe.

Em relação a cenário e figurino dos personagens oferecemos liberdade de escolha para que eles se sentissem o máximo de conforto. A nossa única observação foi sugestão técnica sobre cor de roupa, por exemplo, devido às questões de iluminação

3.3 Pós Produção

Para a edição foi montado um roteiro. Fizemos uma seleção com atenção para escolher as melhores captação de áudio. Fizemos esta edição no programa Cubase, que também utilizamos na captação. Fizemos a masterização com a utilização de melhores parâmetros de frequência, diminuição de ruídos e a utilização de plugins compressores. Com os áudios exportados via o programa Sony Vegas, fizemos as sincronizações com as imagens e ajustamos os parâmetros de brilho, contraste, cores e nitidez.

Realizamos a decupagem¹³ de acordo com o nosso roteiro, que está anexado a este memorial. Esta ação dá sentido à história que pretendemos contar. Além da montagem de sequência das imagens foram adicionadas algumas em sobreposição buscando uma melhor dinâmica para o produto. Acrescentamos elementos informativos, os GC como o nome do documentário, além das adições de plugins em estilo de TV em partes da abertura. Estas criações de GC foram feitas através do programa Corel Drawn, depois convertidos em PNG, com configuração de cores em RGB. Com o produto finalizado fizemos a sua inclusão na plataforma YouTube (<https://youtu.be/7E9q3ge2k3c>) que foi escolhida por nós como suporte

¹³ Divisão de cenas, com sequência, para facilitar a montagem do documentário.

para a disponibilização do produto devido à sua importância já relatada anteriormente, especialmente para os fãs da banda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste documentário possibilitou uma ampla pesquisa sobre os fãs da banda Harmonia do Samba e suas relações de afeto com os ídolos. Foi importante também entender o funcionamento do mercado da música, o que possibilitou conhecimento maior sobre a sua história e transformações, além de como é possível ter representatividade dentro deste nicho da indústria cultural.

Destacamos a importância dos fãs para a trajetória de consolidação da banda por meio da escolha do gênero documentário. Procuramos dar protagonismo a fãs da banda, a partir do enfoque nas narrativas de várias deles em conjunto a entrevistas com especialistas sobre o mercado musical baiano, que, em muitos momentos, também se apresentaram como admiradores dos artistas a partir de elementos que consideram importantes na atuação do grupo.

Com o intuito de não somente os membros da banda tomarem conhecimento, mas fãs, inclusive de outras regiões do país, tomarem conhecimento das motivações para seguir a banda Harmonia do Samba, decidimos disponibilizar o nosso produto na plataforma Youtube. Isso porque também percebemos que ela tem sido um elo forte de ligação entre os músicos e o seu público, assim também como outras redes sociais.

Neste documentário, abordamos, portanto, a interação que se constituiu numa relação entre os fãs, músicos e estratégias empresariais. Estas, por sua vez, são analisadas e disseminadas pelos agentes das plataformas de mídia, como jornais, TVs, rádios e suas versões agora reproduzidas na Internet. Esperamos que este nosso produto tenha cumprido o objetivo de apresentar esta história, sustentada também por meio de discussões teóricas, mas com um olhar também voltado para o entretenimento do público.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Helen Campos. *Cultura De Fãs – Comunidades De Prosumidores E Suas Curadorias Musicais no Pagode Baiano*, Salvador, Bahia, 2015.
- BAYM, Nancy K. *Fãs ou amigos? Enxergando a mídia social como fazem os músicos*. São Paulo, São Paulo, 2004.
- CASTRO, Gisela G.S. *Entretenimento, Sociabilidade e Consumo nas Redes Sociais: cativando o consumidor-fã*, São Paulo, São Paulo, 2012.
- COSTA, Rogério. *Quando a música acontece: experiências e configurações atuais da música popular*. São Luís, Maranhão, 2009.
- FERNANDES, T.; NOVA, L. **Baianidade**. In: ALMEIDA, M. C. (Org.). *Mais definições em trânsito*. Salvador, Bahia, 2010.
- GALINDO, Daniel S.; KÄHLER, P. Y. *A cultura baiana alcança o mundo pela mídia e a mídia pelo mundo*, Paraná, Curitiba, 2018.
- GUERREIRO, Goli. *A trama dos tambores: a música afro-pop de Salvador*. São Paulo, Editora 34, 2000.
- HARMONIA DAS ANTIGAS NA CASA DE XANDDY. *Se Liga no Pida. Outras indicações de responsabilidade*. Local: TV Aratu. 13” 40’. Disponível em: www.youtube.com/watch?v=J2At4IqtJpk Acesso em: julho. 2017.
- LEME, Mônica Neves. *Que Tchan é esse? Industria e Produção musical no Brasil nos anos 90*, São Paulo, Annablume, 2003.
- LOSSO, Fábio. *Os direitos autorais no mercado da música*. São Paulo, São Paulo, 2008.
- MACEDO, C. R. *Cortes e recortes: documentário baiano e narrativa da baianidade*, Salvador, Bahia, 2010.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis, Rio de Janeiro, 2014.
- MENEGUEL, Yvonete Pedra. *O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava*. Guarapuava, Paraná, 1998

MOURA, M. *Carnaval e baianidade: arestas e curvas na coreografia de identidades no Carnaval de Salvador*, Salvador, Bahia, 2001.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao Documentário*. Campinas, São Paulo, Editora Papirus, 2005.

PENA, Anderson dos Anjos Pereira. *Cultura de consumo e relação de gênero no pagode baiano*. Santo Antônio de Jesus, Bahia, 2010.

PINHO, Osmundo S. de Araújo. *A Bahia no fundamental: notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade*. Revista Brasileira de Ciências Sociais 13 (36), Fevereiro, 1998

ROITMAN, Julieta. *Miragens de si: ensaios autobiográficos no cinema*, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

SALDANHA, Leonardo. *Música & mídia – a música popular brasileira na indústria cultural*. Natal, Rio Grande do Norte, 2013.

TATIT, Luiz. *O século da canção*, São Paulo, Annablume, 2003.

VICENTE, Eduardo. *Indústria da música ou indústria do disco? A questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical*. São Paulo, São Paulo, 2012.

VLADI, Nadja. *Grave, mais grave! Um passeio pelos territórios sonoros e afetivos do projeto BaianaSystem*. São Paulo, São Paulo, 2016.

ANEXO 01

Escrito por:

ANTONIO DE LAZARO CHAGAS SANTOS

JOÃO BAPTSTA FERREIRA NETO

Cena 01 - CLIPE DE ABERTURA - NOITE/EXTERNA - IMAGENS DE SHOWS E DA CAPELINHA

Fade in

Abertura do documentário. Imagens da Capelinha se contrapondo com imagens de shows da banda Harmonia do Samba, com imagens de fãs entrando em shows, e com atendimento da banda aos fãs.

Cena 02 - FÃS FALANDO SOBRE A BANDA - DIURNO/EXTERNA E INTERNA - IMAGENS DE SHOWS E DE ENTREVISTA

Imagens de 3 fãs falando a representação da banda Harmonia do Samba para eles, cada um terá o tempo de 30". GC com cada fã, descrevendo nome e localidade onde mora.

Cena 03 - HARMONIA DO SAMBA FALANDO SOBRE A "TORCIDA" - DIURNO/EXTERNA E INTERNA - IMAGENS DOS INTEGRANTES NOS SHOWS E NO ESTÚDIO

Takes dos membros da banda falando sobre o que a torcida representa para eles neste sucesso de 25 anos. GC com nome de cada integrante e cada função.

Cena 04 - JORNALISTAS E ESPECIALISTA FALANDO SOBRE A TROCA DE CARINHOS - DIURNO/INTERNA - IMAGENS DENTRO DE ESCRITÓRIOS, OU ESTÚDIO

Momento em que os jornalistas (Jelber Cedraz e Osmar Marron) falam sobre dessa troca de carinho dos artistas com os fãs durante os shows, e o que isso representa para os 25 anos de sucesso da banda.

**Cena 05 - FÃS CONTANDO SUA HISTÓRIA COM A BANDA-
DIURNO/INTERNA - IMAGENS DENTRO DA CASA**

Fãs descreve sua história com a banda Harmonia do Samba, takes de cada fã.

**Cena 06 - JORNALISTA E ESPECIALISTAS SOBRE COMO O HARMONIA DO
SAMBA CONSEGUI SE MANTER - DIURNO/INTERNA - IMAGENS DENTRO DA
CASA**

Momento em que é discutido as possibilidade de motivação da banda continuar no cenário nacional e permanecer por 25 anos de muito sucesso, e a aproximação com os fãs.

**Cena 07 - FÃS SOBRE O QUE LHE FAZ GOSTAR DA BANDA -
DIURNO/INTERNA - IMAGENS DENTRO DA CASA**

Será descrito o que faz cada fã gostar do Harmonia do Samba, seja a maneira do tratamento com o fã, musicalidade e ou representação no cenário musical nacional.

**Cena 08 - MÚSICOS QUE REPRESENTA O PAGODE BAIANO -
DIURNO/INTERNA - IMAGENS DENTRO DA CASA**

Vão falar sobre a referência do Harmonia do Samba e como eles conseguem essa ligação com seus fãs. E se forem fãs da banda, conta histórias com a banda.

**Cena 09 - FÃS SOBRE DETALHES DA BANDA - DIURNO/INTERNA -
IMAGENS DENTRO DA CASA**

Takes dos fãs falando sobre a música que lhe marcou, sobre o músico que mais gosta, sobre detalhes de como é atendido pela banda, as possíveis loucura que já foi feito pela banda harmonia do samba.

**Cena 10 - JORNALISTAS E ESPECIALISTAS FALAM SOBRE A
MUSICALIDADE E UTILIZAÇÃO DO MEIOS DO MERCADO - DIURNO/INTERNA
- IMAGENS DENTRO DA CASA**

Utilizaram deste momento para descrever sobre a musicalidade da banda Harmonia do Samba, sua representatividade, e como a banda se utiliza dos meios do mercado para continuar vivo no mercado.

**Cena 11 - FÃS SOBRE O AMOR QUE SENTE POR CADA MOMENTO VIVIDO
COM A BANDA - DIURNO/INTERNA - IMAGENS DENTRO DA CASA**

Os fãs falam do seu amor pela banda, e o que faz sustentar tanto apego com a banda.

**Cena 12 - CLIPE FINAL - DIURNO/INTERNA E EXTERNA - VÁRIOS
TAKES**

Momento em que os fãs falam sobre sua torcida pela banda Harmonia do Samba. Os jornalistas e especialistas falam sobre sua torcida também como se fossem fãs da banda e admiradores da banda. Músicos amigos e do meio falam sobre o carinho que tem pela banda Harmonia do Samba. Músicos da banda agradecem o carinho e o amor pela banda Harmonia do Samba.

ANEXO 02

Correio Assine Minha Bahia Ba-Vi Sua Diversão Brasil & Mundo Só se vê no Correio Últimas Notícias 40 anos ✱ 🔍 ☰

marrom

Osmar Martins
osmar.martins@redabahia.com.br
23.05.2019, 05:00:00
Atualizado: 23.05.2019, 09:09:23

[f](#) [t](#) [w](#) [s](#)

Newsletter

Receba as notícias que importam no seu e-mail, diariamente.

e-mail

publicidade

Xanddy e banda ganham estudo

Os estudantes de Comunicação Social - Rádio e TV da Uneb, João Neto e Antônio de Lázaro, estão preparando o seu trabalho de conclusão de curso, cujo tema é: Harmonia Futebol Clube: da Capelinha para Torcida e renderá um documentário que vai mostrar como a banda de pagode conseguiu se segurar no topo e permanecer no cenário mercadológico ao longo das últimas décadas.



publicidade

publicidade

vivendo host...

Xanddy do Harmonia do Samba (foto de André Carvalho/divulgação)