

4. Tecnologia & Trabants

montando o palco / uma viagem ao bloco leste / o U2 faz as suas próprias roupas / a perspectiva das mulheres: amarrando seus testículos e puxando / chantageando a Phillips

O primeiro single do *Achtung Baby* será "The Fly", faixa escolhida porque não soa nada como o U2. A banda imagina que, depois de ficarem sem um single do U2 por uns dois anos, as rádios tocarão qualquer coisa que eles derem - então porque não lhes dar uma coisa estranha?

Quando eles vão fazer um vídeo para a faixa, Bono parece uma mosca humana numa roupa de couro preta e com uns óculos escuros enormes. Ele decide que deve se vestir assim para a turnê. Os óculos de mosca são quase uma máscara - assim que os coloca ele transforma-se em um personagem. A roupa preta de couro materializa um panteão de lendas do rock - de Jim Morrison a Iggy Pop - mas a roupa se parece mais com a que Elvis Presley usou no especial de TV que marcou a sua volta em 1968. Como Elvis, Bono pinta de preto o seu cabelo castanho para tornar-se a personificação de um roqueiro.

As ideias de Bono para o palco dos concertos são suficientemente ambiciosas para fazer contadores experientes chorarem. Ele quer monitores de TV gigantes espalhados pelo palco, transmitindo não apenas o U2, mas também comerciais, a CNN e qualquer coisa que esteja no ar. Ele ainda tem na cabeça as imagens da Guerra do Golfo transmitidas pela TV. O designer de palcos Willie Williams vê uma chance de realmente ir para o Vale dos Designers. Ele quer levar a ilusão de uma cidade toda futurista, com as grandes TV's piscando e torres erguendo-se em direção ao céu. Bono será The Fly escalando essa paisagem estilo Blade Runner. Larry e Adam, já de acordo, devem parecer-se com policiais ou soldados - a tropa de choque do futuro. Edge tem um trabalho diferente. Ele é o guitarrista, então tem que parecer brilhante. As camisetas brancas e jeans pretos que ele costuma usar sob o palco não têm lugar num mundo futuro. Fintan Fitzgerald, o figurinista do U2, começa a buscar formas de vestir Edge como um herói da guitarra da Era Hendrix, com gigantescos anéis detonadores de juntas, calças cobertas com padrões elaborados, e um chapéu de estivador feito de algodão em vez dos chapéus e bandanas que usualmente cobrem a sua linha capilar em recessão. Um fino bigode e um cavanhaque de aparência maldosa completam a transformação de Edge num bandido psicodélico.

A banda e o pessoal que faz parte do círculo interno da Principle, a companhia que faz o gerenciamento deles, começam a referir-se ao proposto show como "Zoo TV".

É uma extensão da música "Zoo Station" e, na imaginação do U2, uma extensão visual dos programas de rádio "Morning Zoo", populares na América e nos quais, entre músicas estonteantes, DJ's espertalhões fazem piadas rudes, recebem ligações telefônicas e põem no ar gravações de celebridades em situações embaraçosas.

O U2 nunca aceitou patrocínio corporativo - uma dúbia instituição torna-se um grande propagandista dando um monte de dinheiro para uma turnê em troca de ter autorização para fazer propaganda (até mesmo nos ingressos) que dizem "Jovan apresenta os Rolling Stones" ou "Budweiser apresenta The Who". Assim como o R.E.M., Springsteen, e outros roqueiros de alta-classe, o U2 sempre pensou que - assim como vender músicas para serem utilizadas em comerciais - o patrocínio come uma parte da integridade da música e degrada a relação entre o artista e audiência. É como convidar alguém para ir à sua casa e tentar lhe vender Tupperware.

Mas, seguindo o espírito irônico e o flerte com a contradição que eles querem criar para essa turnê, o U2 brinca com a ideia de cobrir todo o palco como cartazes de anúncios numa rua lotada da gente. Willie Williams faz esboços de um palco recheado de logos do Burger King, Shell, Sony, Heinz, Singer, Betty Crocker, Fruit of the Loom, e uma dúzia de outras corporações, com três TV's do tamanho de casas no meio. Uma mostra o Bono cantando, outra mostra um homem vendendo cerveja e a terceira é um close da guitarra do Edge com o slogan de uma batata frita colado lá. Willie chama a este design "Motorway Madness". Isto levanta uma questão: se eles decorarem o palco com os emblemas de todas estas corporações, por que não deixar que as corporações paguem por isso? Por que não simplesmente vender o palco para patrocinadores, tirando-lhes dinheiro e sarro ao mesmo tempo? O U2 brinca com a ideia por uns tempos e então decide que se puserem os logos ironicamente e, ironicamente, pegarem o dinheiro, a ideia deixará de ser irônica. Eles atingirão o ponto onde terão se vendido, e nenhum exercício semântico conseguirá justificar. Então eles acabam com a "Motorway Madness".

Willie tem então outra ideia, que apresenta para Bono e Edge separadamente antes de apresentar para toda a Principle. Ele acha que será hilário comprar um monte de Trabants, aqueles pequenos e baratos carros da então Alemanha Oriental que o U2 viu abandonados nas calçadas depois da reunificação, e pendurá-los no teto para usar como iluminação.

Anton Corbijn sentiu-se atraído pelos carros usados nas fotos para a capa do álbum. Willie diz, enquanto a banda ri, que eles podem deixar os carros ociosos, colocar luzes gigantes lá dentro e fazer com que pareça que os faróis dos Trabants estão iluminando o palco.

O U2 dá autorização para Willie. O empresário Paul McGuinness se voluntaria para liderar uma expedição às terras mais obscuras da Alemanha onde ele irá comprar Trabants como um pedinte atrás de gado mais barato depois da Guerra Civil. "Como uma imagem do que deu errado com o Comunismo, o Trabant é útil", explica McGuinness. "Porque é um carro que faz o motorista parecer patético. É uma coisa que o diminui. Ele também cheira muito mal e é muito desconfortável".

A viagem através da Alemanha é menos divertida do que McGuinness e o resto do pessoal da Zoo TV esperava. As tropas de ocupação soviéticas que estavam estacionadas na Alemanha Oriental antes da reunificação não têm para onde voltar. Os alemães querem que eles saiam, mas os russos pedem para que não se aproximem - não há casas para eles, a comida já é escassa e o governo está à beira

de um colapso. Em Berlim, os soldados soviéticos estão vendendo as armas e uniformes por qualquer valor que ofereçam. Quanto mais para o leste McGuinness e companhia vão, pior fica. Numa das paradas ao longo da estrada, eles veem um oficial russo - com seu longo casaco, botas e insígnias - comprando cigarros e uma garrafa de bebida e depois saindo lentamente, sentando no para-choque do carro e partilhando a garrafa com o seu motorista.

Quando eles chegam à fábrica da Trabant, em Chemnitz, que era até pouco tempo chamada de Karl-Marx-Stadt, o lugar está quase deserto. Ninguém quer comprar essas caixas de brinquedo baratas e parcialmente feitas de madeira quando tem a oportunidade de comprar um Volkswagen ou um Audi. A fábrica de carros tinha sido o centro da economia local desde os anos 20, quando era a Auto Union (e mais tarde se tornou Audi).

A produção mudou para os Trabants no início da Guerra Fria. Agora acabou, e as pessoas que trabalhavam lá estão esfomeadas. "Trinta mil pessoas simplesmente perderam o emprego", diz McGuinness depois de meter o nariz no assunto. "Ninguém aqui acha que os Trabants são engraçados".

McGuinness faz a tour pela fábrica. Com os Trabants saindo de linha, a fábrica agora serve de armazém para as vans de correio à espera de entregar no leste as correspondências que estavam retidas. Quando questionado sobre o que achava dos planos do U2 de fazer os seus automóveis famosos no Ocidente, o gerente entristecido diz: "Nós nos sentimos bem com relação a isso, mas já é tarde demais".

Quando McGuinness volta para Dublin, o U2 é dono de uma quantidade suficiente de Trabants para pendurar nas vigas, brilhar no palco e conduzir através dos camarins. Eles trazem para pintar os carros Catherine Owens, artista e velha amiga dos tempos em que a banda dela, composta só de garotas - The Boy Scoutz - costumava dividir o palco com os adolescentes do U2. Um dos desenhos de Owens é o que ela chama de "O Carro da Fertilidade", um Trabant coberto com recortes de colunas de jornais anunciando "acompanhantes" e um desenho de uma mulher dando à luz enquanto segura dois pedaços de fios que estão atados aos testículos do marido, "para que ele também possa partilhar da dor".

Owens empurra as suas opiniões porque, ela sente, o U2 tem homens tomando todas as decisões criativas e estão escorregando para designs centralizados na masculinidade. "Vamos colocar algumas curvas aqui", diz ela enquanto olha para um design do palco com ângulos retos e caixas, enquanto os membros do U2 respondem: "Hum?"

Adam, que sabe mais sobre arte (e, dizem alguns, sobre mulheres) do que os outros três, leva à frente as ideias de Owens e lhe dá poderes para ir à rua recrutar artistas visuais que possam contribuir para a bombardeio de imagens que será necessário para encher aqueles monitores de TV.

Owens vasculha a Europa e os Estados Unidos (ela mora em Nova Iorque e está ligada a muitos artistas de lá) em busca das pessoas certas. Entre aqueles que ela traz para a tarefa estão o videoartista Mark Pellington; David Wojnarowicz - um

aclamado e sensível artista foto-conceitual de Nova Iorque que está morrendo de AIDS, e o Emergency Broadcast Network (EBN), grupo satírico performático de multimídia, natural de Rhode Island, que usa truques de computador para samplear imagens e sons. Um dos seus feitos de maior orgulho é um filme com o Presidente Bush, em sequencia e editado de forma a parecer que o Presidente está cantando a música "We Will Rock You", do Queen, enquanto bate contra o palanque. Nos EUA, 1992 vai ser ano de eleições, e após a rápida derrota sobre o Iraque na Guerra do Golfo, Bush é considerado imbatível. O U2 decide que este trecho do Bush vai abrir os shows.

Enquanto Bono corre de um lado para o outro alterando sua imaginação e limpando as contas bancárias da banda, Adam, Edge e Larry começam os ensaios sem ele. Eles têm um monte de trabalho para discutir e onde Bono não é necessário – como aprender a tocar com os sequenciadores e programas de som que vão fornecer a base sonora para seus instrumentos, além de criar arranjos e finalizações para as novas músicas serem tocadas ao vivo. Isto dá ao cantor um tempo para se acalmar e dá aos outros três um descanso do Bono e uma chance para se reconectarem como músicos. É um período importante para Adam, Edge e Larry, porque os recoloca na posição de ser uma unidade de novo, depois da divisão Bono & Edge/ Larry & Adam nos primeiros tempos do álbum. Como em qualquer grupo de pessoas de mesmo nível, existem várias maneiras para as segmentações dentro do U2 se configurarem.

Quando Bono encontra os outros três unidos contra ele, costuma trazer McGuinness para lhe dar suporte. Por um tempo, nos anos 80, quando Edge, Larry e Bono abraçaram o cristianismo carismático, era Adam e McGuinness contra os três Renascidos. Como em qualquer família, as alianças mudam a toda hora. É importante que antes de saírem em turnê, Edge, Adam e Larry se unam. Assim quando Bono se junta aos ensaios, ele é sugado para dentro de uma banda unida.

Os quatro membros da banda e McGuinness dividem todas as decisões de negócios igualmente e o U2, sem McGuinness, toma as decisões criativas - não apenas em relação à música, mas também quanto ao palco, fotos, capas de álbuns, e por aí fora.

Bono afirma que isso tudo começou no nascimento do U2 porque, por serem uma banda de Dublin lutando num lugar onde não existia o negócio musical, eles não conheciam outro caminho.

"Nós, necessariamente, não gostamos de fazer tudo sozinhos", diz Bono. "Nós chamamos isto de 'fazer as nossas próprias roupas'. Mas, por força das circunstâncias, nós temos que fazê-lo". Paul McGuinness tinha muito pouco interesse nos detalhes da vida estética da banda e era difícil encontrar nele aconselhamento. Então tivemos que nos transformar em produtores de vídeo para fazer bons vídeos. Tivemos que nos transformar em diretores de arte. Nós fazíamos o álbum, fazíamos a capa do álbum, nós fazíamos os vídeos e criávamos o design do palco. Nós usávamos mão de obra local de Dublin porque não conhecíamos mais ninguém. Nós colaboramos com eles e crescemos juntos. Paul nos colocou para fazer tudo sozinhos e não sei exatamente o porquê. Ele saiu do

caminho, para o que é preciso muita coragem. Seu instinto foi confiar no nosso. E isso desenvolveu toda essa coisa da 'Gangue dos Quatro' onde nos tornamos uma corporação. Uma gangue de quatro musicalmente, uma corporação de cinco com o Paul, sete com a Elle (Darst, que gerencia as operações do U2 nos EUA) e Anne-Louise (Kelly, que toma conta da Principle Dublin), oito com o Ossie (Kilkenny, conselheiro financeiro do U2).

"Brian Eno disse 'Quase tão extraordinário quanto o que vocês estão fazendo como artistas é essa organização - ou organismo - que parece estar evoluindo em torno de vocês'. Nós tínhamos essa ideia de que você também poderia ser criativo nos negócios, que você não precisaria dividir as coisas entre arte e comércio. Nós encontrávamos esse pessoal das gravadoras durante a turnê nos EUA, e para a maioria das bandas punk vindas do Reino Unido, eles eram o inimigo. E eu não concordo. Eu achava que eles eram trabalhadores que entraram para o ramo da música provavelmente pelas razões certas, e não tiveram tanta sorte como nós, pois não foram capazes de preencher as ambições que tinham para serem músicos e agora estavam trabalhando para indústria da música. Talvez eles tivessem perdido o amor que tinham e eu sentia que parte da nossa missão era reacender isso.

"Então um monte de pessoas se inspirou e reuniu-se em torno de nós, criando uma rede, e isto nos protegeu, criou essa espécie de barreira. Então, você começa a ver a organização sob a luz da criatividade. Você começa a dizer 'bem, essas são decisões importantes, esse é o trabalho artístico, e essas coisas'. Então você se dá conta que, de fato, ser um grupo é a arte".

Enquanto o lançamento do *Achtung Baby* e os ensaios para a Zoo TV Tour tornam-se iminentes, as ideias do U2 se expandem mais rápido do que as contas bancárias. Eles fizeram um plano para construir um boneco gigante do "Bebê Achtung" com um pênis, que funcionaria para fazer xixi sobre a plateia. McGuinness sugere que é uma indulgência muito cara. Edge começa a pensar, então, que talvez o que eles deviam fazer é criar fotos falsas do, digamos, bebê gigante no topo da Tower Records e tentar convencer a imprensa de que aquilo realmente aconteceu: falsos eventos para a mídia! Isto também foi vetado.

Planos para o palco começam a se tornar mais austeros e inquietantes que a cidade dos Jetsons pensada nos designs iniciais. Agora a banda fala em andaimes negros, como poços de petróleo ou torres de TV, apontando para o céu e com monitores de vídeo espalhando imagens por todos os lados. Haveria uma segunda divisão, acima da banda, onde o Bono poderia subir. Haveria ainda duas asas nos cantos frontais do palco, pelas quais Bono e Edge poderiam aventurar-se. A pergunta principal de Larry para cada nova proposta era: "Quando isso irá custar?"

A imaginação do Bono não se deixa incomodar com tais preocupações financeiras. Então, ele tem uma inspiração: "O que acham de um segundo palco enfiado no meio da plateia e ligado ao palco principal por uma rampa?". Então, depois de atingirem a galera com toda essa parafernália high-tech, a banda pode se encaminhar para o "palco B" e relaxar só com violões. Como Elvis no especial de

retorno em 68 que, depois de destruir o recinto com seu rock & roll, sentou-se rodeado pelo público e dedilhou as velhas canções com a banda.

Os designers não sabem bem como farão isso, mas dizem que vão tentar. Eventualmente, eles surgem com o desenho de uma longa rampa que parte do palco, ao lado do Edge, e termina numa pequena plataforma. É como um grande pulso no fim de um longo e magro braço.

A pergunta de Larry fica suspensa no ar. "Quanto vai custar?". Um elemento essencial para o empreendimento total é a compra de um Vidiwall, um telão de TV gigante. A má notícia é que isso custa entre quatro e cinco milhões de dólares. A boa notícia é que o Vidiwall é construído pela Philips, a companhia que é dona da Polygram, que acabou de comprar a Island, que é a gravadora com a qual o U2 tem contrato! McGuinness já esperava que a banda se reunisse com Alain Levy, o cabeça da Polygram. A banda planeja convidar Levy para aparecer e amaciá-lo. Eles vão convidá-lo para um jantar na casa do Adam e para passar a noite na casa de Bono - e vão acertá-lo mostrando como seria maravilhoso se a Philips desse ao U2 o material para o Zoo Vídeo de graça - numa demonstração de sinergia corporativa. Aqui está o hardware da Philips, o álbum da Polygram e a música do U2.

Ao jantar, Levy, um francês, não parece antipático ou excessivamente social. O que se vê claramente é que ele é esperto. Bono se dá conta que se eles tentarem jogar com o cara, irão apenas insultá-lo. Afinal, a Philips/Polygram acabou de pagar 300 milhões de dólares pela Island, essencialmente para ficar com o U2. Eles devem gostar da banda. Então, durante o jantar, Bono se atira e pergunta "O que você acha de pedir à Philips para nos dar os monitores de vídeo?". Levy olha friamente para Bono e diz: "Você nem espera pela sobremesa para me perguntar isso?".

Bono fica surpreso. Levy continua friamente: "Eu não sou estúpido. Eu sei porque vocês me convidaram para vir aqui. Vou ver o que posso fazer. Vamos ver". Para o desapontamento (e ressentimento) do U2, a Philips rejeita a proposta de Levy. O U2 vai ter que providenciar o dinheiro para os seus telões gigantes como todo mundo. Aparentemente os cientistas pesquisadores da companhia eletrônica se importam tão pouco com o U2 quanto com uma lâmpada de maior duração. Levy consegue que a Polygram disponibilize meio milhão de dólares ou um pouco mais para apoiar a turnê, como um gesto de boa-vontade diante da frustrada tentativa anterior em ajudar.

Quando o U2 começa a se dar conta do quão caro sairá aos bolsos para que os seus planos sejam executados, Larry não é o único engolindo à seco. Montar a Zoo TV poderia facilmente custar 50 milhões de dólares. Eles concordam em dar um passo de cada vez. O álbum será lançado no Natal de 1991. Na primavera, eles farão uma turnê em lugares fechados nos EUA e na Europa. Se o álbum não for bem recebido ou se os shows não venderem tão rápido quanto eles esperam, talvez parem por aí. Talvez, no próximo verão, façam um tipo de concerto televisivo como encerramento. McGuinness sugere que podem até transmitir o tal show diretamente da fábrica dos Trabants.

Se o *Achtung Baby* for um sucesso e a demanda por ingressos dos shows for

suficientemente grande, o U2 voltará à América para tocar em estádios de futebol na segunda metade do verão. Mas, com os custos deste show, a margem potencial de lucro fica apenas entre 4% e 5%. Se a banda se comprometer a tocar em lugares abertos – e a América tem um verão frio e chuvoso - eles podem ter que acabar limpando as economias para financiar seus impulsos criativos.

Bono está inquestionavelmente encantado com as possibilidades que a nova maquinaria - e a nova concepção de U2 - oferecem. Quando os grandes monitores de TV chegam, eles são depositados no Factory, o prédio onde o U2 ensaia. Bono caminha entre eles explicando o funcionamento, como um garoto contemplando um novo trem que ganhou de Natal.

Ele me pergunta se eu estou familiarizado com as frases tipo manchete de Barbara Kruger e Jenny Holzer. Eu estou. Elas são artistas nova-iorquinas conhecidas pelas suas corajosas declarações.

Bono enfatiza que a música "The Fly" é cheia de novas obviedades ("A liar won't believe anyone else" ["Um mentiroso não vai acreditar nos outros"]) e quando eles tocarem a música ao vivo, quer que os monitores mostrem todo o tipo de epigramas, mensagens e palavreados, desde 'Call your mother' a 'Guilty is not of God', incluindo "Pussy" ["Chame sua mãe", "A culpa não é de Deus" e "Buceta"].

"Eu realmente gosto de falar sobre o assunto rock & roll", diz Bono, referindo-se ao palco exagerado e à sua nova persona, o próprio The Fly. "Pergunte a você mesmo o que Dali ou Picasso teriam feito se eles tivessem o vídeo à disposição. Se tivessem samplers, sequenciadores, baterias eletrônicas ou guitarras elétricas, fotografia, cinematografia!"

Na verdade, eu tenho um pouco de dificuldade de imaginar. Isso me parece realmente uma boa maneira de uma banda rica ir à falência. Outra frase de "The Fly" é "Ambition bites the nails of success" ["A ambição rói as unhas do sucesso"].