

A SERVIÇO DO SERVO

Os Bastidores de

Kurt Cobain

DANNY GOLDBERG



ALTA BOOKS
GRUPO EDITORIAL

Rio de Janeiro, 2023

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	ix
INTRODUÇÃO	1
UM: GOLD MOUNTAIN ENTERTAINMENT	15
DOIS: INTRODUÇÃO AO PUNK ROCK	25
TRÊS: SUB POP	45
QUATRO: NEVERMIND	57
CINCO: ABAIXE A CABEÇA E TRABALHE	81
SEIS: COURTNEY LOVE	101
SETE: INTERNACIONAL	115
OITO: HEROÍNA	129
NOVE: CUIDADO COM O QUE DESEJA	143
DEZ: VANITY FAIR	161
ONZE: CIDADÃO KURT	183
DOZE: INCESTICIDE	199
TREZE: IN UTERO	213
QUATORZE: KURT E A MÁQUINA	241
QUINZE: UNPLUGGED	249
DEZESSEIS: A ESPIRAL DESCENDENTE	257
DEZESSETE: REVERBERAÇÕES	273
NOTA SOBRE AS FONTES	283
ÍNDICE	285

UM

GOLD MOUNTAIN ENTERTAINMENT

Conheci Kurt em novembro de 1990, em Los Angeles. Ele e os outros membros do Nirvana, Krist Novoselic e Dave Grohl, foram a uma reunião comigo e com meu jovem sócio, John Silva, na sede da nossa empresa de agenciamento de artistas, a Gold Mountain Entertainment, na Cahuenga Boulevard West, não muito longe da Universal City.

As primeiras palavras de Kurt foram enfáticas (“De jeito nenhum”) quando perguntei se a banda queria ficar na Sub Pop, um selo alternativo de Seattle bastante reconhecido, mas em péssimas condições financeiras. As primeiras gravações da banda foram lançadas por esse selo, incluindo seu álbum de estreia, *Bleach*, cuja boa receptividade na comunidade punk causou alvoroço entre as grandes gravadoras.

Ele ficou em silêncio durante os primeiros 15 minutos da reunião, e Krist falou a maior parte do tempo. A resposta firme de Kurt sobre a Sub Pop foi a primeira indicação da dinâmica interna do grupo. Dave era um baterista virtuoso que elevaria a banda a um nível musical muito superior ao dos bateristas anteriores. Krist formara a banda com

Kurt alguns anos antes e partilhava das suas ideias políticas e culturais. Os três membros tinham uma afinidade musical excelente e uma visão compartilhada de como a banda se encaixaria tanto no mundo do rock quanto no do punk, mas a palavra final era de Kurt.

Durante os primeiros anos do rock and roll, o papel do empresário era muitas vezes associado à desonestidade e incompetência. Frequentemente, o empresário de Elvis Presley, coronel Tom Parker, era visto como um manipulador que tirava vantagem do seu famoso cliente, infantilizando Elvis e enchendo os bolsos em uma proporção muito superior ao seu valor. O primeiro empresário dos Beatles, Brian Epstein, era amado pela banda e foi o primeiro na indústria musical a reconhecer o quanto eles eram especiais, mas, em retrospecto, tinha pouco conhecimento de como maximizar o faturamento e o alcance do grupo.

Nos anos seguintes, a palavra “empresário” assumiu diferentes significados na indústria musical, dependendo do profissional e do artista. Para atores, os empresários costumam oferecer algumas das orientações de carreira repassadas a músicos e cantores. No entanto, no meio musical, os “booking agents” são responsáveis apenas pela importante, mas altamente específica, função de marcar shows e quase nunca se envolvem com gravadoras, editoras musicais (entidades que detêm a propriedade ou administram os direitos autorais sobre as composições) e ações de estratégia de mídia, atividades típicas de empresários. Os empresários musicais também fazem a ligação entre o artista e seus advogados, contadores e booking agents, especialmente no momento de avaliar as opções de turnê mundo afora. Mark Spector, que empresariou Joan Baez por várias décadas, descreve o trabalho como “ser o primeiro a chegar e o último a sair”.

Em alguns casos, os empresários também exercem o papel de conselheiro pessoal. Conheci a função ao assistir a um documentário so-

bre Bob Dylan, *Don't Look Back*, no qual o seu empresário, Albert Grossman, aparecia alegremente negociando cachês mais altos para shows. Mais importante para um adolescente: Grossman parecia estar por dentro das piadas que Dylan fazia sobre pessoas retrógradas. (*Don't Look Back* também era um dos filmes favoritos de Kurt.)

Acabei trabalhando para Grossman durante um breve período no início dos anos 1970 e, alguns anos depois, promovi seu selo, Bearsville. Ele passava a impressão de saber muitos segredos badalados. Acredita-se que a música “Dear Landlord”, de Dylan, seja sobre ele, especialmente os versos: “If you don't underestimate me/I won't underestimate you.”¹ Ao defender os interesses dos seus clientes (incluindo The Band e Janis Joplin), Grossman mudou a dinâmica do poder em prol dos artistas, desafiando gravadoras, agências de talentos, promotores de shows e mídia. Por exemplo, foi ele quem disse à Columbia Records que “Like a Rolling Stone”, uma canção de seis minutos de Dylan, não poderia ser encurtada para atender ao padrão das rádios que tocavam o Top 40, e ela se tornou um hit.

Outro dos meus modelos iniciais foi Andrew Loog Oldham, cujo nome estava nos encartes dos primeiros álbuns dos Rolling Stones, como *December's Children (And Everybody's)*. Naquela época, Oldham não apenas empresariava os Stones, como também produzia os discos.

Meu mentor na indústria musical foi o empresário do Led Zeppelin, Peter Grant, para quem trabalhei quando tinha 20 e poucos anos. Grant elevou a atitude pró-artista de Grossman a um nível bem superior. Ex-atleta profissional de luta livre, pesando mais de 100 quilos e com um forte sotaque do leste de Londres, o intimidante Grant exigiu que o Zeppelin recebesse uma fatia da torta econômica muito maior do que os valores praticados até então. Antes, a maioria dos promotores

1 “Se você não me subestimar, não vou subestimar você”

pagava 50% dos lucros líquidos aos artistas por show. Grant impôs 90%, e a indústria mudou para sempre. Internalizei rapidamente a atitude de Grant: *Foda-se todo mundo. O que a banda quer é o que importa.*

A palavra “empresário” é um pouco confusa. Pode soar como se nós, de alguma forma, mandássemos nos clientes, quando na verdade é o contrário. Estamos a serviço deles; o artista é o chefe. Muitos anos depois da morte de Kurt, fiz amizade com Oldham (que também define Grossman como um dos seus modelos), e trocamos ideias sobre as semelhanças e diferenças entre empresariar os Rolling Stones, em meados dos anos 1960, e o Nirvana, nos anos 1990. Ele tem uma opinião profética sobre a função: “O empresário só é bem-sucedido quando agencia um artista que o impulsiona tanto quanto ele impulsiona o artista.”

Um dos empresários que mais admiro é Kenny Laguna, que orienta com maestria a carreira de Joan Jett há mais de 25 anos. Kenny uma vez me falou sobre os altos e baixos de ser empresário: “É uma profissão engraçada. Se, em um dia, tenho uma reunião com o senador Chuck Schumer sobre um evento de Joan para o Departamento de Estado, no outro, preciso descobrir um jeito de tirar uma mancha de urina de gato do seu tapete oriental.”

Como até os melhores artistas são suscetíveis à insegurança, os empresários tendem a descrever tudo da melhor forma possível para os clientes. Às vezes, isso pode ser contraprodutivo. Há uma cena no documentário *Shut Up & Sing*, sobre as Dixie Chicks, na qual o grupo pergunta ao seu empresário, Simon Renshaw, se sua carreira seria prejudicada pela repercussão da crítica de Natalie Maines ao presidente George W. Bush no início da Guerra do Iraque. Calmamente, ele assegurou que a crise logo passaria. (Não passou. Grupos políticos de direita as perseguiram ao longo de todo o ano seguinte.) Eu teria dito exatamente a mesma coisa naquela situação. Afinal, elas estavam prestes a entrar no palco.

Claro, há exceções. Se o cliente estiver fazendo algo antiético ou autodestrutivo, existe a obrigação de tentar dissuadi-lo, mas o papel-padrão é o de protegê-lo. Os empresários que tentei emular tinham em mente uma versão idealizada dos clientes e a projetavam tanto para o artista quanto para o resto do mundo.

Certa vez, depois de assistir a um show de um cliente, um amigo me disse: “Quero ver se você chega para ele e diz que o show foi longo demais.”

“Eu não diria isso nem para *mim mesmo*”, respondi.

Em meados dos anos 1980, quando eu estava com 30 e poucos anos, abri uma empresa de agenciamento de artistas, a Gold Mountain. Nossas primeiras clientes foram Belinda Carlisle e Bonnie Raitt. Em 1990, a empresa estava indo tão bem que eu queria expandir o portfólio e incluir artistas que atraíssem públicos mais jovens. Eu sabia que a cultura punk estava crescendo em popularidade e ultrapassando o domínio restrito dos críticos de rock e das rádios universitárias. Como eu vinha dando pouca atenção ao punk desde os anos 1970, contratei John Silva, que tinha 20 e poucos anos e já empresariava bandas aclamadas, como House of Freaks e Redd Kross. Silva era um nerd musical, obcecado por fanzines e vinis de 7 polegadas. Ele conhecia muitos influenciadores na subcultura punk que se desenvolvera na década anterior e já dividira um apartamento por um breve período com o lendário cantor punk Jello Biafra. Além disso, a extraordinária postura profissional e a grande ambição de Silva eram perfeitamente compatíveis com as minhas.

Alguns meses depois de iniciarmos essa parceria, começamos a empresariar o Sonic Youth, que assinara havia pouco tempo com a DGC Records, um novo selo da Geffen. Com passagens apenas por selos alternativos até aquele ponto, a banda nos escolheu para ajudá-la a se po-

sicionar na zona mais comercial da indústria musical, enquanto se preparava para lançar seu primeiro disco (*Go*) por uma grande gravadora.

O Sonic Youth havia lançado vários EPs e álbuns nos últimos oito anos e, durante esse período, tornou-se uma das bandas mais respeitadas e influentes do cenário alternativo. O guitarrista e vocalista Thurston Moore, um magricela de dois metros de altura com aparência de garoto e um intelecto sagaz, era influenciado tanto pelas estranhas afinações do compositor de vanguarda Glenn Branca quanto pelo punk rock. Em 1981, Moore se casara com a baixista e vocalista Kim Gordon, uma ex-estudante de arte que via o mundo punk por uma perspectiva intelectual similar. O guitarrista e vocalista Lee Ranaldo e o baterista Steve Shelley também compartilhavam desse entusiasmo por vários gêneros musicais. Juntos, eles associavam uma ligação subversiva com a rebelião punk a uma graça e inteligência naturais, e vinham consolidando sua popularidade em praticamente todos os cantos do turbulento cenário alternativo.

Logo percebi que Kim e Thurston estavam por dentro de novidades musicais que circulavam muito além do meu alcance; então, passei a andar com os dois sempre que podia. Para eles, seu papel na comunidade não era só o de artistas, mas também de curadores. O Nirvana vinha no embalo da longa lista de bandas que haviam conquistado um público maior porque tocaram nas turnês do Sonic Youth. Kurt considerava o guitarrista do Sonic Youth como um mentor. Em seus diários, há vários lembretes que ele rabiscava: “Ligar para Thurston.” Quando Silva mencionou o Nirvana para mim pela primeira vez, hesitei em fechar com a banda porque sempre me preocupava com o investimento de tempo que geralmente é necessário para desenvolver artistas com pouca estrada até que eles tragam algum retorno financeiro. Com o incentivo de Silva, Thurston me ligou para sugerir que eu abrisse uma exceção a essa regra; graças a Deus, eu o ouvi.

Só em junho de 1991, três meses antes do lançamento do *Nevermind*, vi o Nirvana ao vivo pela primeira vez, quando a banda abriu para o Dinosaur Jr. no Hollywood Palladium. Eu já assistira a centenas de shows ao longo dos anos e não costumava me animar muito com eles, mas, dessa vez, fiquei fascinado. Embora a maioria das pessoas estivesse lá para ver a atração principal, Kurt estabeleceu uma ligação muito profunda com o público. Ele não recorreu a nenhum artifício teatral, mas, a meu ver, conseguiu expressar seu eu interior de uma maneira que criava intimidade instantânea. Até hoje não consigo descrever exatamente o que ele fez, só o que senti no momento. Era uma forma especial de magia que eu nunca tinha visto antes em um show de rock. Apesar de não fazer ideia das proporções do tsunami comercial que logo chegaria, eu sabia que tinha muita, muita sorte de trabalhar com o Nirvana.

Na época, a Gold Mountain era uma empresa de médio porte, com uma equipe de mais ou menos 25 pessoas e dezenas de clientes. Para muitos artistas, eu só exercia um papel essencialmente administrativo, mas desenvolvi uma conexão pessoal com alguns deles. Naquele momento, percebi que Kurt seria muito mais importante para mim do que eu havia imaginado a princípio. Enquanto dirigia para casa depois do show, fiz uma analogia entre a minha crescente admiração por Kurt e a lealdade obstinada de Grant a Jimmy Page. Fiquei animado.

Desde a morte dele, ouço muitas variações da mesma pergunta: “Como era o Kurt de verdade?” Nos melhores cenários, eu o via através de uma lente obscura, que me revelava certos aspectos enquanto ocultava outros. Em alguns momentos, eu lidava com ele de forma surpreendentemente fácil; em outros, tinha que pisar em ovos para não magoá-lo. Além do caleidoscópio de qualidades que mencionei antes, havia sempre um lado oculto em Kurt: uma parte era a genialidade artística que ele não conseguia explicar; a outra, uma angústia ligada a uma dor que era insuportável demais para vir à tona.

Apesar disso, grande parte da rotina empresarial era viabilizada pela compreensão instantânea que Silva, a banda e eu desenvolvemos logo que começamos a trabalhar juntos a respeito do equilíbrio entre consolidar a base já existente de fãs e atingir um público maior. Não sabíamos que esse público seria de milhões, mas o sucesso recente do *Jane's Addiction* e do *Faith No More* indicava que havia, pelo menos, centenas de milhares de fãs de rock que, mesmo distantes do universo punk, queriam algo diferente, musical e culturalmente, do “metal farofa” e do heavy metal, muito populares na época. Era um público novo e jovem, interessado em um tipo de música emocionalmente acessível e nos valores da contracultura. Dezenas de pequenas decisões seriam tomadas ao longo do ano seguinte para atingir esse equilíbrio, mas só raramente Kurt e eu tínhamos longas discussões sobre isso. Nosso entrosamento foi quase imediato, mas, se depois ele expressaria muitas ideias por meio de entrevistas, nessas ocasiões mais privadas eu tinha que interpretar suas frases incompletas, sarcasmo, caretas e sorrisos.

Em seu diário, Kurt escreveu: “O punk rock diz que nada é sagrado. Eu digo que a arte é sagrada.” No entanto, ele me disse claramente que ainda tinha uma conexão emocional profunda com muitos aspectos do punk e que se importava com o que as pessoas pensavam sobre ele na comunidade.

Nos anos 1970, eu trabalhava na indústria musical em Nova York quando os Ramones e outros artistas criaram a primeira onda do punk rock. Comecei como crítico de rock, mas logo descobri que tinha mais talento para relações públicas. Meus amigos jornalistas eram obcecados pela cena punk em torno do CBGB; eu gostava da energia e de algumas músicas, mas meu foco era encontrar um lugar na indústria musical tradicional. Então, quando comecei a trabalhar no selo Swan Song, do Led Zeppelin, passei a prestar pouca atenção no punk.

Agora eu precisava correr para me atualizar. Nenhuma compreensão da arte de Kurt estaria completa sem a contextualização da cultura que lhe dera inspiração na adolescência, uma comunidade aos 20 e poucos anos e valores que ele internalizara a ponto de citar como “Punk Rock 101”² em sua carta de suicídio.

2 “Introdução ao Punk”

DOIS

INTRODUÇÃO AO PUNK ROCK

Em 1993, Kurt revelou ao jornalista Robert Hilburn: “Fui uma criança profundamente deprimida. Toda noite, eu ia para a cama aos berros. Tentava prender a respiração até minha cabeça explodir. Achava que meus pais ficariam mal com isso. Pensei que não chegaria aos 21.” No livro *Come as You Are: The story of Nirvana*, Michael Azerrad cita um comentário de Kurt sobre sua infância: “Eu achava que era adotado, que tinham me encontrado em uma nave espacial. Sabia que havia milhares de bebês alienígenas espalhados por aí e até conheci alguns deles. Um dia, vamos descobrir o que devemos fazer aqui.”

A alienação de Kurt na adolescência foi agravada pelo fato de ter crescido na conservadora Aberdeen, uma cidade madeireira no estado de Washington, onde sua sensibilidade artística era uma sentença de isolamento. A única banda da região a entrar para o panteão nacional do punk foram os Melvins, que tiveram uma influência incalculável no início da carreira do Nirvana — tanto no campo pessoal quanto no musical. Naquela época, as bandas punk quase nunca faziam shows para mais de 100 pessoas, e era fácil para os fãs saírem com os músicos depois dos eventos. Foi o vocalista principal dos Melvins, Buzz Osborne (também conhecido como King Buzzo), quem apresentou Krist Novoselic

à banda alternativa Flipper; em 2018, quando falei com o ex-baixista do Nirvana, ele ainda ficava radiante ao se lembrar da epifania que teve quando, adolescente, ouvira o disco *Generic*.

A primeira vez que Kurt viu os Melvins tocarem ao vivo foi em 1984, aos 16 anos. Pouco depois, Buzz gravou uma fita K7 com um mix de bandas punk para o garoto, incluindo músicas do Black Flag e do Flipper, entre outros. Kurt ficou fascinado e passou meses cantando junto com as músicas todos os dias. Ele disse ao jornalista britânico Jon Savage que, embora curtisse algumas melodias de bandas mainstream, como Led Zeppelin e Aerosmith, a maioria das letras era unidimensional: “Muitas delas eram sexistas, caras cantando sobre seus paus e fazer sexo. Achava chato demais.” Ouvindo punk rock, Kurt encontrou sua vocação. Essas músicas expressavam suas ideias sociais e políticas. Era um enorme alívio saber que, pelo menos em alguns aspectos, ele não estava sozinho. Havia outro mundo *neste* planeta, e ele estava determinado a fazer parte dele. Buzz logo apresentou Kurt a Krist. No ano seguinte, o baterista dos Melvins, Dale Crover, tocou nas primeiras demos do Nirvana. (Alguns anos depois, Buzz apresentaria Dave Grohl ao Nirvana.)

Os fãs de punk rock veneram o estilo, e há debates quase monásticos entre os aficionados sobre os méritos dos artistas e sobre o que é ou não punk, mas até hoje não sou qualificado para opinar sobre essas discussões. Então, descrevo a seguir a versão *light* que eu, um intruso de outra geração, absorvi da música que inspirou Kurt em seus anos de formação.

A cultura do punk rock que surgiu nos anos 1970 em Nova York e em Londres, onde se concentrou em torno dos Sex Pistols, pouco lhe interessava. Ele e Krist foram arrebatados no ensino médio pela geração seguinte do punk e do rock alternativo que emergiu nos Estados Unidos na década de 1980. Embora esse movimento tivesse pouca repercussão

comercial, seu status entre os fãs era o de uma religião, centrada em um grupo de artistas habitualmente ignorados pela indústria mainstream.

Entre 1980 e 1981 — alguns anos antes de Buzz gravar a fita para Kurt —, Flipper e Hüsker Dü lançaram seus primeiros singles; Mission of Burma e Minor Threat lançaram seus primeiros EPs; Minutemen, Dead Kennedys e The Replacements lançaram seus primeiros discos; Henry Rollins entrou no Black Flag, e o Sonic Youth e os Butthole Surfers começaram a tocar. Todas essas bandas tinham álbuns que apareciam em muitas das listas de discos (“Top 50”) que Kurt escrevia em seus diários tentando sintetizar as influências do Nirvana. Eu o ouvi mencionando esses artistas inúmeras vezes, em um tom de admiração tão elevado que parecia doutrinação. Ao contrário das bandas de rock da velha guarda, formadas nos anos 1960 e 1970, as bandas punk não achavam que o sucesso comercial validaria seu trabalho e encaravam a música popular com preconceito.

O Black Flag foi uma dessas bandas que Kurt viu ao vivo e, como muitos dos seus contemporâneos, a banda tocava alto e rápido. Greg Ginn, líder e guitarrista, criou a SST Records para lançar as músicas do Black Flag, mas, ao longo da década de 1980, a gravadora lançou dezenas de outros artistas que Kurt amava. Ray Farrell trabalhou na SST por muito tempo e foi para a Geffen um ano antes da contratação do Nirvana. Quando eles se conheceram, Kurt lamentou: “Pra lançar pela SST, eu teria matado alguém.”

As bandas da SST não tocavam nos clubes voltados para o público de rock mainstream porque não tinham visibilidade suficiente na imprensa especializada que influenciava os promoters. Portanto, a SST, a Alternative Tentacles (do Dead Kennedys) e os demais selos alternativos tiveram que encontrar outros locais para os shows, como os auditórios do VFW [uma organização sem fins lucrativos para veteranos], que nunca haviam recebido eventos de música ao vivo até então. Jovens