

COMO NÓS FIZEMOS: GILLIAN GILBERT E PETER SAVILLE SOBRE "BLUE MONDAY"

Entrevista a Dave Simpson publicada originalmente no *The Guardian* em 11.02.2013

<http://www.guardian.co.uk/culture/2013/feb/11/how-we-made-blue-monday>

Tradução livre por Aracri



Sofá digital... New Order em 1986. Foto por Steve Speller / Alamy

"Bernard e Stephen passaram horas gravando peidos para aprender a mexer com um sampler".

Gillian Gilbert, teclados

Em 1983, antes da chegada dos computadores, não era fácil fazer linhas de baixo e ritmos eletrônicos. Então [o vocalista do New Order Bernard Sumner] começou a construir esses aparelhos chamados sequenciadores. Em seguida, pensamos que isto seria bom para compor uma música completamente eletrônica. A distinta introdução de "Blue Monday" foi composta em uma bateria eletrônica Oberheim DMX. Nós frequentávamos clubes em Nova Iorque e queríamos recriar os fantásticos sons de bumbo que ouvíamos naquelas músicas. Nós tentamos inserir algo de "Our Love" de Donna Summer e viemos com aquele "break" imediatamente reconhecível.

A melodia tocada no sintetizador ficou um pouco fora de sincronia com o ritmo. Este foi um acidente e meu trabalho para o programa

da música inteira, do começo ao fim, o que tinha que ser feito manualmente, introduzindo cada nota. Eu tinha toda a sequência de notas escritas em uma longa pilha de papéis A4 emendadas formando uma fila do comprimento do estúdio de gravação, tal como um tecido de tricô enorme. Mas eu acidentalmente deixei uma nota de fora, o que desequilibrou a melodia. Nós compramos um Emulator I, um antigo sampler, e que foi usado para adicionar os trechos de coral que tiramos do álbum *Radioactivity* do Kraftwerk, bem como gravações de trovões. Bernard e Stephen [Morris, baterista] passaram horas gravando peidos para aprender a mexer com ele.

"Blue Monday" era para ser robótica, a ideia de que se pode sair do palco e fazê-lo sem que nós mesmos tocássemos os instrumentos. Passamos dias tentando conseguir uma voz de robô para cantar "How does it feel?" [Como se sente?], mas alguém a apagou da trilha e Bernard acabou cantando. Ele diz que a letra surgiu porque estava farto de jornalistas perguntando-lhe como se sentia. O trecho

sobre a praia e o porto foram o início de muitas de suas referências náuticas – ele adora velejar. E o baixo do Peter Hook foi tirado de uma trilha-sonora de filme de Ennio Morricone.

“Blue Monday” é uma faixa dançante com um toque de melancolia. Sete minutos e meio de duração era inédito, por isso o lançamos em um 12 polegadas. Mas mal pude acreditar quando ele se tornou o single de 12 polegadas mais vendido de todos os tempos. As pessoas têm interpretado o título de todas as maneiras possíveis. Ele realmente veio de um livro que Stephen estava lendo na época, *Breakfast of Champions*, de Kurt Vonnegut. Em uma de suas ilustrações, se lê “Goodbye, blue monday” [adeus, triste segunda-feira], que é uma referência à invenção da máquina de lavar roupa, o que melhorou a vida das donas de casa.

Peter Saville, designer gráfico

Encontrei o New Order em um estúdio em Manchester para lhes mostrar um cartão postal com uma pintura do Henri Fantin-Latour que eu estava usando para a capa de seu próximo álbum, *Power, Corruption and Lies*. Enquanto eu estava lá, eles tocaram “Blue Monday” para mim e eu instintivamente entendi o que eles estavam tentando fazer. Parecia algo que o equipamento pudesse tocar por conta própria.

Peguei um objeto interessante e perguntei: “Uau, o que é isso?”. Eu nunca tinha visto um disquete antes. Eu o achei ótimo. Eu disse “posso ficar com ele?” e Stephen respondeu “não com esse!”. Então eu voltei para Londres ouvindo uma fita de “Blue Monday” com outro disquete sobre o banco do carona. Quando eu cheguei em casa, sabia que a capa deveria replicar um disquete, com três buracos cortados nela através dos quais você pode ver o encarte metálico dentro dela.

A única informação que eu tinha que inserir eram as palavras “New Order”, os títulos das músicas (incluindo a do lado B, “The Beach”) e o número de catálogo da Factory Records. Eu decidi fazer isso com uma coluna de cores

codificadas, para fornecer alguns dados misteriosos, então eu sentei com alguns lápis e usei uma cor diferente para cada letra.

Tony Wilson [dono da Factory Records] gostava de dizer que a capa era tão cara que eles perderam 5 libras por cópia. Mas é improvável. A Factory nunca falou em orçamentos. Ninguém nunca me disse “esta é uma capa cara”. Ninguém nunca me enviou uma cópia do disco, eu tive que ir a uma loja e comprar uma. O disco vendeu tão rapidamente que a versão que eu comprei tinha uma capa preta, mas sem os buracos. A gráfica não tinha sido capaz de acompanhar a demanda, por isso imprimiram versões mais baratas. Eu não sei quantos milhares foram vendidos dessa forma, ou se a Factory foi cobrada indevidamente, o que seria algo “bem Factory”, aliás. Mas eu estou contente, é uma capa lendária para o que acabou se tornando uma faixa clássica: o momento principal da transição entre o rock progressivo e o dance. Da mesma forma, os códigos de cores se tornaram comuns no design gráfico.

Quando *Power, Corruption and Lies* foi lançado, eu coloquei uma roda de cores na contracapa explicando o código. Uma semana depois, duas cartas no *New Musical Express* apontaram um erro de ortografia. Quatro anos atrás eu estava na Suíça, dando uma palestra e um contador agradável em um terno se aproximou e disse “Você se lembra que havia cartas no NME sobre *Power, Corruption and Lies*? Eu escrevi uma dessas cartas”.