

**ROCK EM REVISTA:
O JORNALISMO DE ROCK NO BRASIL**

Por

Rafael Machado Saldanha

(Aluno do Curso de Comunicação Social)

Monografia apresentada à banca examinadora na
disciplina Projeto Experimental II.
Orientador acadêmico: Prof. Rodrigo Barbosa

SALDANHA, Rafael. Rock em revista: o jornalismo de rock no Brasil. Juiz de Fora: UFJF; Facom, 1. Sem. 2005, xx fls. Projeto Experimental do curso de Comunicação Social.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Cristiano Rodrigues – relator

Profa. Ms. Teresa Neves – convidada

Prof. Rodrigo Fonseca Barbosa – orientador

Aluno: _____
Rafael Machado Saldanha

Conceito: _____

Trabalho examinado em: 7 de julho de 2005

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, pela coleção de discos e disciplina.

À minha mãe, pela sabedoria e apoio.

Aos meus irmãos, por desde cedo me forçarem a argumentar.

À Ana Angélica, pelo amor e compreensão.

Ao Professor Rodrigo Barbosa, Professora Teresa Neves e Professor Cristiano Rodrigues, por acreditarem no meu projeto e em mim.

Aos professores, pela paciência.

Aos amigos, por agüentarem intermináveis discussões sobre música, mercado fonográfico e editorial.

Aos companheiros de “Politiburo”, pela Honra.

RESUMO:

O trabalho foi desenvolvido como monografia do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Discute a história da imprensa musical especializada em rock no Brasil, analisando os espaços existentes para a prática do mesmo em nossos tempos.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. DELIMITAÇÃO DE CONCEITOS

2.1. Jornalismo cultural

2.2. Jornalismo musical

2.3. O que é o Rock and Roll?

2.4. Jornalismo de rock

3. BREVE HISTÓRICO DO ROCK AND ROLL NO BRASIL

3.1. A década de 60

3.2. A década de 70

3.3. A década de 80

3.4. A década de 90

4. A EVOLUÇÃO DO JORNALISMO DE ROCK NO BRASIL

- 4.1. O jornalismo de rock na década de 60
- 4.2. O jornalismo de rock na década de 70
- 4.3. O jornalismo de rock na década de 80
- 4.4. O jornalismo de rock na década de 90
- 4.5. O jornalismo de rock nos primeiros anos do século XXI

5. PANORAMA ATUAL DO ROCK E DO JORNALISMO DE ROCK

5.1. O rock brasileiro de 2000 a 2004

5.2. O jornalismo de rock atual

5.2.1. Comando Rock

5.2.2. *Disconnected*

5.2.3. *Dynamite*

5.2.4. *International Magazine*

5.2.5. Jornal do Rock

5.2.6. Jovem Pan

5.2.7. Laboratório Pop

5.2.8. *Metal Head*

5.2.9. *Metal Massacre*

5.2.10. *MOSH*

5.2.11. *Outra coisa*

5.2.12. Revista Transamérica

5.2.13. *Roadie Crew*

5.2.14. *Rock Brigade*

5.2.15. *Rock Press*

5.2.16. *Valhalla Metal Magazine*

5.3. A nova revista *Bizz*

6. CONCLUSÃO

7. DISCOGRAFIA BÁSICA

8. REFERÊNCIAS

9. ANEXOS

I. GLOSSÁRIO

1. INTRODUÇÃO

Foram meses até que eu conseguisse chegar a um tema para este trabalho monográfico. Uma certeza eu tinha, seria sobre música. Mas isso não chegava a restringir meu objeto, já que este é um campo vastíssimo. Com as primeiras leituras, o tema foi tomando foco. Apaixonado que sou pelo jornalismo cultural, não foi surpresa – nem para mim, nem para os que me conhecem – quando a decisão ficou na interseção entre essas duas paixões.

As perguntas foram aparecendo, algumas no decorrer da confecção do anteprojeto, outras durante as diversas leituras de referência. Aos poucos foi se definindo uma lista de prioridades que guiarão estes escritos e os farão tomar a forma que hoje têm.

A primeira pergunta era a respeito do espaço que o jornalismo musical – sobretudo aquele especializado em rock – teria dentro do jornalismo de cultura? A primeira coisa que me veio à mente foi a frase atribuída ao cantor e compositor estadunidense Elvis Costello: “Ler sobre música é como dançar com arquitetura”. A princípio, a imagem forte parece deixar claro o relacionamento entre músicos e jornalistas. Porém, uma rápida passada nas bancas de jornal não deixa dúvidas que este tipo de texto tem leitores, ou não haveriam tantas publicações disponíveis.

Outra questão pertinente se refere a revista *Bizz*. Porque uma revista surgida 20 anos após as primeiras publicações sobre rock assumiria este status de indispensável? O que a *Bizz* (e posteriormente a *Showbizz*) tinha para marcar de tal forma o inconsciente coletivo, ao ponto de quando ela parou de ser publicada, várias pessoas declararam o Brasil órfão de uma revista de rock, a despeito da dezena de publicações que ainda circulavam?

A questão da crise do mercado editorial, citada por quase todos os que se aventuram no jornalismo de rock impresso, e a transitoriedade das publicações do gênero me fizeram pensar sobre as condições para existência de uma revista ou jornal sobre rock no Brasil. Poderia a fórmula ser encontrada na história, imutável através dos tempos, ou seria uma complexa equação com tantas variáveis que dariam ao fenômeno um aparente caráter aleatório?

Há também a dicotomia entre generalização e segmentação. As revistas antigas faziam mais sucesso (ao menos pareciam fazer mais sucesso, já que volta e meia são citadas em artigos cheios de saudades) apostando num formato mais generalista, abordando todos os tipos de rock e até mesmo alguma coisa de outros gêneros musicais. Hoje em dia, a ordem parece ser focar cada vez mais em um determinado nicho e se especializar cada vez mais em um subgênero, ignorando todo o resto. Ainda existe espaço para uma publicação generalista sobre música?

E muitas outras questões foram surgindo, como a influência do surgimento dos novos meios de comunicação no formato das publicações, a influência da própria imprensa de rock no cenário musical de uma época, etc. Seria impossível responder a todas, já que é quase impossível até mesmo formular todas as questões. Este trabalho tenta lançar uma luz inicial sobre o tema, tão negligenciado pela academia, servindo como um ponto de partida para que cada vez mais pessoas se interessem por entender como a imprensa cultural viu (e ainda vê) o Rock'n Roll.

2. DELIMITAÇÃO DE CONCEITOS

Ao longo deste trabalho, o termo *Jornalismo de Rock* será utilizado amplamente. Por ser um conceito ainda em estabelecimento, faz-se necessário um esforço para se delimitar a abrangência deste na teoria.

Em primeiro lugar, temos que salientar que o *Jornalismo de Rock* proposto nessa monografia não é somente uma tradução do termo estadunidense *Rock Journalism*, muito embora algumas vezes o segundo tenha influenciado alguns aspectos do primeiro. O *Rock Journalism* é o estilo passional, com forte pretensão literária e extremamente parcial desenvolvido por John Mendelssohn, Richard Meltzer, Nick Tosches e, principalmente, por Lester Bangs. Considerado por alguns o meio termo cultural entre o *New Journalism* e o *Gonzo Journalism*, o *Rock Journalism* modificou a maneira de se ver a crítica musical – antes ainda presa numa obrigação de imparcialidade.

Eu acredito que Lester ainda é interessante vinte anos após sua morte por uma razão particular: porque ele representa um capítulo alternativo, honesto, romântico e dramático na história da crítica rock, que hoje é apenas uma extensão dos negócios da indústria. Em Lester, temos um cara que escrevia com paixão. Ele era um perfeito contraste com a legião de bajuladores que toma conta da imprensa hoje em dia.¹

Como *Jornalismo de Rock*, entenderemos algo mais delimitado, menos anárquico que o *Rock Journalism* de Lester Bangs. O *Jornalismo de Rock* será utilizado para denominar a maneira como o jornalismo musical recebeu a maior revolução cultural do século XX, que ainda hoje continua a reverberar.

Como o *Jornalismo de Rock* é somente um braço dentro do jornalismo musical, e este também é somente um segmento dentro do jornalismo cultural, nossos esforços para conceituação devem partir daqui.

2.1. Jornalismo Cultural

¹ DeROGATIS, Jim. *Let it blurt*. New York: Broadway, 2000. p.

Especula-se que o nascimento do Jornalismo Cultural seja quase paralelo ao nascimento do próprio jornalismo. Embora tenha sofrido várias alterações desde a sua gênese, o interesse do leitor pelas diversas formas de manifestação cultural de sua sociedade perdura. Porém, ao longo dos anos uma questão vem se repetindo: quais as manifestações culturais que merecem espaço nos cadernos de cultura e revistas culturais?

Essa pergunta já teve várias respostas – em tempos ou lugares diferentes. Se considerarmos o conceito antropológico de cultura, que diz ser esta tudo aquilo que é produzido pelo pensamento ou pela ação humana e transmitido para as gerações posteriores², podemos então considerar que todo jornalismo é cultural³. Porém, a existência de suplementos exclusivos para a cultura nos jornais brasileiros e de revistas sobre cultura nos leva à conclusão de que não é este o conceito que está sendo utilizado. Podemos observar que o jornalismo cultural brasileiro se tornou basicamente divulgador de artes, comportamento e entretenimento. Alguns chegam a cunhar o termo Jornalismo da Indústria Cultural, uma vez que esta parece ter se tornado a grande luz que norteia os processos da produção dos cadernos de cultura do país.

Artista e jornalista participam do circuito, em pontos diferentes da linha de montagem: um músico, um pintor, um escritor, dependem não só do seu próprio fazer, mas também da imagem que conseguem articular frente ao público. O jornalismo cultural, mesmo o mais independente, é o virtual complemento do mercado artístico, é algo que está fora e dentro da cultura.⁴

Porém, isso não deve ser tomado sob a ótica frankfurtiana, que enxerga a Indústria Cultural, e seus produtos, a dita Cultura de Massa, como uma degeneração da arte, e logo, o Jornalismo da Indústria Cultural estaria trabalhando com uma arte “menor”. Sobre essa idéia de degeneração da arte contida na Cultura de Massa, Edgar Morin escreveu:

Os intelectuais atiram a cultura de massa nos infernos infraculturais. Uma atitude “humanista” deplora a invasão dos subprodutos culturais da indústria moderna, dos

² LARAIA, Roque de Barros. *Cultura – um conceito antropológico*. São Paulo, Zahar, 1999.

³ FRIAS, Lena. “Mídia e cultura brasileira”. In: ALMEIDA, Cândido Mendes (org). *Cultura brasileira ao vivo – cultura e dicotomia*. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

⁴ SUZUKI JR, Matinas. Anotações sobre jornalismo cultural. In: FOLHA DE SÃO PAULO. *Seminário de Jornalismo*. São Paulo: Folha de São Paulo, 1983. p. 79-83.

subprodutos industriais da cultura moderna. Uma atitude de direita tende a considerá-la como divertimento de ilotas, barbarismo plebeu. Foi a partir da vulgata marxista que se delineou uma crítica de “esquerda”, que considera a cultura de massa como barbitúrico (o novo ópio do povo) ou mistificação deliberada (o capitalismo desvia as massas de seus devidos problemas).⁵

Porém, o mesmo autor critica essa idéia ao dizer “desdenha-se a cultura de massa nos lugares onde reinam os esnobismos estéticos, as receitas literárias, os talentos afetados, as vulgaridades convencionais.”⁶

2.2. Jornalismo musical

A música sempre foi um braço destacado dentro do jornalismo cultural, assim como o teatro, a literatura, as artes plásticas e, posteriormente, o cinema. No Brasil, pode-se dizer que o nascimento do jornalismo musical se dá junto com o surgimento do próprio jornalismo cultural, uma vez que os primeiros escritos a tratarem do assunto no país foram folhetins sobre ópera, ainda na primeira metade do século XIX. O jornalismo de música “pura”, representado principalmente pela crítica, só foi aparecer nos últimos dias do Brasil Império, com os artigos de Oscar Guanabara.⁷

Para este trabalho, será considerado jornalismo musical aquele que discute aspectos estéticos, políticos ou sociais da música, desconsiderando então publicações como *Guitar Player*, *Cover Guitarra*, *Cover Baixo*, *Cover Bateria* e a *Somtrês*, que se dedicam a aspectos técnicos da música, como teoria musical, *luthieria* e etc. Esta opção foi feita não com o intuito de descaracterizar este tipo de publicação enquanto jornalismo, e sim para possibilitar um maior aprofundamento dentro do tema focado.

2.3. O que é o Rock and Roll?

⁵ MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX* – Volume 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense universitária, 1997. p.17

⁶ Idem, p.19

⁷ GIRON, Luís Antônio. *Minoridade crítica* – a ópera e o teatro nos folhetins da corte. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004. p. 17

Musicalmente falando, o rock and roll é algo simples de se explicar. Paul Friedlander o define como “a evolução do rock clássico, que extraía suas raízes dos estilos rhythm and blues, country e rockabilly”⁸. Porém o rock não é somente música. O rock and roll foi uma das maiores, se não a maior, revolução cultural de todo o século XX. O rock trouxe novas preocupações ao mundo da música (como o estilo ou a performance) e elevou as letras a um patamar ainda não explorado. E é em cima desses três elementos que podemos explicar o rock.

A principal novidade em termos musicais no rock and roll foi a utilização de um instrumento que havia nascido pouco antes do que o próprio ritmo, a guitarra elétrica. As primeiras foram criadas na década de 30 do século XX, sendo a primeira gravação de um solo de guitarra realizada no ano de 1938, por Eddie Durham, violonista e trombonista de jazz. Porém foi somente duas décadas mais tarde, com o rock clássico, e seu descendente direto, o rock and roll, que o instrumento foi utilizado em sua plenitude de recursos. O rock foi feito para o som estridente da guitarra elétrica, assim como a guitarra parece ter sido feita para tocar o enérgico rock and roll. Além disso, o rock é uma música híbrida, com heranças culturais tanto brancas (o *Country and Western* e o *Bluegrass*) quanto negras (o *Jazz*, *Blues*, *Rhythm and Blues*, *Gospel* e outros).

Além da energia do som, as letras do rock and roll amadureceram junto com o estilo. O que começou no final da década de 50 falando inocentemente do amor romântico logo progrediu para o amor físico e a expansão da consciência pelo uso de drogas na década de 60, para o discurso de rebeldia política na década de 70 e ainda além. O rock fez da música a principal ferramenta para o jovem de todo o mundo expressar suas angústias, felicidades e indignações. E sempre foi perseguido por isso, sendo muitas vezes acusado de deformador do caráter. Porém, isso não foi o suficiente para fazer com que o estilo acabasse, pelo contrário, acabou o fortalecendo.

Somando-se a esses dois fatores, temos o estilo. Tanto os artistas sobre os palcos quanto os fãs a seus pés revolucionaram o mundo com sua maneira de dançar, se vestir e se comportar. A performance no palco deixava de ser aquela coisa bem comportada para atingir momentos de selvageria

⁸ FRIEDLANDER, Paul. *Rock and Roll* – uma história social. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 392

e malícia. Os padrões do “socialmente aceitável” se modificava drasticamente à medida que a onda rock se espalhava.

Hoje o rock and roll é uma frondosa árvore com ramos que vão desde o *heavy metal* até o rock cristão. Mas todos são essencialmente rock and roll. Quando Elvis Aaron Presley deixou o estúdio em 1954, após gravar *That's all right (Mama)*, o mundo estava irremediavelmente em modificação.

No capítulo 3 veremos como se deu a chegada, a absorção e o estabelecimento do Rock and Roll no Brasil.

2.4. Jornalismo de rock

O guitarrista norte-americano Frank Zappa certa vez disse que “O jornalismo de rock envolve gente que não sabe escrever entrevistando gente que não sabe falar para gente que não sabe ler”⁹. Preconceitos à parte, o jornalismo logo observou que teria que adaptar sua linguagem se quisesse falar com o novo público que surgiu a partir da década de 60. As modificações se deram empiricamente, tanto na maneira de se fazer a pauta (já que houve uma mudança de interesse), quanto a redação (o público de rock não estava interessado nos formalismos do jornalismo clássico).

Até hoje, ainda não há uma fórmula que se possa apontar como a maneira correta de se falar de rock. Nos E.U.A, pode se dizer que o jornalismo de rock foi moldado pelas revistas especializadas, como a *Rolling Stone*. No Brasil, essa linguagem começou a se delinear na década de 70, tomou forma na década de 80 (em revistas como a *Bizz*) e passou a ser utilizada até para falar de outras coisas além de música na década de 90 (como na revista *Trip!*).

No capítulo 4, veremos o caminho sinuoso que esse nicho específico do jornalismo levou para chegar ao que temos hoje.

⁹ PAGLIA, Camile Folha de São Paulo, Caderno Mais!, p. 12, 21/11/2004

3. BREVE HISTÓRICO DO ROCK AND ROLL NO BRASIL

Nesta parte do trabalho, o objetivo é contextualizar o rock and roll nacional dentro do panorama mundial. Muito embora os movimentos musicais não tenham um período tão definido no tempo, para uma maior compreensão foi escolhido dividir este capítulo por décadas. No entanto, para evitar uma quebra do raciocínio lógico, algumas vezes o item dedicado à uma determinada época pode ultrapassá-la em alguns anos, ou retroceder para melhor explicá-la.

3.1. A década de 60

Embora o rock tenha começado nos E.U.A. na metade dos anos 50, foi somente no final desta década que surgiu, de maneira ainda bem tímida, a produção nacional. No princípio, o rock nacional, chamado na época de iê-iê-iê, se calcava em versões em português para sucessos ingleses, italianos e estadunidenses. O iê-iê-iê primitivo tinha pouca força nas paradas de sucesso, embora contasse com artistas de grande carisma como a cantora Celly Campelo. Porém, o rock nacional só veio a aparecer com a força que já possuía no exterior com a segunda fase do iê-iê-iê, que recebeu o nome de Jovem Guarda.

A Jovem Guarda tinha tudo para ser um modismo passageiro, não fosse o programa de televisão que lhe deu o nome. Jovem Guarda (o programa) estreou oficialmente no dia cinco de setembro de 1965, estrelado pelo cantor Roberto Carlos, que posteriormente dividiu o comando do programa com Erasmo Carlos e Wanderléa. Exibido pela TV Record como uma alternativa às transmissões de jogos de futebol ao vivo, que haviam sido proibidas, o programa alavancou o até então inofensivo movimento à ponto de sua popularidade começar a incomodar nomes já consagrados da MPB, como a cantora Elis Regina.

(...) aconteceu na área da música pop o crescimento do rock, numa forma aqui denominada iê-iê-iê, o que originaria o fenômeno Jovem Guarda. Popularizado a partir do final da década de 1950 pelos pioneiros Sérgio Murilo, Tony e Celly Campelo, entre outros, o prestígio do iê-iê-iê atingiu o auge no triênio 1965/67. Estes anos corresponderiam à duração de um programa de televisão – comandado pelo cantor Roberto Carlos, coadjuvado pelo parceiro Erasmo Carlos e a cantora Wanderléa – que

daria nome ao movimento e seria o seu principal divulgador. Sustentada pelo entusiasmo de milhares de admiradores, adolescentes na maioria, que fizeram de Roberto Carlos o seu ídolo, a Jovem Guarda consagrou um numeroso grupo de artistas, cujas carreiras não resistiram ao declínio do iê-iê-iê.¹⁰

Apesar de serem considerados “rebeldes”, os ídolos da Jovem Guarda – como os cantores Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Ronnie Von – eram bem mais comportados do que sua contrapartida estadunidense. As letras ainda tratavam do amor romântico assim como as primeiras gerações do rock estrangeiro, mas com quase dez anos de atraso. A moda era muitas vezes extravagante, mas ainda incluía os aceitáveis terninhos. Musicalmente, trazia a guitarra elétrica, mas com pouca distorção e muitas vezes encoberta pelo teclado.

A partir de 67, Elis Regina (que também comandava um programa, O fino da Bossa, que viria ser cancelado neste ano) declarou guerra ao iê-iê-iê, em nome de uma suposta proteção dos valores nacionais. Vários nomes de peso aderiram a essa campanha, como Geraldo Vandré e Edu Lobo. No meio desse turbilhão, alguns dos fundadores do ainda nascente movimento tropicalista, como Gilberto Gil, foram intimados a tomar partido. Todo esse clima de animosidade acabou culminando no dia 17 de julho de 1967, no episódio conhecido como “passeata contra as guitarras”, quando vários artistas marcharam contra a invasão da música estrangeira no país.

Pode-se colocar como marco final do iê-iê-iê a saída de Roberto Carlos do programa Jovem Guarda, em janeiro de 68. Sem a presença do já então intitulado “rei da juventude”, o programa minguou e não resistiu muitos meses. Este período coincide com o ápice do tropicalismo.

O tropicalismo foi um movimento capitaneado pelos baianos Gilberto Gil, Caetano Veloso e Gal Costa. Apesar de um discurso que soava ufanista ao primeiro contato, a Tropicália tinha como proposta uma música brasileira mais universal, não condenando então o uso de guitarras elétricas ou mesmo de influências estrangeiras. É das fileiras desse movimento que sai um dos grupos de rock mais importantes de todos os tempos: Os Mutantes.

Formada por Arnaldo Baptista, Rita Lee e Sérgio Dias, Os Mutantes (ou simplesmente Mutantes, como foi chamada a banda após o segundo disco) lançou o seu primeiro álbum em 1968. Destacou-se do

¹⁰ MELLO, Zuza Homem de. SEVERIANO, Jairo. *A canção no tempo – 85 anos de músicas brasileiras – Vol. 2: 1958 –1985*. São Paulo: Ed. 34, 1998. p.17

rock que vinha sendo feito até então por suas letras irreverentes, porém mais maduras, e pela sintonia que tinha com o que era feito no resto do mundo. Não seria exagero dizer que foram Os Mutantes que “acertaram” o cronograma do rock nacional com o que era feito no resto do mundo, trazendo a psicodelia, o experimentalismo e até mesmo o rock progressivo (em sua fase pós-1974). A banda paulista não se desligava de suas raízes brasileiras, mantendo assim seu vínculo com os tropicalistas. Além disso, a banda revolucionou as técnicas de gravação, utilizando-se desde métodos artesanais, como o uso de objetos do dia a dia no lugar de instrumentos, até avançados recursos de estúdio, como a multiplicação de vozes. A banda acabou em 1976, mas o último disco de sua melhor fase – com sua formação inicial – foi lançado em 1972.

3.2. A década de 70

Para o observador desatento, a década de 70 do século XX pode parecer pobre em rock and roll no Brasil. A verdade é que nesta década houve um resgate dos ritmos brasileiros nas paradas de sucesso.

Um segmento da música popular que ganhou forte impulso nessa época, tornando-se uma das maiores fontes de lucro das gravadoras, foi o da canção sentimental popularesca, depreciativamente chamada de brega-romântico. Dos consagrados Nélson Gonçalves, Ângela Maria e Cauby Peixoto, com presença também em outras áreas, ao simplório sertanejo Teixeira (Vitor Mateus Teixeira), engrossam a relação dos especialistas no gênero Anísio Silva, Altemar Dutra, Orlando Dias e muitos outros.¹¹

Porém, o rock estava fora dos holofotes, mas não morto. Por influência direta do tropicalismo, mesmo essa “nova” música brasileira tinha elementos trazidos do rock and roll que acontecia no resto do mundo e de movimentos ligados ao pop que já haviam terminado. Estes elementos podem ser reconhecidos no trabalho de Alceu Valença, dos Novos Baianos, da turma do Clube da Esquina, do Secos e Molhados e até em ritmos que, posteriormente receberam a palavra “rock” em sua denominação, como o Samba-Rock de Jorge Ben e o Rock Rural de Sá & Guarabira. Os únicos nomes genuinamente

¹¹ IDEM. P.17

rock and roll que conseguiram atingir o grande público eram o baiano Raul Seixas e a já veterana Rita Lee, que após deixar Os Mutantes ressurgiu em 1975 lançando o disco Fruto Proibido com a banda Tutti Frutti.

Porém, no *underground*, a cena de rock continuou ativa.

Na segunda metade da década, as obstinadas bandas que insistiam em fazer rock no Brasil geralmente tendiam para o hard (O Peso, Made In Brazil, a Patrulha do Espaço de Arnaldo Baptista, Bixo da Seda, A Bolha), ou para o progressivo (O Terço, Som Nosso de Cada Dia, os velhos Mutantes – então capitaneados pelo guitarrista Sérgio Dias –, Moto Perpétuo, Casa das Máquinas, Módulo, Som Imaginário, Veludo Elétrico, Vimana, Terreno Baldio).¹²

Este movimento sobreviveu, embora sem muita visibilidade, até mesmo ao ser suplantado pela “onda discotêque” que invadiu o país em 77. Alguns artistas, como Rita Lee, preferiram aderir ao modismo. Outros – a grande maioria – foram relegados ao ostracismo.

3.3. A década de 80

A década de 1980 marca a volta do rock and roll às paradas de sucesso. Grandes gravadoras decidem abrir espaço para o ritmo em sua nova roupagem, batizada pelo jornalista de O Globo Arthur Dapieve como BRock.

A partir de 1982, deslança finalmente o rock nacional, também chamado de BRock, com dezenas de jovens e suas bandas invadindo as paradas de sucesso para o resto da década. Pela ordem cronológica aproximada da entrada em cena, os grupos de maior sucesso, até 1985, são a Blitz, Barão Vermelho, Kid Abelha & Os abóboras selvagens, Paralamas do Sucesso, Titãs, Ultraje a Rigor, RPM, Legião Urbana, além do pessoal que preferiu carreiras individuais como Lulu Santos, Lobão, Ritchie, Léo Jaime, Eduardo Dusek e, mais adiante, Cazuza.¹³

¹² ESSINGER, Sílvio. http://www.cliquemusic.com.br/br/Generos/Generos.asp?Nu_Materia=6. Visitado em 6/12/2004.

¹³ MELLO, Zuza Homem de. SEVERIANO, Jairo. *A canção no tempo – 85 anos de músicas brasileiras – Vol. 2: 1958 –1985*. São Paulo: Ed. 34, 1998. p.188 - 189

O BRock era formado de bandas vindas de diferentes partes do país. É uma geração fruto da primeira geração de roqueiros, que se expandiu. Algumas destas cenas regionais têm algumas particularidades, como a de Brasília ou a do Rio Grande do Sul.

Formada por jovens com um nível cultural bom, “A Turma”, como ficou conhecida a cena brasiliense, foi vanguarda no rock feito na década de 80. Pelo contato com filhos de diplomatas e funcionários de embaixada, e conhecimentos de línguas estrangeiras, eles tiveram acesso ao que acontecia nos EUA e Grã-Bretanha, sendo influenciadas pelas tendências do pós-Punk enquanto mesmo o Punk ainda era novidade por aqui. Deste grupo saíram bandas como Legião Urbana, Capital Inicial e a Plebe Rude.

A cena gaúcha se destaca justamente por sua pouca visibilidade no resto do país. Esta se deve por uma cultura de auto-suficiência do estado que culminou na década de 80. Dezenas de bandas atingiram o auge da fama e decaíram ao esquecimento em Porto Alegre sem nunca terem sido sequer conhecidas fora do estado. Outras apareceram nos grandes centros apenas como *One-hit wonders*, mas estabeleceram carreiras consistentes em terras gaúchas. Da rica cena gaúcha podemos pinçar bandas como TNT, Garotos da Rua e Banda de Banda. Entre os que tiveram um sucesso apenas fora do sul do país, destacam-se os Replicantes (que obteve uma boa execução de sua música “Surfista Calhorda”) e os Cascavelletes (que teve a música “Nega Bom Bom” incluída na trilha da novela “Top Model”, da TV Globo). E das que se estabeleceram como nomes de elite da cena BRock, vêm dos pampas RPM, Engenheiros do Hawaii e Nenhum de Nós.

Além das cenas regionais, continuou a tradição musical forte do Rio de Janeiro – de bandas como a Blitz, o Barão Vermelho e o Kid Abelha & os Abóboras Selvagens – e de São Paulo – de onde saíram Titãs, Ira! e Ultraje a Rigor.

Musicalmente falando, o BRock trazia de volta a ênfase nos teclados, com muitas semelhanças com a música da década de 60, principalmente com a Jovem Guarda, num movimento comum não só nas artes.

A humanidade “sobe” sem realmente saber para onde, uma escada em que cada novo patamar alcançado com grande dificuldade evoca irresistivelmente não aquele que acaba de abandonar, mas o antepenúltimo.¹⁴

Ainda nos anos 80, temos a chegada dos grandes festivais de rock, como o Rock in Rio (1985) e a internacionalização do Hollywood Rock (1988 – 1994). Estes festivais foram importantes não só por colocarem o público em contato com seus ídolos estrangeiros, mas também para modernizar as técnicas de produção do espetáculo, tanto na parte sonora quanto na parte visual (luz e cenografia).

Além do BRock, uma pequena, mas importante, cena de Punk Rock surgiu no país, sobretudo em São Paulo. Com uma origem parecida com a dos punks ingleses – operários, urbanos e pobres – os punks paulistas se organizaram, ganhando a mídia num festival realizado em 1982, chamado de “O começo do Fim do Mundo”. Esta cena se destaca pela intensa produção independente e pelo constante intercâmbio com cenas européias e americanas, que levou bandas virtualmente desconhecidas no país, como o Coléra, a excursionarem pelo exterior.¹⁵ Dos punks paulistanos saíram bandas como Olho Seco, Os Inocentes, Garotos Podres e Ratos de Porão. Apesar da cena de ter se enfraquecido antes do final da década, algumas destas bandas continuam na ativa com um relativo sucesso.

Musicalmente, a segunda edição do Rock in Rio, apesar de ocorrida em 1990, pode ser colocada como marco final da década de 80. O evento serviu para mostrar a importância do cenário musical brasileiro para o mundo e para o próprio país. Essa importância fica clara com a consolidação da popularidade da banda mineira Sepultura. Cantando Thrash Metal em inglês, a banda já era reconhecida pela imprensa mundial do gênero como um dos maiores grupos musicais do planeta. Porém, foi somente após se apresentarem no palco armado no estádio do Maracanã para o festival que o Sepultura conseguiu fama suficiente para se cristalizar na cena brasileira, rompendo as barreiras do nicho. Além disso, o festival deu mostras da evolução técnica e artística das bandas nacionais, que ao contrário do acontecido em 1985, foram colocadas no mesmo patamar das estrangeiras.

3.4. A década de 90

¹⁴ DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem* – Uma história do olhar no Ocidente. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 295

¹⁵ ESSINGER, Sílvio. http://cliquemusic.uol.com.br/br/Generos/Generos.asp?Nu_Materia=22. Visitado em 7/12/2004

A música do início da última década do século XX no Brasil foi marcada por três “revoluções” que chegaram atrasadas em nossas terras: a popularização do CD, a estréia da MTV Brasil e a expansão dos selos ditos “independentes”.

A popularização do CD, que já havia ocorrido no final dos anos 80 nos EUA, causou uma mudança técnica em todo o mundo. A duração dos álbuns poderia quase dobrar e as músicas não estariam limitadas ao espaço de um lado do LP. Além disso, o salto qualitativo da gravação digital trouxe novas possibilidades para os músicos em estúdio. Porém, o que parecia só trazer vantagens acabou gerando alguns contratemplos. Artistas, deslumbrados com a imensidão dos 74 minutos possibilitados pelo CD, enchem o produto final com composições e experimentações que seriam lapidadas nos tempos dos vinis. Foram precisos alguns anos para que a produção nacional de álbuns voltasse à normalidade.

Já a MTV apareceu por aqui modificando a maneira como os cantores e bandas lidavam com a imagem, num paralelo ao que ocorreu nos EUA quando do lançamento do canal.

O que poderia ter sido inicialmente um impulso para que os músicos expandissem sua expressão artística para uma dimensão visual tornou-se, no meio da década (de 80), um importante veículo para que as gravadoras promovessem seus produtos. Essencialmente, os grandes selos encaravam os videoclipes como comerciais televisivos, concebidos para vender mercadorias. O escritor Simon Frith comentou que as gravadoras, através dos clipes, estavam ajudando a criar um novo público para seus artistas através da ênfase em uma particular imagem visual ou identidade.¹⁶

No Brasil, a produção de videoclipes estava restrita até então a um artista ou outro, e sua exibição se dava somente em programas como o “Fantástico”, da rede Globo. A criação da versão brasileira do canal acabou abrindo espaço para toda uma nova geração, mais aberta à essa linguagem do que figurões do cenário musical. Além disso, com a escassez de material nacional, a MTV se viu, em seu início, sem saída senão aceitar clipes de bandas ainda sem muita expressão, divulgando-as.

A última das três grandes modificações apontadas foi a que gerou resultados mais imediatos e foi a que sofreu maior atraso em relação ao ocorrido no exterior, onde os selos independentes já dominavam uma fatia considerável do mercado desde a década de 70.

¹⁶ FRIEDLANDER, Paul. *Rock and Roll: uma história social*. Rio de Janeiro: Record, 2002. p.371

(...)os grandes selos estavam começando a restringir tudo que não pudesse garantir rendimentos futuros – uma conseqüência da visão mercantilista voltada para os resultados financeiros. A estratégia das grandes gravadoras consistia, então, na assinatura de longos contratos com os dinossauros já famosos, na expectativa de que estes artistas teriam vendas garantidas de cada lançamento. Se novos artistas ou estilos musicais surgissem, eles poderiam procurar o sistema paralelo, os selos independentes. Estas gravadoras independentes forneciam um espaço para que novos talentos pudessem ser descobertos ou criados. Isto significou uma mudança para as grandes gravadoras, que antigamente assinavam e gravavam com dez artistas conhecidos ou desconhecidos, torcendo para que um deles fosse bem sucedido e cobrisse o prejuízo dos outros. Agora elas só se comprometiam com o que julgavam ser um negócio seguro. As conseqüências desta filosofia foram consideráveis.¹⁷

Os selos independentes foram os principais responsáveis pela abertura do mercado musical para as cenas regionais, uma vez que novamente havia demanda por músicas que resgatassem uma “brasilidade” (num previsível retorno ao que já havia acontecido na década de 70). Porém, no Brasil, o processo de surgimento destes selos não se deu como o estadunidense. Aqui, podemos falar numa independência vigiada, visto que os principais selos independentes da época estavam vinculados a grandes gravadoras. (O selo “Banguela” – hoje chamado “Excelentes Discos” – era da gravadora WEA. O “Chaos”, da Sony Music.)

Graças a estes fatores, a chamada “geração 90” foi surgindo. De Minas Gerais, saem Skank, com uma mistura de reggae e ritmos brasileiros, e Pato Fu, que fazia uma salada musical com elementos da renascente música eletrônica. Do Rio de Janeiro, surgem os engajados *Planet Hemp*, com seu discurso pró-legalização da maconha, e O Rappa, que apesar de seu começo reggae, beberia nas influências rock and roll. Dentro deste mesmo cenário, podemos destacar, muito timidamente, o surgimento do *rap* genuinamente brasileiro, na voz de Gabriel, o pensador, que chegou a fazer muito sucesso com os *hits* “Hoje eu tô feliz (matei o presidente)”, “Lôraburra” e “Retrato de um Playboy”. Porém os gêneros que marcariam a primeira metade da década atendiam pelos nomes *farró-core* e *mangue bit* (ou *mangue beat*, como foi chamado mais tarde).

O *farró-core* foi um daqueles chamados “movimentos de uma banda só”. Seu único expoente foi a banda brasiliense Raimundos, que misturava baiões com letras de duplo sentido e *hardcores* calcados à semelhança de bandas estadunidenses, como Ramones e Suicidal Tendencies. Mesmo com músicas

¹⁷ Idem, p. 346

repletas de palavrões (o primeiro *hit* foi “Puteiro em João Pessoa”), o Raimundos atingiu vendas consideráveis já a partir do primeiro disco e tinha forte execução nas rádios. Algumas bandas, como a cearense Catapulta, tentaram copiar a fórmula, mas essa mostrou que só funcionava com o quarteto de Brasília. O Raimundos fez sucesso até 1999, quando lançou o disco “Só no forevis”, quinto de sua carreira e último com a formação original.

Já o mangue bit se mostrou como uma escola artística mais estável, com bases mais sólidas. Com uma proposta de misturar ritmos folclóricos de Pernambuco (Maracatu, coco, embolada) a estilos musicais estrangeiros (sobretudo o rock e a música eletrônica), o movimento começou com poucas bandas e foi arrebanhando adeptos por Recife. Em seu princípio, poderíamos destacar Chico Science & Nação Zumbi, Mundo Livre S.A. e Mestre Ambrósio. No entanto, com essa expansão, o mangue bit (agora já rebatizado de mangue beat) perdeu a unidade que lhe conferia características de movimento, se tornando uma designação para a variedade de bandas que formava a cena recifense. Nessa segunda fase podemos acrescentar bandas como Eddie e Querosene Jacaré. E foi com essa segunda configuração que o mangue beat chegou às rádios do sudeste do país, colocando os idealizadores do movimento (Chico Science, vocalista da banda Chico Science & Nação Zumbi, e Fred 04, vocalista do Mundo Livre S.A.) no papel de comandantes da música brasileira a ser feita a partir de então. Mas um acidente automobilístico em fevereiro de 1997 mataria Chico Science, enfraquecendo o que ainda estava começando. As bandas continuariam na ativa (até mesmo a Nação Zumbi, cujo percussionista Jorge Du Peixe assumiria os vocais) sem jamais conseguir novamente a projeção do biênio 95-96.

As misturas dos roqueiros dessa primeira metade da década acabariam por render frutos até mesmo em outras áreas da música brasileira. Em seu último disco com a formação original (Roots, 1995), o Sepultura misturava seu Thrash Metal aos tambores de Carlinhos Brown e da tribo indígena Xavantes. A banda de Heavy Metal Melódico Angra também acrescenta batuques negros a seu segundo disco (*Holy Land*, 1996). Além disso, a MPB, que já apadrinhava o mangue beat (o que pode ser

constatado na parceria entre Chico Science e Gilberto Gil na música “Macô”, do segundo disco do pernambucano) começa a aceitar a reciprocidade de influências.

A aproximação feita por Chico Science e Raimundos com a música brasileira mais tradicional deu margem para que uma série de artistas na fronteira entre o pop-rock (a novidade sonora) e a MPB (a tradição, a qualidade das letras) chegassem à mídia: vieram os cariocas Paulinho Moska (ex-Inimigos do Rei, banda de rock que apareceu em 1989 e teve apenas dois sucessos: Uma Barata Chamada Kafka e Adelaide) e Pedro Luís (com sua banda de percussões, A Parede), o pernambucano Lenine, o paraibano Chico César e o maranhense Zeca Baleiro (do disco Vô Imbolá, de 1999).¹⁸

Outra carreira meteórica (e tragicamente breve) que marcaria os anos 90 foi a dos paulistas Mamonas Assassinas. Com letras de humor escrachado, a banda tinha forte apelo sobretudo com o público infantil, e conseguiu vender mais de 2,5 milhões de discos. Em dois de março de 1996, um acidente aéreo mataria todos os integrantes da banda.

A partir de 98, o rock nacional passa a viver uma crise de criatividade, com poucas bandas de relevância surgindo. O único destaque do período é a banda Charlie Brown Jr., mais por sua popularidade do que por valor artístico. Numa possível antecipação ao que aconteceria na década seguinte, artistas dos anos 80 voltam a ter visibilidade, principalmente após o sucesso do show “Acústico MTV”, dos Titãs. O show foi registrado em vídeo e CD, e acabou se tornando uma febre. O formato virou moda e acabou “ressuscitando” carreiras como a dos Paralamas do Sucesso e aumentando as vendas do Legião Urbana (que havia gravado um especial desplugado antes da morte do vocalista Renato Russo, em 1996). Na esteira, vieram bandas como Capital Inicial e Biquíni Cavado.

O panorama musical atual será assunto do capítulo 5, que tratará também da produção jornalística sobre música dos dias de hoje.

¹⁸ ESSINGER, Sílvio. http://www.cliquemusic.com.br/br/Generos/Generos.asp?Nu_Materia=31. Visitado em 9/12/2004.

4. A EVOLUÇÃO DO JORNALISMO DE ROCK NO BRASIL

Este capítulo pretende traçar o caminho que o jornalismo de rock, nas revistas e jornais especializados, realizou para chegar onde está hoje. Em alguns momentos, se torna impossível abordar todas as publicações existentes, o que levou à opção de aprofundar os comentários sobre as mais importantes e citar as outras. Em outros, algumas publicações serão negligenciadas propositalmente, para serem analisadas no momento que assumem maior importância.

4.1. O jornalismo de rock na década de 60

O público do Rock'n Roll na década de 60 ainda não era bem definido para a indústria editorial. O adolescente era um segmento novo do mercado, surgido após a segunda metade da década de 50, com a recuperação financeira e psicológica dos estragos da II Grande Guerra. No Brasil, saído da ditadura Vargas, o empresariado ainda começava, timidamente, a explorar essa parcela dos consumidores.

As primeiras revistas exclusivamente sobre Rock'n Roll (antes algumas revistas já abordavam o ritmo eventualmente, como a revista de letras *Eu Canto*, de 1959), visando este nascente público, surgiram no início dos anos 60, tendo sido a *Revista do Rock*, de agosto de 1960, a primeira. Essa revista, editada pela jornalista e compositora Janette Adib, foi que definiu a linguagem que seria utilizada nas publicações do tipo até o final da década.

A *Revista do Rock* trazia fofocas, fotos dos artistas, pequenas biografias, letras das músicas (e traduções dos sucessos estrangeiros) e se colocava como um espaço para que o fã entrasse em contato com seus novos ídolos. Numa época em que a televisão ainda não estava em todos os lares brasileiros, a revista tinha ainda o papel de dar um rosto às vozes conhecidas através do rádio.

Embora começasse com a utilização de gírias na imprensa musical, a *Revista do Rock* o fazia muito timidamente, de maneira comportada até mesmo para os rígidos padrões de conduta da época. A

linguagem tencionava uma intimidade entre leitores e revista. A publicação teve seu auge nos primeiros anos da década, mas circulou até 1974.

Além da *Revista do Rock*, podemos destacar outras revistas, que seguiam a mesma linha e que circularam neste período, como *Baby Face*, *Rock News* e *Os reis do lê-iê-iê*.

4.2. O jornalismo de rock na década de 70

Pode-se dizer que a imprensa musical só muda efetivamente de década no ano de 1972, com a chegada da versão brasileira da revista estadunidense *Rolling Stones*. Por aqui, o periódico chegou quinzenal (após alguns meses, se tornou semanal), em papel jornal e formato grande, quase tablóide.

A redação da versão nacional era chefiada por Luiz Carlos Maciel e por sua equipe passaram nomes que ainda estavam iniciando, como Tárík de Souza¹⁹, Rose Marie Muraro²⁰, Ezequiel Neves²¹ e Ana Maria Bahiana²². Além destes, músicos e poetas como Capinan²³ e Jorge Mautner²⁴ eventualmente contribuíam para a revista. O conteúdo passava pelo rock estrangeiro, com eventuais matérias e/ou colunas traduzidas da versão americana, e música brasileira, chegando a estampar na capa da edição número 05 o rei do baião Luiz Gonzaga.

A grande mudança que aconteceu com a chegada da *Rolling Stone* foi que agora a revista era produzida por uma geração que já estava envolvida com o rock. Eram jovens que tinham crescido com o ritmo, e que não precisavam usar gírias a todo instante para se aproximarem do público alvo. Além disso, outra característica que aparece pela primeira vez na *Rolling Stone* é a visão crítica do rock como arte e forma de expressão, fruto da geração que já não enxergava o rock'n roll como um produto que só duraria por mais alguns anos.

Sem preconceitos, além dos clássicos do rock, como Janis Joplin, Rolling Stones e Yes, entre outros, tinham vez em suas páginas os brasileiros Paulo Bagunça e A Tropa

¹⁹ Atualmente escrevendo para o Caderno B do Jornal do Brasil.

²⁰ Escritora e ativista de movimentos feministas.

²¹ Crítico e produtor musical.

²² Crítica de artes, passou um grande período escrevendo somente sobre cinema. Voltou a comentar música com a volta da revista *Bizz*, em abril de 2005.

²³ Poeta tropicalista.

²⁴ Cantor, violinista e compositor tropicalista.

Maldita, Módulo 1000 e Jards Macalé, ou ainda Luiz Gonzaga, Hermeto Paschoal, Tom Jobim e Nelson Cavaquinho, que ganhavam duas, três páginas, com entrevistas e detalhadas informações sobre suas obras. Nas resenhas de discos, por suas edições passaram um grande número de obras que hoje integram as discotecas básicas de todos os tempos, como Rolling Stones/'Exile on Main Street', The Who/'Who's Next', Chuck Berry/'London Session', T. Rex/'Eletric Warrior' ou Yes/'Fragile'. Com excelente e adequada edição gráfica, a revista trazia em suas páginas os geniais desenhos de Lapi, especialmente a série 'Urbanóides' - bicos de pena críticos e alucinados que ocupavam página inteira do jornal.²⁵

A *Rolling Stone* só durou 36 edições, acabando em 1973, mas foi fundamental por abrir espaço para uma geração de novos jornalistas musicais e por apresentar uma alternativa viável à linguagem que era utilizada pelos periódicos musicais da década de 60.

Resultado dessa abertura estilística é o surgimento do *Jornal de Música e Som*. Seguindo a fórmula da *Rolling Stone* (quinzenal, papel jornal, tamanho grande, capa com 2 cores e interior preto e branco), o *Jornal de Música e Som* estreou em novembro de 1974, tendo como editora a jornalista Ana Maria Bahiana e em sua redação os maiores nomes da revista de 1972.

A revista também tinha um contrato com a inglesa *Melody Maker*, que autorizava o jornal a publicar material traduzido (muitas vezes com uma tradução fraca, se perdendo em gírias e expressões idiomáticas) com exclusividade. Isso permitiu que o público brasileiro tomasse conhecimento do que acontecia na música mundial naquele momento, sem os anos de atraso (muito embora ouvir essas novidades ainda fosse muito difícil, já que raramente esses discos eram reeditados no Brasil e precisavam ser importados).

O *Jornal de Música e Som*, que começou como veículo independente, sem editora, foi um dos primeiros veículos a abrir as portas para artistas iniciantes do Rock Nacional. Junto com o jornal, vinha encartada, como fascículos de uma enciclopédia, a revista *A história e a glória do Rock*, que a cada quinzena trazia a biografia de um grande artista ou grupo do rock'n roll. Também foi pioneiro em abordar assuntos referentes à música como um todo, não se limitando somente aos artistas e tocando em feridas da indústria fonográfica (como na matéria "Por que o disco é tão caro?", capa da edição de 21 de outubro de 1976). O *Jornal de Música e Som* também parou de circular antes do final da década de 70.

²⁵ ROSA, Fernando. *O rock dos setenta em jornal*.
<http://www.senhorf.com.br/sf3vs/literatura/RSerie/rolstone.htm>. Visitado em 16/01/2005.

4.3. O jornalismo de rock na década de 80

Nos primeiros anos da década de 80, várias revistas apareceram e sumiram sem causar maior impacto, talvez pelo seu período reduzido de circulação. Dentre essas podemos citar as revistas *Intervalo*, *Pipoca Moderna*²⁶ e *Rock Passion*.

O jornalismo de rock exercido na década de 80 é diferente do que era feito nos anos 70 por dois motivos principais: se a geração anos 70 era formada de jovens que não tinham mais estranheza quanto ao rock, por tê-lo conhecido na adolescência, os jornalistas da geração 80 eram os primeiros a terem sido criados quase que exclusivamente pelo rock. Eram jovens que começaram a ouvir música através de discos dos Beatles. O segundo motivo tem a ver com o lema punk “*Do it yourself*”²⁷. A explosão de fanzines do final da década de 70 criou toda uma linguagem específica, com abusivo uso de gírias, porém não visando uma aproximação forçada com o público, como na década de 60, e sim como reflexo do próprio público, que assumia o papel de redator de suas publicações. Não é por acaso que uma das publicações mais importantes da atualidade começou como um fanzine. A *Rock Brigade* estreou em fevereiro de 1981, se tornando a primeira revista brasileira especializada em Heavy Metal.²⁸

Em 1983 começava a circular a revista *Roll*. Como a *Rock Brigade*, a publicação herdava a linguagem dos fanzines, extremamente agressiva, mas se diferenciava da outra revista por abordar um estilo de rock mais aceito comercialmente, passando por artistas de grande sucesso no exterior (como o Queen, capa da edição número 7, de janeiro de 1984) até representantes do *BRock*. A revista também trazia posters de bandas famosas e temas relacionados às cenas regionais brasileiras. O editor era Roberto Musauer e na equipe de redação se destacava o nome de Tom Leão²⁹.

A *Roll* acabou servindo como inspiração para a *Bizz*, considerada por muitos a mais importante publicação musical a ter circulado no país (por seu alcance e longevidade). A *Bizz* foi lançada em agosto de 1985, por uma editora grande (Editora Abril) seguindo a mesma linha que a *Roll*, porém com

²⁶ Também sob o comando de Ana Maria Bahiana.

²⁷ “Faça você mesmo”.

²⁸ Por ainda estar em circulação, a *Rock Brigade* será analisada mais detalhadamente no capítulo 5.

²⁹ Atualmente, editor do caderno Rio Fanzine, do jornal O Globo.

linguagem mais leve. Seu primeiro editor foi o jornalista Carlos Arruda, que foi seguido por José Flávio Júnior, Pedro Só³⁰, Lorena Calábria³¹, André Forastieri³² e outros. A primeira edição explicava sua existência num editorial assinado pelo presidente da Editora Abril, Victor Civita:

O aumento de público nos shows e danceterias, a proliferação dos programas de videoclips e a recuperação da indústria de discos deixam clara a necessidade da criação de uma nova publicação. Uma publicação que andasse junto com a música e a imagem em suas mais diversas manifestações.

Para isto nós fizemos a Bizz.

Para acompanhar todos os movimentos ligados à música jovem, aqui e lá fora. Com informação séria e detalhada, em coberturas de shows e reportagens, e opinião equilibrada, em colunas e seções que vão manter você em sintonia.³³

A *Bizz* foi um sucesso de vendagem desde o princípio, e terminou a década como a principal publicação de música pop do país. Através de suas páginas a juventude brasileira teve acesso às novidades do mercado fonográfico mundial, além de ter servido como instrumento de consolidação do *BRock*.

4.4. O jornalismo de rock na década de 90

O início da década de 90 foi marcado pelo surgimento de uma segunda leva de revistas segmentadas, seguindo a fórmula da *Rock Brigade*. Porém, poucas destas publicações conseguiu se firmar no mercado, tendo a maioria durado apenas um ou dois anos. Duas revistas se destacam a *Backstage* e a *Top Rock*. Apenas o jornal *International Magazine*, de 1990, conseguiu permanecer e é publicado até hoje.

A *Backstage* começou a circular em 1989, ainda como um fanzine fotocopiado. Em 1991, passou a ser impresso em formato tablóide. Sua distribuição era gratuita em pontos pré-determinados de São Paulo e Rio de Janeiro. Em maio de 1992, passou a ser vendido em bancas de jornal em formato revista, capa colorida e interior em papel jornal. A proposta da publicação era a cobertura de rock pesado: *heavy*

³⁰ Atualmente, redator-chefe da Revista VIP

³¹ Atualmente, apresentadora do programa *Ensaio Geral*, no canal Multishow.

³² Atualmente diretor da editora Conrad

³³ CIVITA, Victor. *Editorial*, em Bizz nº1 – Agosto de 1985. Ed. Abril – Rio de Janeiro.

metal e suas vertentes, o nascente *grunge* (ainda chamado na primeira edição no formato revista de *Seattle Sound*) e o punk. A *Top Rock* também foi lançada 1992, porém no mês de julho. A revista da editora Trama tinha estampado na capa o slogan “A revista feita de metal”. Com um tratamento gráfico melhor, a revista abordava os mesmos gêneros musicais da *Backstage*, acrescentando-se o *Hard Rock*.

Essas publicações merecem destaque por terem estado “antenas” com a mudança mais radical do rock mundial ocorrida no início da década de 90, o *grunge*, antes que ele caísse nas graças da MTV Brasil. Isso forçou à *Bizz*, então líder absoluta do mercado de publicações musicais, adotar mudanças profundas na linha editorial, dando maior atenção às novidades (o que pode ter de alguma forma ajudado às cenas regionais a aparecerem).

A *Bizz* consegue se adaptar às mudanças dessa época e continua líder de seu setor, embora as vendas tenham diminuído em todo o mercado editorial. A revista se desdobra em mais um título, a *Letras Traduzidas – Bizz*, que sobreviveria até o final da década, acompanhando as mudanças da revista.

Em 1995, a revista passa a ser publicada pela Editora Azul e sofre uma grande reforma gráfica e editorial. Com o novo título de *Showbizz*, a revista passa para um formato maior, com diagramação mais espaçada que dava maior ênfase às imagens do que aos textos, e passando a abordar temas mais diversificados como cinema, sexo, moda e comportamento, além da música. Com a má recepção, após alguns meses a revista voltaria a se dedicar quase que exclusivamente à música (embora tenha mantido uma coluna de fofocas sobre personalidades do meio musical).

A partir do meio da década, surgem outras revistas que se tornariam importantes, como a *Metalhead* (1994), *Rock Press* (1995) e a *Roadie Crew* (1997). Porém, por estarem ainda em circulação, essas publicações serão analisadas no próximo capítulo.

4.5. O jornalismo de rock nos primeiros anos do século XXI

Em 2000, a revista *Showbizz* troca mais uma vez de editora, passando para a pequena Símbolo. Com a mudança de editora, a revista volta ao formato normal. A diagramação voltou a focar mais nos

textos, publicando matérias e entrevistas longas (apesar do número de páginas ter ido aos poucos diminuindo). Sob o comando do editor Emerson Gasperin, as colunas de fofoca foram cortadas e a coluna para artistas novos (Demo-cracia) aumentada. Porém, a revista terminou sem qualquer aviso em julho de 2001, às vésperas de completar 16 anos, completando 192 edições.

Além de ter servido como veículo de propagação de música pop, brasileira e estrangeira, em todo o Brasil, a *Bizz* (e posteriormente a *Showbizz*) teve grande importância na formação de um público leitor de revistas de rock, estabelecendo os parâmetros do que o público procura nas publicações atuais.

Entre o ano 2001 e 2004, algumas publicações musicais voltadas para o rock circularam e deixaram de circular. Podemos destacar três destas.

A revista *Frente* chegou às bancas em 2002 com o slogan “revista da nova música”. Tendo como editores Emerson Gasperin, Marcelo Ferla e Ricardo Alexandre (estes últimos também veteranos da *Showbizz*), a revista seguia quase que integralmente o formato da *Showbizz* em seu fim, porém com mais páginas. Além disso, a revista trazia um CD encartado, que justificava o preço um pouco acima da média (publicações musicais da época custavam entre R\$3,00 e R\$7,00. A *Frente* custava R\$10,90). A revista durou somente três edições.

Também em 2002 chegava às bancas a revista *[] Zero*. Sua proposta, também estampada na capa como slogan, era “Música e cultura pop”. A música ocupava quase 90% da publicação, sendo o restante dividido entre quadrinhos, filmes (a revista mantinha um colunista fixo de cinema) e contos (geralmente escritos por pessoas relacionadas à música), além de brincadeiras com artistas que não se encaixavam no perfil da revista. A *[] Zero* teve 14 edições, fora especiais como o sobre o filme *Matrix*. Parou de circular em dezembro de 2004.

Lançada em 2003, a *Revista Rock*, da editora Sisal, merece destaque por ter sido resultado de uma parceria da Rádio Rock (franquia de rádios que têm a programação focada em rock’n roll e suas vertentes) e a editora. Graficamente bem feita (toda em cores, papel de qualidade) e abordando grupos de sucesso da época, a revista só conseguiu chegar ao número 9.

Ainda neste período, outras revistas e jornais especializados em música surgiram. Porém, por ainda estarem em circulação, essas publicações serão analisadas no capítulo 5.

5. O PANORAMA ATUAL DO ROCK E DO JORNALISMO DE ROCK

5.1. O rock brasileiro de 2000 a 2004

O verão de 1999 para 2000 foi marcado por uma música de letra fácil, falando de amor e com melodia associável. “Anna Júlia” esteve entre as mais tocadas durante toda a estação, lançando ao estrelato a banda carioca Los Hermanos. Porém, o reconhecimento artístico só veio com o segundo disco, “O Bloco do eu sozinho”, de 2001. Dando uma guinada radical em sua carreira, a banda passou a fazer um rock com influências do samba e dos discos de Chico Buarque da década de 70. Por suas letras poéticas e seu som agradável, a banda acabou obtendo sucesso de público e crítica, com seus fãs formando um culto sobre o grupo somente comparável ao criado sobre a Legião Urbana. Em 2003, a banda lançou o álbum “Ventura”, também com grande aceitação, se estabelecendo como o nome mais forte do rock brasileiro do novo século.

Paralelamente ao êxito do Los Hermanos, outro estilo começou a fazer sucesso: o chamado emocore (musicalmente falando, o emocore traz pouquíssimas diferenças do hardcore. A principal diferença está na temática, com letras falando de amor.) O emocore tem como principais expoentes no Brasil a banda paulista CPM22 e a banda carioca Detonautas Roque Clube.

Em 2003, o rock volta às paradas de sucesso das rádios com a baiana Pitty, que com seu disco de estréia por uma gravadora independente vendeu mais de 150.000 cópias. A cantora já lançou um DVD e tem o lançamento do segundo álbum marcado para 2005.

Em 2004, o mercado fonográfico pela primeira vez em dez anos apresentou alta, impulsionado principalmente pelo crescimento de gravadoras pequenas como a Deckdisc (gravadora que lançou Pitty, que teve um crescimento de 50% no ano) e Indie Records (que teve o crescimento de 600%).

Nos últimos dois anos, no entanto, é possível perceber uma mudança no eixo da música “para jovens” com um fortalecimento do *Rap*, como já havia acontecido no final dos anos 90 nos Estados Unidos. Após o sucesso segmentado de bandas como Racionais MC’s e Pavilhão 9, Marcelo D2 –

vocalista da banda carioca *Planet Hemp* (que já fazia em seu trabalho uma fusão de rock com elementos da cultura *Hip Hop*) – ascendeu ao status de primeiro ídolo pop de *Hip Hop* do novo milênio no Brasil.

5.2. O jornalismo de rock atual

As publicações escolhidas para figurar neste item estavam em circulação nos primeiros meses de 2005. Porém, dada a volubilidade do mercado editorial neste setor, ao término desta monografia (ou em uma releitura da mesma), algumas dessas revistas e jornais podem não mais existir. Para este trabalho, estes periódicos foram analisados quanto a temática, a parte mercadológica (alcance da distribuição, publicidade e preço) e, brevemente, quanto ao tipo de conteúdo. Para isso, foram estudadas pelo menos duas edições de cada no último ano.

Além das revistas focadas para a técnica, que já tiveram sua ausência justificada no segundo capítulo deste trabalho, ao menos uma outra não incluída aqui merece uma explicação a respeito de sua exclusão: A Revista da MTV.

A revista do canal de televisão não foi abordado nessa monografia por se distanciar do objetivo do autor. A Revista da MTV é muito mais uma publicação sobre comportamento jovem, tal como a *Trip* e a *TPM*, do que uma revista sobre música ou o universo musical. A música aparece nessa revista como um dos assuntos, mas não como o assunto principal.

As 15 revistas aqui analisadas aparecem dispostas em ordem alfabética.

5.2.1. Comando Rock

A revista *Comando Rock* começou a ser publicada em março de 2004, pela editora 9 de Julho. Atualmente circula no estado de São Paulo e mais três capitais (Belo Horizonte, Rio de Janeiro e Curitiba), com uma tiragem de aproximadamente 20.000 exemplares.

A revista tem uma proposta eclética dentro do estilo musical, embora o punk, hardcore, heavy metal e suas vertentes predominem. No entanto, os outros estilos, como o pop rock, aparecem de uma maneira sem preconceitos.

A revista tem 52 páginas coloridas, das quais em média 12 são preenchidas com anúncios de página inteira, a maioria de gravadoras de todos os estilos, além dos anúncios menores (de um quarto a meia página) em outras páginas, distribuídos entre estúdios de tatuagem, rádios e produtores de shows. O preço da revista nas bancas em janeiro de 2005 era de R\$4,90.

Quanto ao conteúdo, a revista privilegia as entrevistas e matérias descritivas curtas (no máximo duas páginas) sobre artistas e seus últimos trabalhos, que ocupam um pouco mais da metade da *Combate Rock* (em geral, 24 páginas). O restante é dividido em críticas curtas de CDs e DVDs, resenhas de shows, quadrinhos e espaço para bandas independentes. O noticiário do mês ocupa somente duas páginas, com notas curtas. Em praticamente todas as páginas, há pelo menos uma foto, sendo este um elemento trabalhado com bastante destaque.

5.2.2. *Disconnected*

Das revistas analisadas, a *Disconnected* é a mais recente, tendo sido seu primeiro número publicado somente em janeiro de 2005, com a tiragem de 5000 exemplares e distribuição somente na capital do Rio de Janeiro. A revista é uma evolução do site <http://www.disconnect.com.br>, no ar desde 2002. O editor da publicação, Daniel Dutra, mantinha uma coluna no tablóide *International Magazine*.

Voltada somente para o Heavy Metal e suas subdivisões, com um predomínio dos estilos mais melódicos (Heavy Metal, Prog Metal, Heavy Metal

Melódico, Gothic Metal, etc), mas também abordando os outros gêneros, a revista tem dezesseis páginas de entrevistas, que em quase a metade dos casos acompanha uma página com a resenha do show do entrevistado. A sessão de críticas de discos tem de nove a dez páginas com notas curtas, mais uma sessão especial de duas a três páginas com a discografia comentada de uma banda. As notícias sobre o estilo ocupam duas páginas, enquanto o restante é do conteúdo escrito é preenchido com uma ou duas matérias especiais.

Com 54 páginas coloridas e muitas fotografias, sendo as quatro páginas centrais pôsteres de dois ou três artistas, a revista vende aproximadamente dez páginas para publicidade, sendo quase todos os anúncios feitos por gravadoras. A edição número 1 chegou às bancas custando R\$4,90 e o preço tem se mantido.

5.2.3. *Dynamite*

A revista *Dynamite* foi criada em 1991 como um fanzine inspirado na revista *Rock Brigade*, onde um dos criadores – o jornalista André Cagni – havia trabalhado. No terceiro número, ganhou o formato revista que mantém até hoje. Porém, ao invés do formato 205 mm por 275 mm das publicações tradicionais, a *Dynamite* tem 254 mm por 310 mm, ficando num meio termo entre revista e tablóide. Com o número de páginas variando entre 36 e 40, sendo metade colorida e metade em preto e branco, a revista só é vendida em algumas bancas no estado de São Paulo, destinando maior parte de sua pequena tiragem (por volta de 5000 exemplares) para os assinantes.

Os anúncios, que se dividem em gravadoras, lojas de discos, lojas de instrumentos musicais e eventos relacionados à música, ocupam 25% da revista. O preço da revista nas bancas era, em janeiro de 2005, R\$4,90. Fora de São Paulo, a revista é distribuída gratuitamente em alguns eventos de música, sobretudo eventos de pequenas gravadoras ou de artistas independentes.

A revista aborda várias vertentes do rock atual, com maior destaque ao Indie Rock, Hardcore e às cenas locais. De dez a doze páginas da *Dynamite* são dedicadas a entrevistas, sendo a capa constantemente pautada por estas. As coberturas de shows tem um espaço que varia de cinco a oito páginas, enquanto resenhas de discos e vídeos perfazem quatro páginas da revista. Os comentários sobre os CDs não costumam ocupar mais de dez linhas para cada álbum.

Apenas uma página é dedicada às notícias musicais recentes, e mesmo as matérias especiais sobre os artistas não costumam ocupar mais de cinco páginas da revista. A *Dynamite* também mantém uma página com notícias na internet, atualizada diariamente (<http://www.dynamite.com.br>). Atualmente, a *webpage* é mais conhecida do que a própria revista.

5.2.4. *International Magazine*

O *International Magazine* é um jornal tablóide que começou a ser publicado em 1990, abordando todos os tipos de música. Embora ainda haja essa pluralidade de estilos, a *International Magazine* se enquadra como objeto deste trabalho por sua ênfase, sobretudo nos últimos anos, dado ao rock'n roll nacional.

Ao contrário da maior parte dos periódicos impressos em circulação no Brasil, a maior parte do conteúdo do jornal não é de entrevistas, e sim de matérias que repercutem as notícias mais importantes do mês, além de artigos escritos por colaboradores, fixos ou esporádicos. Somente de duas a três páginas por edição são ocupadas por entrevistas, contra as vinte páginas ocupadas por artigos e matérias noticiosas (a proporção em que estes se dividem varia de edição para edição). As resenhas de discos ou vídeos completam o conteúdo, mas aparecem em análises de meia página em lugar das notas comuns em outros veículos. Somente 16 das 36 páginas são coloridas.

A publicidade toma de nove a onze páginas do jornal, sendo as gravadoras as maiores (se não as únicas) clientes deste setor na *International Magazine*. O tablóide é distribuído em todo o sudeste e em grande parte da região sul do Brasil, com o preço de R\$4.

O *International Magazine* fala sobre todas as correntes do rock, embora dê uma maior cobertura ao pop rock nacional e internacional, além de ser um dos veículos com maior preocupação em resgatar a história das bandas e dos estilos das cinco décadas de rock'n roll.

5.2.5. Jornal do Rock

O Jornal do Rock foi criado em 2003 por Marcos Petrillo, que havia participado, anos antes, da criação do *International Magazine*. Os primeiros números saíram num formato que se aproximava do Standard, mas após o número 6 o jornal se consolidou como um tablóide de 44 páginas coloridas. Destas, onze são destinadas à publicidade, que ocupa também o rodapé da maioria das páginas. Além das propagandas de discos e vídeos, pagas pelas gravadoras, aparecem também anúncios de lojas de instrumentos musicais e de estúdios de ensaio do Rio de Janeiro.

O Jornal do Rock, assim como o *International Magazine*, prioriza as matérias em detrimento das entrevistas (embora toda edição contenha pelo menos duas páginas destas). As notícias aparecem em uma coluna fixa chamada "News" e nas duas páginas com a chancela "Front", além de uma página somente para notícias da cena independente nacional. De duas a seis páginas por edição são ocupadas com coberturas dos shows ocorridos no mês de fechamento da edição. As críticas de CD abrangem somente os lançamentos, em notas curtas, em quatro páginas. Uma diferença do Jornal do Rock para os outros periódicos até então analisados é a sessão "Equipamentos", que trata do assunto por duas páginas. As matérias ocupam o restante do jornal, tendo quase sempre como mote o lançamento de algum álbum ou alguma data comemorativa dentro da história do rock. Uma matéria especial de três ou quatro páginas tem destaque em todas as edições. O tablóide tem ao menos uma página por edição dedicada a assuntos não referentes à música, como cinema, videogames, livros e quadrinhos.

O Jornal do Rock é bastante eclético, dando espaço a bandas de todas as vertentes do rock. No entanto, pode-se notar que há uma maior preocupação em se destacar bandas atuais e que estejam na mídia.

O tablóide é distribuído em todo o Brasil, e desde 2004 se mantém com o preço de R\$3.

5.2.6. Jovem Pan

Criada em 2002, a revista Jovem Pan é o braço impresso da rádio de programação jovem de mesmo nome. Não é um periódico exclusivamente de rock, embora o estilo apareça sempre em suas páginas. Assim como a rádio, parece não haver uma rigidez quanto ao estilo, preocupando-se mais em abordar os temas em moda, como atualmente é o *Hip Hop*.

A Revista Jovem Pan é toda colorida, com um formato intermediário entre o tablóide e as revistas tradicionais. É vendida em todo o Brasil por R\$12,90 e acompanha um CD com os maiores sucessos do mês anterior na programação da rádio. De suas 96 páginas, somente seis são vendidas para publicidade. Das páginas restantes, somente a metade trata de música, sendo as demais ocupadas por matérias de moda, comportamento, relacionamento, perfis de celebridades radiofônicas ou televisivas, guias de compras, cinema, literatura e variedades.

Das páginas destinadas a música, o rock costuma ocupar 50%. São matérias grandes, com muitas fotografias, trazendo o perfil dos artistas ou dos estilos (geralmente pop rock ou emcore). A revista traz também de duas a três entrevistas com artistas de rock por edição, ocupando em média três páginas cada uma.

5.2.7. Laboratório Pop

A Laboratório Pop é uma revista com periodicidade ainda incerta, lançada em maio de 2004 por três jornalistas cariocas: Mário Marques (que passou

pela revista Manchete e pelo jornal Extra), Dirley Fernandes e Luciano Vianna (criador do site London Burning). A meta é que a revista se torne mensal até o final de 2005, mas até o momento ela vem saindo bimestralmente. Este problema fez com que a revista demorasse a se tornar conhecida.

O enfoque da revista é em pop rock e *indie rock*, com uma atenção especial para a produção nacional (das cinco edições já lançadas, quatro traziam um artista nacional na capa). Quanto ao conteúdo, o destaque é a sessão de críticas de CDs e DVDs, que ocupa de 10 a 12 páginas por edição, cobrindo a maior parte dos lançamentos nacionais do mês em comentários de um parágrafo. As entrevistas aparecem, mas não tão constantemente quanto em outras publicações, ocupando somente de uma a três páginas. Matérias com bandas também não são priorizadas, havendo um grande número de matérias que tratam de temas atuais da indústria fonográfica, como o acesso à música na internet.

A revista tem 56 páginas coloridas e uma diagramação que lembra muito a revista [Zero (extinta em agosto de 2004). A publicidade ocupa somente 10% da Laboratório Pop. A Laboratório Pop começou a ser vendida a R\$6,90, mas já a partir da segunda edição, o preço passou a ser R\$4,50. A publicação é encontrada em Porto Alegre (RS), Curitiba(PR), São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Natal e no interior dos estados do sudeste do país.

5.2.8. *Metal Head*

A revista *Metal Head* nasceu em outubro de 1994. Sua proposta era bem clara desde o princípio: cobrir o *Heavy Metal* (com uma ênfase especial no *Thrash Metal* e no *Death Metal*) e outras vertentes “pesadas” do rock, como o *Punk Rock* e o *Hard Rock*. Eventualmente aparecem matérias sobre outros ritmos, como o *Blues*.

A publicação tem 64 páginas e somente quatro de publicidade, sendo a maioria dos anúncios da própria editora, que tem uma tradição de publicar também revistas-pôster de artistas famosos e revistas com cifras para instrumentos musicais. A revista atualmente é vendida por R\$6,90 e sua tiragem de 50.000 exemplares é distribuída para todo o país.

A revista traz matérias sobre artistas, mesclando novidades com bandas clássicas, havendo inclusive uma discografia comentada de uma das bandas homenageadas. Estas matérias compõem 50% da revista. As entrevistas ocupam de seis a dez páginas e as críticas de discos perfazem outras quatro. Podemos destacar na *Metal Head* suas três páginas dedicadas à divulgação de bandas iniciantes e fitas/CDs Demo, suas duas páginas de noticiário – com notas curtas, mas bastante completas, sobre os acontecimentos musicais do mês anterior – e as quatro páginas de cartas dos leitores – que as usam para formação de fã-clubes, compra ou venda de instrumentos e discos, ou simplesmente para mandarem recados. A revista ainda mantém duas páginas falando sobre tatuagem, mas o assunto acabou ganhando uma publicação própria, a *Metal Head Tattoo*.

5.2.9. *Metal Massacre*

Publicada desde 2003 pela mesma editora da revista *Metal Head* (Editora Escala), a *Metal Massacre* parece adotar uma linha mais “suave” do que o outro periódico. Apesar do nome, a revista não raramente aborda outros gêneros que não o Heavy Metal. Porém, é inegável que o estilo tem uma certa predominância na revista, sobretudo as vertentes *Goth Metal* e *Nu Metal*.

A *Metal Massacre* se diferencia das demais revistas de rock em circulação pela absoluta ausência de críticas de CDs, Vídeos ou DVDs. As entrevistas também não são muito frequentes, não aparecendo em todas as edições. No entanto, a revista traz pelo menos quatro matérias grandes sobre os artistas, em média oito páginas cada uma. A sessão de noticiário, mantida pela página da internet <http://www.whiplash.net> tem de oito a dez páginas, com notícias completas e ricamente ilustradas. A exemplo da outra revista musical da editora, a sessão de cartas também tem grande destaque, ocupando as seis páginas logo após o editorial.

Das 68 páginas da *Metal Massacre*, apenas cinco são de publicidade que, como na *Metal Head*, geralmente anunciam as outras revistas da editora. A revista é distribuída em todo o país custando R\$6,90. Todas as páginas da revista são em cores.

5.2.10. MOSH

A revista *Mosh* é declaradamente uma publicação especializada em *indie rock*, mas eventualmente abre exceções para outros estilos que tenham alguma relação com este (como o *punk rock* e a música eletrônica em geral). Criada pelo jornalista Régis Tadeu em setembro de 2004, em São Paulo, a revista circula nas capitais do sudeste e no interior do estado de São Paulo, custando R\$6,90.

A *Mosh*, da Editora HMP (que também publica várias outras revistas específicas para a prática de instrumentos musicais – como a *Cover Baixo*, *Cover Guitarra*, *Cover Teclado* e *Cover Bateria* – além da publicação de *heavy metal Valhalla Metal Magazine*), tem 68 páginas coloridas. A publicidade se utiliza de oito a dez destas páginas. Vale ressaltar que os anúncios da *Mosh* não se restringem a reclames das gravadoras, havendo uma boa porcentagem de propagandas de lojas de roupa e outros bens de consumo.

A marca da revista são as listas, que ocupam de quatro a seis páginas em todas as edições. São listas de 50 melhores discos, 50 piores músicas e outros temas relacionados ao rock. Essa característica pode se considerar um reflexo da influência da literatura pop de Nick Hornby³⁴. Não há entrevistas na *Mosh*. As informações atuais sobre música ocupam de quatro a seis páginas, trazendo poucas notícias, porém sempre com uma página cada uma e bem ilustrada. A sessão de críticas de CDs e DVDs ocupa em torno de dez páginas, com resenhas de um parágrafo para a maior parte dos discos e de uma página para os destaques do mês. A revista traz ainda uma página de crítica literária. As matérias da revista são grandes, ocupando em média quatro páginas, além da matéria principal que utiliza não raramente mais de dez páginas.

³⁴ O escritor inglês Nick Hornby, em seu romance “Alta Fidelidade”, conta a história do dono de uma loja de discos em Londres, Rob Fleming, que tem a fixação por listas de melhores e piores da história do rock. Com o sucesso do livro, sobretudo entre os amantes de música, o hábito de fazer listas se popularizou.

5.2.11. *Outraçoisa*

A *Outraçoisa* nasceu em outubro de 2003, da guerra do músico Lobão contra a indústria fonográfica. Mais do que ser acompanhada de um CD, a revista praticamente acompanha o álbum, que até hoje é o principal motivador das vendas. Porém, a qualidade do material jornalístico produzido não deve ser subestimada.

A revista tem 68 páginas em cores e não se prende a um estilo musical. As matérias sobre comportamento e cinema ocupam um quarto da publicação, que ainda traz quadrinhos, poesia e colunas fixas que falam sobre política e atualidades. A parte musical da revistas tem como carro-chefe a matéria especial sobre o artista que tem seu disco encartado na edição. Essa matéria geralmente ocupa de seis a doze páginas, contendo um *release* do artista, uma pequena entrevista e muitas fotos. As demais matérias geralmente não abordam artistas em específico, mas cenas regionais de música, reflexões sobre a indústria fonográfica, coberturas de shows e de festivais produzidos no país. As entrevistas estão presentes na *Outraçoisa*, ocupando quatro ou cinco páginas (são geralmente cinco por edição – ao menos três sobre música ou com músicos). As críticas de discos ocupam apenas duas páginas, o mesmo espaço dado às críticas de livros e de filmes.

A publicidade ocupa de dez a doze páginas, com uma predominância de propagandas de rádios e de programas radiofônicos. A revista é bimestral e vendida em todo o país por R\$12,90.

5.2.12. Revista Transamérica

Assim como a revista Jovem Pan, a Revista Transamérica é o produto impresso de uma rádio. A rádio Transamérica possui três frequências diferentes, cada uma com uma proposta musical: pop, música “suave” e hits (que geralmente executa sucessos da *dance music*). Com um formato um pouco maior do que o usual (250 mm por 305 mm) e toda em cores, a revista foi criada em 1998.

A parte musical da revista valoriza o lado Pop, com muita informação sobre artistas. O pouco que aparece e não é do estilo fala de bandas de outros gêneros que estejam fazendo sucesso. O conteúdo sobre música é somente 50% da revista, que ainda traz coluna social, comportamento e moda. As notícias sobre música ocupam quatro páginas, mesmo espaço que é ocupado por cinema e videogames. As matérias geralmente servem apenas como um complemento às entrevistas, que utilizam seis páginas cada uma, em média. Cada edição traz duas ou três entrevistas sobre música. A sessão de críticas de CDs e DVDs tem quatro páginas e surpreende por ser bastante eclética, resenhando gêneros que não aparecem nas outras páginas da revista ou na programação da rádio. Há ainda duas páginas com letras traduzidas de sucessos da emissora.

A Revista Transamérica é vendida em todo o país por R\$9,90 e traz encartado um CD com uma coletânea temática (melhores músicas para o dia dos namorados, melhores músicas de rock, etc). A publicidade é quase inexistente no periódico e quando aparece é para anunciar atrações da própria Rede Transamérica.

5.2.13. *Roadie Crew*

Vendida em todo o Brasil e em Portugal desde 1997, a *Roadie Crew* é uma revista especializada em *Heavy Metal*, não abordando nada que não se enquadre nesse estilo. Em sua capa, há o selo “Aviso: Heavy Metal explícito” que não deixa dúvidas aos leitores. Dentro do gênero, há um certo predomínio do *Doom Metal*, *Thrash Metal* e *Heavy Metal* melódico.

Das 88 páginas coloridas da revista, 30% são de anúncios, em sua grande maioria de gravadoras ou marcas de equipamentos musicais. Do restante, aproximadamente 40% (25 páginas) são ocupadas por entrevistas. Os outros 60% são divididos entre críticas de CDs e DVDs (seis páginas), noticiário do último mês (duas páginas), espaço para bandas independentes e “demos” (uma página), pôster destacável (quatro páginas), cartas (duas páginas), colunas opinativas (duas páginas) e matérias, geralmente duas ou três por edição (seis páginas em média).

A *Roadie Crew* é vendida por R\$6,90.

5.2.14. *Rock Brigade*

A *Rock Brigade* é a revista de música há mais tempo em circulação no país. Nasceu como um fanzine em 1981. De lá pra cá, várias reformas gráficas foram feitas na publicação, que hoje em dia tem 88 páginas coloridas. No entanto, outras mudanças foram percebidas ao longo destes 24 anos. A primeira diz respeito aos anúncios, que hoje ocupam aproximadamente 35% da revista (em torno de 30 páginas). Os anunciantes são, em sua maioria, gravadoras e marcas de equipamento musical. Há 10 anos, o percentual de publicidade na revista era de 18%.

Outra mudança que se pode notar é quanto aos gêneros cobertos pela *Rock Brigade*. Se no início estavam presentes, além do *Heavy Metal*, o *Punk Rock*, o *Rock Progressivo* e o *Hard Rock*, hoje pode ser considerada uma revista somente do gênero *Heavy Metal*.

O conteúdo jornalístico da *Rock Brigade* tem como destaque a maior sessão de bandas independentes e fitas e CDs “demo” do mercado editorial de música atual. São três páginas com resenhas curtas dos discos e uma entrevista curta com uma banda da sessão que tenha se destacado. A sessão de críticas de CDs e DVDs tem sete páginas, cobrindo boa parte dos lançamentos do *Heavy Metal* naquele mês. Há ainda uma sessão com duas páginas dedicada à lutheria. O noticiário do mês toma três páginas. As entrevistas ocupam cerca de 14 páginas. O restante da revista é de matérias de uma ou duas páginas sobre bandas que vem se destacando no cenário nacional e internacional, além da cobertura do evento mais importante no país do mês da publicação.

A *Rock Brigade* é distribuída em todo o país e custa R\$6,80.

5.2.15. *Rock Press*

A *Rock Press* começou em 1995 como um tablóide preto e branco. Ainda na década de 90, se tornou uma revista com a capa colorida e interior em preto e branco. Este formato durou até 2003, quando veio a última reforma gráfica que fez com que metade das 48 páginas da revista também fosse

impressa em cores. O periódico é vendido nas capitais da região sudeste e para algumas cidades do interior do Rio de Janeiro e São Paulo. O preço de cada edição é de R\$4,90.

Cobrando essencialmente *Indie Rock* e a cena independente nacional, os outros estilos aparecem na revista, mas sem muita constância. Os anúncios ocupam em média dez páginas, sendo a maioria de produtos das gravadoras. A publicidade é sempre disposta nas páginas coloridas.

A revista traz uma página de resenha dos lançamentos de gravadoras independentes e de seis a oito páginas de críticas dos CDs e DVDs lançados recentemente. Há ainda uma página de cartas e duas que são divididas entre resenhas de livros e propagandas de fanzines. As entrevistas tomam de dez a 14 páginas da publicação. Resenhas de shows ocupam outras seis páginas, enquanto as demais contêm matérias curtas (no máximo duas páginas) sobre bandas, além de colunas opinativas, duas páginas com as notícias do último mês e duas páginas sobre equipamento de som.

5.2.16. *Valhalla Metal Magazine*

A *Valhalla Metal Magazine*, ou simplesmente *Valhalla*, é uma revista de 88 páginas em cores especializada em *Heavy Metal*. Nascida como um fanzine em 1996, a revista atualmente é publicada pela Editora HMP e distribuída por todo o Brasil e Portugal. A maior parte dos anunciantes da revista são lojas e fábricas de instrumentos musicais, lojas de *Rock Wear* e gravadoras. A publicidade ocupa de 25 a 30 páginas da revista.

Embora a proposta seja englobar todos os aspectos do *Heavy Metal*, a revista dá maior destaque a bandas de *Gothic Metal* e *Heavy Metal* Melódico. A maior parte do conteúdo jornalístico da *Valhalla* é de entrevistas, que chegam a ocupar 30 páginas. A sessão de críticas de CDs também é bastante destacada, tomando de oito a dez páginas da revista. As páginas restantes são ocupadas com matérias sobre os artistas (de meia a duas páginas), espaço para discos “demo” (duas páginas), notícias do mês (duas páginas) e colunas opinativas.

A *Valhalla Metal Magazine* custa R\$6,90.

5.3. A nova revista *Bizz*

Em abril de 2005, depois de já ter analisado quais as publicações entrariam neste trabalho, uma notícia parecia mudar significativamente os rumos desta pesquisa: a volta da revista *Bizz* (já comentada brevemente no capítulo 4). Novamente editada pela Abril Jovem, sob a responsabilidade do Grupo Super (responsável pela revista *Superinteressante* – uma das revistas mais vendidas da editora) e com um time de redatores de primeira linha (alguns com passagem por importantes publicações musicais, como Ana Maria Bahiana, outros vindos de outros meios, como Ricardo Schott³⁵ e Fernando Rosa³⁶), a revista prometia reviver a faz áurea da publicação.

Porém, o que se pode observar nas quatro revistas já publicadas até o término deste trabalho vem desfazendo essa expectativa, pois tirando o nome e alguns colaboradores, a nova fase da *Bizz* tem muito pouco da fórmula que fez sucesso nas décadas de 80 e 90.

Com 84 páginas (sendo dessas somente quatro ocupadas por anúncios da própria editora e todo o resto dedicado ao conteúdo), a *Bizz* deixou de lado a diversidade das fases anteriores para se tornar uma revista temática. São especiais mensais que trazem várias matérias grandes (seis páginas em média) sobre um determinado tema. Críticas, resenhas ou entrevistas só aparecem na revista como complemento a uma dessas matérias.

Ainda é cedo para tentar fazer alguma previsão acerca do futuro da *Bizz*, mas na internet, em *blogs*³⁷ e no *Orkut*³⁸, pode-se notar que os fãs estão divididos. Os que não gostaram da nova fase acusam a editora de ter se aproveitado do nome e popularidade da revista para lançarem um material que não correspondia com o antigo conceito da *Bizz*. Além disso, uma outra crítica tem sido em relação o preço, R\$14,95. Muito acima da média do mercado editorial (não só de música) para publicações que não

³⁵ Ricardo Schott é criador do *blog* “Discoteca Básica” (<http://www.discotecabasica.com.br>), onde publica diariamente resenhas de discos.

³⁶ Fernando Rosa é o editor da revista eletrônica mensal “Senhor F” (<http://www.senhorf.com.br>), especializada em música.

³⁷ Diários eletrônicos disponibilizados por usuários na Internet.

³⁸ Página de relacionamentos na internet, que se tornou bastante popular em 2004. No *Orkut*, é possível aos “internautas” se associarem a comunidades que discutem assuntos específicos. A comunidade da revista *Bizz*, criada meses antes do anúncio de sua volta, tem mais de mil membros.

trazem nenhum brinde encartado (como os CDs da *Outra coisa*, Revista Transamérica e Revista Jovem Pan).

A nova fase da *Bizz* ainda conta com outro produto: bimensalmente chega às bancas uma edição especial, com um DVD encartado, trazendo curiosidades e *making of* de discos importantes de todos os gêneros. Estes especiais são vendidos a R\$29,95.

6. CONCLUSÃO

Após terminados os textos que compõem este trabalho, uma certeza fica: a de que muitas perguntas a respeito do tema ainda precisam ser respondidas. Porém, ao contrário do que pode parecer, não há frustração nessa constatação. As questões propostas na introdução desta monografia foram respondidas satisfatoriamente, através da leitura de muitos livros e artigos, alguns que a princípio pareciam não fazer conexão com a temática proposta, entrevistas com pessoas da área e muita reflexão.

Como pudemos notar numa primeira olhada neste produto final, é inegável que ainda há muita gente interessada em ler sobre música, e outros tantos se propondo a escrever sobre a mesma. Afinal, por mais que se fale em crise no mercado editorial, existem 16 publicações sobre rock no país, sendo pelo menos a metade periódicos com mais de cinco anos de circulação (alguns com mais de dez anos). O preconceito, se ainda existente, está somente em camadas muito específicas da sociedade.

As diversas mudanças na maneira de se fazer jornalismo musical deixam claro que o público que consumia esse tipo de revista na década de 60 não era o mesmo que o fazia nos anos 70, e que os produtos dos anos 90 dificilmente emplacariam hoje em dia sem que fossem feitas adaptações. As inovações trazidas pelas novas tecnologias, principalmente pela televisão à cabo e pela Internet, mudaram as demandas do público de rock no Brasil. Se antes havia uma carência enorme de informações factuais, hoje existem sites especializados que divulgam notícias minuto a minuto. Isso acaba por colocar por terra, pelo menos no que tange as publicações de rock, o que o jornalista Sérgio Augusto observava a respeito do jornalismo cultural, que o jornalismo cultural, na ânsia de acompanhar o ritmo do jornalismo diário, acabou dando mais valor à velocidade do que à qualidade da apuração. As revistas musicais nos dão provas de

que essa mentalidade está mudando, recheando suas páginas com matérias longas e reflexivas, além de entrevistas bastante completas.

Ao leitor menos atento, pode parecer confuso que, mesmo com essa grande mudança de paradigmas, a revista *Bizz* continue sendo o grande referencial para jornalistas e público quando se fala em jornalismo musical. Como vimos nos capítulos 4 e 5, a *Bizz* não foi a revista mais antiga, nem a que teve maior tempo de circulação nesse nicho de mercado. No entanto, a *Bizz* acompanhou o surgimento e o desenvolvimento que o rock brasileiro obteve maior visibilidade da mídia, o chamado *BRock*, com uma linguagem já amadurecida por duas décadas de experimentações. A revista conseguiu se vincular tão fortemente ao movimento que, paradoxalmente, resistiu ao seu fim, já que assumia o posto de porta-voz da música jovem brasileira. Além disso, foi a primeira investida séria de uma grande editora, a Abril, neste mercado até então considerado secundário. Logo, embora não tenha sido a primeira a existir, é provável que a *Bizz* tenha sido a primeira revista de música a circular em muitos recantos do Brasil, em tempos que até mesmo o processo de distribuição se dava de uma forma mais complicada. Mas até mesmo sendo a *Bizz* este marco para a imprensa musical nacional, ela não sobreviveria nos tempos de hoje sem as devidas modificações estruturais. Em palestra no dia 6 de novembro de 2004, o jornalista Israel do Valle, que teve passagens pelas redações da *Bizz* e *Folha de São Paulo*, entre outros, afirmou que a revista *Bizz* destacava um repórter para se inteirar do dia-a-dia de algumas celebridades do mundo da música, sobretudo internacional, como Jon Bon Jovi³⁹. O repórter acompanhava as notícias através dos jornais internacionais para dar

³⁹ Cantor e compositor estadunidense, líder da banda *Bon Jovi*.

um resumo na edição mensal da revista. Isso hoje soa impensável, já que o próprio artista já divulga esse tipo de informação em seu site oficial. Isso provocou uma mudança de enfoque.

Quanto ao debate a respeito da generalização ou segmentação dos veículos musicais, a opinião da maioria dos editores das atuais publicações⁴⁰ é bastante parecida: só há espaço hoje para aqueles que se especializarem. A internet oferece informação rápida e gratuita, o que afasta o consumidor interessado em saber um pouco de tudo. Os leitores atuais compram revistas já sabendo os assuntos que quer encontrar aí, com o máximo de aprofundamento possível. O leitor só se abre as novidades permitidas pelas publicações por estas manterem essa linha, já “conhecendo” seu público.

Com isso, já se faz claro o bastante o panorama da imprensa especializada em Rock no ano de 2005. Mesmo com as questões que permaneceram em aberto – e com aquelas outras que surgiram da leitura deste trabalho – já é possível tomar este primeiro passo como dado.

⁴⁰ Dos 16 editores, 11 responderam por e-mail se acreditavam que há espaço para uma publicação generalista de música no Brasil. Foram eles: Airton Diniz, Roadie Crew; Cláudia Reitberger, Rock Press; Davilson Mota, Metal Head; Dirley Fernandes, Laboratório Pop; Eliton Tomasi, Valhalla Metal Magazine; Marcelo Froés, International Magazine; Marcos Bragatto, Dynamite; Marcos Fillipi, Comando Rock; Pedro De Luna, Jornal do Rock; Régis Tadeu, MOSH; Roberta Monteiro, Outracoisa.

7. DISCOGRAFIA BÁSICA

Para facilitar a consulta, essa discografia foi feita seguindo não a ordem alfabética, como seria esperado, mas sim a ordem cronológica. Os álbuns foram escolhidos não só por sua qualidade estética, mas também por sua importância histórica e representatividade do rock da época.

CAMPELLO, Celly. *Estúpido cupido*. [s.l.]: Odeon, 1959.

MURILO, Sérgio. *Sérgio Murilo*. [s.l.]: Columbia, 1960.

BEN, Jorge. *Samba esquema novo*. [s.l.]: Philips, 1963.

CARLOS, Roberto. *É proibido fumar*. [s.l.]: CBS, 1964.

CARLOS, Erasmo. *A pescaria com Erasmo Carlos*. [s.l.]: RGE, 1965.

CARLOS, Roberto. *Jovem Guarda*. [s.l.]: CBS, 1965.

WANDERLÉA. *A ternura de Wanderléa*. [s.l.]: CBS, 1966.

CARLOS, Erasmo. *O tremendão*. [s.l.]: RGE, 1967.

CARLOS, Roberto. *Roberto Carlos em ritmo de aventura*. [s.l.]: CBS, 1967.

VELOSO, Caetano. *Caetano Veloso*. [s.l.]: Philips, 1967.

GIL, Gilberto. *Gilberto Gil*. [s.l.]: Philips, 1968.

MUTANTES. *Os Mutantes*. [s.l.]: Polydor, 1968.

CARLOS, Roberto. *Roberto Carlos*. [s.l.]: CBS, 1969.

MUTANTES. *Mutantes*. [s.l.]: Polydor, 1969.

VON, Ronnie. *Ronnie Von*. [s.l.]: Polydor, 1969.

BEN, Jorge. *Força bruta*. [s.l.]: Philips, 1970.

CARLOS, Erasmo. *Erasmo Carlos e os Tremendões*. [s.l.]: RGE, 1970.

CARLOS, Erasmo. *Carlos, Erasmo*. [s.l.]: Phonogram, 1970.

MUTANTES. *A Divina Comédia ou Ando meio desligado*. [s.l.]: Polydor, 1970.

VON, Ronnie. *Máquina voadora*. [s.l.]: Polydor, 1970.

CARLOS, Roberto. *Roberto Carlos*. [s.l.]: CBS, 1971.

COSTA, Gal. *Fa-Tal Gal a todo vapor*. [s.l.]: Phonogram, 1971.

BORGES, Lô. *Lô Borges*. [s.l.]: Odeon, 1972.

NOVOS BAIANOS. *Acabou chorare*. Rio de Janeiro: Som Livre, 1972.

O TERÇO. *Terço*. São Paulo: Continental, 1972.

SÁ, RODRIGUEZ E GUARABIRA. *Passado, presente & futuro*. [s.l.]: Odeon, 1972.

ZÉ, Tom. *Se o caso é chorar*. São Paulo: Continental, 1972.

SECOS E MOLHADOS. *Secos & Molhados*. São Paulo: Continental, 1973.

SEIXAS, Raul. *Krig-há, Bandolo!*. [s.l.]: Phonogram, 1973.

ZÉ, Tom. *Todos os olhos*. São Paulo: Continental, 1973.

BAPTISTA, Arnaldo. *Lóki?*. [s.l.]: Phonogram, 1974.

BEN, Jorge. *A tábua de esmeralda*. [s.l.]: Phonogram, 1974.

MAUTNER, Jorge. *Jorge Mautner*. [s.l.]: Polydor, 1974.

MUTANTES. *Tudo foi feito pelo sol*. Rio de Janeiro: Som Livre, 1974.

RITA LEE & TUTTI FRUTTI. *Fruto proibido*. Rio de Janeiro: Som Livre, 1975.

JOELHO DE PORCO. *São Paulo 1554 – Hoje*. São Paulo: Crazy, 1976.

MADE IN BRAZIL. *Jack, o estripador*. [s.l.]: RCA Victor, 1976.

SEIXAS, Raul. *Há 10 mil anos atrás*. [s.l.]: Phonogram, 1976.

ZÉ, Tom. *Estudando o Samba*. São Paulo: Continental, 1976.

LEE, Rita. *Babilônia*. Rio de Janeiro: Som Livre, 1978.

ZÉ, Tom. *Correio da estação do Brás*. São Paulo: Continental, 1978.

DUSEK, Eduardo. *Olhar brasileiro*. [s.l.]: Polydor, 1981.

BARÃO VERMELHO. *Barão Vermelho*. [s.l.]: Opus / Columbia, 1982.

BLITZ. *As aventuras da Blitz*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1982.

DUSEK, Eduardo. *Cantando no banheiro*. [s.l.]: Polydor, 1982.

JOÃO PENCA & SEUS MIQUINHOS AMESTRADOS. *Os maiores sucessos de João Penca & Seus Miquinhos Amestrados*. [s.l.]: Barclay / Ariola, 1983.

LOBÃO. *Cena de Cinema*. [s.l.]: RCA Victor, 1983.

BARÃO VERMELHO. *Maior abandonado*. [s.l.]: Opus / Columbia, 1984.

LOBÃO & OS RONALDOS. *Ronaldo foi pra guerra*. [s.l.]: RCA Victor, 1984.

CAZUZA. *Cazuza*. Rio de Janeiro: Som Livre, 1985.

IRA!. *Mudança de comportamento*. [s.l.]: WEA, 1985.

GAROTOS PODRES. *Ataque sonoro*. São Paulo: Ataque frontal, 1985.

JAIME, Léo. *Sessão da tarde*. [s.l.]: Epic / CBS, 1985.

LEGIÃO URBANA. *Legião Urbana*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1985.

PLEBE RUDE. *O concreto já rachou*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1985.

RPM. *Revoluções por minuto*. [s.l.]: Epic / CBS, 1985.

TITÃS. *Televisão*. [s.l.]: WEA, 1985.

ULTRAGE À RIGOR, *Nós vamos invadir sua praia*. Rio de Janeiro: Som Livre, 1985.

ENGENHEIROS DO HAWAII. *Longe demais das capitais*. [s.l.]: RCA Victor, 1986.

INOCENTES. *Pânico em S.P.* [s.l.]: WEA, 1986.

IRA!. *Vivendo e não aprendendo*. [s.l.]: WEA, 1986.

LEGIÃO URBANA. *Dois*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1986.

LOBÃO. *O rock errou*. [s.l.]: RCA Victor, 1986.

PARALAMAS DO SUCESSO. *Selvagem?*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1986.

REPLICANTES. *O futuro é vórtex*. [s.l.]: RCA Victor, 1986.

TITÃS. *Cabeça Dinossauro*. [s.l.]: WEA, 1986.

ENGENHEIROS DO HAWAII. *A revolta dos dândis*. [s.l.]: BMG / Ariola, 1987.

LEGIÃO URBANA. *Que país é esse? 1978-1987*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1987.

LOBÃO. *Vida bandida*. [s.l.]: RCA Victor, 1987.

TITÃS. *Jesus não tem dentes no país dos banguelas*. [s.l.]: WEA, 1987.

CAPITAL INICIAL. *Você não precisa entender*. [s.l.]: Polydor, 1988.

CAZUZA. *Ideologia*. [s.l.]: Polygram, 1988.

ENGENHEIROS DO HAWAII. *Ouçã o que eu digo: Não ouçã ninguém*. [s.l.]: BMG / Ariola, 1988.

CAZUZA. *Burguesia*. [s.l.]: Polygram, 1989.

SEPULTURA. *Beneath the remains*. [s.l.]: Roadrunner, 1989.

TITÃS. *Õ Blésq Blom*. [s.l.]: WEA, 1989.

ENGENHEIROS DO HAWAII. *O papa é pop*. [s.l.]: BMG / Ariola, 1990.

SEPULTURA. *Arise*. [s.l.]: Roadrunner, 1990.

GABRIEL O PENSADOR. *Gabriel, o pensador*. [s.l.]: Chaos / Sony, 1993.

PATO FU. *Rotomusic de liquidificapum*. Belo Horizonte: Cogumelo, 1993.

SEPULTURA. *Chaos A. D.*. [s.l.]: Roadrunner, 1993.

SKANK. *Skank*. [s.l.]: Independente, 1993.

TITÃS. *Titanomaquia*. [s.l.]: Warner Music, 1993.

CHICO SCIENCE & NAÇÃO ZUMBI. *Da lama ao caos*. [s.l.]: Chaos / Sony, 1994.

MUNDO LIVRE S/A. *Samba esquema novo*. São Paulo: Banguela, 1994.

RAIMUNDOS. *Raimundos*. São Paulo: Banguela, 1994.

GRAFORRÉIA XILARMÔNICA. *Coisa de louco II*. São Paulo: Banguela, 1995.

MAMONAS ASSASSINAS. *Mamonas Assassinas*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1995.

PARALAMAS DO SUCESSO. *Vamo batê lata*. [s.l.]: EMI, 1995.

PATO FU. *Gol de quem?*. [s.l.] : BMG / Ariola, 1995.

PLANET HEMP. *Usuário*. [s.l.]: Chaos / Sony, 1995.

RAIMUNDOS. *Lavô tá novo*. [s.l.]: Warner, 1995.

ANGRA. *Holy land*. São Paulo: CNR, 1996.

CHICO SCIENCE & NAÇÃO ZUMBI. *Afrociberdelia*. [s.l.]: Chaos / Sony, 1996.

LEGIÃO URBANA. *A tempestade*. [s.l.]: EMI / Odeon, 1996.

MUNDO LIVRE S/A. *Guentando a ôia*. São Paulo: Excelentes discos, 1996.

SEPULTURA. *Roots*. [s.l.]: Roadrunner, 1996.

RAPPA, o. *Rappa mundi*. [s.l.]: Warner, 1996.

CHARLIE BROWN JR. . *Transpiração contínua prolongada*. [s.l.]: Virgin, 1997.

PLANET HEMP. *Os cães ladram mas a caravana não pára*. [s.l.]: Chaos / Sony, 1997.

TITÃS. *Acústico MTV*. [s.l.]: WEA, 1997.

D2, Marcelo. *Eu tiro é onda*. [s.l.]: Chaos / Sony, 1998.

PATO FU. *Televisão de cachorro*. [s.l.] : Plug / BMG Brasil, 1998.

LOBÃO. *A vida é doce*. Rio de Janeiro: independente, 1999.

LOS HERMANOS. *Los Hermanos*. São Paulo: Abril, 1999.

PENÉLOPE. *Mi casa, su casa*. [s.l.] Chaos / Sony, 1999.

RAIMUNDOS. *Só no forevis*. [s.l.]: Warner, 1999.

RAPPA, o. *Lado b lado a*. [s.l.]: Warner, 1999.

CHARLIE BROWN JR. . *Nadando com os tubarões*. [s.l.]: Virgin, 2000.

PLANET HEMP. *A invasão do sagaz homem fumaça*. [s.l.]: Chaos / Sony, 2000.

SKANK. *Maquinarama*. [s.l.]: Chaos / Sony, 2000.

CPM 22. *CPM 22*. São Paulo: Abril Music, 2001.

JORGE, Seu. *Samba Esporte Fino*. Rio de Janeiro: Regata, 2001.

LOS HERMANOS. *Bloco do eu sozinho*. São Paulo: Abril, 2001.

DETONAUTAS ROQUE CLUBE. *Detonautas roque clube*. [s.l.]: Warner, 2002.

RODOX. *Estreito*. [s.l.]: Warner, 2002.

D2, Marcelo. *À procura da batida perfeita*. [s.l.]: Sony, 2003.

LOS HERMANOS. *Ventura*. [s.l.]: BMG, 2003.

PITTY. *Admirável chip novo*. Rio de Janeiro: Deckdisc, 2003.

SKANK. *Cosmotron*. [s.l.]: Sony, 2003.

CACHORRO GRANDE. *Isso é uma loucura*. São Paulo: Outracoisa: 2004.

MOMBOJÓ, *Nadadenovo*. São Paulo: Outracoisa, 2004.

8. REFERÊNCIAS

----- . www.allmusic.com. Visitado em: 15/06/2005-06-18

BORGES, Márcio. *Os sonhos não envelhecem* – Histórias do Clube da Esquina. São Paulo: Geração Editorial, 1996.

CALADO, Carlos. *A divina comédia dos Mutantes*. São Paulo: Editora 34, 1995.

CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997.

CASTRO, Ruy. *Chega de saudade* – A história e as histórias da Bossa Nova. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem* – Uma história do olhar no Ocidente. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DeROGATIS, Jim. *Let it blurt*. New York: Broadway, 2000.

ESSINGER, Sílvio. <http://www.cliquemusic.com.br>. Visitado em 6/12/2004.

FRIEDLANDER, Paul. *Rock and Roll: uma história social*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FRIAS, Lena. “Mídia e cultura brasileira”. In: ALMEIDA, Cândido Mendes (org). *Cultura brasileira ao vivo* – cultura e dicotomia. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

GIRON, Luís Antônio. *Minoridade crítica* – A ópera e o teatro nos folhetins da corte. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HORNBY, Nick. *Alta fidelidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura – um conceito antropológico*. São Paulo, Zahar, 1999.

MACIEL, Luiz Carlos. *Nova Consciência: jornalismo contracultural – 1970/72*. Rio de Janeiro: Editora Eldorado, 1973.

McCAIN, Gillian. McNEIL, Legs. *Mate-me por favor – A história sem censura do Punk*. São Paulo: L&PM, 2000.

MELLO, Zuzi Homem de. SEVERIANO, Jairo. *A canção no tempo – 85 anos de músicas brasileiras – Vol. 2: 1958 –1985*. São Paulo: Ed. 34, 1998.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX – Volume 1: Neurose*. Rio de Janeiro: Forense universitária, 1997.

MOTTA, Néelson. *Noites tropicais – Solos, improvisos e memórias musicais*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

MUGGIATI, Roberto. *Rock, o grito e o mito: a música pop como forma de comunicação e contracultura*. Petrópolis: Vozes, 1973.

PAGLIA, Camile In: FOLHA DE SÃO PAULO. *Caderno Mais!*. São Paulo: Folha de São Paulo, 2004.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

ROSA, Fernando. *O rock dos setenta em jornal*. <http://www.senhorf.com.br/sf3vs/literatura/RSerie/rolstone.htm>. Visitado em 16/01/2005.

SALDANHA, Renato Machado. *Entre gols e acordes: O futebol na música popular brasileira*. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2004.

SANTOS, Marcos Roberto Camargos dos. *Guitar Player*. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2002.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

SUZUKI JR, Matinas. Anotações sobre jornalismo cultural. In: FOLHA DE SÃO PAULO. *Seminário de Jornalismo*. São Paulo: Folha de São Paulo, 1983.

TELES, José. *Do frevo ao mangubeat*. São Paulo: Editora 34, 2000.

VELOSO, Caetano. *Verdade Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997

TAKEDA, André. *Clube dos Corações Solitários*. São Paulo: Conrad, 2001.

VENTURA, Zuenir. *1968: o ano que não terminou*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988

9. ANEXOS

I. GLOSSÁRIO:

Bluegrass – O Bluegrass é uma derivação do Country. Foi concebido originalmente como uma forma de manter o Country puro. O estilo surgiu em meados da década de 40 e se popularizou nos anos 50. Marcado por tempos rápidos, notas altas e ênfase nas técnicas instrumentais.

Blues – O Blues é uma tradição americana. Basicamente, tem se mantido o mesmo desde sua criação. A maioria das músicas são simples, com três acordes, improvisações e uma estrutura que possibilite infinitas improvisações. O blues se originou dos *spirituals* (canções de oração) e das canções de trabalho dos negros americanos.

Country – O Country se assemelha muito ao Blues. Ambos são gêneros simples, com três ou quatro acordes sobre melodias planas que possibilitam diversas variações. Além disso, os dois gêneros frequentemente compartilham temas e até mesmo canções. O Blues surgiu nos guetos brancos do sul dos EUA.

Country and Western – Ver *Country*

Discoteque – A Discoteque marcou o início da era moderna de música pop para dançar. Derivada do funk dos anos 70, a Disco Music, como também é chamada, é baseada em batidas, que se sobrepõe ao resto do instrumental e aos vocais. O nome veio de Discoteca, onde elas começaram a ser executadas.

Black Metal – Variação do Death Metal, que especializa a temática extrema do gênero a cultura satanista. Apesar de surgida nos EUA, é muito popular nos países escandinavos.

Death Metal – Variação do Thrash Metal dos anos 80, musicalmente possuindo poucas diferenças. No entanto, tem uma temática mais mórbida, falando geralmente de morte, dor e sofrimento. Uma variação ainda mais radical gerou o Black Metal.

Demo – Gravação, em fita cassete ou CD, usada para divulgar o repertório de uma banda, geralmente iniciante. A palavra vem de “demonstração”.

Doom Metal – Variação do Gothic Metal de temática mais pessimista. O instrumental valoriza mais o peso e os vocais, sempre guturais.

Emocore – Variação romântica do Hardcore surgida no final dos anos 90. Apropria-se de vários elementos do Indie Rock, tendo maior apuro técnico que seu antecessor.

Gospel – Mais do que um estilo, hoje em dia a palavra Gospel se tornou quase um adjetivo, que designa músicas de louvor cristão. Existe o Gospel Rock, Gospel Pop, Gospel Metal (também chamado de White Metal), Gospel Blues... Originalmente, o termo Gospel designava a música dos corais negros das igrejas estadunidenses.

Gothic Metal – O Gothic Metal mistura as melodias frias do rock gótico dos anos 80 às guitarras pesadas do Heavy Metal, criando um novo estilo que combina a força do metal com o lirismo gótico. Sua temática trata geralmente de religião e horror. Muito freqüentemente faz uso de vocais líricos, ou de uma combinação de vozes agudas e guturais.

Goth Metal – Ver *Gothic Metal*

Hardcore – O Hardcore (originalmente chamado de Hardcore Punk) é uma variação do Punk Rock surgida no início dos anos 80. Ainda mais rápido, com vocais mais gritados e maior desleixo com a pós-produção do que o seu antecessor, o Hardcore é tido por alguns como a radicalização do punk. As bandas de Hardcore tem forte engajamento em causas sociais e políticas, com essa influência se refletindo em suas letras.

Hard Rock – Meio termo entre o rock e o Heavy Metal, surgido na década de 80. Apesar de já possuir um pouco da estrutura do Heavy Metal, como as guitarras elétricas e os efeitos usados nelas, sua base ainda é o rock feito na época de seu surgimento.

Heavy Metal – Apesar de alguns considerarem o Heavy Metal como um subgênero do rock, acredito que este já possa ser enxergado como um estilo a parte, dado o grande número de subdivisões e sua grande diferença de sua raiz do rock. O Heavy Metal é a medida extrema do rock em termos de teatralidade, machismo e volume. É um estilo que só poderia surgir após a segunda metade do século XX, já que sua base de sustentação é a guitarra elétrica e os efeitos de distorção.

Heavy Metal Melódico – Uma variação do Heavy Metal com valorização de temas instrumentais mais bem trabalhados, não raramente com influência de música erudita. É marcado por seus vocalistas com tons de voz bastante agudos e instrumentistas virtuosos.

Hip Hop – Nascido no final da década de 80 nos bairros negros norte-americanos, é composto por três elementos: Grafite – a parte gráfica, a valorização artística das pichações urbanas; Rap – música da cultura Hip Hop (explicado abaixo) e *Break* – dança associada ao Rap, que se baseia em movimentos acrobáticos e inesperados.

Indie Rock – O termo Indie vem de “Independent”, e era aplicado para qualquer artista que gravasse independente dos esquemas de gravadora, independente do estilo. Musicalmente falando, o que é

chamado de Indie Rock hoje era conhecido até o meio dos anos 90 como College Rock. É um desdobramento do Pós-Punk surgido na segunda metade dos anos 80, combinando aspectos de suas duas correntes. Surgido e fortemente executado nas universidades americanas, é tido como possuidor de uma temática mais adulta. Também é conhecido como Rock Alternativo.

Jazz – Gênero musical do início do século XX, por muitos considerado “a música clássica americana”, dado o seu grau de complexidade harmônica e rítmica. É tido como o gênero mais aberto a improvisações, com valorização da parte instrumental e de grandes solistas.

Psicodelia – Também conhecido como Rock psicodélico, a Psicodelia diz mais sobre o contexto de uso de drogas alucinógenas, ao qual muitas bandas estava submetido na década de 60, do que a um estilo musical. Em termos estéticos, podemos defini-lo como a música folk combinada com rock dos anos 60 em um estágio pré-Rock Progressivo, mas já abusando de temas longos, com efeitos de guitarra etéreos e improvisação.

Pós-Punk – Pós-Punk é o termo usado para definir a conjuntura musical do início da década de 80. Estilisticamente, pode se dividir o Pós-Punk em duas vertentes: o New Wave, com uma valorização à leveza do rock, uso de sintetizadores e grande influência da Discotheque dos anos 70; e o Rock Gótico, com seu clima mais sombrio com ênfase em instrumentais etéreos e letras de forte carga lírica.

Punk Rock – Para alguns estudiosos, o Punk Rock seria a resposta dos roqueiros clássicos ao excesso de sofisticação atingido pelo Rock Progressivo na segunda metade dos anos 70. Rápido, simples e agressivo, o punk rock gerou toda uma revolução comportamental, com o surgimento da tribo punk com sua moda peculiar. Acabou se desdobrando em vários estilos, como o Hardcore.

Rap – Parte musical da cultura Hip Hop (que ainda engloba o grafite e o *break*). É caracterizado por um canto quase falado sobre uma base melódica – pré gravada ou executada ao vivo. A palavra é uma sigla para Rythm and Poetry (Ritmo e poesia).

Rhythm and blues – Desdobramento mais elaborado do Blues, como uma resposta urbana ao blues original (posteriormente chamado de Blues Rural).

Rockabilly – Uma das formas mais primitivas de rock, surgida nos anos 50. Suas bandas se utilizavam de uma formação com uma guitarra semi-acústica, um contrabaixo clássico e uma bateria de três peças. Musicalmente simples, mas com um vigor sem precedentes, que escandalizou a sociedade da época. Pode ser considerado a raiz do rock clássico.

Rock Progressivo – Surgido da tentativa de se elevar a credibilidade artística do rock, o conceito básico do Rock Progressivo (ou simplesmente Prog) é o de que a música vá evoluindo, numa progressão melódica onde o instrumental deve ter um papel na construção da mensagem tanto quanto as letras.

Rock Rural – Gênero surgido no Brasil, tem como paralelo estrangeiro o folk rock. Letras simples falando do cotidiano, instrumentais desplugados e influências dos ritmos regionais brasileiros são as principais marcas deste estilo surgido nos anos 70.

Rock Wear – Parte de moda inspirada nos diversos estilos de rock. A Rock Wear clássica abusa do uso de couro, jeans e elementos metálicos na composição das roupas. Camisas com logomarcas de bandas também são tidas como Rock Wear.

Samba Rock – Genuinamente brasileiro, o Samba Rock surgiu no final dos anos sessenta se utilizando de instrumentos do samba (percussão, violão acústico) para fazer uma música mais simples e dançantes,

voltada para jovens. Aos poucos, o violão foi dando lugar para a guitarra elétrica com pouco ou nenhum efeito.

Surf Rock – Um dos estilos mais populares do rock no início dos anos 60. Com instrumentais simples e efeitos de guitarra que davam uma impressão de uma música fluida como as ondas, e letras que sempre transitavam pelo cotidiano e pelos sonhos dos surfistas.

Thrash Metal – O Thrash Metal surgiu no *underground* do Heavy Metal dos anos 80. Com uma ampliação da importância da bateria, se aproximando às guitarras-base, o gênero atinge graus não antes conhecidos em termos de agressividade no som. Os vocais, tipicamente guturais, mal se distinguem da massa sonora, sendo quase somente um elemento para se ampliar o barulho. Adapta elementos e a simplicidade do Punk rock (porém com um andamento muito acelerado) à estética do Heavy Metal.