

UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ
COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

**A IMPRENSA MUSICAL NO BRASIL
E A REVISTA ROLLING STONE**

JORGE WAGNER MELLO DE ANDRADE

**Monografia apresentada como exigência parcial
para a obtenção do grau de bacharel em jornalismo,
no curso de Comunicação Social da Universidade
Estácio de Sá**

Orientadora: Prof. Andréa Estevão.

Rio de Janeiro, Julho de 2007

UNIVERSIDADE ESTACIO DE SA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
JORNALISMO

A IMPRENSA MUSICAL NO BRASIL E A REVISTA ROLLING STONE.

JORGE WAGNER MELLO DE ANDRADE

Monografia de conclusão de curso apresentada na Escola de Comunicação da Universidade Estácio de Sá como requisito parcial para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Andréa Estevão

Rio de Janeiro

2007

A IMPRENSA MUSICAL NO BRASIL
E A REVISTA ROLLING STONE

por

Jorge Wagner Mello de Andrade

Monografia apresentada à Universidade Estácio de Sá, submetida à aprovação da Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Andréa Estevão - Orientadora

Prof. Marcos Francisco Pedrosa Sá Freire de Souza

Prof. Fernando Gerheim

RIO DE JANEIRO

2007

Para você, que esteve perto quando precisei. Para você, que me impediu de enlouquecer.

AGRADECIMENTOS:

A Deus, por me permitir vencer mais esta etapa.

À minha orientadora, Prof. Andréa Estevão, pela paciência e dedicação para com esta pesquisa.

Aos professores dos quais tive o privilégio de ter sido aluno na Universidade Estácio de Sá: Roberto Machado, Marco Aurélio Reis, Eliana Monteiro, André Balocco e tantos outros.

Ao amigo Ricardo Schott, pelas dicas e sugestões.

À Luana Nogueira Tavares, por tudo.

Aos membros da Banca Examinadora, professor Marcos Pedrosa e professor Fernando Gerheim.

À minha família.

“Eu acho que a música não é *uma* das artes. A música é a *maneira* de você ver o mundo, de você abordá-lo. É a única maneira que eu entendo, e isso diz respeito a toda uma fase de descobertas minhas.”

Hélio Oiticica

RESUMO

O presente trabalho nasceu da inocente pretensão de se traçar um panorama da história da imprensa musical no Brasil ao longo dos anos. Percebendo, logo de início, que tal tarefa estaria além de nosso alcance, dadas as limitações de espaço e de tempo, decidimos por nos limitar ao âmbito das revistas, em especial à *Rolling Stone Brasil*, e na relação que se estabelece entre cenário cultural e mercado editorial. Passando antes pela fase em que as revistas de música no Brasil praticamente limitavam-se a contar detalhes das vidas pessoais dos artistas e em seguida pela história do movimento tropicalista, voltamos nossa atenção para a *Rolling Stone* nacional, apontando o Tropicalismo e o impacto causado pelo mesmo sobre a imprensa alternativa como fatores responsáveis pelo surgimento da primeira versão dessa publicação, em 1972, e demonstrando, através da análise das primeiras edições da atual versão da revista, como mudanças culturais resultam em modificações no mercado editorial. Uma vez concluída esta pesquisa, e cumpridas todas as obrigações formais, o trabalho será calmamente relido, revisto, modificado conforme o necessário e acrescido de novas informações que, pelas mesmas razões expostas acima (limitações de espaço e de tempo), tenham ficado de fora.

SUMÁRIO:

1. Introdução.....	09
2. “Pré-História” da Imprensa Musical Nacional.....	11
2.1– Constituição da cultura jovem e o Tropicalismo.....	14
2.2 – Surgem as principais revistas.....	19
2.3 – O Tropicalismo e seus Desdobramentos.....	25
3. Considerações sobre Revista e Cultura.....	34
3.1 – Os tipos de revista.....	39
3.2 – Considerações sobre Imprensa Musical, juventude e revista <i>Rolling Stone</i>	42
4. Análise.....	46
4.1 – Quanto ao Tipo de Publicação.....	47
4.2 – Capas, Pautas e Seções.....	49
5. Considerações Finais.....	51
6. Obras Consultadas.....	53

1 – INTRODUÇÃO

Os anos 2000 foram marcados pelo uso constante da palavra “*revival*”. Nunca se olhou tanto para o passado, nunca se falou tanto essa palavra quanto ao longo da última década. No mundo da moda, tornou-se hábito visitar o armário da mamãe, frequentar brechós e buscar, em roupas e acessórios antigos, inspirações para as novidades. No cinema, depois do sucesso do premiado *Moulin Rouge*, de 2001, os grandes musicais, que tiveram seu auge na década de 1960, voltaram à cena em filmes como *Chicago*, de 2002, e *Dreamgirls*, de 2006. Na música, o lançamento, em 2001, do álbum de estréia da banda nova-iorquina The Strokes, *Is This It?* – que emulava bandas como Television e Velvet Underground – preparou terreno para o sucesso de Franz Ferdinand, The Killers, Interpol e uma infinidade de outras bandas que, em maior ou menor grau, voltam a atenção e buscam suas influências nas décadas como as de 1970 e 1980, como se nada mais importasse.

Como era de se esperar, a onda dos *revivals* chegou também ao mercado editorial. Em setembro de 2005, a revista *Bizz*, criada pela *Editora Abril* em 1985 – refletindo toda a agitação do rock nacional da época –, voltou às bancas de jornal após quatro anos de hiato. Em outubro de 2006 foi a vez de outra publicação extinta, essa há mais de trinta anos, a *Rolling Stone Brasil*, se arriscar a retornar.

Este trabalho nasceu sob a pretensão de traçar um panorama da imprensa musical no Brasil ao longo dos anos. Claro, como percebemos de imediato, tratava-se de uma ambição além de nosso alcance. Nos limitamos portanto ao universo das revistas, em especial àquelas voltadas para o público jovem, e foi assim que chegamos às seguintes questões: qual teria sido a primeira publicação com essa característica? Sob qual cenário e influenciada por quais circunstâncias ela se originou?

Foi assim que chegamos à primeira versão da *Rolling Stone Brasil*, lançada em 1972, e na importância do Tropicalismo para a aceitação do rock internacional e do que veio a se tornar o rock nacional, tanto pela imprensa, quanto pelo público. Mas ao invés de nos atermos a analisar o passado, preferimos levar em conta quais os fatores em comum entre o momento de origem da primeira versão da *Rolling Stone* brasileira e o presente, quando a revista se aventura novamente no mercado editorial nacional, o que nos levou,

finalmente, ao tema de nossa pesquisa: a relação entre cultura e imprensa musical de revista no Brasil.

Abrimos o trabalho contextualizando algumas experiências de jornalismo musical no Brasil ainda na primeira metade do século XX. Para isso, nos valemos, entre sites e reportagens, do trabalho de Doris Fagundes Hausen, intitulado “*Revista do Rádio (Brasil) e Radiolandia (Argentina) na década de 50: um estudo comparado através de seus editoriais*”. O tópico seguinte procura traçar um paralelo entre o surgimento do conceito de jovem e sobre a importância do movimento tropicalista para que o mesmo se instaurasse no Brasil, e teve como base textos de Beatriz Sarlo, Caetano Veloso, Luiz Fernando Rabello Borges, José Ramos Tinhorão, Heloísa Buarque de Hollanda e outros.

No terceiro tópico do capítulo 2, traçamos um breve histórico de três revistas voltadas para o público juvenil e ligadas à imprensa musical – a saber: *Rolling Stone*, *Geração Pop* e *Bizz* – além de citarmos algumas outras experiências na área, ao longo dos últimos quase quarenta anos, nos valendo, principalmente, do trabalho de , Luiz Fernando Rabello Borges.

Ainda no segundo capítulo, no tópico intitulado “Tropicalismo e seus Desdobramentos” – utilizando os livros “*A divina comédia dos Mutantes*” e “*Tropicália: A história de uma revolução musical*”, ambos de Carlos Calado –, nos dedicamos à história do movimento baiano e ao impacto do mesmo sobre o público, a imprensa e a produção musical nacional que o sucedeu.

O capítulo 3 trata de discussões em torno das revistas, suas características, seus tipos, até, finalmente, chegar à imprensa musical e à reedição da revista *Rolling Stone*. Nesse ponto, foram de suma importância, entre outros, os livros “*Ideologia e Técnica da Notícia*”, “*Jornalismo de Revista*” e “*Jornalismo Cultural*”, respectivamente de Nilson Lage, Marília Scalzo e Daniel Piza.

Resta portanto ao capítulo 4 as discussões da parte de análise, na qual voltamos nossa atenção aos seis primeiros números da atual *Rolling Stone Brasil*.

2.1 – “Pré-História” da Imprensa Musical Nacional

O fortalecimento da imprensa musical no Brasil está intimamente relacionada ao aumento de público interessado na cobertura voltada para um segmento específico da produção musical (seja o jazz, o rock etc.). Por essa razão, a primeira publicação “de peso”, capaz de servir de estopim para uma série de novos títulos similares por essas bandas do Atlântico, voltada especificamente para a imprensa musical (específica, mas não unicamente, lembrando que outros temas ligados à cultura e política, por vezes também ocupavam as páginas dessas revistas) e mais diretamente para a cobertura de rock (com espaço para música popular brasileira), a *Rolling Stone Brasil*, surge somente em 1972. Ainda assim, é válido lembrarmos que escrever sobre música já não era algo tão novo no país. Entre outras, experiências como a *Revista do Rádio* e a *Revista da Música Popular*, por exemplo, merecem ser consideradas.

A *Revista do Rádio*, de propriedade de Anselmo Domingos, teve sua estréia em fevereiro de 1948. Inicialmente uma publicação mensal, em pouco tempo passou à semanal, chegando assim a lançar 1073 números antes de encerrar suas atividades, em 1970 (pouco após tentar um último recurso de sobrevivência, mudando o título para *Revista do Rádio & TV*, abrangendo também a então nova mídia). Sua relevância se dá não tanto por pioneirismo (desde a década da 1930, publicações como *A Voz do Rádio*, a *Cine-Rádio-Jornal* e o *Guia Azul* já dedicavam suas páginas às informações relacionadas ao veículo), mas por sua longevidade, já que nenhuma de suas similares durou tanto tempo. Apesar de noticiar fatos recentes ligados ao trabalho dos artistas, o conteúdo da *Revista do Rádio*, assim como de suas antecessoras e concorrentes (e não muito diferente de revistas contemporâneas como a *Revista da FM O DIA*), priorizava a intimidade dos ídolos populares¹, em seções como *Mexericos da Candinha*, *Buraco da fechadura*, de Amauri Vieira, *A vida de Emilinha*, *24 horas na vida do seu ídolo* e outras.

Lançada pelo jornalista Lúcio Rangel em 1954, a *Revista da Música Popular* trazia as seguintes palavras no editorial de seu primeiro número:

¹ HAUSEN, Doris Fagundes. *Revista do Rádio (Brasil) e Radiolandia (Argentina) na década de 50: um estudo comparado através de seus editoriais*. S.d.

(...) Aqui estamos com a firme intenção de exaltar essa maravilhosa música que é a popular brasileira. Estudando-a sob todos os seus variados aspectos, focalizamos seus grandes criadores e cremos estar fazendo um serviço meritório. Os melhores especialistas no assunto estarão presentes, desde este número inaugural, nas páginas que se seguem.²

Antes de encerrar suas publicações – o que aconteceu após a décima quarta edição em setembro de 1956 por razões desconhecidas³ – a revista, que, entre outros, contava com a participação de intelectuais como Manuel Bandeira, Mário de Andrade, Millôr Fernandes e Rubem Braga e *experts* em MPB como Ary Barroso, Irineu Garcia e Sérgio Porto, abriu espaço não apenas para textos e entrevistas com músicos ligados à música popular brasileira de então, mas também para o jazz.

Por seu time de profissionais e sua brevidade, os 14 números da *Revista da Música Popular* ganharam status de item de colecionador, raridade disputada em lojas e sites especializados⁴.

Sob influência da nova onda do samba *jazzístico* (através do advento da **Bossa Nova** na década de 1950) e, de certa forma, apoiados no surgimento e no sucesso de toda a nova geração de artistas da **Jovem Guarda**, a segunda metade da década de 1960 revelou para o Brasil uma leva de artistas (entre poetas, pintores, músicos – que são os que mais nos interessam aqui – e outros) de maioria nordestina que foram identificados como parte de um movimento batizado pelo artista plástico Hélio Oiticica como **Tropicália**⁵ (e que se tornou mais conhecido como **Tropicalismo**⁶). Entre outros, faziam parte da Tropicália músicos como Caetano Veloso, Maria Bethânia, Gal Costa, Tom Zé, Os Mutantes e Gilberto Gil.

² RANGEL, Lúcio. *Revista de Música Popular*, nº 01. set./1954.

³ Um dos motivos mais prováveis teria sido falta de dinheiro, segundo o jornalista Sérgio Augusto em “Páginas de respeito à música popular”, O Estado de S. Paulo, 16 Dez. 2006.

⁴ Com base nisso, a editora Bem-Te-Vi, em parceria com a Funarte, lançou em dezembro de 2006 uma edição encadernada com os 14 números publicados em um volume único, sob o título de *Coleção Revista da Música Popular*. Rio de Janeiro: Bem-Te-Vi, 2006.

⁵ VELOSO, Caetano. *Verdade Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, pg.17.

⁶ Não temos nesta pesquisa preferência por nenhuma das nomenclaturas em especial. Ao longo do trabalho o movimento poderá aparecer, com a mesma frequência, sob os nomes de Tropicália, Tropicalismo ou ainda movimento tropicalista.

Importante para que possamos compreender como ocorre o surgimento de novas revistas musicais, dessa vez voltadas para o público jovem, a própria idéia do jovem como conceito (que surgiu nos Estados Unidos em meados da década de 1950), assim como o papel que o Tropicalismo (com sua proximidade dos movimentos de contracultura que eclodiam em todo o mundo em fins da década de 1960) desempenhou na afirmação de uma juventude brasileira são assuntos para o próximo tópico.

2.2 – Constituição da cultura jovem e o Tropicalismo

Antes de citar o fortalecimento da imprensa musical especializada, através de revistas como a primeira versão da *Rolling Stone Brasil* e da *Pop* (e as demais que as sucederam), consideradas voltadas para o público jovem, é necessário que entremos nas questões: quem seria afinal o tal “público jovem”? Quando e sob qual cenário ele surge? Qual seria o seu diferencial em relação a possíveis outros públicos?

Segundo Beatriz Sarlo, o conceito de juventude se desprende da questão da idade, estando mais ligado a “uma estética da vida cotidiana”⁷. Para explicar o desenvolvimento histórico desse conceito, Luís Fernando Rabello Borges escreve:

A partir dos anos 50, a indústria do entretenimento percebeu no público jovem uma faixa (etária) potencialmente inclinada para a absorção de produtos lançados no mercado por força da cultura de consumo que então definitivamente se instaurava. Lançando mão de um desejo ainda mais agudo de vinculação identitária por parte dos filhos das classes urbanas mais favorecidas, cujo período de dependência dos pais se estendia em função também da necessidade de mais longos tempos dedicados à educação formal, a indústria começou a se voltar mais diretamente para o jovem, buscando, assim, conceber e lançar no mercado produtos que pretensamente alcançassem identificação com os anseios desse público – e que igualmente produzissem outros anseios no mesmo, o que levaria à necessidade de criação de novos produtos, que por sua vez trariam novas necessidades de consumo, e assim por diante.⁸

Borges se baseia em Edgar Morin para prosseguir, dizendo que “a intensidade com que o jovem passou a ser tido como público-alvo pela indústria do entretenimento – resultando no surgimento de um ‘conceito de jovem’ – se deve ao fato de alguns dos temas mais recorrentes na cultura de massa (como o amor, a felicidade, os valores privados e o individualismo) provocarem inquietações especialmente na fase da vida correspondente à juventude”⁹, e segue defendendo que há uma relação de troca entre a juventude e cultura de massa, a medida que a juventude, ao ser influenciada pela indústria, fornece novos dados

⁷ SARLO, Beatriz. *Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997, pg. 36.

⁸ BORGES, Luiz Fernando Rabello. *O Processo Inicial de Formulação de Produtos de Mídia Impressa Brasileira Voltados ao Público Jovem – Um Estudo de Caso da Revista Pop*, p.23

⁹ idem, p.25

sobre qual caminho seguir e que novos tipos de produtos e informação produzir, uma atuando sobre a outra. Nas palavras do próprio Morin, “a juventude experimenta de modo mais intenso o apelo da modernidade e orienta a cultura de massa nesse sentido”¹⁰.

A figura desse novo perfil de comprador – o jovem –, consumidor em potencial digno de tratamento diferenciado das demais faixas etárias, começa a se definir na Europa e principalmente nos Estados Unidos, nos anos seguintes à Segunda Guerra Mundial¹¹. Mas é importante lembrarmos que somente após 1955, através do cinema (com o lançamento de filmes como *Juventude Transviada* e *O Selvagem*, que tinham como personagens principais jovens rebeldes e contestadores, simbolizando assim o conceito de juventude tido como verdade pela indústria cultural) e da música (com o advento do rock e ascensão de novos ídolos juvenis como Elvis Presley e Jerry Lee Lewis, por exemplo, que, numa boa jogada de marketing, estendiam suas atividades artísticas aos cinemas, atuando em filmes feitos especialmente para eles, como no caso de *Love Me Tender* e *Loving You* – com Elvis – e *No Balanço das Horas* – com Jerry Lee Lewis) tal conceito passa a ser visivelmente identificável na juventude de então, e exportado para todos os cantos do mundo.

Apesar dessa idéia de juventude comercialmente instaurada, fixada através do cinema e da música americana em meados da década de 1950, este trabalho defende a tese de que, no Brasil, o “novo jovem” passa a existir somente na segunda metade da década de 1960. Não queremos porém negar a influência que a música e a imagem da juventude estadunidense exerceu sobre música e a imagem dos jovens no Brasil. Basta lembramos, por exemplo que, no primeiro caso, versões em português para sucessos estrangeiros não eram novidade em terras tupiniquins (o rock, em particular, tornou-se bem popular no Brasil através de regravações como *Estúpido Cupido*, versão em português para *Stupid Cupid*, na voz de Cely Campelo, em 1959), e que, mesmo em cidades afastadas do eixo Rio/São Paulo, como a pequena cidade de Santo Amaro, na Bahia, “rapazes de jeans e botas, moças de rabo-de-cavalo e chiclete na boca eram tipos conhecidos nossos”¹²,

¹⁰ MORIN *apud* Borges. *O Processo Inicial de Formulação de Produtos de Mídia Impressa Brasileira Voltados ao Público Jovem – Um Estudo de Caso da Revista Pop*, pg.25

¹¹ TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998, pg.332.

¹² VELOSO, Caetano. *Verdade Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, pg.23.

conforme rememora Caetano Veloso. A questão é que, acreditamos, tal influência não se apresentava como sinal de renovação, ou, mais uma vez nas palavras de Caetano:

Aquilo era mais como que uma tendência que se manifestava de forma muitas vezes acanhada (...) [e que] naqueles garotos parecia tão obviamente inautêntico. (...) o que se criticava nesses garotos era a inautenticidade psicológica visível em seus esforços de copiar um estilo que os deslumbrava mas cujo desenvolvimento eles não sabiam como acompanhar.¹³

O conceito de juventude tido como verdadeiro pela indústria do entretenimento e que culturalmente fazia sentido nos Estados Unidos da década de 1950 (de filmes como *Juventude Transviada* e astros do cinema como James Dean, e da música, como Elvis Presley), sem um contexto para que fosse incorporado aos jovens brasileiros, trazia a impressão de que estes, por sua vez, “atuavam como canastrões”¹⁴.

Inicialmente alheios à influência do “novo jovem” norte-americano, e “arrebataados”¹⁵ antes pela sonoridade de *Chega de Saudade*, primeiro disco de João Gilberto (que, segundo Caetano acabou por levá-los a “rever o nosso gosto, o nosso acervo e – o que é mais importante – as nossas possibilidades”), e, em seguida, por demais nomes da bossa nova, uma geração de novos artistas – como Maria Bethânia, Gal Costa, Gilberto Gil, o já citado Caetano Veloso, Tom Zé e outros, para nos restringirmos apenas aos músicos – pouco a pouco surgia e crescia no nordeste brasileiro. Ao tomar para si novas influências como o Cinema Novo¹⁶, a poesia concreta e mesmo o rock (Gilberto Gil encantou-se com os Beatles através de um compacto com as músicas *Strawberry Fields Forever* e *Penny Lane*, ficando “realmente impressionado”¹⁷ ao ouvir, na íntegra, *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band*, o então lançamento do grupo), e ao agregar artistas de outras regiões e com outras formações (como o maestro carioca de formação erudita Rogério Duprat, que, por sua vez, foi responsável pela aproximação do então trio paulistano

¹³ idem.

¹⁴ VELOSO, Caetano. *Verdade Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, pg.23.

¹⁵ idem, pg.35.

¹⁶ idem, pg.99.

¹⁷ CALADO, Carlos. *A divina comédia dos Mutantes*. São Paulo: Editora 34. 1995, pg. 95.

Os Mutantes, com formação roqueira¹⁸, de Gilberto Gil, com quem vieram a gravar), o grupo cresceu, tomou ares de movimento e veio a ser conhecido como Tropicália.

A importância histórica do movimento é tratada por Heloísa Buarque de Hollanda, que afirma:

Desconfiando dos mitos nacionalistas e do discurso militante do populismo, percebendo os impasses do processo cultural brasileiro e recebendo informações dos movimentos culturais e políticos da juventude que explodiam nos EUA e na Europa – os hippies, o cinema de Godard, os Beatles, a canção de Bob Dylan –, esse grupo passa a desempenhar um papel fundamental não só para a música popular, mas também para toda a produção cultural da época, com conseqüências que vêm até os nossos dias.¹⁹

Segundo Marcos Napolitano e Mariana Martins Vilaça, “o Tropicalismo acabou consagrado como ponto de clivagem ou ruptura, em diversos níveis: comportamental, político-ideológico, estético”²⁰. Dessa forma, pode ser:

Ora apresentado como a face brasileira da contracultura, ora apresentado como o ponto de convergência das vanguardas artísticas mais radicais (como a Antropofagia modernista dos anos 20 e a Poesia Concreta dos anos 50, passando pelos procedimentos musicais da Bossa Nova)²¹

Ainda que a maioria dos artistas ligados à Tropicália tenham sido tachados de “alienados” – dado ao afastamento que preferiam manter em relação às questões políticas – a idéia de contestação dos padrões artísticos utilizados até então (a capacidade que os acompanhava de unir conceitos nacionais e internacionais, de “eletrificar o samba” – O jornalista Marcelo Costa, ao analisar o disco *Bringing It All Back Home*, lançado em 1965 por Bob Dylan, afirma: “Ao eletrificar o folk, Dylan não estava apenas comprando uma briga ferrenha com seu público pseudo-intelectual (que o queria amarrado eternamente a um estilo) como também abria caminho para influenciar gerações e gerações, com

¹⁸ idem, pg. 94.

¹⁹ HOLLANDA, Heloisa Buarque de. *Impressões de viagem: CPC, vanguarda e desbunde: 1960/70*. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora. 2004, pg. 61.

²⁰ NAPOLITANO, Marcos e VILAÇA, Mariana Martins. “Tropicalismo: As Relíquias do Brasil em Debate”. São Paulo, 1998. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01881998000100003. Acessado em 12/Abril/2007.

estilhaços pingando até no Brasil, através da Tropicália (que era algo mais do que eletrificar o samba, mas havia ali um estilhaço deste álbum de Bob Dylan)”²² – e de aproximar o tradicional e o moderno) livraram o jovem brasileiro do ranço, do “ar de canastrice” e do reacionarismo que a simples imitação do já não tão novo jovem norte-americano – através da já citada importação de sua forma de se vestir e das versões e plágios para suas músicas – lhes emprestava.

É interessante observamos, portanto, que a “renovação” possibilitada pelo movimento tropicalista segue em diversas direções, seja trazendo novos elementos (como guitarras elétricas, orquestrações à Beatles etc.) para a música popular brasileira de então, seja contextualizando o conceito de jovem no país, ou ainda, a partir dos debates sobre os mitos nacionalistas, abrindo espaço na imprensa brasileira para a música popular (por ocasião, o rock) produzida em outros países. Como veremos um pouco mais adiante, essas questões teriam um importante papel para que, no começo da década de 1970, surgissem no Brasil as primeiras revistas especializadas na cobertura musical semelhantes às que já existiam, desde meados de 1960, nos Estados Unidos e na Europa.

²¹ Idem.

²² COSTA, Marcelo. “Os Dez Álbuns Mais Influentes de Todos os Tempos”. Revolution. Disponível em http://z001.ig.com.br/ig/18/46/935086/blig/revolution/2006_53.html. 28 de dezembro de 2006. Acessado em 06/Abril/2007.

2.3. Surgem as principais revistas

É correto afirmarmos que as publicações ligadas à cobertura musical surgem sempre relacionadas a determinados períodos, determinados movimentos musicais de vanguarda, por exemplo, que geram no público curiosidades específicas. Mais do que informações simples ligadas exclusivamente à produção musical do artista – como qual o nome de tal música, qual o nome do disco em que ela se encontra etc. –, o público almeja, entre outras coisas, saber particularidades da vida pessoal de seus ídolos, busca alinhar pensamentos políticos com os mesmos, enfim, busca informações que o possibilite sentir-se “mais próximo” do artista que o agrada. É essa busca por “aproximação” que faz surgir, no auge da chamada *Era do Rádio*, nos anos de 1940, conforme vimos no tópico intitulado “*Pré-História*” da *Imprensa Musical Nacional*, experiências como a *Revista do Rádio*. É pela mesma razão que, a partir da segunda metade da década de 1950, quando a música passa a ser explorada, em maior escala, como produto de consumo, com os músicos passando a, inclusive, ganhar papéis em filmes (entre outras estratégias de marketing que ajudaram a fortalecer a figura do ídolo pop), as “revistas de fã” ganham maior importância. Da mesma forma, quando boa parte dos grupos e artistas passam, a partir da segunda metade da década de 1960, a se associar, direta ou indiretamente, com os movimentos de contracultura de então – que, num primeiro momento, suscitavam discussões políticas (como o posicionamento contra a Guerra do Vietnã, por exemplo) e repensavam a real importância dos valores consumistas do modelo de vida norte-americano –, é justamente nesse momento que surgem revistas que passam a levar para suas páginas, além da cobertura musical “séria”, discussões de cunho político-cultural.

Assim sendo, somente após a abertura para a música internacional possibilitada pelo movimento tropicalista – questão que abordaremos com maior profundidade um pouco mais adiante – o país se torna propício a abrigar publicações que viessem suprir as curiosidades geradas, no público, em torno dessa produção musical internacional.

Curiosamente, a primeira revista musical voltada para o público jovem no Brasil seria uma versão nacional para a *Rolling Stone*²³, uma das primeiras revistas voltadas para

²³ A partir deste ponto a revista *Rolling Stone* poderá ser abreviada como *RS* ou *RSB*, quando se tratar da *Rolling Stone Brasil*.

esse segmento nos Estados Unidos. Portanto, antes de falarmos da *Rolling Stone Brasil*, é necessário explicarmos a origem da versão americana da publicação.

A *RS* norte-americana foi fundada em 1967 pelo jornalista Jann S. Wenner. Aproveitando o momento pelo qual o mundo passava, com a popularização de movimentos de contracultura em todas as partes do globo, Jann criou uma publicação que visava explorar o que até então era tratado de maneira superficial pela imprensa da época. Segundo Giannetti:

[A revista] buscava sintonia com os hábitos e gostos da juventude, o que renderia a exploração de um nicho editorial freqüentemente tratado com condescendência e sem profundidade pela grande imprensa e sem seriedade pelas chamadas “revistas de fãs”, que tratavam apenas de ídolos pop e afins.²⁴

Suas pautas nunca se restringiram exclusivamente à música (apesar deste ter sido sempre o assunto principal). Também abarcavam “política, cinema, televisão, jornalismo, esportes, crimes, seqüestros, astronautas, gurus, groupies, hippies, drogas, prostitutas, academias e todas as formas de comportamento social americano”²⁵, nas palavras do próprio Jann Wenner.

A fórmula funcionou de tal forma que, em pouco tempo, a revista ganhou diversas concorrentes e se tornou a publicação mais influente do gênero.

Em novembro de 1971, saía no Brasil a edição número zero da primeira versão nacional da *Rolling Stone*. Mick Killingbeck, um estudioso de física, de origem inglesa, adquiriu os direitos para tentar a aventura por aqui, convidando o já então experiente jornalista Luiz Carlos Maciel (que já havia trabalhado no jornal *O Pasquim* e no fanzine *A Flor do Mal*) para editá-la. Na empreitada estavam envolvidos também os nomes de Ezequiel Neves, Okky de Souza e Ana Maria Bahiana (que tornaram-se também alguns dos principais nomes da imprensa musical brasileira).

A estréia oficial da *RSB* se deu no primeiro dia de fevereiro de 1972. Em alguns meses, porém, a revista deixou de pagar os *royalties* que eram cobrados pela matriz

²⁴ GIANNETTI, Cecília Barboza. *Técnicas Literárias em Jornalismo Cultural*. UFRJ, 2002, pg. 33.

²⁵ WENNER, Jann S. in Revista da MTV, nº61, Junho de 2006, pg. 38.

americana. Na edição de número 34, assim como nos dois últimos e seguintes números, a palavra “Pirata” figurou logo abaixo do logotipo, por sugestão do ilustrador Lapi, indicando que a publicação não era mais subordinada à revista original. Dessa forma, em janeiro de 1973, após 36 edições, a primeira versão da *Rolling Stone Brasil* chegou ao fim.²⁶ (Curiosamente, antes de ir embora do Brasil, Mick Killingbeck chegou a atuar como empresário dos Mutantes²⁷).

Percebendo que havia todo um nicho editorial a ser explorado, a editora *Abril Cultural* (atualmente *Editora Abril*) pôs no mercado, em novembro de 1972, a revista *Pop* (na verdade, até junho de 1975 a revista se chamava *Geração Pop*, segundo as capas. Na parte interna, porém, sempre se referia a si mesma como *Pop*²⁸). A fórmula era basicamente a mesma de sua concorrente, a *RSB*, conforme comprova o editorial de seu primeiro número:

Este é o primeiro número da primeira revista da nossa idade. Feita especialmente para você jovem de quinze a vinte e poucos anos de idade. Com coisas do seu interesse, que, além de informar e divertir, também sejam úteis. Indicações para você comprar as últimas novidades em discos, livros, aparelhos de som e fotografia, máquinas e motocas, roupas incrementadíssimas. Orientação na escolha de uma profissão, reportagens sobre assuntos da atualidade. E muita música, claro. Veja a revista. Depois, escreva para a gente. Nós queremos saber o que você achou.²⁹

Apesar de eventuais mudanças na linha editorial da revista ao longo de seus quase sete anos de existência (a *Pop* durou até agosto de 1979, tendo publicado um total de 82 edições), a revista manteve a preocupação de tratar do máximo de assuntos relacionados à cultura pop, “propondo englobar, em uma única revista, ‘todos’ os temas pretensamente de interesse do público jovem”³⁰. Dessa forma, a importância da *Pop* se dá mais pelo fato da revista se considerar como a “primeira revista brasileira

²⁶ ROCHA, Antônio do Amaral. In *Rolling Stone Brasil*, nº01, Outubro de 2006, pg. 44.

²⁷ CALADO, Carlos. *A divina comédia dos Mutantes*. São Paulo: Editora 34. 1995, pg. 287.

²⁸ BORGES, Luiz Fernando Rabello. *O Processo Inicial de Formulação de Produtos de Mídia Impressa Brasileira Voltados ao Público Jovem – Um Estudo de Caso da Revista Pop*, p.37.

²⁹ *Revista Pop*, nº1, Novembro de 1972, *apud*. BORGES, Luiz Fernando Rabello.

³⁰ BORGES, Luiz Fernando Rabello. *O Processo Inicial de Formulação de Produtos de Mídia Impressa Brasileira Voltados ao Público Jovem – Um Estudo de Caso da Revista Pop*, p.39.

voltada para o *teenager*”³¹, ou, nas palavras da *Editora Abril*, a “única revista brasileira especialmente dirigida à juventude”³² de sua época, que, apesar de tratar majoritariamente sobre música, antecipava-se em lidar com um público-alvo que mais tarde seria almejado por diferentes publicações da editora, das mais diversas (como as femininas *Capricho* e *Atrevida*, por exemplo).

Ainda na década de 1970, entre os anos de 1974 e 1977, a revista/jornal *Rock: A História e a Glória* se destacava por trazer em suas páginas matérias especiais e extensas e detalhadas biografias de artistas que, em meados dos anos de 1970 já podiam ser considerados parte da história do rock³³.

Demorou algum tempo após a última edição da *Pop* para que uma nova revista conseguisse se firmar no mercado editorial brasileiro direcionado especificamente para música e comportamento. Apesar do surgimento de publicações como, por exemplo, a *Roll*, foi somente em agosto de 1985, com o lançamento do primeiro número da revista *Bizz* (também da *Editora Abril*) que o espaço para uma revista que tratasse de cultura pop em geral, com maior enfoque no jornalismo musical, foi preenchido.

Confirmando nossa teoria de que publicações relacionadas à cobertura musical surgem sempre relacionadas a um determinado período de efervescência musical específico, é importante frisarmos que, se por um lado a primeira versão da *Rolling Stone Brasil* surge alguns anos após o tropicalismo ter “aberto caminho” para os movimentos de contracultura e para o rock – a música jovem popular de então –, a *Bizz* nasce em meio a um contexto de efervescência do novo momento do rock brasileiro, embalada pelo surgimento e subsequente sucesso de bandas como Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso, Titãs, Ira!, Biquini Cavado, Capital Inicial (essas quatro últimas, por sinal, foram assunto de matérias presentes no primeiro número da revista) e outras, abrindo espaço, assim como faziam as rádios Fluminense (de Niterói), 97 FM (de Santo André) e Estação Primeira (de Curitiba), para a cena

³¹ MIRA, Maria Celeste. *O Leitor e a Banca de Revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001, p. 154.

³² *apud* Mira, 1997, p.154

³³ BAHIANA, Ana Maria. *Nada será como antes: MPB nos anos 70 – 30 anos depois*. Rio de Janeiro, Editora Senac Rio, 2006, pg. 60.

alternativa, o chamado *underground*³⁴.

Dessa forma, é justamente no período da segunda metade da década de 1980 que a publicação vive sua fase áurea. Já no começo dos anos de 1990, ao se aproximar das tendências comerciais mais óbvias, a publicação entrou em decadência. Passando por diversas mudanças editoriais ao longo dos anos, como a radical troca do nome para *Showbizz* em 1995, a revista consegue chegar até a edição de número 192, lançada em julho de 2001, quando encerra suas atividades.

Da mesma forma como o universo da música parece carecer, durante a segunda metade dos anos de 1990, no Brasil e no mundo, de alguma novidade (salvo raros momentos como o exemplo brasileiro do surgimento do *Manguebeat*³⁵, novamente no nordeste, apontado por alguns como uma cena de herança tropicalista), por alguns anos, novamente, parece faltar no mercado editorial publicações “de peso” dentro do jornalismo musical e de comportamento. Publicações como *Rock Press*, *Rock Brigade*, *Roadie Crew* etc. (muitas delas com visibilidade mínima), além de revistas atreladas à canais de televisão ou emissoras de rádio (caso das revistas *MTV* e *Transamérica*, por exemplo) chegam a preencher parte dessa lacuna, outras se apresentam como estritamente setORIZADAS (caso facilmente percebível na *Roadie Crew*, voltada especificamente para o gênero *heavy metal* e seus desdobramentos). Em setembro de 2005, a *Bizz* (não mais *Showbizz*) retorna às bancas (um retorno esperado, na verdade, já que desde 2004, edições especiais/temáticas da revista eram lançadas esporadicamente). Em outubro de 2006, é a vez da *Rolling Stone Brasil* ganhar sua segunda versão, não mais “pirata”, com metade do conteúdo traduzido da matriz norte-americana e metade produzida por uma redação local (a exemplo das edições publicadas fora dos Estados Unidos, como na Argentina e no Chile). Abrindo bastante espaço para as chamadas bandas *indies*³⁶, ambas as revistas (*Bizz* e *RSB*) são

³⁴ FIGUEIREDO, Alexandre. “A volta por cima”. Observatório da Imprensa. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358JDB003>. Acessado em 25/Mar/2007.

³⁵ Cena composta por bandas de Recife, Pernambuco, de diferentes formações, mas que tinham em comum unirem em suas músicas o rock e o hip hop com referências aos ritmos e costumes regionais. Dentre as bandas que conseguiram maior projeção, destacam-se Chico Science e Nação Zumbi e Mundo Livre S/A.

³⁶ Abreviatura, em inglês, para *independent*. O termo *indie* é usado comumente para definir bandas que não são ligadas às grandes gravadoras e conglomerados de comunicação. Desde o começo da primeira década do século XXI, diversas bandas com essa característica vêm conquistando grandes públicos através do bom uso da Internet. Assim sendo, as “descobertas da grande rede” se tornam pauta comum nas novas versões de *Bizz* e *Rolling Stone*.

bem recebidas pela crítica e pelo público, comprovando que há espaço para demanda por publicações do tipo, que unam o jornalismo musical tratado de forma séria com outros assuntos relacionados à cultura pop e comportamento.

2.4 – Tropicalismo e seus Desdobramentos

Considerado líder do movimento tropicalista, o cantor Caetano Veloso, em entrevista para o sétimo número da *Revista Civilização Brasileira*, em maio de 1966 (dois anos antes da “oficialização” da Tropicália), afirmava crer que o país necessitava retomar a “linha evolutiva da música brasileira”, proposta então há aproximadamente uma década por João Gilberto e seus parceiros bossanovistas³⁷. Antes que possamos portanto entrar na história do Tropicalismo, e entender assim como e sob quais propostas ele se origina, é necessário voltarmos às origens da bossa-nova, sua herança modernista e, enfim, sua influência sobre aquele que se tornaria, apesar de breve, o movimento cultural de maior impacto na sociedade brasileira após a segunda metade do século XX (marcando inclusive o mercado editorial nacional).

Entende-se como bossa nova o gênero musical desenvolvido no Rio de Janeiro, durante os anos de 1950, após o encontro de jovens cariocas de classe média – que, almejando encontrar uma possibilidade de evolução para o samba (considerados por eles como “quadrado”³⁸) e decididos a encontrar uma alternativa para não mais apenas importar a música norte-americana, resolveram “montar no Brasil um novo tipo de samba envolvendo procedimentos da música clássica e do jazz”³⁹ – com o violonista baiano João Gilberto. O encontro da orientação *jazzística* desses jovens cariocas com a maneira peculiar com a qual João Gilberto executava suas canções resultou na criação de um novo e híbrido gênero, chamado por eles de bossa nova. *Chega de Saudade*, disco de João Gilberto lançado em 1958, seria então o primeiro registro em áudio desse novo gênero, considerado por essa razão como o “marco zero” da bossa nova.

A proposta de unir a influência do *jazz* norte-americano com a tradição do samba brasileiro, buscando a novidade através dessa fusão, encontrava paralelos com o trabalho realizado pelo compositor modernista Heitor Villa-Lobos (assumida influência de alguns

³⁷ BARBOSA, Airton Lima (org.). “Que caminho seguir na música popular brasileira?”. In: *Revista Civilização Brasileira* – n. 7. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

³⁸ TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998, pg.312.

³⁹ idem, pg. 310.

bossanovistas como Tom Jobim, Vinicius de Moraes, Baden Powell e Carlos Lyra⁴⁰), que procurava unir em suas composições a música erudita e o folclore nacional, fazendo uma “ponte entre o Brasil folclórico e urbano, entre a música das ruas e a dos salões aristocratas”⁴¹. A idéia de que a influência estrangeira deveria ser “devorada” estava presente no conceito de *antropofagismo* defendido pelo poeta e escritor modernista Oswald de Andrade, que pregava a necessidade da assimilação da cultura estrangeira. Em suas palavras:

[A]limentar-se de tudo o que o estrangeiro traz para o Brasil, sugar-lhe todas as idéias e uni-las às brasileiras, realizando assim uma produção artística e cultural rica, criativa, única e própria.⁴²

A partir da entrada da década de 1960, algumas modificações na estética bossanovista aliadas a acontecimentos no campo político teriam papéis importantes para o surgimento da tropicália, que não tardaria em acontecer.

À medida em que a política desenvolvimentista do governo de Juscelino Kubitschek revelava-se incapaz de absorver em sua economia a quantidade de novos profissionais com formação superior gerada pelas universidades, os estudantes passaram a se organizar politicamente, temendo a frustração profissional e a falta de perspectiva de ascensão. Essa organização possibilita, dentro da União Nacional dos Estudantes, a criação do chamado Centro Popular de Cultural, conhecido como CPC, no ano 1961⁴³. Através da promoção, produção e divulgação de filmes, peças teatrais e discos de música popular, o CPC tinha como meta “transformar o público, o leitor e o ouvinte num sujeito politizado”⁴⁴. No âmbito da música, em particular, a intenção era a de deslocar “o sentido da música popular,

⁴⁰ SOUZA, Tárík de. “A Revolução conceitual do tropicalismo”. *Jornal Musical*. 29 de setembro de 2006. Disponível em <http://www.jornalmusical.com.br/textoDetalhe.asp?iidsecao=5&iidtexto=226&filtro=0&pag=0,226,154,96,10&lk=0>. Acessado em 13/Abril/2007.

⁴¹ Idem.

⁴² MONTEIRO, Carolina. “As várias faces da antropofagia”. *Jornal da USP*. 25 de novembro de 2002. Disponível em <http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2002/jusp625/pag10.htm>. Acessado em 09/Abril/2007.

⁴³ TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998, pg.319.

⁴⁴ RAMOS, Carla Michele. *O papel dos artistas e intelectuais do Centro Popular de Cultura (1961-1964) na construção de uma nova sociedade*. pg. 8. s.d.

dos problemas puramente individuais para um âmbito geral”⁴⁵. A partir desse ponto, artistas como Edu Lobo e Carlos Lyra, influenciados – conscientemente ou não – pelos programas do CPC, passam a modificar a proposta da bossa nova, partindo “da sofisticação e intimismo iniciais a tentativa de abertura em relação às camadas mais amplas”⁴⁶. Após essa proposta, o movimento passa a poder ser dividido em linha original – da primeira leva da bossa nova, com composições que versavam sobre o que Tinhorão chama de “sonho ilusório da conquista lírica de uma boa vida, claramente expressa na temática da flor, amor, céu, azul e mar”⁴⁷, constantemente acusadas de americanizadas e elitistas – e a então nova tendência – que musicalmente buscava referências nas canções regionais, em prol de uma música brasileira “mais pura”, enquanto liricamente levavam a diante a proposta de sair “dos problemas pessoais para os de âmbito geral”, social, exaltando a favela e o sertão, a figura do pescador, do retirante, do morador do morro, do sertanejo, dos “excluídos sociais”⁴⁸ de uma maneira geral. Dessa nova tendência resultaria a canção de protesto, ou canção participante, que contaria com nomes como o de Sérgio Ricardo, Zé Kétti e Geraldo Vandré, além dos já citados Edu Lobo e Carlos Lyra.

A agitação cultural no meio universitário baiano teve suas dívidas com Edgar Santos, reitor da Universidade Federal da Bahia entre os anos de 1946 e 1962.⁴⁹ Edgar, com o pensamento de que a universidade “deveria desempenhar a função de ponta-de-lança da sociedade”⁵⁰, levou para Salvador, principalmente ao longo dos anos de 1950, músicos, arquitetos, coreógrafos, fotógrafos, antropólogos e demais artistas e pensadores que contribuíram com um cenário cultural de vanguarda na Bahia da década de 1960.

Os artistas que fariam parte da tropicália foram inegavelmente impactados por essa efervescência no meio universitário baiano de então. Caetano Veloso, por exemplo, não chegou a ingressar na universidade, mas freqüentava eventos promovidos pela mesma⁵¹. Já

⁴⁵ Texto de apresentação do compacto *O Povo Canta*, com músicas de Carlos Lyra, Billy Blanco, Rafael de Carvalho, Geni Marcondes e Augusto Boal, editado pelo CPC da UNE em 1962.

⁴⁶ TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998, pg. 323.

⁴⁷ *idem* pg.314.

⁴⁸ CONTIER, Arnaldo Daraya. “Edu Lobo e Carlos Lyra: O Nacional e o Popular na Canção de Protesto (Os Anos 60)”, in. *Revista Brasileira de História*, v.18, n.35, São Paulo, 1998. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01881998000100002&lng=es&nrm=isso. Acessado em 19/Abril/2007.

⁴⁹ CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg. 34.

⁵⁰ *Ídem*.

⁵¹ *Ídem*, pg. 35.

Gilberto Gil, em 1961, entrou no então recém-criado curso de Administração de Empresas⁵², enquanto Tom Zé, por sugestão de amigos ligados ao CPC, ingressou na Escola de Música da Universidade da Bahia em 1962⁵³.

Não foi por acaso, portanto, que, em meio a essa agitação cultural, Caetano Veloso e sua irmã Maria Bethânia conheceram e se aproximaram de nomes como os já citados Tom Zé e Gilberto Gil, além de Gal Costa e outros. Uma característica em comum entre todos eles era a fascinação que lhes exercia o primeiro momento da bossa nova, em especial, o trabalho de João Gilberto. Juntos, no ano de 1964, organizam apresentações como *Nós*, *Por Exemplo*, e *Nova Bossa Velha, Velha Bossa Nova*, que respectivamente os apresentavam como artistas interessados em renovar a música popular brasileira⁵⁴ (a tal “retomada da linha evolutiva” sobre a qual Caetano falaria em 1966) e refletir sobre o caráter histórico da bossa nova. É somente após os dois espetáculos que passam a produzir shows individuais.

Em 1966, o 2º Festival da Música Popular Brasileira, promovido pela TV Record, ajudou a estabelecer as carreiras de Gilberto Gil e Caetano Veloso. Embora as canções campeãs tenham sido *A Banda*, de Chico Buarque, e *Disparada*, de Geraldo Vandré e Théo de Barros, *Ensaio Geral*, de Gil, ficou em quinto lugar ao ser interpretada por Elis Regina, enquanto *Um Dia*, na voz de Maria Odete, rendeu a Caetano o prêmio de melhor letrista do festival.

É ainda entre 1966 e 1967 que se dão as viradas necessária para o nascimento do movimento tropicalista. Primeiro foi Caetano, que, por insistência de Maria Bethânia, assistiu o programa *Jovem Guarda*, apresentado pelos cantores Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa, e:

[S]entiu que o impacto poético de Roberto e Erasmo Carlos não se limitava apenas a canções como Quero que Vá Tudo pro Inferno ou Querem Acabar Comigo. O próprio jeito de cantar dos dois parceiros, incluindo o visual pop do programa, trazia uma informação poética bem mais contundente do que a música dos seguidores da bossa nova,

⁵² CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg. 43.

⁵³ Ídem, pg. 40.

⁵⁴ Ídem, pg. 50.

com seus concertos para estudantes universitários, cheios de boas intenções sociais.⁵⁵

Gil, por outro lado, que nessa época estava fascinado pelo compacto *Strawberry Fields Forever*⁵⁶, então recente lançamento dos Beatles, após conversas com o empresário Guilherme Araújo, chegara a conclusão de que a juventude brasileira de então demonstrava mais interesse pelas “novidades da música pop internacional do que em ficar discutindo os possíveis caminhos da MPB politizada”⁵⁷.

É esse o momento chave para a compreensão da proposta tropicalista. Desejando uma maior aproximação com a juventude que consumia música pop internacional, Guilherme Araújo se torna defensor das guitarras elétricas, que já haviam “conquistado” Caetano Veloso por intermédio dos artistas do programa *Jovem Guarda*. Influenciado – ainda que talvez inconscientemente – pela lógica do antropofagismo, Gilberto Gil iria ainda mais longe ao chegar à conclusão de que era preciso “injetar o universalismo e a modernidade da música pop na mais típica música popular brasileira”⁵⁸.

Buscando maior aproximação com o universo da música pop, tanto Caetano quanto Gil recorreram a novas parcerias. O primeiro se uniu ao grupo Beat Boys (banda composta por argentinos radicados em São Paulo) para a finalização de *Alegria, Alegria* – canção em ritmo de marcha-rancho que incluiu guitarra elétrica e bateria em seu arranjo, e cuja letra, pretendendo-se “visual”, se valia de recursos cinematográficos (*Alegria, Alegria* foi definida por Décio Pignatari como uma “letra-câmera-na-mão”⁵⁹). Gilberto Gil, por sua vez, se associou ao jovem grupo paulista Os Mutantes e ao maestro Rogério Duprat para alcançar no arranjo de *Domingo No Parque* – um afoxé de capoeira que também se utilizava de recursos poéticos baseados na linguagem cinematográfica em sua letra – o “toque Beatle” que procurava, com o apoio da formação roqueira do grupo somado à orquestração de Duprat. Inscritas no 3º Festival da Música Popular Brasileira, em outubro de 1967, ambas as músicas alcançaram bons resultados entre o júri: *Alegria, Alegria* ficou em quarto lugar e *Domingo No Parque* em segundo (além de render ao maestro Rogério

⁵⁵ CALADO, Carlos. *A divina comédia dos Mutantes*. São Paulo: Editora 34, 1995, pg. 94.

⁵⁶ Ídem, pg. 95.

⁵⁷ Ídem, pg. 98.

⁵⁸ Ídem, pg.98.

⁵⁹ in CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg. 120.

Duprat o prêmio de melhor arranjo). Parte do público, alegando que aderir ao rock e às guitarras simbolizava se render ante ao imperialismo norte-americano (opinião endossada pelo historiador José Ramos Tinhorão⁶⁰), reagia de forma agressiva, com vaias e ofensas, em relação aos compositores. Para a maioria, porém, a proposta foi aprovada: a música de Caetano tornou-se sucesso nas rádios, e o compacto com *Alegria, Alegria* atingiu a marca de 100 mil cópias vendidas.

O 3º Festival da Música Popular Brasileira pode ser considerado o momento em que os tropicalistas se desvinculam de vez da MPB. O ponto alto do movimento, entretanto, se dá com o lançamento, em julho de 1968, do disco-manifesto *Tropicália ou Panis Et Circenses*, com colaborações de Gilberto Gil, Caetano Veloso, Tom Zé, Nara Leão, Os Mutantes e Gal Costa, com arranjos de Rogério Duprat. No mesmo ano, foram lançados também, com propostas musicais semelhantes, discos individuais de quase todos os artistas envolvidos com o disco-manifesto (exceto Gal Costa, que só lançaria seu primeiro álbum solo em 1969), além de *A Banda Tropicalista* de Rogério Duprat (com Os Mutantes e uma orquestra interpretando canções de Caetano e Gil, além de temas de MPB e música pop). *Tropicália*, nome utilizado para batizar uma das composições presente no primeiro disco solo de Caetano Veloso (curiosamente ausente no disco-manifesto, que leva seu nome), sugerido pelo então fotógrafo e mais tarde produtor de cinema Luís Carlos Barreto⁶¹, foi retirado de uma exposição do artista plástico Hélio Oiticica, que consistia, nas palavras de Barreto, em “um labirinto cheio de plantas e pássaros onde, depois de atravessá-lo, você encontrava uma televisão”⁶².

Uma conversa entre os cineastas Glauber Rocha, Cacá Diegues, Arnaldo Jabor e Gustavo Dahl com o fotógrafo Luís Carlos Barreto e o jornalista Nelson Motta resultou na conclusão de que a renovação musical proposta pelo grupo de maioria baiana, e bem apresentada na canção-manifesto *Tropicália*, assim como a exposição homônima de Hélio Oiticica traçavam paralelos com o filme *Terra em Transe*, de Glauber Rocha, e com a peça *O Rei da Vela*, de autoria de Oswald de Andrade (que estava em temporada aberta durante o verão do início de 1968). Para o grupo, “algo de novo parecia estar ocorrendo na cultura

⁶⁰ TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998, pg. 326.

⁶¹ CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg. 162.

⁶² Ídem

brasileira e, na falta de outro nome, entre risadas e inúmeras rodadas de chope, a coisa foi chamada de Tropicalismo”⁶³.

Nelson Motta contribuiria ainda ao escrever em sua coluna para o jornal carioca *Última Hora*, em fevereiro de 1968, em tom irônico, um suposto manifesto do movimento, intitulado “A Cruzada Tropicalista”⁶⁴, no qual Motta afirmava que um grupo de músicos, intelectuais e cineastas brasileiros haviam fundado um movimento cultural ambicionando alcance internacional⁶⁵. Como efeito, Gilberto Gil e Caetano Veloso, apontados como líderes do Tropicalismo, assim como Os Mutantes, representantes do “frescor” e da juventude por sua ligação com a música pop internacional, passaram a ser convidados para entrevistas e aparições em programas de televisão.

Em seus artigos em defesa do movimento que ajudara a batizar, Motta reconhecia o caráter antropofágico do Tropicalismo e respaldava a posição de que nisso consistia a possibilidade de renovação da música brasileira:

Como gostar de Pierrot Le Fou e não entender Superbacana? Como aplaudir O Rei da Vela e negar Tropicália? Aceitar essas novas experiências não implica em negar Tom, Carlos Lyra, Baden ou Chico Buarque. Pelo contrário, é uma frente aberta pela música brasileira em busca de uma linguagem atual e coerente com a nossa época, buscando uma visão crítica do mundo.⁶⁶

As opiniões sobre o disco-manifesto foram diversas. Contudo, pareceu haver na crítica um consenso de que *Tropicália ou Panis Et Circenses* marcava o início de um novo momento na produção musical nacional. Nelson Motta o considerou “um dos mais importantes lançamentos fonográficos dos últimos anos, pela seriedade de sua proposta, pela extraordinária inventiva, pela abertura de um novo caminho na expressão poético-musical brasileira”⁶⁷. Chico de Assis, que costumava criticar o movimento baiano,

⁶³ CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg. 173.

⁶⁴ MOTTA, Nelson. “A Cruzada Tropicalista”. *Jornal Última Hora*, 05 de fevereiro de 1968.

⁶⁵ HERRERO, Rodrigo. “A Retomada Antropofágica da Tropicália”. *Rabisco*. 25 de julho de 2004. Disponível em <http://www.rabisco.com.br/44/tropicalia.htm>. Acessado em 28/Abril/2007.

⁶⁶ MOTTA, Nelson. “A Edu Lobo”. *Jornal Última Hora*. 02 de fevereiro de 1968.

⁶⁷ CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg. 207.

concordava, considerando que o álbum representava “um avanço efetivo para o disco nacional”, e desafiava: “Se alguém quiser comprar briga, que faça algo melhor”⁶⁸.

No que diz respeito à música, o movimento tropicalista provou que era possível produzir no Brasil algo que soasse jovem e universal. Gostar de Beatles não impedia que alguém gostasse também de João Gilberto. Com o passar dos anos, mesmo após o fim do Tropicalismo (quando Caetano e Gil são detidos e exilados, enquadrados como subversivos pelo Ato Institucional nº5), tanto o público quanto a mídia pareceram entender o recado de que gostar de música pop internacional – e até produzir, no país, algo que soasse mais próximo do que estava sendo produzido lá fora – não implicava, de forma alguma, em “negar Tom, Carlos Lyra, Baden ou Chico Buarque”⁶⁹. Como consequência dessa percepção, tanto o rock internacional como a “música brasileira com guitarras” (das bandas de rock que surgiram nos anos seguintes à Tropicália até à MPB, que não tardou em incorporar os então “malditos” baixos e guitarras em seus arranjos – como podemos perceber na discografia de Elis Regina, por exemplo) passaram a ser tratados com maior seriedade pela imprensa.

É correto afirmarmos que a imprensa alternativa se fortalece nos anos seguintes à Tropicália. Um periódico importante no gênero foi o jornal *O Sol*, no qual trabalhou Dedé Gadelha, então namorada de Caetano Veloso. Apesar de ter circulado apenas entre setembro de 1967 e janeiro de 1968 – período de ebulição do movimento tropicalista, por sinal – o jornal-escola bancado pelo *Jornal dos Sports* que investia em novidades na linguagem jornalística, focava sua linha editorial na crítica e trazia pautas irreverentes e colaborações de pessoas como Nelson Rodrigues, Henfil e do poeta tropicalista Torquato Neto, serviu de inspiração para publicações de maior êxito comercial, como o *Pasquim*, por exemplo.

O *Pasquim* foi fundado em 1968 e se destacou por sua postura radicalmente contra a ditadura militar. No entanto, o periódico nasceu como uma publicação focada em comportamento, o que resultou na criação, em 1969, da coluna *Underground*, feita pelo jornalista Luiz Carlos Maciel. Nessa coluna, Maciel escrevia sobre os diversos movimentos de contracultura ainda em voga pelo mundo, além de experiências que haviam servido de

⁶⁸ CALADO, Carlos. *Tropicália: A história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997, pg.. 207.

⁶⁹ MOTTA, Nelson. “A Cruzada Tropicalista”. *Jornal Última Hora*, 05 de fevereiro de 1968.

base para esses movimentos, como o romantismo, a literatura *beat*, o existencialismo, o marxismo etc., o que acabou lhe rendendo o status de porta-voz da contracultura no Brasil.

Em 1971, Maciel participa também da criação do fanzine *A Flor do Mal*, que radicalizava ainda mais na postura alternativa, trazendo poesias e textos diversos, sempre escritos à mão. Apesar de ter durado apenas cinco números, a publicação chamou a atenção e fez com que Maciel fosse convidado pelo inglês Mick Killingbeck para editar a primeira versão da *Rolling Stone Brasil* – que, curiosamente, trouxe em sua edição piloto, de número zero, uma crítica sobre o show FA-TAL, de Gal Costa, uma poesia de Maciel saudando a volta de Caetano para o Brasil, além de uma entrevista com o próprio Caetano⁷⁰

Como podemos observar, a evolução pela qual passa a imprensa musical no Brasil – das críticas de Nelson Motta para o jornal *Última Hora* (e, posteriormente, para o jornal *O Globo*) aos textos de Luiz Carlos Maciel para a coluna *Underground* e para o fanzine *A Flor do Mal*, até, finalmente, o lançamento da primeira versão da revista *Rolling Stone Brasil*, em 1972 –, possuem relação direta com a “abertura” proporcionada pela Tropicália.

Vale lembrar ainda que, no Brasil, ao longo das décadas, o tropicalismo “abre suas asas” sobre movimentos musicais como, nos anos de 1970, o **Clube da Esquina** – composto compositores mineiros como Beto Guedes, Fernando Brant, Wagner Tiso, Lô Borges, Milton Nascimento e outros, influenciados de igual modo pela MPB e pela música pop internacional –, e, nos anos de 1980, o chamado “rock brasileiro” (rótulo que se tornou popular no ano de 1982, tendo como marco inicial o lançamento do compacto do grupo Blitz que trazia a música *Você Não Soube Me Amar*⁷¹). Mesmo no exterior, especialmente a partir da década de 1990 – com a redescoberta de Tom Zé, “apadrinhado” pelo músico e produtor norte-americano David Byrne, o relançamento de discos do catálogo de artistas tropicalistas, e, mais recentemente, em 2006, a reunião da banda Os Mutantes –, o movimento arrebatou novos fãs, chegando a influenciar músicos como Sean Lennon, Beck, e Devendra Banhart, admiradores declarados dos brasileiros que, há tanto tempo, abriram as portas da música nacional para a universalidade da música pop estrangeira.

⁷⁰ BARROS, Patrícia Marcondes. “A Contracultura na América do Sol: O Underground Brasileiro na perspectiva de Luiz Carlos Maciel”. In: *Memória Viva*. Julho de 2004. Disponível em <http://www.memoriaviva.com.br/maciel.htm>. Acessado em 7/Maio/2007.

⁷¹ VIANNA, Hermano. *O Mistério do Samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1995, pg135.

3 – Considerações sobre Revista e Cultura

Apesar do termo “revista” passar a ser utilizado somente após 1704, data-se do ano de 1663, na Alemanha, a primeira revista de que se tem notícia. Mesmo com tiragens lançadas periodicamente, *Erbauliche Monats-Unterredungen* tinha forma de livro e só é considerada como pioneira das revistas pelo fato de trazer em suas páginas diversos artigos voltados para um único tema – teologia, no caso⁷².

Antes que possamos chegar a parte de análise de nossa pesquisa, é necessário explicarmos quais características configuram uma revista, citarmos algumas das características desse tipo de publicação e as particularidades do gênero jornalístico voltado especificamente para a prática do chamado jornalismo de revista.

Embora as primeiras revistas fossem, no que diz respeito à sua forma, ainda muito parecidas com os livros, uma característica cuidava de diferenciá-las. Segundo Scalzo, desde sua origem, as revistas demonstravam ter como objetivo “destinar-se a públicos específicos e aprofundar os assuntos – mais que os jornais, menos que os livros⁷³”. Logo, a *segmentação* é um dos primeiros aspectos que devem ser levados em conta. Nilson Lage afirma que “qualquer revista é, de certa forma, especializada, uma vez que pretende determinado *público*, formação pré-configurada pelo discurso social⁷⁴”. A segmentação diz respeito, portanto, não apenas à escolha temática da publicação (que pode tratar de decoração, saúde, vinhos, pesca, música, comportamento, etc.), como também à caracterização do público que se pretende atingir – se masculino ou feminino, de qual faixa etária, classe social, grau de instrução, etc.

Outra característica que diferencia as revistas de outras formas de comunicação é a *relação de intimidade* que se cria com o leitor. Não por acaso Juan Caño, vice-presidente da Hachette Filipacchi da Espanha, define “revista” como uma história de amor com o leitor⁷⁵ (permanecendo nas comparações com as relações, Caño, certa vez, negando que o formato revista tenda ao fracasso em meio a Era Digital, declarou que as pessoas são e

⁷² SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 19.

⁷³ Ídem.

⁷⁴ LAGE, Nilson. . *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001, pg. 122.

⁷⁵ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 12.

sempre serão acometidas “pela grande paixão pelas revistas”⁷⁶). Atribuindo essa relação de intimidade ao caráter segmentado dessa forma de publicação, a autora Marília Scalzo exemplifica:

Para ilustrar, podemos lançar mão da seguinte imagem: na televisão, fala-se para um imenso estádio de futebol, onde não se distinguem os rostos na multidão; no jornal, fala-se para um grande teatro, mas ainda não se consegue distinguir quem é quem na platéia; já numa revista semanal de informação, o teatro é menor, a platéia é selecionada, você tem uma idéia melhor do grupo, ainda que não consiga identificar um por um. É na revista segmentada, geralmente mensal, que de fato se conhece cada leitor, sabe-se exatamente com quem se está falando.⁷⁷

Essa proximidade entre publico e publicação, por sua vez, resulta no processo de criação de identificação. Segundo Scalzo, o contato entre editor e leitor estabelece “um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá a sensação de pertencer a um determinado grupo”⁷⁸. A “intimidade com o leitor” devido à segmentação é um ponto importante nesse sentido, uma vez que, quanto mais delimitado for o tema do qual trata a publicação, maior a possibilidade de se atingir grupos específicos de leitores e criar, neles, a identificação. Marília Scalzo afirma, por exemplo, que, entre garotas, “sabe-se que quem lê *Capricho* é diferente de quem não a lê”⁷⁹, uma vez que “o fato de ler a revista transforma as meninas num grupo que tem interesses em comum e que, por isso, comporta-se de determinada forma”⁸⁰. Outro exemplo de como os leitores podem se agrupar em torno de uma publicação pode ser comprovado através das comunidades que levam o nome de determinadas revistas no site de relacionamento *Orkut*, onde os leitores debatem não apenas as matérias publicadas pelas tais revistas, como também diversos outros assuntos de interesse comum ao grupo, ou mesmo antecipem notícias que provavelmente ainda receberão atenção da publicação. É natural, portanto, que uma comunidade como a que leva

⁷⁶ “Revistas liderando a revolução digital”, in. *Em Revista*. 2005. Disponível em <http://www.emrevista.com/edicoes/12/artigo39961-17.asp>. Acessado em 16/Maio/2007.

⁷⁷ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 15.

⁷⁸ Ídem, pg. 12.

⁷⁹ Ídem, pg. 12.

⁸⁰ Ídem, pg. 12.

o nome da revista *Bizz* possa abrigar, por exemplo, debates sobre a escolha da capa do mês, listas do tipo “quais as suas bandas favoritas” ou *links* para álbuns que tenham “vazado” na internet antes de seu lançamento oficial⁸¹.

A possibilidade do leitor transportar uma revista consigo, com facilidade, é outra característica que deve ser levada em conta. A isso, damos o nome de *portabilidade*. O que torna essa característica possível, nada mais é do que o formato das revistas, que mantém dimensões que variam, em média, entre 13,5x19,5cm e 25x30cm⁸² (sendo o formato mais comum – o tamanho das revistas semanais de informação como *Veja* e *Época*, por exemplo – o de 20,2x26,6cm). A portabilidade serve portanto de aliada às características anteriormente citadas: uma vez que leitor se identifica com uma publicação e cria com ela uma relação de intimidade e afeto, nada mais natural do que querer levá-la consigo para outros lugares, ou mesmo guardá-las e colecioná-las⁸³.

Ainda nas características físicas das revistas, é válido citarmos a importância da parte gráfica como atrativo para o leitor. Segundo Lage, “as revistas formam um universo atraente, onde encontramos a fotografia, o *design* e o texto⁸⁴”, e, na tentativa de cativar seu público, fazem-se, em comparação com os jornais, mais *literárias* na forma de tratar o texto e mais *artísticas* quanto à programação visual⁸⁵. O bom uso de fotos (variando em quantidade de acordo com o tema da publicação – uma revista sobre esportes ou sobre música vai requerer necessariamente mais imagens que uma revista sobre literatura, por exemplo), a disposição do texto e mesmo a qualidade da impressão e do papel utilizado na revista servem como atrativos para a “sedução” do leitor.

Há ainda a questão da *periodicidade*. Como as revistas não possuem edições diárias, não podem se limitar a aglomerar e resumir os fatos que aconteceram entre o lançamento de uma edição e outra. Seu objetivo não é portanto o mero relato dos fatos, mas sim o

⁸¹ Em 20 de maio de 2007, por ocasião do lançamento da edição de nº 214, a comunidade citada, em <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=39814>, incluía, entre os mais recentes, um tópico sobre a escolha da capa, um tópico em que os internautas davam dicas de três bandas novas que achavam interessantes e um tópico sobre o disco *Memory Almost Full*, de Paul McCartney, que apesar de ter lançamento previsto para junho, já circulava pela internet em meados do mês de maio.

⁸² SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 40.

⁸³ *idem*, pg. 39.

⁸⁴ LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001, pg. 119.

⁸⁵ *Ídem*, pg. 122.

aprofundamento e a interpretação dos mesmos⁸⁶. Quanto maior for a periodicidade de uma revista, maior a necessidade de se fugir das notícias efêmeras, e assim oferecer ao leitor uma publicação que não pereça muito rapidamente. O tipo de cobertura, a possibilidade de colunas, análise e crítica, fazem da revista um bem menos perecível que o jornal, e servem como instrumentos para a necessidade de “explorar novos ângulos”⁸⁷, se aprofundar nos assuntos e apresentá-los para os leitores com algum diferencial. Segundo Soares:

Em linhas gerais, o jornalismo de revista não tem o caráter de “registro” tão acentuado no jornalismo diário. Embora se prenda aos fatos e ao relato destes, o jornalismo de revista tem um certo caráter de visão panorâmica dos acontecimentos – e, pelo espaço temporal já referido, tem maiores possibilidades de explorar as conseqüências, desdobramentos e relações a eles, não se limitando apenas aos “fatos” e à sua sucessão imediata.⁸⁸

A escolha do tema de uma revista influi diretamente no intervalo entre uma edição e outra. Revistas de informação geral (*Veja*, *Época*, *IstoÉ* e outras), por exemplo, terão periodicidade necessariamente inferior a uma revista que cubra a parte de cultura. No primeiro caso – ao fazer “jornalismo daquilo que ainda está em evidência nos noticiários, somando a estes pesquisa, documentação e riqueza textual⁸⁹” –, prepondera a periodicidade semanal. Já o segundo exemplo, apesar de também unir ao fato “pesquisa, documentação e riqueza textual” (características comuns ao texto de revista), tem maior possibilidade de se fugir de fatos em evidência, o que permite uma periodicidade mensal. Em via de regra, ninguém espera que uma matéria que se proponha a analisar as conseqüências de uma declaração polêmica de um determinado político seja publicada quase um mês após o acontecido. Por outro lado, uma exposição, um show ou um lançamento de um disco ou de um livro são assuntos que não “esfriam”, não perdem o sentido se tratados algumas semanas antes, ou algumas semanas depois.

⁸⁶ SOARES, Rafael Fortes. *A Torcida “Precisa e Imparcial”: Istoé, Veja e o Plano Cruzado*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, RJ, 2004, pg. 21.

⁸⁷ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 41.

⁸⁸ SOARES, Rafael Fortes. *A Torcida “Precisa e Imparcial”: Istoé, Veja e o Plano Cruzado*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, RJ, 2004, pg. 21.

⁸⁹ BOAS, Sérgio Vilas. *O Estilo Magazine: O texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996, pg. 9.

Ainda quanto a questão temporal, há outra característica que deve ser levada em conta em relação às revistas. É o que chamamos aqui, entre aspas, de “*sazonalidade*”, da qual já falamos quando afirmamos que publicações da área do jornalismo musical surgem relacionadas a determinados períodos, determinados movimentos musicais em evidência por alguma razão. As revistas nascem com o intuito de suprir a carência de determinadas informações relativas a inquietações específicas de um determinado contexto histórico. Harold Hayes, ex-editor da *Esquire*, atribuiu o encerramento, em 1972, das atividades da revista norte-americana *Life* – após anos de grande êxito comercial – ao fim do mito de uma “cultura norte-americana vibrante e em constante movimento⁹⁰” no qual o periódico havia se apoiado durante anos, afirmando que “uma revista de sucesso tem de erigir um mito no qual seus leitores acreditem⁹¹”. Para Marília Scalzo, revistas representam épocas, sustentam mitos e “só funcionam em sintonia com seu tempo”, opinião endossada por Lage, que afirma que, ao terem por hábito promover seu atualismo e contemporaneidade, revistas são, a rigor, produtos menos duráveis que os jornais, que se adaptam lentamente às novas realidades até o total esgotamento de sua proposta⁹².

⁹⁰ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 16.

⁹¹ HAYES, Harold. *apud* SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 16

⁹² LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001, pg. 121.

3.1 – Os tipos de revista

Antes de entrarmos na análise propriamente dita, é válido citarmos alguns dos diferentes tipos de revistas e suas particularidades, bem como abarcarmos as questões que resultaram na reedição da versão nacional da revista *Rolling Stone*.

O autor Nilson Lage lembra que as revistas costumam ser classificadas em três grandes grupos: as *ilustradas*, as de *informação geral* e as *especializadas*⁹³. No entanto, conforme vimos no início do tópico anterior, a especialização se faz uma característica inerente a todas as publicações do gênero⁹⁴, levando em conta que toda revista pretende alcançar públicos específicos, tratando de temas específicos. Dessa forma, ao citarmos e categorizarmos alguns diferentes tipos de revista e suas particularidades, mantemos os dois primeiros grupos – ilustradas e de informação geral –, mas subdividimos o grupo das especializadas, visando assim uma maior compreensão destas.

Segundo Lage, “nas revistas ilustradas, a palavra escrita é com frequência mera acompanhante, necessária porém discreta, da exposição fotográfica⁹⁵”. As primeiras do gênero surgem ainda no século XIX⁹⁶, mas se consolidam somente após o ano de 1936, com o lançamento da americana *Life*, pioneira em utilizar a reportagem fotográfica como fórmula básica⁹⁷. A experiência bem sucedida da *Life* fez com que revistas com o mesmo conceito surgissem em diversos países. No Brasil, por exemplo, a revista *O Cruzeiro* – já uma revista ilustrada desde sua criação, em 1927 –, incorporou o jornalismo fotográfico em suas páginas por influência da publicação americana, e obteve grande êxito, em especial durante a década de 1950, quando chegou a vender cerca de 700 mil exemplares por semana⁹⁸. Outra que marcou época no Brasil, dando ainda mais destaque para a fotografia e demais aspectos gráficos, foi a *Manchete*, lançada pela Editora Bloch em 1952. Enquanto

⁹³ LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001, pg. 122.

⁹⁴ Ídem.

⁹⁵ Ídem, pg.126.

⁹⁶ MAUAD, Ana Maria. “O olho da história: fotojornalismo e história contemporânea”. Com Ciência. 10 de março de 2004. Disponível em <http://www.comciencia.br/reportagens/memoria/12.shtml>. Acessado em 04/Junho/2007.

⁹⁷ CORRÊA, Thomaz Souto. “Segunda parte de uma breve história das revistas”. Curso Abril de Jornalismo. 02 de setembro de 2005. Disponível em http://cursoabril.abril.com.br/coluna/materia_89358.shtml. Acessado em 04/Jun/2007.

⁹⁸ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 30.

O Cruzeiro encerra suas publicações na década de 1970 (com a decadência do império de comunicação erguido por Assis Chateaubriand), e a *Manchete* na década de 1990, quando o público interessado em revistas semanais ilustradas passa a ser insuficiente para sustentá-las.

As revistas de informação geral são, sem dúvida, um dos tipos de maior popularidade. Conforme já vimos, essa forma de publicação trata de temas que estejam em evidência nos jornais diários, noticiários televisivos etc., prevalecendo assim a periodicidade semanal. Tal modelo de revista tem origem em 1923, com a revista *Time*, que tinha por objetivo “trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, sempre narradas de maneira concisa e sistemática, com todas as informações cuidadosamente pesquisadas e checadas⁹⁹”. O sucesso da idéia rendeu publicações similares ao longo de todo o globo, inclusive no Brasil, onde o exemplo de mais projeção é a revista *Veja*.

As revistas científicas são outro exemplo possível. Na maior parte dos casos, essas revistas são extremamente segmentadas, voltadas para áreas de estudo específicas – como arqueologia, medicina, filosofia e outras. De circulação restrita, esse tipo de publicação é lido como forma de embasamento teórico, uma vez que, ao publicar resultados de novas pesquisas e estudos da área que cobre, revistas desse gênero transformam-se em referência em seus meios, e permitem ao seu leitor uma constante atualização de seu conhecimento técnico.

A revista *Ladies Magazine*, lançada originalmente no ano de 1749¹⁰⁰, inaugura o filão das revistas voltadas especificamente para o público feminino¹⁰¹. Mas é após a Segunda Guerra Mundial, com o lançamento da francesa *Elle*, e na década de 1960 com a americana *Cosmopolitan* que as principais características dessa forma de publicação ganham força, através de temas como a recuperação da feminilidade, entretenimento, serviços, carreira, independência feminina etc. Com o passar do tempo, a setorização tornou-se cada vez maior, e dentro de “revistas femininas” podem estar inseridas revistas para adolescentes, revistas de moda, de decoração e muitas outras.

⁹⁹ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 22.

¹⁰⁰ A primeira versão da *Ladies Magazine* dura até o ano de 1753. No entanto, outras versões homônimas surgiram ao longo dos anos.

¹⁰¹ SCALZO, Marília. *Jornalismo em Revista*. São Paulo: Contexto, 2003, pg. 20.

Poderíamos estender essa discussão através de exemplos de diversos outros tipos de revista, como as masculinas, infantis e outras. Acreditamos que a categorização dessa forma de periódico se trata de um assunto rico e interessante, mas nossa pesquisa, porém, exige dedicação às revistas culturais, que trataremos a seguir.

Uma vez que a idéia de cultura inclui “ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos praticam experiência, concepções e crença¹⁰²”, qualquer revista estaria apta a ser considerada uma revista cultural. No entanto, só entram nessa categoria aquelas publicações que praticam o chamado *jornalismo cultural*. Essa forma de jornalismo tem como marco o lançamento, no século XVIII, da revista *The Spectator*, que tinha a finalidade de levar a filosofia para espaços não convencionais, como “clubes e assembléias, cassas de chá e cafés¹⁰³” (no lugar das tradicionais bibliotecas, faculdades, escolas e gabinetes), utilizando uma linguagem “cult a sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível¹⁰⁴” para tratar de temas como “livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, política¹⁰⁵”. No século XX, com a modernização da imprensa, as revistas se aperfeiçoaram e se especializaram em “ensaios, resenhas, críticas, reportagens, perfis, entrevistas e publicações de contos e poemas¹⁰⁶”, tornando-se canal ideal para a veiculação do jornalismo voltado para a área cultural. Ao longo dos anos, com a segmentação cada vez maior, foram surgindo publicações voltadas para áreas cada vez mais específicas, como literatura, cinema, música etc. Dessa forma, títulos tão díspares como *Bravo!*, *Cult*, *Set* e, claro, *Rolling Stone* são, todos, exemplos de revistas culturais.

¹⁰² THOMPSON, John B. Ideologia e cultura de massa. Petrópolis: Vozes, 1990, pg. 176.

¹⁰³ PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2004, pg. 12.

¹⁰⁴ Ídem.

¹⁰⁵ Ídem.

¹⁰⁶ GUERRA, Núdia Françoise Sousa Petijean Fusco de Sousa. *Jornalismo Cultural On Line – A construção da Notícia na Internet*. 2005, pg. 36.

3.2 – Considerações sobre Imprensa Musical, juventude e revista *Rolling Stone*

As revistas que focam o seu trabalho na produção musical e seus desdobramentos formam um capítulo a parte entre as publicações que praticam jornalismo cultural. As revistas culturais, desde sua origem, tiveram a música como pauta recorrente, sendo que o primeiro periódico passível de ser chamado de revista musical, *O Ramalhete das Rosas* – publicação lusitana voltada para o canto e para o piano – data do ano de 1842¹⁰⁷.

Retomando o que já tratamos no segundo capítulo, o surgimento de publicações ligadas à cobertura musical está diretamente relacionado a determinados períodos, como os de origem de movimentos musicais de vanguarda, realização de grandes festivais etc., que geram no público curiosidades específicas. É este o fato que faz com que as “revistas de fã” ganhem importância e cresçam em vendagem durante a década de 1950 – quando a música se firma como produto de consumo e os artistas se tornam verdadeiros astros populares – e que, na segunda metade da década de 1960, em meio às modas dos movimentos de contracultura, surjam revistas que unam cobertura musical “séria” e discussões em torno de temas como política, comportamento e cultura – num contexto amplo. É a partir dessa época e com essa característica – música como tema principal, mas não como o único – que a imprensa musical ganha força em todo o mundo.

A norte-americana *Rolling Stone*, fundada em 1967 por Jann S. Wenner, como já vimos, desempenhou um importante papel nesse momento de amadurecimento da imprensa musical de revista, dado seu pioneirismo ao dedicar-se, através de longas e densas reportagens, à música pop, ao rock, ao comportamento jovem e à “todas as formas de comportamento social americano¹⁰⁸”. Sua fórmula tanto deu certo que, ao longo dos anos, rendeu não apenas publicações concorrentes e similares em todo o mundo – tais como *Creem*, *Vox*, *Spin* e *Melody Maker*, entre outras –, como também edições locais da própria *Rolling Stone*, em países como Inglaterra, Austrália, Alemanha, França, Itália e, entre outros países, Brasil.

¹⁰⁷ SARAIVA, Renata. “A razão prática da crítica”, in. Revista Pesquisa. Maio de 2004. Disponível em <http://www.revistapesquisa.fapesp.br/?art=2459&bd=1&pg=2&lg=>. Acessado em 07/Jun/2007.

¹⁰⁸ WENNER, Jann S. in Revista da MTV, nº61, Junho de 2006, pg. 38.

A primeira versão da *Rolling Stone Brasil* chega às bancas em 1972, quatro anos após o movimento tropicalista ter posto em cheque a postura radical que imperava em parte da imprensa e do público – que, em virtude de um pretense nacionalismo, desprezava a música pop internacional e qualquer coisa produzida no Brasil que lhes parecesse “americanizada” –, e aberto assim espaço não apenas para a entrada do rock internacional – a música pop de então – e para o início de uma produção musical que veio a se tornar conhecida como rock brasileiro, como também para a aceitação de que, como já citamos anteriormente, o gosto pela música pop internacional e mesmo a produção, no país, de algo que soasse mais próximo do que estava sendo produzido lá fora, não implicava, de maneira nenhuma em “negar Tom, Carlos Lyra, Baden ou Chico Buarque”¹⁰⁹ (podemos chamar a atenção ao fato de que, mesmo tendo se passado quatro anos, o movimento tropicalista era ainda um assunto “quente” em 1972, o que por sinal justifica a já citada inclusão de uma crítica sobre o show FA-TAL, de Gal Costa, uma poesia de Luís Carlos Maciel saudando a volta de Caetano para o Brasil, e uma entrevista com o próprio Caetano na edição de número zero da primeira versão da *RSB*).

O fim das atividades da primeira versão da *RSB* se dá unicamente por complicações acarretadas pelo não pagamento dos *royalties* à matriz norte-americana e não por falta de público, como se poderia pensar num primeiro momento. A *Editora Abril* percebeu a existência do espaço para publicações do gênero no mercado editorial, obtendo grande êxito com suas incursões pela imprensa musical em pelo menos dois momentos: com o lançamento da *Pop*, e ainda em 1972, e da *Bizz*, em 1985.

Nos últimos anos, o mercado editorial presencia um significativo aumento no número de revistas especializadas nas mais diversas áreas. Em meio a essa realidade, a *Bizz* – que havia encerrado suas atividades em 2001 – volta ao mercado em setembro de 2005, mas não tarda em ganhar como concorrente a segunda versão da *Rolling Stone Brasil*. O que suscita ao seguinte questionamento: o que há de relação entre o cenário cultural e o mercado editorial que surge após e sob influência do Tropicalismo (possibilitando o surgimento da primeira versão da revista *Rolling Stone Brasil*) e o contemporâneo (capaz de abrigar uma nova encarnação da *Rolling Stone* tupiniquim)?

¹⁰⁹ MOTTA, Nelson. “A Cruzada Tropicalista”. *Jornal Última Hora*, 05 de fevereiro de 1968.

Uma vez que a música é uma forma de arte que passa por inúmeras modificações ao longo dos anos, sem contudo deixar de existir ou de cativar novos públicos, este trabalho defende a idéia de que sempre haverá espaço para publicações que pratiquem o jornalismo musical – desde que as mesmas se adaptem à realidade de sua época, é claro. Entre as diversas mudanças ocorridas desde meados da década de 1960 até os dias atuais, encontra-se a questão de *quem* seria o jovem de hoje, e quais seriam os seus anseios.

Como vimos, apesar da ousadia de se tentar, a exemplo do conceito modernista de antropofagismo, tornar a música popular brasileira mais próxima de um produto “universal”, o Tropicalismo não se pretendia um movimento revolucionário, político-questionador. Sua revolução, do contrário, estava mais ligada à estética musical, à “retomada da linha evolutiva” da música nacional através da sua incremetação com elementos da música pop estrangeira. Ainda assim, em meio a agitação em torno dos movimentos de contracultura que ganhavam destaque em todo o mundo, o movimento baiano serviu como base para que o conceito de juventude surgido, no exterior, durante a década de 1950, encontrasse um contexto para se instaurar por esses lados do Atlântico.

Quando surgiu, em 1972, a primeira versão da *RSB*, a juventude, ainda muito influenciada pelos diversos movimentos de contracultura – e, no Brasil, com o agravante de estar sob uma ditadura –, buscava referência no *underground*, no alternativo, no “marginal”. De meados da década de 1960 até os dias atuais, muita coisa mudou: a ditadura chegou ao fim; os tropicalistas perderam seu status de “malditos” e tornaram-se referência; a MPB assimilou informações originárias do rock; o “rock brasileiro” ganhou linhas mais bem definidas; o mercado se apropriou do que antes era considerado *underground*, o transformando em *mainstream*, a medida em que os aspectos subversivos do rock foram sendo postos de lado “após a morte de seus heróis ou na emergência de discursos mais piedosos (ecologistas, naturistas, espiritualistas, *new age*) adotados pelos remanescentes.¹¹⁰”. Tudo, claro, acompanhado pelo alinhavar da juventude, que, impulsionada pelo “mito da novidade¹¹¹”, assimila cada mínima mudança no contexto cultural e mercadológico. Nada mais natural, portanto, que a segunda versão da *RSB*, ao retornar às bancas de jornal em outubro de 2006, em meio a um cenário bastante diferente

¹¹⁰ SARLO, Beatriz. *Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997, pg. 35.

¹¹¹ Ídem. pg. 41.

do que abrigou sua primeira encarnação, abra mão de boa parte de sua anterior postura “alternativa” (comprovada, por exemplo, pela ousadia dos números assumidamente “piratas”) em prol de uma relação mais próxima do que é, hoje, o mercado pop.

É essa a revista que, apesar do traço acentuadamente comercial relacionado com sua adaptação à nova realidade do mercado, ainda se impõe como fonte de informação obrigatória para o público interessado em consumir cultura e que ainda guarda muito da sua tradição de realizar matérias jornalisticamente densas, o objeto da análise detalhada a que nos entregaremos no capítulo a seguir.

4 – Análise

A partir do que foi considerado anteriormente no que diz respeito à discussão de ordem teórica e com base em nossas conceituações, partiremos agora para uma projeção das idéias por nós trabalhadas nos capítulos anteriores na realização da parte de análise de nosso objeto de estudo, a segunda versão da revista *Rolling Stone Brasil*, voltando a atenção mais especificamente para os seis primeiros números da publicação, lançados entre outubro de 2006 e março de 2007.

4.1 – Quanto ao Tipo de Publicação

A atual *Rolling Stone Brasil* é uma publicação de periodicidade mensal que, dado ao grande número de críticas, reportagens e resenhas, se encaixa na categoria das revistas especializadas, podendo ainda ser inserida no subgrupo das revistas culturais. A *RSB* difere-se de outras publicações do gênero (como a *Bravo!* e a *Cult*, por exemplo) por focar boa parte de suas matérias em assuntos relativos à música – cerca de 70 % das chamadas nas capas são diretamente relacionadas ao tema, enquanto, entre os 30% restante encontram-se chamadas para matérias relacionadas a jornalismo investigativo, política, cinema, drogas, informática etc.

Seguindo a tradição das revistas culturais inaugurada com a *The Spector*¹¹², a *RS* leva à diante a proposta de trabalhar com uma linguagem culta, mas não formal, reflexiva, detalhista, mas não inacessível. Por toda a história por trás do título *Rolling Stone*, e por se tratar de uma publicação sobre música e cultura pop voltada diretamente para o público jovem, a proposta de uma linguagem despojada é ainda mais visada, desde a escolha dos títulos – caso de “O Estranho Mundo de Jack Bauer”, título de uma matéria sobre o protagonista da série *24 Horas*¹¹³, que faz referência ao nome do longa metragem de animação *O Estranho Mundo de Jack* – ao conteúdo das matérias. No segundo caso, podemos citar como exemplo um trecho do texto de “Era um garoto que como eu amava os Beatles e a Rolling Stone”, escrito para a estréia da atual versão da revista, no qual o jornalista Antônio do Amaral Rocha rememora os anos que antecederam o lançamento da primeira versão da *Rolling Stone Brasil*:

Em 1968, a vida no interior de São Paulo era uma modorra. Nada de mais acontecia. Música, só pelo rádio, com seus chiados AM. Beatles, muito Beatles, The Mamas & The Papas e sucessos comerciais. (...) Colegial, teatro amador, viagens pelas cidades da redondeza, paqueras, papos, gamação, sexo (mas como fazê-lo?). Ninguém dava pra gente, só prostituta em *rendez-vous*. Namorada? Nem pensar, só mão-boba e olha lá. Perigava a menina querer fazer você prometer casamento. Comigo aconteceu e o namoro

¹¹² PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2004, pg. 12.

¹¹³ MIYAZAWA, Pablo. “O Estranho Mundo de Jack Bauer”. In *Rolling Stone Brasil*, nº06, março de 2007, pg. 54

acabou.¹¹⁴

Chama atenção ainda o fato de que a *RSB* apresenta aspectos de *uma revista ilustrada*, ao abrir espaço para ilustrações e fotografias em quantidade dispensando uma espécie de destaque para o elemento visual que uma revista estritamente especializada não ousaria. Além de todas as matérias serem acompanhadas de fotos, a publicação faz ainda uso de reportagens onde o aspecto ilustrado é preponderante. Nessas reportagens o texto aparece como figura secundária, mero acompanhante das imagens. Esse é o caso de “Cavalos de Aço”, um ensaio sobre casais motociclistas, e “Controle de Vôo”, um ensaio sobre moda feito com praticantes de Parkour, presentes, respectivamente, na primeira e na terceira edição da revista.

¹¹⁴ ROCHA, Antônio do Amaral. “Rogério Duprat, 1932-2006”. in Rolling Stone Brasil, nº01, outubro de 2006, pg. 43.

4.2 – Capas, pautas e seções

Das seis edições analisadas, apenas metade trouxe personalidades ligadas à música em suas capas (a saber: Iggy Pop na edição número dois, Ivete Sangalo na de número três e Chris Martin na de número cinco), enquanto a outra metade se dividiu em uma modelo e dois atores (Gisele Bündchen, Rodrigo Santoro e Kiefer Sutherland, nas edições de número um, quatro e seis, respectivamente). A escolha de tais personagens não ocorre ao acaso. Conforme vimos anteriormente, quando abordamos a questão denominada, aqui, de “*sazonalidade*”, retomando a idéia de que as revistas atuam como espelhos da época em que surgem, refletindo os anseios e respondendo às inquietações de seu público. Nada mais natural, portanto, que a publicação utilize em suas capas e matérias, personalidades do mundo das celebridades. Ainda nesse sentido, intercalar em suas capas músicos, atores e modelos, serve para provar que música pode ser o tema que norteia a revista, sem ser entretanto o único tema trabalhado por ela.

A escolha da capa – dos personagens à disposição das chamadas – reflete, necessariamente, a escolha das pautas de uma publicação. Conforme vimos ao longo deste capítulo, a maior parte das chamadas de capa da *RSB* diz respeito a assuntos diretamente relacionados à música – que dividem a atenção com chamadas para matérias sobre política, jornalismo investigativo, cinema, drogas, informática etc. –, enquanto os personagens escolhidos para ilustrá-las oscilam entre figuras ligadas ao cinema, moda e música. Conseqüentemente, a revista traz como pauta todos esses temas, muitas vezes divididos em seções.

A publicação abre com a seção *Rock & Roll*, que traz pequenas matérias sobre novidades do mundo da música. Música, aliás, por ser o assunto principal da publicação, ainda encontra seu espaço em seções como *Acontece* (que traz resenhas de novas bandas independentes), *P&R*, que traça o perfil de uma determinada personalidade ligada ao mundo musical, e *Guia* – que, apesar de incluir também resenhas de livros e filmes, traz, na maior parte, informações sobre novos discos e DVDs musicais. Além das seções específicas, outras matérias mais extensas encontram-se sempre distribuídas ao longo da publicação.

As matérias de política recebem atenção na *RSB* na seção *Política Nacional* – ponto forte da edição de número dois, lançada um mês após as eleições, em novembro de 2006 – e em longas reportagens, como “Rumo à Estação Colômbia”¹¹⁵ ou “A Guerra de US\$ 2 Trilhões”¹¹⁶. Ainda nesse âmbito, vale citarmos as matérias de cunho investigativo, presentes em *Conexão Brasilis*, que já tratou, entre outros temas, de corrupção policial¹¹⁷ e pedofilia¹¹⁸, por exemplo.

Há ainda a seção *Mix Mídia*, sobre novidades do mundo da informática, e *Estilo*, sobre moda, que explica a forma de alguns músicos, atores, apresentadores e outras celebridades se vestirem. (Curiosamente, cinema não possui nenhuma seção específica, senão a que está inserida no *Guia*. Entretanto, entrevistas, perfis e extensas matérias com atores, diretores e congêneres estão sempre presentes nas páginas da *RSB*).

Uma questão interessante a ser observada nesse sentido, é a de que, a exemplo do que acontece nas filiais de países como na Argentina, Inglaterra, França e outros, cerca de 50% do conteúdo da *Rolling Stone* brasileira é diretamente traduzida da matriz norte-americana, ficando a cargo de uma redação local a produção dos outros 50%. A imposição da tradução de metade do conteúdo estrangeiro não apenas permite que a revista se adapte à realidade do país sem que haja para isso uma descaracterização em relação à publicação matriz, como também soma força em relação ao sincretismo de culturas, tornando possível que matérias como a que fala sobre a importância do maestro tropicalista Rogério Duprat¹¹⁹, produzida pela redação local, seja publicada poucas páginas após uma entrevista com o guitarrista Pete Townshend¹²⁰, importada da *RS* norte-americana.

¹¹⁵ SOARES, Ricardo. “Rumo à Estação Colombia”. In *Rolling Stone Brasil*, nº03, dezembro de 2006, pg. 52.

¹¹⁶ YOUNG, Charles M.. “A Guerra de US\$ 2 Trilhões”. In *Rolling Stone Brasil*, nº04, janeiro de 2007, pg. 40.

¹¹⁷ TOGNOLLI, Cláudio. “Parceiros no Crime”. In *Rolling Stone Brasil*, nº01, outubro de 2006, pg. 60.

¹¹⁸ CHAVES, Mauro. “O Crime do Padre Mário”. In *Rolling Stone Brasil*, nº04, janeiro de 2007, pg. 56.

¹¹⁹ ROCHA, Antônio do Amaral. “Rogério Duprat, 1932-2006”. in *Rolling Stone Brasil*, nº02, novembro de 2006, pg. 35.

¹²⁰ ELISCOU, Jenny. “Dr. Who”. in *Rolling Stone Brasil*, nº02, novembro de 2006, pg. 30.

5 – Considerações Finais

Várias foram as questões abordadas nesta pesquisa. A medida em que íamos nos aprofundando em um determinado tema, novas questões clamavam por resposta, saltavam aos nossos olhos e nos indicavam uma infinidade de caminhos pelos quais poderíamos seguir. Ao iniciarmos este trabalho – tendo ainda em vista a inocente pretensão de traçar um panorama da imprensa musical de revista no Brasil através das décadas – com um pequeno apanhado sobre as experiências das revistas musicais na primeira metade do século XX, fomos levados a discorrer sobre quando surgiu e sobre o que se tratava o conceito de juventude. Nesse momento, as revistas musicais voltadas para o público jovem tornaram-se nosso objeto de estudo.

Por conseguinte, sem saber ainda o destaque que o movimento baiano ganharia ao longo dessas páginas, fomos levados à Tropicália, que nos acenou como o responsável pela instauração da idéia de juventude no país. Com alguma atenção, percebemos que o movimento, mais do que isso, havia também (a partir de seus preceitos relacionados com a idéia de antropofagismo) servido para romper com a idéia radical de que música brasileira e música pop estrangeira não deviam se misturar, possibilitando assim que tanto público quanto imprensa aceitassem a validade da musica pop produzida no exterior e da música brasileira com referências estrangeiras.

Nesse momento e pelas razões citadas, o Tropicalismo demonstrou sua importância para a imprensa alternativa, incluindo aí o lançamento da primeira versão *Rolling Stone Brasil*. Foi então que, aproveitando o retorno da revista ao mercado, nos decidimos pela análise da versão contemporânea, levando em conta os fatores em comum entre o cenário cultural atual e o de origem da primeira encarnação da publicação.

Completando a pesquisa, dedicamos também algumas páginas às discussões teóricas em torno das revistas, explicando as principais características dessa forma de publicação, e definindo alguns de seus diferentes tipos, dedicando atenção especial ao grupo das revistas culturais, onde se inserem também as revistas que praticam o jornalismo musical.

Através da análise das seis primeiras edições da atual versão da *RSB*, comprovamos a veracidade do conceito de “*sazonalidade*”, uma vez que, à exemplo de nosso objeto de estudo, as revistas nascem ou se adaptam à realidade de sua época, com o intuito de suprir a

carência de determinadas informações relativas a inquietações específicas de um determinado contexto histórico. Levando em conta que as revistas musicais estão englobadas na idéia maior de revistas culturais, não é difícil compreender como uma pequena mudança no cenário cultural vai necessariamente resultar em mudanças nas revistas musicais.

Podemos afirmar também que a imprensa musical nacional possui, até os dias de hoje, certa dívida com os tropicalistas, uma vez que a revolução estética proposta pelo grupo nos fez questionar e deixar de lado a velha e radical postura nacionalista, que, em prol de um pretenso “purismo musical”, tentava ignorar a validade da música pop estrangeira e de tudo que, produzido no Brasil, visasse uma maior aproximação com o internacional. De certa forma, essa aceitação é refletida também nas páginas das revistas, quando estas decidem publicar, em um mesmo número, matérias sobre nomes tão díspares quanto Rogério Duprat e Pete Towshend.

Encerramos o presente trabalho com a certeza de que este é um tema que nos acena ainda uma série de possibilidades para novos desdobramentos, sobre os quais pretendemos nos dedicar em pesquisas futuras.

OBRAS CONSULTADAS:

1. Livros:

BAHIANA, Ana Maria. *Nada será como antes: MPB nos anos 70 – 30 anos depois*. Rio de Janeiro, Editora Senac Rio, 2006.

BOAS, Sérgio Vilas. *O Estilo Magazine: O texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

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

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

CAMPOS, Augusto de. *Balanço da Bossa e outras bossas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 4ª edição, 1986.

LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, Ed. Da UFSC, 2001.

MIRA, Maria Celeste. *O Leitor e a Banca de Revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2004.

SARLO, Beatriz. *Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997, pg. 36.

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

TINHORÃO, José Ramos. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura de massa*. Petrópolis: Vozes, 1990.

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

VIANNA, Hermano. *O Mistério do Samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1995.

2. Monografias, Teses etc.:

BARBOSA, Airton Lima (org.). “Que caminho seguir na música popular brasileira?”. In: *Revista Civilização Brasileira – n. 7*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

BARROS, Patrícia Marcondes de. *A Imprensa Alternativa Da Contracultura No Brasil (1968-1974): Alcances e Desafios*.

BORGES, Luís Fernando Rabello. *O Processo Inicial de Formulação de Produtos de Mídia Impressa Brasileira Voltados ao Público Jovem – Um Estudo de Caso da Revista Pop*. Dissertação de Mestrado apresentada à UNISINOS. São Leopoldo,

SC, 2003.

GIANNETTI, Cecília Barboza. *Técnicas Literárias em Jornalismo Cultural*. Projeto Experimental apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ, 2002.

GUERRA, Núdia Françoise Sousa Petijean Fusco de Sousa. *Jornalismo Cultural On Line – A construção da Notícia na Internet*. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte, MG, 2005.

RAMOS, Carla Michele. *O papel dos artistas e intelectuais do Centro Popular de Cultura (1961-1964) na construção de uma nova sociedade*.

SOARES, Rafael Fortes. *A Torcida “Precisa e Imparcial”: Istoé, Veja e o Plano Cruzado*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, RJ, 2004.

SORIANO, Fábio. *Lyra para tocar, Tom para entoar e Moraes para analisar: Artifícios Semânticos da Linguagem Recorrentes nas Letras de Bossa Nova*. Monografia apresentada à coordenação do curso de letras do Centro Universitário Augusto Motta, RJ, 2006.

3. Artigos retirados da Internet:

“A Estrutura da Revista do Rádio”. *Jornal Universitário da Gazeta AM – Faculdade Cásper Líbero*. São Paulo, 13 de Fev. 2006. Disponível em http://www.facasper.com.br/radiouniversitaria/notas.php?id_nota=249. Acessado em 28/Dez/2006;

BARROS, Patrícia Marcondes. “A Contracultura na América do Sol: O Underground Brasileiro na perspectiva de Luiz Carlos Maciel”. In: *Memória Viva*. Julho de 2004. Disponível em <http://www.memoriaviva.com.br/maciel.htm>. Acessado em 7/Maio/2007.

CORRÊA, Thomaz Souto. “Segunda parte de uma breve história das revistas”. *Curso Abril de Jornalismo*. 02 de setembro de 2005. Disponível em http://cursoabril.abril.com.br/coluna/materia_89358.shtml. Acessado em 04/Jun/2007.

- CONTIER, Arnaldo Daraya. “Edu Lobo e Carlos Lyra: O Nacional e o Popular na Canção de Protesto (Os Anos 60)”, in. *Revista Brasileira de História*, v.18, n.35, São Paulo, 1998. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01881998000100002&lng=es&nrm=isso. Acessado em 19/Abril/2007.
- COSTA, Marcelo. “Os Dez Álbuns Mais Influentes de Todos os Tempos”. *Revolution*. Disponível em http://z001.ig.com.br/ig/18/46/935086/blig/revolution/2006_53.html. Acessado em 06/Abril/2007;
- FIGUEIREDO, Alexandre. “A volta por cima”. *Observatório da Imprensa*. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358JDB003>. Acessado em 25/Mar/2007;
- HAUSEN, Doris Fagundes. *Revista do Rádio (Brasil) e Radiolandia (Argentina) na década de 50: um estudo comparado através de seus editoriais*. s.d. Disponível em <http://www.eca.usp.br/alaic/material%20congresso%202002/congBolivia2002/trabalhos%20completos%20Bolivia%202002/GT%20%207%20%20Juan%20Gargurevich/Doris%20Fagundes%20Haussen.doc>. Acessado em 28/Dez/2006;
- HERRERO, Rodrigo. “A Retomada Antropofágica da Tropicália”. *Rabisco*. 25 de julho de 2004. Disponível em <http://www.rabisco.com.br/44/tropicalia.htm>. Acessado em 28/Abril/2007.
- MAUAD, Ana Maria. “O olho da história: fotojornalismo e história contemporânea”. *Com Ciência*. 10 de março de 2004. Disponível em <http://www.comciencia.br/reportagens/memoria/12.shtml>. Acessado em 04/Junho/2007.
- MONTEIRO, Carolina. “As várias faces da antropofagia”. *Jornal da USP*. 25 de novembro de 2002. Disponível em <http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2002/jusp625/pag10.htm>. Acessado em 09/Abril/2007;
- NAPOLITANO, Marcos e VILAÇA, Mariana Martins. “Tropicalismo: As Relíquias do Brasil em Debate”. Disponível em

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01881998000100003. Acessado em 09/Mar/2007.

“Do outro lado do estúdio, o show dos fãs”. Tribuna do Norte on line. Rio Grande do Norte. Disponível em http://tribunadonorte.com.br/especial/br500/f12_n3.htm. Acessado em 28/Dez/2006;

“Revistas liderando a revolução digital”, in. Em Revista. 2005. Disponível em <http://www.emrevista.com/edicoes/12/artigo39961-17.asp>. Acessado em 16/Maio/2007.