

Ana Paula Garcia Boscatti

**O JORNALISMO CRÍTICO MUSICAL DA REVISTA *BIZZ*
(1985-1989) NA CONSOLIDAÇÃO DO ROCK BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso
submetido ao Departamento de
Sociologia Política da Universidade
Federal de Santa Catarina para a
obtenção do Grau de Bacharel em
Ciências Sociais
Orientador: Prof. Dr. Alexandre
Bergamo Idargo

Florianópolis
2013

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

A ficha de identificação é elaborada pelo próprio autor

Maiores informações em:

<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

Ana Paula Garcia Boscatti

**O JORNALISMO CRÍTICO MUSICAL DA REVISTA *BIZZ*
(1985-1989) NA CONSOLIDAÇÃO DO ROCK BRASILEIRO**

Este TCC foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel” e aprovado em sua forma final pelo Departamento de Sociologia Política.

Florianópolis, 08 de outubro de 2013.

Prof Dr.º Tiago Bahia Losso,
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.º Dr.º Alexandre Bergamo Idalgo
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.º, Dr.º Rafael Vitorino Devos
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.ª Dr.ª Marcia Mazon
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado às grandes
amigas e amigos da ABB.

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho não representa meus cinco anos no Curso de Ciências Sociais na UFSC, aqui não estão todos os autores que eu li, nem fala sobre todos os eventos que eu fui e tampouco sobre as discussões das quais eu participei nessa universidade. Não é o todo, mas é a parte, fui durante cinco anos dividida em dezenas de partes. Por isso, não posso deixar de agradecer aqui aquelas pessoas que construíram um sentido pra minha vida aqui. Eu certamente serei injusta com alguns, porque falar sobre o passado é de certa forma remontar esse sentido hoje. Deste modo, agradeço imediatamente ao meu grande irmão de todas as horas Rari, obrigada nego, você foi sem dúvidas a pessoa que mais atrelou significados a minha vida aqui. Reelaboramos nossas felicidades e angustias traduzindo tudo num universo nosso (das bixas, das vadias) que aos poucos foi se ampliando e se tornou tão intenso quanto o nosso sentido de existir. Por este motivo não posso deixar de mencionar aqui aquelas pessoas que compartilharam um pouco desse nosso universo: Anna H. Amorim, Leticia Barreto, Pedro Magrini, Bruno Cordeiro, Alex Gonçalves, Anelise Fróes, Simone Ávila, os membros mais ilustres da nossa associação ABB que é perene, porém infinita em beleza e audácia.

Além disso, agradeço demais as amigas e amigos: Francine Rebelo, Luisa Bonetti, Maria Octavia Costa, Fernanda Cardozo, Carolina Peçanha, Diane Southier, Sandra Pinto, Patrícia Moura, Lucas Vaz de Melo, Rosa Blanca, Claudio Leite, ao pessoal da comunidade da Armação: Ana Rita Mayer e Eduardo Perondi e ao meu queridíssimo irmão Ricardo Santana, cuja característica errática e errante pretendo levar junto a mim em qualquer lugar que esteja. À Vinicius Kauê Ferreira, agradeço a paciência e insistência em acreditar.

Além disso, obrigada a todos os professores e professoras do curso de Ciências Sociais que direta ou indiretamente contribuíram para essa formação. Aos membros dessa banca: Prof^o Rafael Devos e Prof^a Marcia Mazon, toda minha admiração e respeito. Ao meu orientador o Prof^o Alexandre Bergamo, agradeço demais pela paciência e pelas críticas que sempre fez de modo bem apontado e honesto. Do mesmo modo, agradeço ao Prof^o Jacques Mick com quem trabalhei algumas vezes e sempre se dedicou a seus projetos e aulas de maneira intensa e admirável, da mesma forma obrigada a Prof^a Miriam Grossi e a todos e todas colegas com quem trabalhei e estabeleci laços de sociabilidade e

afeto. Aos colegas do Projeto Perfil do Jornalista Brasileiro. A Rose e Rogério da secretaria do curso pelos muitos pedidos de auxílio. Ao CNPQ, que me possibilitou me aprofundar nesse projeto através de uma bolsa de Iniciação Científica e a PRPE que em outros momentos também foram parceiros em projetos e pesquisas das quais fiz parte.

Por fim, agradeço a minha família que soube estar distante e ser companheira, entendendo que uma coisa não se opõe a outra, e que ao contrário disso, reinventar os afetos e dar novos sentidos aos lugares e as experiências faz parte do que entendemos como amor.

“Hey, anos 80
Charrete que perdeu o condutor
Hey, anos 80
Melancolia e promessas de amor
Melancolia e promessas de amor

É o juiz das 12 varas de caniço e samburá
dando atestado que o compositor errou
Gente afirmando não querendo afirmar nada
que o cantor cantou errado e que a censura concordou
Gente afirmando não querendo afirmar nada
que o cantor cantou errado e que a censura concordou

Hey, anos 80
Charrete que perdeu o condutor...”

(Raul Seixas, Anos 1980)

RESUMO

Este trabalho pretende analisar a crítica musical da Revista *Bizz* (1985-1989) e as suas influências na consolidação do rock nacional. Inseridos no eixo paulista do campo de produção musical brasileiro, esses críticos pertenceram a uma rede de sociabilidade que envolvia músicos, produtores e jornalistas e fortaleceram os critérios de avaliação do rock nacional que se profissionalizava. Como consequência há mudanças no mercado de trabalho e a consolidação de uma linguagem profissional, que aliava uma narrativa com diferentes formas de contato: o rádio, a fotografia, o cinema, a partir do que se entendia como “público jovem”. Inserida na lógica da grande indústria, a *Bizz* passa a criar tensões e aproximações entre o público leitor, músicos, produtores e suas matérias e estabelece um lugar específico de fala que tenta aliar o underground-experimental e o pop-rock.

Palavras-chave: Revista *Bizz*. Crítica Musical. Rock Brasileiro. Anos 1980.

ABSTRACT

This paper discusses the Bizz Magazine's critical musical (1985-1989) and their influences on the consolidation of the national rock. Inserted into the São Paulo musical production, these critics belonged to a networking sociability involving musicians, producers and journalists. Strengthened the evaluation criteria of the national rock who became professional as a result of changes in the labor marketing and the consolidation of a professional language, a narrative that combined with different contact forms: radio, photography, film, from what was understood as "young public." Inserted into the logic of big industry, Bizz shall create tensions and similarities between the readers, musicians, producers and their raw and establishes a specific place speech that attempts to combine experimental music and underground-pop-rock.

Keywords: Bizz magazine. Music review. Brazilian Rock . 1980s .

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	17
2 . A CRÍTICA MUSICAL NA CONSOLIDAÇÃO NO ROCK NACIONAL.....	21
2.1 O lugar da crítica musical.....	21
2.2 As revistas brasileiras.....	22
2.3 O desprestígio do rock nacional.....	23
2.4 A ascensão da crítica no eixo Rio – São Paulo.....	26
2.5 Selvagem?.....	31
3. A PROFISSIONALIZAÇÃO.....	39
3.1 A linguagem profissional.....	42
4. O PÚBLICO LEITOR.....	47
4.1 Ascensão do “público jovem”	54
5. A LINGUAGEM VISUAL.....	57
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	67
REFRÊNCIAS.....	71

1. INTRODUÇÃO

Iniciar minhas reflexões de outro modo que não por meio de minha trajetória seria teoricamente contraditório. O ponto de partida para essa proposta de pesquisa surgiu da inquietação acerca da ideia de memória. Nasci no período de redemocratização do Brasil, assim como grande parte dos meus amigos mais antigos, o que conseqüentemente nos restringiu grande parte da sociabilidade “adulta” dos anos 80. O fato é que grande parte de nós tem na sua memória presente referências de acontecimentos de 1987, 1986, o que sugere uma relação entre memória individual e coletiva. Os meios de comunicação certamente têm um papel importante nesse registro. Afinal, é através deles (mas não só) que opera a memória coletiva sob os acontecimentos e interpretações do passado que se pretende documentar. Sendo assim, lembro-me das dobradinhas da Revista Mad¹, da morte do Henfil e a longa explicação da minha mãe sobre o que era ser hemofílico e, claro, de uma enorme seleção musical que conta com videoclipes, entrevistas e experiências vividas.

Isso tudo faz parte hoje de certo quadro de referências minhas, negociadas, entre identidade e memória. Até então eu não tinha lido Le Goff (2003) e Pollak (1989). De qualquer jeito, entendia que havia novas configurações na indústria cultural dos anos 80 que permitiram a ascensão de algumas bandas, revistas e biografias individuais. E isso era bastante relevante no meu enquadramento de memórias. Desta maneira, isso permitiu a gênese de um projeto de pesquisa, que inicialmente pretendia entender as mudanças do campo editorial de revistas da década de 80.

Essas revistas no período passaram a ser segmentadas, atendiam um público específico com um conjunto de características distintas de outros, que podia ser: gênero, classe social, estilo de vida etc. Dessa forma surge no campo do cinema a *Set*, nos quadrinhos adultos a *Chiclete com Banana*, na música a *Bizz*, a *Roll* e a *SomTrês*. Ambas, *Roll* e *SomTrês*, foram extintas na mesma década. Já a *Bizz* sobreviveu até 2007 com frequentes mudanças no editorial, e no ano de 2001, depois de sucessivas mudanças ela é praticamente extinta, restringindo-se a ser publicada em edições especiais ocasionais, em sites de leitores na internet e até numa comunidade no Orkut.

¹ As dobradinhas da Revista Mad ficavam na última página da revista que sempre trazia uma ilustração. Ao dobrá-la nas marcas indicadas, formava-se uma imagem diferente, geralmente uma sátira.

O culto em torno do título chamou a atenção para o vazio causado após o fim da revista. Em setembro de 2005, o Núcleo Jovem da Editora Abril, (responsável por títulos como Superinteressante e Capricho) decide ressuscitar a revista, com seu título e formato original. Para a direção do novo projeto editorial, foi convocado o jornalista Ricardo Alexandre, lançado nas páginas da própria *Bizz* em 1993.² Em Julho de 2007, o jornalista assinou pela primeira vez uma reportagem de capa da revista, contando a história da última turnê dos Los Hermanos. Foi à última edição da *Bizz*. A permanência da revista na cena musical brasileira por tanto tempo, para alguns foi um misto de celebração e nostalgia, e para mim, curiosidade e desconfiança.

Justificar a longa permanência da revista tem como uma de suas possibilidades atribuírem ao público leitor um espaço de interesse e informação, que financiaram sua existência o tanto quanto possível. A *Bizz* durante os anos que existiu e especialmente nos anos em que este trabalho se insere, mobilizou extensa informação a respeito de bandas, músicos, equipamentos, mais do que isso, possibilitou a consolidação de uma forma de sociabilidade tendo em vista que as revistas assim como os discos, na época, eram compartilhados por amigos todos ávidos por informações, sobretudo quando se tratava de referências estrangeiras, que chegavam ao Brasil muito depois de seu lançamento.

Essa sociabilidade, comum a época, referia-se a um modo de circulação e recepção de informações e produtos culturais específicos, em geral oriundos de países estrangeiros que aproximava grupos culturais em cenas, ou circuitos. O *rock*, tema maior da *Bizz* no período, aproximou milhares de jovens, especialmente nos centros urbanos. O interesse pelo pós-*punk* e o compartilhamento de informações aproximou jovens jornalistas, futuros críticos musicais, e músicos, e consolidaram seu espaço de atuação à medida que ocupavam lugares de poder na indústria e no Eixo São Paulo, no campo do *rock* brasileiro.

Para Marcos Napolitano (2001), o *rock* seria visto como a música paradigmática da abertura política. Porém para o autor, o *rock* brasileiro foi à música da transição democrática da Nova Republica e não a da abertura política visto a proposta do próprio regime militar. A imagem do período da abertura, tanto na memória como na história, é de uma cena musical marcada tanto pela regular ameaça do silêncio imposto pela censura, quanto pelo domínio das fórmulas de mercado e pela preponderância do político sobre o estético.

² Informações institucionais – fonte Editora Abril

Sobre o domínio das formas de contato com a cultura, a revista *Bizz*, ajudou a consolidar uma linguagem, a linguagem do rock: visual, sonora, com influências do cinema da fotografia e do videoclipe. É através da percepção entre a obra e a forma de elaborar a descrição, que se revela uma representação do mundo, um juízo de valor. Resignificada por milhares de leitores, essas representações convivem com experiências coletivas, de cores, formas, sons e sentidos e constituem uma memória.

2 . A CRÍTICA MUSICAL NA CONSOLIDAÇÃO NO ROCK NACIONAL

2.1 O lugar da crítica musical

De acordo com o Dicionário musical Grove, o conceito de crítica musical é “a expressão, em palavras de julgamentos sobre aspectos da arte da música” (GROVE, 1994, p.36), mais especificamente, “muitos tipos de textos sobre música, desde a discussão histórica e analítica em livros e periódicos até resenhas nos jornais diários” (*idem*, p.36). O lugar da crítica (no sentido de avaliação) não tem unanimidade do ponto de vista reflexivo (OLIVEIRA, 2011, p.14). Alguns pesquisadores acreditam que compreender a música como veículo da expressão humana é fundamental para estudá-la, e que a crítica de avaliação, deveria ser legítima. Outros preferem limitar sua importância à crítica textual, a preparação de edições rigorosas em que possibilidades são expostas e consideradas e no final, fazem-se escolhas.

Há, portanto, algumas linhas teóricas que pensam acerca do que é a crítica, uma delas busca entender a “crítica textual”, no qual o crítico-jornalista faz ao escrever para uma publicação impressa ou para uma estação de rádio. Ou então, a “crítica erudita”, que fala sobre o repertório de uma obra, no que se refere a um contexto sócio-histórico, falando sobre como a obra surgiu e como se relaciona com obras anteriores.

Na atividade crítica diária nos veículos de comunicação, o dicionário menciona que o crítico que exerce suas atividades profissionais na mídia está sujeito às restrições editoriais de espaço e de tempo, devido a questões mercadológicas. Por conseguinte, o crítico deve preocupar-se com o perfil do público ao qual dirige suas observações. Para Oliveira (*idem*) ambos os fatores são centrais. O primeiro porque firma um compromisso com a arte da música, com o que é “bom” e o que é “ruim”, em sua visão. Essa tarefa vai ser construída pelo crítico, por meio de certa base de conhecimento acumulado. O segundo é o compromisso com os leitores (ou espectadores, ou ouvintes), informando-os, mas sem adotar uma relação de ensino e aprendizagem entre ambas as partes.

Ao realizar um julgamento crítico há possibilidades de incluir um elemento subjetivo, e é parte do trabalho do crítico explicitar quais não são esses elementos, dando assim ao leitor “algum espaço para

formar suas próprias opiniões ou, pelo menos para estabelecer limites dos quais seu gosto e seu julgamento possam se circunscrever” (GROVE, 1994, p. 236). O crítico deve estar atento ao fato, de que no exercício de sua função ele incorpora elementos de descrição e avaliação referente ao que irá avaliar, ou seja, “descrever o estilo, a adequação técnica e as percepções musicais do intérprete (cuja interpretação ele pode instintivamente comparar com algum ideal seu possivelmente baseado na experiência de interpretações prévias)” (*idem*, p. 236).

As duas possibilidades extremas dentro dessas categorias apresentam-se assim: na primeira, o crítico coloca seu “gosto pessoal”, dando mais importância às suas reações e relações pessoais do que à música em si. O segundo é aquele profissional que busca reduzir ao máximo a pessoalidade, o que pode resultar em uma crítica fria e enfadonha.

2.2 As revistas brasileiras

No Brasil a *Rolling Stone*, foi a pioneira na cobertura e análise do *rock*, na década de 70. Esse campo era praticamente ausente de músicos nacionais. As matérias e as críticas eram, em sua maioria, referentes ao *rock* estrangeiro. Apesar dessa característica, as críticas publicadas na *Rolling Stone* que se referiam ao *rock* nacional concentraram-se em grande parte na coluna *Toque*, assinada pelo crítico Ezequiel Neves (OLIVEIRA, 2011, p.84). Ele foi um dos pioneiros na crítica musical brasileiros a tratar do *rock*. A revista também tinha um espaço específico voltado para a crítica, do qual outros personagens participaram. A *Rolling Stone* finalizou suas atividades no Brasil em janeiro de 1973, onze meses após ser criada. No mesmo ano, 1972, surgiu outra publicação voltada para o público jovem: a revista *Pop*. Contudo, o perfil editorial não era voltado apenas para a música (*rock* e música brasileira), mas sim para outros temas voltados ao público jovem, principalmente questões comportamentais.

Da mesma forma que na *Rolling Stone*, na revista *Pop* apesar do *rock* ser o centro das discussões, o tema estava inserido em um conjunto bem mais amplo, que é a juventude. Nascida em 1976, a revista durou até o fim de 1983. Mesmo não tendo um perfil editorial tão técnico como o em outras publicações, inclusive internacionais, e a publicação nacional *Música*, a revista criada por Maurício Kubrusly, a *SomTrês*, dividia-se entre reportagens para apreciadores de aparelhos musicais e uma cobertura que tinha na crítica musical uma de suas mais valorizadas seções. Além das críticas feitas por meio das obras musicais (LPs e

CDs) de artistas e bandas, a publicação se destacou por debater o papel do crítico musical e a sua relação com os artistas e com a mídia. Isso ocorreu graças a um espaço específico para tal: a coluna *Plenário*, no qual o *rock* brasileiro foi destaque diversas vezes. Esse espaço possibilitou um debate muito importante a cerca da produção nacional desse gênero na década de 80, em termos de crítica e de mídia, criando conflitos entre os vários críticos que resolveram escrever – alguns eram favoráveis a consolidação do *rock* no Brasil; já outros eram contrários.

De modo que a revista *Bizz* foi central por fazer-se presente em suas páginas um retrato das diversas tendências do *rock* brasileiro, de 1985 até 2001, através de reportagens e entrevistas publicadas. Em relação à crítica musical, estabeleceu na primeira década uma nítida preferência por grupos *undergrounds* ou experimentais, enquanto que a linhagem *pop rock* não recebeu análises favoráveis (OLIVEIRA, 2011, p.93). Isso é percebido na discussão que envolve esse trabalho (1985-1989). Já na segunda fase de *Bizz*, compreendida entre 1993 e 2001, houve uma orientação para o não enfrentamento com os grupos *pop rock*. Essa mudança de postura, ao longo dos anos 1990, foi percebida principalmente em relação ao chamado *movimento mangue beat* e do grupo de *heavy metal Sepultura*. E momento posterior, esse consenso se ampliou para as bandas que surgiram na esteira da *cultura rock* aberta na década de 1980.

Portanto, o *rock* brasileiro no princípio dos anos 1970, não tinha a força e o apelo comercial necessário para uma consagração. A crítica musical especializada em *rock* produzido também não apresentava elementos que pudessem se destacar. É a partir da segunda metade da década de 1970 é que se iniciou um processo de consolidação da crítica, estimulada por publicações como *Música* e *Somtrês*. Já na década posterior, mesmo com a consagração do *rock* brasileiro, a crítica musical estabeleceu uma relação de ressalvas com os grupos de sucesso. Ao mesmo tempo, a crítica estimulou bandas que não tinham proposta musical que se voltasse para a grande indústria. Esse processo se reconfigurou nos anos 1990, quando houve um aquietamento nas vozes das críticas voltadas para o *rock* nacional.

2.3 O desprestígio do rock nacional

O tema “rock brasileiro” nunca foi e não é prestigiado em relação a outras manifestações da música brasileira, como Bossa Nova, o samba dos anos de 1930-40 e a MPB (Música Popular Brasileira) dos anos de 1960. O samba e choro nas décadas de 1960-70, tidas como

representações máximas do nacionalismo artístico popular mais “autênticos” e nacionais que se ajustavam ao ideário de época do PCB e demais partidos, movimentos e grupos de esquerda, cujos intelectuais buscavam nas classes “inferiores” da sociedade, a “autêntica”, as “verdadeiras” expressões artísticas do elemento nacional “imaculado”, como aponta Fernandes (2012, p. 02).

O samba e o choro “autênticos”, por assim dizer, reafirmam o ideal de arte popular urbana a ser atingida, já que é proveniente de uma classe “inferior”: dos negros, mestiços e pobres, portanto “legítimos” enquanto produtores culturais, visto que sofreram menos as influências do “internacionalismo burguês” que assolava a classe média e suas expressões artísticas. Por isso aderir a uma radicalidade como esta só se tornou possível graças à omissão do fato de que a realização da “autenticidade” passava obrigatoriamente pela mediação dos meios comerciais – portanto “capitalistas” – de reprodução.

Fernandes (*id.*, p.12), em seu estudo sobre a constituição de identidades coletivas no campo artístico dos anos 1960 -70 revela a influência de alguns jornalistas no estabelecimento dos parâmetros teóricos e estéticos na consolidação do samba e do choro a partir da constituição de laços institucionais entre as manifestações musicais populares urbanas e o Estado, como o MIS do Rio de Janeiro e o Conselho Superior de Música Popular.

Uma visão mais ampla sobre a crítica musical do final dos anos 50 até o início dos anos 70 nos revela que a ideia de uma música legitimamente “nacional” era parte central nos critérios de consagração de gêneros e artistas. Um “nacional” que, de fato, se configuraria em uma visão da cidade, visto que se definiria de diferentes maneiras no passar dos anos, dialogando com debates intelectuais e artísticos acerca da precisão de uma produção cultural “legitimamente brasileira”.

Uma vez que a ideia que caracteriza uma música “genuinamente nacional”, na verdade, se fundamenta em critérios elitizados do que se compreende como “brasileiro”, tornando-se assim, uma representação bastante efêmera e inconstante. Por exemplo, as críticas sofridas pela Bossa Nova, no fim dos anos 50, e os primórdios do rock da década de 70, como gêneros “antinacionalistas”, ou que valorizavam demasiado as formas estrangeiras, não seriam, de maneira alguma, idênticas (SOUZA, 2011).

Durante os debates culturais e políticos na década de 1960 sobre o que era e o que não era cultura brasileira, o *rock* ganhou a alcunha de “alienado”, diante da forte repercussão do programa de TV *Jovem Guarda* (1965-1968), sobretudo, entre os jovens das camadas populares.

E é claro que isso, entre outros diversos fatores, teve efeitos objetivos no processo de inserção (ou não) do rock na indústria cultural brasileira. Segundo Magi (2012) para alguns críticos o rock brasileiro dos anos 80 era um produto menor, por não ser politizado e não organizar os jovens em movimentos sociais devido à sua apropriação pela indústria cultural. Esse olhar que sempre privilegiou a MPB entendia também que a música estrangeira era uma intrusa na música brasileira.

A pesquisadora Helena Abramo (1994) que investiga os grupos “punks” e “darks” de São Paulo, indica que através de elementos simbólicos esses jovens atuavam publicamente: o estilo das bandas Smack, Voluntários da Pátria, Mercenárias, Akira S & As Garotas que Erraram, Fellini, Agentes e Ira!. Tinham como ferramenta de intervenção social o seu próprio estilo a fim de chamarem atenção para tais questões sociais e políticas.

Outra forma de intervenção importante é a maneira de diferenciação que fazem dos músicos de gerações anteriores, ou em especial, frente a MPB:

Lobão: “Eu não sou a favor da precariedade, como eram (precários) a Tropicália e o Cinema Novo. Eu sou a favor da qualidade e sou a favor da internacionalização. Acho que estamos vivendo um período de entressafra. É claro que a gente vai ter que dar cabeçada - o movimento começou a ser deflorado agora. Vai pintar muita coisa legal e muita besteira. Então, a gente não pode ser muito implacável com a banalidade....

Lobão: Ouvi um (intelectual) me dizer: "Como posso dar valor (a essa geração de artistas novos) quando ouço um Milton, um Caetano?"

Cazuza: O Caetano acha que nossa geração não tá com nada, que a dele é que foi boa. (Mas) o Lobão também é muito radical. Ele e a Marina têm uma coisa genial de "vamos cortar as cabeças. Para uma geração prevalecer tem que cortar a cabeça da outra".

Lobão(exaltado): O Caetano é quem começou!

Cazuza: O Caetano rebolava e fazia tudo para chocar João Gilberto, que era o ídolo dele. E aí, então, a gente tem que chocar os ídolos da gente.

Lobão: Mas isso é natural!...”

(BIZZ, Entrevista com Cazuza x Lobão - 2ªedição. 1985).

Nessa diferenciação entre a “geração rock” e a “geração MPB”, percebe-se uma negação em relação ao papel de representarem as

“novas utopias”. A ideia de “vamos cortar as cabeças. Para uma geração prevalecer tem que cortar a cabeça da outra” não configura exatamente uma situação de despolitização. Nesse período, se caracteriza por trazer à tona uma ideia de oposição à brasilidade pautada em um olhar sobre a cultura do interior do país alçados à condição de autêntica cultura nacional-popular como fora o samba do morro, produzido no Rio de Janeiro na década de 30, e os ritmos regionais (baião, xaxado, moda de viola) como os mais consagrados.

A sigla MPB constituíra um produto cultural valorizado artística e socialmente, e que deteve até os anos 1980 uma posição dominante e de organização dos outros gêneros musicais na indústria cultural. A oposição ao nacional popular vai ganhando novos contornos ao passo que o campo do rock vai se profissionalizando, surgem assim, formas mais híbridas musicalmente e mais influenciadas pelo eixo de produção territorial na qual estão inseridas.

Na mesma década, o gênero rock passou ser valorizado graças ao alcance mercadológico e também de consagração. Entretanto, tal valorização não se sustentou por muito tempo, tanto em mercado e prestígio quanto na crítica musical: não existia unanimidade dos críticos em relação ao *rock* brasileiro. Por outro lado, grupos que postulavam como *undergrounds* conquistaram a simpatia da imprensa musical, como no caso da *Bizz*. Após sucumbir a uma perda de espaço na mídia, entre o final dos anos 1980 e o início da década de 1990, houve um abrandamento no tom da crítica especializada nesse gênero. Em suma, tratava-se da figura do crítico atuando como mediador entre os músicos e um público consumidor que o próprio crítico julgava ideal.

2.4 A ascensão da crítica no eixo Rio – São Paulo

Nesse momento, em meados em 1980, observa-se uma hierarquização simbólica entre os espaços geográficos brasileiros, com relação às suas produções culturais e à legitimação artística. O reconhecimento comercial, nas diversas regiões brasileiras, aparece como secundário, quando comparado ao das grandes metrópoles como Rio de Janeiro e São Paulo. É bastante clara a existência de uma hierarquia simbólica entre centro e periferia, que motivaria a ida de artistas para os grandes centros, em busca de um reconhecimento artístico e uma legitimidade maior, que as regiões periféricas não poderiam oferecer como é o caso da Legião Urbana, banda de Brasília que vai a São Paulo, assim como o Capital Inicial, a Plebe Rude, entre outros.

O chamado “*rock paulista*” ou “*dark*” (ABRAMO, 1994) foi consequência de uma circulação intensa de bandas em busca de espaços para tocarem, de informações e discos do pós-punk inglês que demoravam a serem lançados no Brasil, e de publicações importadas sobre rock. Raras exceções conquistaram o sucesso durante a década 1980, mas seus músicos permaneceram trabalhando com o rock em outra frente da indústria cultural: escrevendo na grande imprensa paulistana, sobretudo na *Bizz*. Esses músicos-jornalistas que ocuparam nesses espaços no jornalismo ajudaram em grande parte a consolidar o campo do rock brasileiro, fortalecendo e ampliando o espaço para o gênero rock nas publicações, o que, por conseguinte é interessante tanto aos críticos quanto aos artistas, e também um público leitor interessado em cultura *pop*: quadrinhos, rock, cinema e literatura jovem (MAGI, 2012).

É pertinente compreender o rock, entendendo que outros gêneros musicais como o pagode e o axé, não possuem prestígio frente a crítica nem frente aos leitores, tendo em visto que não são mencionados pelas em matérias do eixo Rio – São Paulo. Essa distinção não é conferida exclusivamente ao rock, é transferida também ao seu público consumidor “o consumo de um gênero musical e a sua representação na mídia podem ser maneiras de expor diferenças culturais entre as pessoas e de legitimá-las socialmente” (MAGI, 2012, p.72)

O lugar do rock como produto cultural é alterado com o ganho de legitimidade como um produto cultural de alto valor assim como a consolidação de espaços de trabalho para os músicos e produtores, no mercado fonográfico e para os jornalistas, em jornais e revistas especializadas. A proximidade entre músicos e jornalistas especializados era muito frequente, quando esses novos agentes emergiram e conquistaram posições de reconhecimento na indústria cultural. A emergência do rock apontava para uma nova experiência coletiva para os jovens que começam atuar profissionalmente ora como jornalistas, ora produtores ou músicos. O domínio da língua inglesa, experiências no exterior, o acesso, a quantidade de informação que possuíam a influência da música estrangeira, o pop e o cinema foram determinantes na configuração na sua rede de sociabilidade. A circulação desses atores pelo mundo *underground* paulistano constituíram importantes circuitos (MAGNANI, 1998).

O núcleo central da *Bizz* gravitava em torno do jornalista José Augusto Lemos, “que foi convidado pelos jornalistas Carlos Arruda e José Eduardo Mendonça para os estágios finais do projeto da revista *Bizz*, depois acabou assumindo o cargo de consultor especial,

posteriormente editor e depois diretor de redação” (ALEXANDRE, 2002, p. 275). Na fase analisada o corpo de críticos foi uma conjunção de duas gerações: aquela surgida nos anos 1970 – com Ana Maria Bahiana e José Emílio Rondeau – e a que começava a dar seus primeiros passos em meados da década de 1980: Marcel Plasse, Arthur G. Couto Duarte, Lorena Calábria, Antônio Carlos Miguel, Valdir Montanari, Luis Antônio Giron, Tom Leão e Leopoldo Rey – sendo que estes cinco últimos eram colaboradores também da *Somtrês*. Além de críticos, havia também o corpo de redatores que participavam do cotidiano da publicação. A José Augusto Lemos agregaram-se Alex Antunes, Sônia Maia, Bia Abramo, Celso Pucci e Thomas Pappon. (OLIVEIRA, 2011, p. 276)

José Augusto Lemos, o Scot, escrevia matérias e críticas sobre rock e era músico da banda Chance que circulava pelo mesmo circuito frequentado por: Fellini, Akira S & As Garotas que Erraram, Voluntários da Pátria, Agentes, 3 Hombres, Mercenárias, Smack e a Legião Urbana, a época em os músicos moravam em São Paulo. Thomas Pappon era baterista dos grupos Voluntários da Pátria, formada em 1982, e Fellini, de 1984, pouco tempo depois iria tornar-se jornalista da revista *Bizz*. Essas bandas apresentavam – se em espaços alternativos de São Paulo como Carbono 13, Madame Satã e Napalm, estes lugares também eram frequentados por músicos, alguns recém-chegados a cena cultural paulistana como no caso do Legião Urbana³.

“...Bia: Tinha, eram as mesmas referências. Eu me lembro do Alex [Antunes]... Nessa época, o Alex, o Cadão e o MinhoK moravam no mesmo apartamento no centro. E o Alex tinha uma puta coleção de discos e o MinhoK também, eles foram fazendo ao longo da adolescência. O Alex tinha fichas de cada disco que ele tinha, com nome, quem tocou, quem saiu da banda e foi pra onde. Ele tinha um fichário inacreditável, e aí eu me lembro da cara do Renato [Russo] olhando para o fichário (risos). Aí eles [a Legião Urbana] queriam ficar mais tempo em São Paulo, eles tinham vindo com uma grana, sei lá, e aí nessa ocasião o Dado [Villa-Lobos] começou a namorar com a Fernanda, que era do fanzine Spalt, e estão casados até hoje, né? Aí eles queriam ficar um pouco mais em

³ Entrevista de Bia Abramo a Erica Magi, utilizada na dissertação – Rock and Roll é Nosso Trabalho sobre a trajetória do Legião Urbana e a configuração do campo do rock brasileiro.

São Paulo pra circular, pra ver os shows, mas não tinham mais grana. Aí o Dado ficou com a Fernanda e os meninos [Alex, Cadão e MinhoK] convidaram o Renato e o Bonfá pro apartamento”. (MAGI, 2012)

Um elemento muito característico nessa configuração de identidades coletiva paulistana é o aspecto anticomercial - oposta aos “temas vazios” e a alegria “alienada” dos grupos cariocas, como a Blitz, o Barão Vermelho e o Paralamas do Sucesso. Apesar do rock brasileiro e de alguns artistas se consolidarem claramente a partir da construção de uma identidade em oposição ao nacional popular é nesse período, que a Bizz recorre a algumas entrevistas com grandes músicos da MPB como Caetano e Gil, para configurar a importância do localismo.

As diferenças entre ambos os eixos e as formas de percepção do mundo são claras quando observamos, por exemplo, a fala de Lobão como forma de crítica a “se tornar comercial” por parte da Blitz banda também carioca, revela uma forma de desqualifica-la, tendo em vista seu caráter superficial, usando a noção da comercialidade ou superficialidade da banda, para aproximar ou distanciar das formas mais “verdadeiras” e maior valor da indústria:

“Não é mais e o Ultraje prova isso. O texto do Ultraje é mais forte, é mais incisivo. E a Blitz, quando começou, tinha um texto fortíssimo, uma atitude muito forte - tinha até palavrões. E os textos eram tão fortes que acabaram sendo cortados. E foi justamente nessa hora que eu saí da Blitz, quando estava virando Carequinha. Eu até profetizei pro Barreto: "Um dia vocês vão acabar descendo de helicóptero no Maracanã na festa do Papai Noel". **E eles acabaram descendo! A diferença entre o Ultraje e a Blitz é que o humor da Blitz é de beira de praia e o do Ultraje é urbano.**” (BIZZ, 2ª edição 1985, grifos meus)

As bandas cariocas que não tinham nenhuma ligação com as bandas do pós-punk, adoradas em São Paulo e Brasília. Os jornalistas acabaram por construir um discurso que dá a entender que o “pop nativo” (MAGI, p. 1985), ou seja, o rock carioca era simplesmente ruim, por ser comercial, inocente, “bronzado”, próximo a um carnaval ou sem seriedade, ou profissionalismo, sem motivos “maiores”.

“Se você quiser fazer uma comparação entre o Cult de hoje e o de ontem, basta ficar de olho nos locais que exibem vídeos (**principalmente no eixo Rio-São Paulo**), nos quais já foram apresentados dois vídeos de shows: Dreamtime, gravado em Londres no fim de

84 e mostrando o grupo em transição entre o **tribal e o psicodélico**, e Love, capturado em novembro de 85 no fim da turnê inglesa, aqui já totalmente **‘hippiezados’**. A diferença entre um e outro é que o primeiro ainda lembra um típico show punk, com a plateia **colada no palco e pulando a valer**. O segundo é uma superprodução, palco imenso, público afastado, misé-en-scene diferente e **menos vibração, consequência de maior elaboração**. O único ponto em comum é que no final dos dois shows, a música pedida para o bis e que leva todos ao delírio é "Moya", primeiro e grande hit da banda que faz jus ao nome, hoje um grande culto entre moderninhos dos cinco continentes” (BIZZ, 1986, Ed. 11 grifos meus).

A crítica à banda *The Cult*, revela claramente as representações sobre a música produzida no Rio de Janeiro e São Paulo. Enquanto em São Paulo, o som era mais tribal, ou seja, mais, “verdadeiro”, no Rio a associação à imagem “hippiezado”, representa mais público, mais elaboração, ou seja, distante das formas mais “verdadeiras” que a música deve adotar. A mesma representação está presente na crítica de Lorena Calabria a *Bizz* em 1989, confirmando a posição de dos “*dark*” de São Paulo em relação ao Barão Vermelho, banda do Rio de Janeiro.

“O resultado confirmou as previsões: aproximadamente duas mil pessoas compareceram àquele **baile/show - um pré-carnavalesco extemporâneo. Chuva, suor e cerveja!** Já que isso lembra alguma coisa...”(BIZZ. Março 1989, edição 44).

Portanto, percebe-se uma tentativa de estigmatizar o grupo do Rio por meio da associação como “carnaval”, “baile-show”, revelando ausência de seriedade nas suas atividades profissionais. Vir para o eixo implicava a profissionalização do artista, o acesso às grandes gravadoras, aos programas de TV e rádio e à imprensa. Coisas que ele não conquistaria se desenvolvesse sua carreira noutro Estado da federação, devido à concentração dos principais meios de comunicação nas duas capitais. Para Elias (2000) a ideia de interdependência, revela que as posições sociais estão em constante relação da forma com que os outros a enxergam. Assim se configura a relação entre Outsiders e Estabelecidos, também proposta por Elias, no qual um grupo estabelecido excluía o outro do contato social não profissional com seus membros. A partir do estudo de uma pequena comunidade, o autor permite a exploração minuciosa do problema, construindo um “modelo”

explicativo. Para Elias (2006) um grupo só consegue estigmatizar o outro se estiver instalado em posições de poder das quais o grupo estigmatizado é excluído. É, sobretudo, em função desse matriz interpretativa entre “estabelecidos” e “outsiders”, que o estudo dos editores e críticos da Revista *Bizz* pode concentrar-se, especialmente no que se refere aos espaços contraditórios entre *pop-rock* e *underground-experimental*.

2.5 Selvagem?

“Os anos 80 no Brasil eram um momento incomparável. O nosso atraso (incluindo a ditadura) de certa forma adiaram tudo o que aconteceu lá fora nos anos 60 e 70. Então, nos 80 vivemos tudo ao mesmo tempo: o idealismo ingênuo, o coletivismo politizado, o cinismo pós-tudo. Eu saquei isso quando fiz a seleção de faixas pra uma coletânea alemã de pós-punk brasileiro, No Wave. Pesquisando fotos do lendário clube Madame Satã para o encarte, eu descobri a Síndrome do Barbudinho. Em todas as fotos, no meio dos cabelos moicanos, das camisas cortadas, tinha um algum barbudinho. Aí eu pensei: mas que porra esse hippie está fazendo aí no meio?, e caiu a ficha. A *Bizz* teve um papel fodido nisso. Não só apresentamos bandas como Smiths e Cure pro público brasileiro num momento em que não havia download, e os discos eram de vinil, como acompanhamos a explosão da cena local, da Legião ao RPM.”

(Alex Antunes entrevista ao Blog *Scream e Yell*)



(ROUDEAU, José Emílio. Paralamas em Busca do Batuque Esquecido. *Bizz*, São Paulo, Editora Azul, n11, p. 24-25, junho 1986.)

Em 1986, o Paralamas do Sucesso, banda carioca, lança um álbum que foi uma marco na história do rock nacional e sucesso maior em discos vendidos. O nome do álbum era uma provocação a internacionalização do rock – Selvagem? – e sugere um questionamento a cerca do que seria inculto, rude. A imagem do menino branco, loiro com uma camiseta na cintura, na mão um arco e flecha, atrás uma barraca de acampamento em meio a uma floresta, indica que na verdade esse indivíduo (que é o primo de um dos músicos da banda) se reapropria das formas de representação tradicionais do “selvagem” e partir delas resignifica seu próprio lugar enquanto sujeito “universal” (a barraca, a camiseta, a cor da pele e do cabelo), portanto, afirmando uma relação entre o regional e o universal, automaticamente negando uma linguagem visual que admitia as formas urbanas.

"Não só em relação às capas de disco, mas também em relação a toda a estética, todo o tratamento visual do rock brasileiro, uma sacanagem que contrastaria com esta coisa de sério, compenetrado, de gola levantada, aquele olhar. Daí começou a pintar a ideia - ou melhor, a foto catalisou a ideia - de um disco que chocasse". (BIZZ, 11ª edição 1986)

O comentário acima de um dos músicos do Paralamas do Sucesso revela não só uma nova forma de pensar esteticamente o rock, mas especialmente elabora uma crítica ao tratamento visual das bandas paulistas "com ar sério, compenetrado, da gola levantada". A crítica da banda carioca indica a abertura a novas possibilidades na realidade dessa cidade, confronta cotidianamente as inovações tecnológicas, informacionais e culturais de vários lugares do mundo, mas que leva consigo ainda a responsabilidade de ser o local de síntese de um hibridismo cultural especialmente brasileiro.

"O público nos deu o aval para experimentar", diz Herbert. "Acho que agora a gente pode fazer o que quiser sem ter o compromisso de estar preso a um estilo. As pessoas já estão preparadas para um susto, numa boa." Nem todas, a notar pela receptividade inicial de *Selvagem?* A expectativa criada em tomo do disco foi imensa e provavelmente sem precedentes na história recente da indústria fonográfica brasileira. Rádios se debatiam por uma cópia do disco, fechado a sete chaves pela gravadora (embora exibido à farta a quem quisesse ouvi-lo no estúdio onde os Paralamas gravaram e mixaram o álbum). Quando, finalmente, as rádios conseguiram pôr as mãos no mix de "Alagados", os Paralamas simplesmente acamparam nos playlists. No primeiro dia de execução, "Alagados" foi tocada 57 vezes no Rio de Janeiro. Na Bahia, tocou 67 vezes. O ponto crítico para se considerar uma música um super-sucesso é de trinta execuções. (BIZZ 11ª edição/junho 1986).

Herbert Vianna músico já reconhecido em 1986 se referia à ótima recepção do álbum "*Selvagem?*", que traz influências regionais brasileiras e da música high life africana: "A letra veio depois, mas Herbert tinha até vergonha de mostrar pro Bi, porque era uma letra de samba". Gilberto Gil, artista consagrado da MPB assinaria algumas canções e construiria a letra de "A Novidade". Mas o que a associação a Gilberto Gil e as composições engajadas com a vida social brasileira diziam? A reviravolta mencionada no início desse artigo publicado na

Bizz de junho de 1986 apontavam para uma nova abordagem do rock: as influências regionais e a temática do nacional frente às letras e arranjos com influências de bandas inglesas e americanas. Ao mesmo tempo o irmão de Herbert, Hermano Jr., estava assinando artigos celebrando a efervescência da música negra no mundo e lamentando o estado da música inglesa, e o novo disco dos Paralamas era o mais africano possível. O Jornal do Brasil lançou manchetes associando-o a um "o vírus negro que assola o rock Brasil".

Nesse mesmo período enquanto discutiam-se sobre as influências regionais na constituição de uma musicalidade híbrida, alguns músicos como Cazuzza, Lobão e Renato Russo, os grandes "mentores intelectuais" da geração de 1980 do *rock* nacional, recriavam a origem do *rock* associando-a "vingança dos escravos" ou "origem na África", "coisa tribal" como vemos aqui:

Cazuzza: O rock é a vingança dos escravos!

Lobão: Não, porque o rock também é o Antídoto da vingança.

Cazuzza: É, porque não é para ser ouvido, é para ser dançado, é uma coisa tribal.

Lobão: Rock seria síntese.

Cazuzza: Rock é simplesmente uma batucada.

Lobão: Não é, não. Batucada tem muitas. O rock é mais que isso. O rock brasileiro é piada..."(BIZZ, 2ªedição 1985)

Da mesma forma Renato Russo afirma em 1985 "E para quem insiste que rock é música americana: não, é música da África". A necessidade de resgatar uma origem social, vinculada a África, aos escravos ou a uma "coisa tribal", justifica-se pela posição social que ocupavam na época, vindo ao encontro dessa busca por uma identidade "brasileira" que se ampara não exatamente nos critérios que legitimaram o samba e o choro da década de 50 e 60, uma "verdadeira expressão" do povo brasileiro, mas no tensionamento entre o universalismo do rock e o regionalismo da africanidade.

Para Maria Arruda Sampaio (2001) o Rio de Janeiro, ao contrario de São Paulo, produziu a Bossa Nova: uma música popular com um teor bastante contemplativo da realidade social e das formas de sociabilidade dos agentes que a produziam. Logo, o Rio de Janeiro acende, como um local no qual se configurava um padrão cultural singular e refinado, incentivando a migração de artistas que pretendiam um tipo diferenciado de produção artística (SOUZA 2011 p.89). Enquanto que a cidade carioca desfrutava esse ambiente de refinamento artístico e cultural, a cidade de São Paulo despontava como local de

altos rendimentos comerciais, porém com expressões artísticas menos importantes.

Nesse momento, as disputas por legitimidade cultural na cena do rock brasileiro por parte dos músicos e críticos paulistanos marcaram um conflito simbólico entre os eixos Rio e São Paulo. A condição histórica favorável culturalmente e o desprestígio do rock enquanto produto cultural necessitava nesse contexto da profissionalização do campo musical, de um novo investimento simbólico que reordenasse a antiga lógica. O fato, de músicos e críticos em São Paulo estabelecerem relações de amizade, parentesco e vínculos afetivos de qualquer ordem, mesmo antes de ascenderem profissionalmente, favoreceu uma construção simbólica positiva em relação a essa produção, pretendendo resignificar a representação histórica das produções culturais.

A *Bizz* exercia um papel de mediação entre os agentes do campo musical e o público consumidor de música e pretendia estabelecer o circuito paulistano como culturalmente mais elevado, mas também reconhecia os novos meandros de resgates nacionais. Um “novo” nacional pensado por meio da articulação entre elementos visuais e sonoros, misturas de diferentes gêneros musicais e sons, expressões de regionalismos agregados à cultura internacional, produzindo uma cultura “legitimamente nacional”. Um “nacional” que não se assentava na mera exposição de gêneros do interior brasileiro, mas sim no conflito entre estilos, refinados pela lente exigente de uma elite cultural carioca. Nesse jogo de negociações a *Bizz* se adaptava a lógica do mercado e continuava atenta as exigências do público.

Na edição número 1 da *Bizz*, em agosto de 1985, uma seção da revista foi dedicada ao show de Gilberto Gil em Nova Iorque. A matéria não pretendia exaltar nem o *rock*, nem a música nordestina que estava colocada em evidência, mas sim a capacidade de articulação entre ambos. Essa variação diversificada e rica em elementos culturais, de origens diversas, capazes de construir algo “novo” e também ser ousado para o público.

“Gil não cabe mais no Brasil. O que é apenas natural. Embora permeado pelos regionalismos nacionais que formam os alicerces de sua obra, Gil é cidadão do mundo. Suas referências atuais englobam as Américas, a África, a Europa e a Ásia. E, portanto, hoje sua música tem tudo a ver com o mundo inteiro.”
(BIZZ, 4edição 1985)

A associação a Gilberto Gil no disco *Selvagem?* - não é à toa, seis meses antes a crítica da *Bizz* publicava uma matéria relacionando o

músico representante do nacional popular brasileiro e pontuando algumas características suas como universais. A partir daí, deve-se tentar identificar de que forma a banda Paralamas do Sucesso atendeu aos debates e às demandas simbólicas que sobre ele recaíam, suprimindo cobranças múltiplas de um campo onde o *rock* se inseria como componente na busca por algo “novo”.

“A capacidade de gerar uma espécie de tensão entre esses pólos, representados pela valorização de uma brasilidade híbrida, por meio de requintadas técnicas de criação musical somadas à captação de tendências musicais de diferentes locais do mundo, representaria alguns dos critérios que fizeram de Gilberto Gil e Caetano Veloso nomes extremamente consagrados no período” (SOUZA,2011. p.92)

O lugar da *Bizz* era claro nessa disputa contra o Rio de Janeiro e o nacional popular, sobretudo porque os editores e críticos faziam parte dessa rede de sociabilidade pós-punk e junto aos músicos pretendiam consolidar-se nesse campo na capital paulista.

Entretanto, as mudanças orientadas pelo álbum *Selvagem?*- do carioca Paralamas, com a inserção frente aos tensionamentos de diversos estilos musicais, pautados no regionalismo e reflexo da moderna situação sociocultural da metrópole carioca foram recebidas de maneira bastante positiva. E não só eles, muitas outras bandas cariocas, foram alvos de críticas elogiosas, especialmente quando abordam outro Rio de Janeiro – não mais o do cartão postal, recorrente na Bossa Nova, mas aquele que canta as formas do asfalto-morro, como na MPB.

Independente da leitura, o álbum do Paralamas do Sucesso ainda se reportava à tradição nacional, dirigindo-se ao Brasil, mesmo que fosse para exigir-lhe que “apresentasse suas armas”, colocando-se no lugar em outro alguém cuja origem social não era a sua. Em relação à tradição nacional de que faz parte, a canção do Paralamas não deixa de expressar a massificação do processo político, que é perceptível pela comparação entre o sujeito poético que nela fala e os que se manifestavam em três canções anteriores que da mesma forma podem ser tomadas como emblemáticas do engajamento da música popular no processo de construção da nação: “Aquarela do Brasil”, “Sabá” e “Tropicália” (MORELI, 2008).

Da mesma forma, dentro desta leitura política, podemos mencionar a música, que faz parte do disco - *Que país é esse?*- da Legião Urbana de 1987, período posterior ao álbum *Selvagem?*- É interessante entender como esse disco, introduz uma nova leitura do

nacionalismo e regionalismo diferente de como fora com a MPB - “um protesto pelas massas, e não das próprias massas” (idem, p.98). Desde então, observa-se a invasão de temas nacionais no cenário musical, outro nomes consagrados do rock nacional como Cazuza e Capital Inicial. A letra da música *Que País é Esse?* -É muito semelhante à letra da música *Selvagem?*- que coincidentemente ou não levam os nomes dos discos, as representações do nacional também se identificam com aquelas comuns a MPB, o regionalismo dos estados, os indígenas como figuras “mais verdadeiras”, aproximando-se dos grandes temas da música popular brasileira:

Nas favelas, no Senado
 Sujeira pra todo lado
 Ninguém respeita a Constituição
 Mas todos acreditam no futuro da nação
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 No Amazonas, no Araguaia iá, iá,
 Na baixada fluminense
 Mato grosso, Minas Gerais e no
 Nordeste tudo em paz
 Na morte o meu descanso,
 mas o Sangue anda solto
 Manchando os papeis
 e documentos fieis
 Ao descanso do patrão
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 Terceiro mundo, se foi
 Piada no exterior
 Mas o Brasil vai ficar rico
 Vamos faturar um milhão
 Quando vendermos todas as almas
 Dos nossos indios num leilão
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 Que país é esse?
 Que
 país é esse?

3. A PROFISSIONALIZAÇÃO

Na análise de Oliveira (2011), percebe-se que a crítica musical era muito incipiente e limitada, principalmente nas primeiras publicações, *Rolling Stone* e *Pop*. A partir da segunda metade dos anos 70, com o surgimento das revistas *Música* e *Somtrês*, a crítica musical começou a se desenvolver e se profissionalizar. Porém o *rock* brasileiro daquela época ainda era visto com desconfiança por parte dos críticos. Na década seguinte, o gênero passou ser valorizado graças ao alcance mercadológico e também de prestígio. Contudo tal valorização não se sustentou por muito tempo, tanto em mercado e prestígio quanto na crítica musical: não existia unanimidade dos críticos em relação ao *rock* brasileiro. Por outro lado, grupos que postulavam como *undergrounds* conquistaram a simpatia da imprensa musical. Após sucumbir a uma perda de espaço na mídia, entre o final dos anos 1980 e o início da década de 1990. Em suma, tratava-se da figura do crítico atuando como mediador entre os músicos e um público consumidor que o próprio crítico julgava ideal.

O desprestígio do *rock*, enquanto um produto de menor valor frente a MPB foi substituído por consequência da luta e do desejo dos críticos e músicos no reconhecimento do *rock* enquanto um trabalho (MAGI, 2012). Inseridos no trabalho jornalístico que também se redefinia, esses profissionais oriundos em sua grande maioria do curso de jornalismo da ECA da Universidade de São Paulo, estavam inseridos em uma mega corporação como a Editora Abril e também foram aliados das transformações no seu campo de atuação.

Em meados da década de 1980, com a redemocratização do Brasil, ocorreram mudanças no campo dos jornalistas. Nesse momento despontam comportamentos apolíticos, em que eles não desempenhavam mais o papel de porta-vozes das ideias de mudança e de revolução (ABREU, 2002). Os jornalistas que até então tinham uma postura combativa politicamente tinham uma ação dentro de partidos políticos ou movimentos sociais. Eram profissionais, técnicos que viviam uma crise do engajamento. Para alguns jornalistas, a explicação se encontra na nova concepção de engajamento político e nas novas formas de mobilização social. A partir dos anos 1990, para Abreu (*id.*) o interesse do público ganha novas áreas, como a questão ambiental, a saúde, o corpo. Então, percebe-se uma orientação para a segmentação de mercado em cadernos que passam a falar sobre gêneros específicos, música, moda, comportamento, mulher, vestibulandos, carros, culinária,

etc., além dos fascículos e brindes que foram criados para atrair um público que antes não se interessava pelos conteúdos usuais dos jornais.

Essas transformações fazem com que também a ideia de tempo se altere. O jornalismo sempre foi uma profissão em que a agilidade estava em jogo, visto que seguem certa periodicidade à difusão das informações. Com a introdução de novas tecnologias, como analisa Abreu (*ibidem*) faz com que o rigor do compromisso na hora do fechamento dos jornais seja aumentado, conseqüentemente também se aplica às exigências de entrega, distribuição.

As exigências comerciais e os investimentos em marketing também são potencializados em função da necessidade de maximização dos lucros, ou do aumento do tempo de giro do capital num mercado global ou em vias de globalização. As grandes empresas de mídia ou conglomerados necessitam de enormes recursos, tanto para modernizar tecnologicamente seus processos de produção quanto para qualificar seus métodos de gestão e a qualidade dos seus produtos. Nesse sentido, não há diferença entre uma empresa produtora de bens materiais e uma empresa produtora de bens simbólicos, o que leva à incorporação do *marketing*, a partir da década de 1970, e se mobiliza para a entrada do capital transnacional, nos anos 1990.

Como mostra Abreu (*ibidem*), as pesquisas de opinião, hoje feitas com muita frequência pelos conglomerados de mídia, foram introduzidas principalmente por esta nova realidade, quando se estreita a relação entre exigências de mercado e redações. Essa é um dos motivos pelos quais a os produtos jornalísticos se tornaram menos políticos e ideológicos: um jornal mais “neutro” poderia ser lido por pessoas de perfis distintos.

Durante esse processo que os editoriais e as colunas de opinião deixaram de ter um papel importante do jornal por buscar aumentar o público, o jornalismo inserido na concepção de negócio, modificou profundamente seu conteúdo. Matérias que priorizam o entretenimento e à prestação de serviços ganham mais espaço em lugar dos temas de interesse público, sem apelo de mercado, ou desorientado com o “gosto do leitor”. Nesse momento, as redações se orientam para o público e a seção de Cartas do Leitor se torna uma importante medida de sucesso ou fracasso. Moraes (2001) relata uma tensão de três elementos envolvidos na prática da leitura: editores, autores e leitores, afinal esse espaço era muitas vezes utilizado pelos editores a fim de destacar temas que acreditavam merecer continuidade, ao passo que demonstravam também um canal de comunicação com o leitor através da possibilidade de publicação.

Aqueles profissionais com melhor formação intelectual iam para as áreas de política e economia, e aqueles de formação inferior, ou sem nenhuma formação, iam para a reportagem policial. É por isso, que esses jornalistas e suas notícias “manchavam” o trabalho e o nome dos demais (ROXO DA SILVA, 2009). Além disso, muitas vezes a função era utilizada como um trampolim para a obtenção de cargos ou posições melhores, preferencialmente, na política.

A influência do mercado no jornalismo se fez presente também na linguagem, com a introdução de textos mais curtos, títulos menores e mais preocupação com o recurso da imagem. Alexandre Bergamo (2011) marca o jornalismo dos anos 80 como um momento de conflito no campo visto que os jornalistas passaram a se definir por “antigos” ou “novos”, essas posições marcavam uma reorganização no mercado de trabalho marcado pela influência da formação do jornalista em cursos superiores, essa posição social interdependente entre os sujeitos era marcada na linguagem escrita. A partir dessas reflexões que nota-se a importância do estudo do jornalismo nos anos 80, como uma fase de transição dos “críticos” (sem formação universitária, mas formados na “experiência”) e “acríticos” (com formação universitária e “técnica”). Portanto, é importante que o estudo desse período histórico no contexto do jornalismo seja pensado sobre os termos o uso da escrita como construção de uma identidade e um marcador geracional entre “novos” e “antigo”. Tal identidade é uma redefinição do seu presente e seu valor social.

Para Magi (2012) a afirmação e defesa de suas “diferenças” dentro das redações de jornais e revistas, assim como afirma Bourdieu (2008), foi essencial para que esses críticos jovens existissem socialmente e, por sua vez, conquistassem a autoridade necessária para verbalizarem e viabilizarem outras ideias sobre a produção cultural brasileira e estrangeira.

Com as mudanças culturais e a consolidação do rock, os artistas prestigiados da MPB deixaram de ser o centro dos cadernos de cultura de São Paulo e Rio de Janeiro. De modo que o rock brasileiro foi aparecendo em matérias e reportagens rigorosas e preocupadas em informar a juventude sobre o que de novo e de diferente estava acontecendo na música popular brasileira.

Outro fator determinante na configuração da profissionalização do jornalismo foi à introdução de índices de audiência, enquanto uma forma abstrata de público cuja importância principal é o caráter comercial. Lembrando que a *Bizz*, surge de uma pesquisa de mercado aplicada no *Rock in Rio* de 1985. Algumas “pesquisadoras” foram

enviadas pela Editora Abril a fim de observarem durante os dez dias de shows de bandas e artistas nacionais e internacionais no evento, realizado em janeiro de 1985, mesmo ano de lançamento da *Bizz*.

Atentos às transformações de mercado e as segmentações já aplicadas pelo mercado editorial. Essa aferição era realizada pelos dados de venda da revista e o termômetro para tal era a Seção de Cartas e Serviços, no qual se estabelecia um contato direto com o leitor e a revista, deste modo, revelando as bandas que ocupavam um lugar privilegiado na vida do leitor. Além disso, a revista *Bizz* também era comercialmente interessante para aquelas empresas que atribuíam a representação de “público jovem” aos seus produtos, nesse sentido, quanto maior a venda mais interesse se tinham em pagar por espaços de anúncio.

3.1 A linguagem profissional

A linguagem escrita assim como a linguagem visual revela acerca da percepção entre a obra e o que foi dito sobre ela. Elas referem-se à representação de quem as descreve seus juízos de valor, seu cosmos e o interesse na obra. (BAXANDALL, 2006).

As descrições presentes na *Bizz* variam visto que são escritas por pessoas diferentes, com percepções do mundo variadas em momentos e relações diversos. Não caberia configura-las aqui. Entretanto, observam-se algumas recorrências que podem indicar ou supor elementos que constituem aquela sociabilidade, por exemplo:

“Reunir **dois rockstars** num mesmo lugar, à mesma hora, é quase tão difícil quanto fazer Reagan dançar valsa com Gorbachev(..) Até que, **numa noite carioca regada a uísque e gargalhadas**, os dois sentaram-se **na sala** de Cazuza e conversaram sobre o rock, sobre Madonna, sobre rock, sobre Menudo. E sobre rock, também(...) (BIZZ, 2ª edição - set 1985, grifos meus).

“...Aquela foto - de Pedro Ribeiro, irmão do baixista e "mentor intelectual" dos Paralamas, **Bi** - foi a catalisadora de todo um processo de repensagem dos Paralamas, detonado às vésperas da gestação do sucessor do hit Passo do Lui” (BIZZ, 11ª edição - junho 1986, grifos meus)

“Os gritos que vêm do andar de cima, enquanto eu estou calmamente sentado sorvendo chá e folheando o Sun na sala, parecem ter vindo do célebre e único

Ozzy Osbourne, **estrela do rock, comediante, perdedor de lâminas de barbear e arruaceiro-mor.** Ele acabou de cair da cama (são 12h30) e está dando um trato no visual, porque sabe que vai ter **um dia duro pela frente, com entrevistas, fotos, um voo para Nova York para filmar um vídeo...**” (BIZZ, 10ª edição - maio/1986, grifos meus)

A rede de sociabilidade mencionada no primeiro capítulo na qual estabeleceu vínculos afetivos entre músicos e críticos parecem ser evidenciados na *Bizz*. Esse ideal de proximidade entre ambos pretende ajustar a posição social desses críticos musicais frente a outros músicos e produtores. Alguns elementos presentes na linguagem da escrita musical revelam um impacto em relação à representação de si. Na entrevista de Cazuzu e Lobão, por exemplo, percebe-se que a intencional proximidade entre o entrevistador e os entrevistados a partir da ideia vinculada à sala, uísque e gargalhadas. No segundo exemplo, o entrevistador remete novamente ao âmbito privado, dessa vez se orientado para a família de um dos músicos do Paralamas do Sucesso, dirigindo-se a ele a partir de seu apelido, Bi. Enquanto no terceiro exemplo, ao descrever o cotidiano de uma estrela do rock, o entrevistador relata a possível dificuldade de seu *metiér*, exatamente no que tange seu próprio ofício “dar entrevistas, tirar fotos, fazer um voo para Nova York para filmar um vídeo”.

Outro elemento bastante presente nos textos *da Bizz* é a trajetória na busca da notícia, entrevista ou lançamento. Essa característica jornalística retoma o caminho, muitas vezes tortuoso, exaustivo na busca da notícia. A importância da trajetória é uma retomada do valor do próprio jornalista enquanto profissional. Uma grande matéria como uma figura pública amplamente reconhecida e muitas vezes avessa a entrevistas traz muito mais prestígio a quem escreve. Neste exemplo, o entrevistado é Iggy Pop, músico considerado precursor do movimento punk. A admiração dos críticos que o entrevistam também é um elemento que salienta esse alto valor, dentro de sua própria rede de sociabilidade:

“É muito raro a gente ter por aqui um talento raro e tão influenciador como Iggy Pop. Raro, ainda, é conseguir uma entrevista com este roqueiro seminal que vai aportar por aqui no final de julho. Mas nosso homem em L.A., José Emilio Rondeau, batalhou e conseguiu. Iggy deita falação sobre anos 60, os Stooges, David Bowie, influências, perigos do sucesso e desanca solenemente o que considera o lixo

do rock atual. Com vocês, a fera que fez meia história do rock” (BIZZ, julho 1988, Ed 36. Grifos meus).

Os críticos e músicos se escoram em citações de músicos estabelecidos com alto valor cultural e na língua inglesa, como forma de credenciais, ou seja, eles omitem outras informações, como observações técnicas sobre músicas ou discos, e no lugar disso se apoiam sem na legitimidade desses sujeitos e domínio da língua inglesa e outras línguas como forma de distinção. Além disso, a utilização do inglês diz respeito ao próprio universo em que esses sujeitos estavam inseridos:

“Aaarrá! A Edilene, de Curitiba, escreve uma breve missiva para reclamar dos comentários tecidos sobre Guilherme "Zero" Isnard nesta coluna que vos injeta um pouco do espírito cosmopolita que consagrou **Bernard Shaw, Evelyn Waugh e Gore Vidal**, entre outras **célébrités** que deviam ser tão lidas quanto Claudette Poodle (BIZZ, novembro 1986, Ed 16).

As descrições privilegiam elementos estéticos, o comportamento, o modo de vestir, falar, características técnicas são muitas vezes omitidas e substituídas por credenciais. Podendo dissimular, por exemplo, sua falta de conhecimento em música formal, como por exemplo:

“A capa de Nightclubbing é o máximo em termos de hiper-realidade. O corpo de Grace Jones é uma escultura de Jean-Paul Goude, que inventou seu novo estilo de cabelo e maquiagem, fotografando o resultado. Tudo é artificial, até mesmo a cor da pele, muito mais negra do que "realmente" é. Quem cuida da produção musical e da contratação dos instrumentistas é o dono da Island Records, Chris Blackwell, ajudado por Alex Sadkin, também produtor de Bob Marley. Grace Jones volta a seu país de origem, a Jamaica, utilizando o reggae como alternativa pós-disco. Mas não confundir com uma procura de raízes: em Nightclubbing, o reggae deixa de ser "autêntico" para assumir sua forma mais comercial e cosmopolita. Nada a ver com Jah.”(1988, junho Ed. 30, grifos meus).

Percebe-se também uma escrita muito livre, informal, próximo ao que se chama de “liberdade de expressão”, para Bergamo (2011) quanto mais o texto jornalístico de aproxima da expressão literária, maior valor é conferido a quem escreve. Essa característica se mistura a recriação do jornalista em meio à introdução de novas narrativas. As formas de registro da *Bizz* têm influências visuais, sonoras, fotográficas

e cinematográficas. Os jogos de elementos que muitas vezes aparecem ao mesmo tempo fazem referência à linguagem do vídeo clipe e alteram as formas de percepção da narrativa.

As composições de alguns textos jornalísticos da *Bizz* se apropriam de elementos de outras linguagens visuais, fazendo com que a narrativa tenha uma característica dinâmica, que muitas vezes causa um estranhamento em termos de cortes, influenciado pelo cinema, como no caso abaixo:

“ No quarto de um hotel de segunda, em San Antonio, Texas, o garoto negro, alto, magro e elegante senta-se voltado para a parede, um enorme microfone à sua frente, o violão de aço National-Steel sobre o joelho. Um fio corre pelo chão de madeira até o outro quartinho, onde, concentrados, atentos, maravilhados, dois homens brancos de meia-idade manipulam pesados gravadores de rolo. Faz frio, uma fria noite de novembro em 1936. Olhos fechados, o garoto toca - alguém na sala de controle comenta que não é possível: deve haver mais alguém com ele no quarto. Como é que estamos ouvindo acompanhamento e solo ao mesmo tempo? Mais que isso - que tristeza, que tristeza infinita, que doçura angustiada nessas cordas. O garoto canta, uma voz aguda e ligeiramente fanhosa, e a primeira impressão é de transe, trânsito, fuga, como capturar vento. Depois, abre-se um universo escuro, um poço das mais absolutas paixões - cada blue é curto, curto, dois minutos e pouco, cantado como quem fugisse, cantado como quem perseguisse ou fosse perseguido. Nem amor, nem desejo, nem desespero: um pouco de cada uma dessas emoções e mais alguma outra coisa, alguma coisa que remonta à mais básica humanidade, fatalidade, destino, morte”. (BIZZ, 1986. Ed 08)

Flora Süssekind (1987), entende que os artefatos técnicos reposicionam as formas de sentir e reproduzir o mundo, alterando as formas de recepção através de registros visuais. A influência da fotografia é pontuada pela linguagem em flashes, as frases são curtas descritivas e não precisam uma da outra para fazer algum sentido:

“Poeta laureado, profeta num casaco de motoqueiro. Vagabundo misterioso. Napoleão em andrajos. Um judeu. Um cristão. Um milhão de contradições. Um completo desconhecido, como uma pedra rolante...” (Bizz, 1986, Ed 07,)

Existem também outras possibilidades sonoras, como no título da matéria: Titia, não estou com leucemia, sobre Rita Lee, fazendo referência a letra da música que era lançada naquele momento, recorrendo a uma memória auditiva. O rádio, também configura uma possibilidade de linguagem na *Bizz*⁴:

“Aaarrá! A Edilene, de Curitiba, escreve uma breve missiva para reclamar dos comentários tecidos sobre Guilherme "Zero" Isnard nesta coluna que vos injeta um pouco do espírito cosmopolita que consagrou Bernard Shaw, Evelyn Waugh e Gore Vidal, entre outras célebrites que deviam ser tão lidas quanto Claudette Poodle.” (BIZZ, novembro 1986, Ed 16).

Vale lembrar que no período que a *Bizz* está inserida neste trabalho, o acesso à informação era difícil. Referências internacionais sejam elas do cinema, da música, ou informações de outras ordens demoravam muito a serem introduzidas no Brasil. Todos esses elementos combinados à inserção de novas tecnologias e linguagens que se agregam, se opõem e se fundem, tem como consequência a alteração nas formas de percepção: a agilidade do texto, a recepção das informações, a circulação e a experiência das narrativas de vários formatos tem como objetivo acelerar a temporalidade de quem lê e consolidar uma linguagem específica, que dialoga com a profissionalização do Rock Brasil e a inserção de novas tecnologias.

⁴ A mesma fonte também foi citada em momento anterior.

4. O PÚBLICO LEITOR

No fim da década de 1970, a indústria fonográfica brasileira enfrentou atraso em relação à estrangeira (GROPPO,1996). A baixíssima vendagem de produtos fonográficos foi agravada no contexto brasileiro pela depressão econômica. A indústria receosa de perder seu crescimento escolhe o *rock* como um produto lucrativo e interessante, não por apenas oferecer diversão e moda, mas especialmente, porque vinha ao encontro da juventude que encontrava seu espaço na cultura de mídia mundial.

Retomando alguns elementos, é preciso considerar que em um primeiro momento o engajamento no processo político de construção da nacionalidade — que distinguia a “boa” música popular brasileira da música “ruim” e “alienada”, de circulação mais ampla — esteve associado à crítica ao “estrangeirismo” do *rock* e das guitarras.

O tropicalismo, movimento posterior quase imediatamente depois da Jovem Guarda foi consagrado pelos festivais da Record, trouxe o *rock* com guitarras elétricas para o circuito restrito da música popular brasileira. Entretanto, o movimento se manteve frente à questão nacional, à qual respondeu de modo crítico, irônico e independente, mas não conseguiu de fato, eliminar a nacionalidade de seu discurso. O que ao mesmo tempo, significa afirmar também que o tropicalismo deu um primeiro passo no sentido oposto, levando a música popular brasileira para o *rock*. (MORELI, 2008).

O próximo passo, já na década de 80, envolveria a massificação do engajamento da MPB através do *rock brasileiro*. O B*Rock*, ou Rock Brasil, foi contemporâneo de uma mobilização política de massa, como consequência às campanhas pelas eleições diretas e pela eleição de Tancredo Neves no Colégio Eleitoral em 1984, seguidas pela eleição presidencial de 1989 e pelo *impeachment* de Collor em 1992. Dentro desse cenário, o *rock brasileiro*, teria levado a MPB e o engajamento político no processo de construção da nação democrática para as “massas”, e também teria provocado, até nos jovens urbanos de menor poder aquisitivo, o hábito de consumir LPs (idem, p. 96).

Isso afere nas formas de circulação dos discos, LPs e compactos. Ouvir música não era apenas uma experiência individual, era também uma experiência coletiva. Isso se demonstra na grande quantidade de coletivos organizados que escrevem para a redação da *Bizz*, que tem o papel, de fazer a mediação entre esses grupos. São eles, grupos punks de São Paulo, fã clubes nacionais e internacionais, bandas em formação

procurando músicos, músicos procurando bandas e músicos já consagrados que respondem acusações, entre tantos.

A consolidação do rock enquanto experiência coletiva exigia não só a venda de discos, mas uma série de elementos que exigiam maior infraestrutura mercadológica, exemplo disso é a necessidade de ampliação dos espaços de sociabilidade que ainda eram restritos. A ascensão do público leitor e consumidor de música exigia que essa experiência pudesse ser concretizada em circuitos específicos:

“ (...) O ponto X da questão é formar um pequeno, porém sólido, circuito com alguns clubes, bares e salas de espetáculos, onde as pessoas - bem acomodadas, como fazem questão - possam assistir a shows nacionais e internacionais de várias tendências. Nesse mercado só cabem profissionais. Já será o começo para uma eventual - se possível - mudança de mentalidade dentro da indústria” (BIZZ, 3ª edição out/ 1985)

A banca de revista também passa a ter uma importante função, para a formação cultural e pedagógica dessa geração. As linguagens que estavam sendo incorporadas pela indústria: o cinema a fotografia, o pop, os quadrinhos e a literatura configuraram uma nova percepção do mundo que é compartilhada pelo público leitor (MAGI, 2011). Entretanto, apesar das novas formas de narrativa que foram introduzidas a essas linguagens, o tom de engajamento político era muito presente, lembrando muitas vezes o tom que consagrou a MPB. A indústria ao tornar massivo o discurso ao engajamento no processo político inseriu-se na linguagem musical das massas jovens internacionais (MORELI, 2008).

“Os promotores precisam se conscientizar que a demanda por bandas de qualidade existe. Tanto brasileiras quanto estrangeiras. A chacoalhada no mercado também tem de partir de quem se aproveita desse mercado. Só assim é possível a fertilização da garotada local - pela presença de artistas-chave na música contemporânea e a seleção natural entre os que surgiram na nova safra brasileira. Tudo isso envolve um problema sério, leitor. Quem decide o que você ouve? Escreva para nós dizendo quem você quer que venha tocar no Brasil.” (BIZZ. Opinião - Pepe Escobar, 3ª edição, 1985).

A questão do público na *Bizz* se colocava em dois níveis: num primeiro nível, colocava-se o desafio de consolidar um público próximo

e imediato, que partilhasse com o artista espaços sociais comuns “coretos eletrônicos” valores ideológico e políticos. Enfim, um ethos comum que reforçasse as linguagens das manifestações artísticas dentro do cenário da profissionalização. E o segundo pretendia consolidar a linguagem do rock, que se utilizava de vários de registros visuais e sonoros e dialogava com outros produtos da indústria cultural e de grandes conglomerados de negócios.

Dentro da revista, a sessão de Cartas de Leitor, que na época tinha uma função central cuja importância revelava gostos, interesses e números de audiência eram de extrema importância para uma revista que está inserida em um esquema de produção de mercado de uma empresa de grande porte.

Observa-se que esse espaço dava margem a respostas ofensivas a críticas ainda mais ofensivas, pedidos sobre informações de bandas internacionais, endereços para envio de cartas de fãs clubes, etc.

“Alô pessoal da BIZZ! O motivo pelo qual resolvi escrever esta carta foi o comentário sobre o novo disco do Barão Vermelho, Declare Guerra para ser mais exato, nosso quarto disco, feito no mês de junho. Percebi claramente em todo o comentário má - fé evidente do autor. Vejamos algumas partes: 1) Logo na segunda frase ele diz: "Tocam rhythm 'n' blues básico, com pouquíssimas variações, e parece que a fórmula dá certo..." "O rhythm 'n' blues, como o blues, é uma música básica, mas essas pequenas variações a que ele se refere na verdade são a identidade e o charme pessoal de cada música. Assim acontece também no reggae e no samba, excluindo o sambacação. Além do mais o disco tem vários rocks e um funk. 2) No final de seu comentário, ele relega a uma simples vírgula o fato de, ao ouvir o disco, não sentir a ausência de Cazusa e a constatação da evolução musical do grupo, e termina com a seguinte frase: "Quem não gosta de rhythm 'n' blues vai ficar enjoado com o disco". Ora, quem não gosta de rock 'n' roll provavelmente vai ficar enjoado com o último disco dos Stones, e quem não gosta de samba idem com o trabalho do João Nogueira ou do Paulinho da Viola. Por essas e por outras críticas é que muitas vezes cria-se um clima ruim entre os artistas e a imprensa.”

Roberto Frejat, do Barão Vermelho Rio de Janeiro – RJ.

(BIZZ, nº14 setembro 1986)

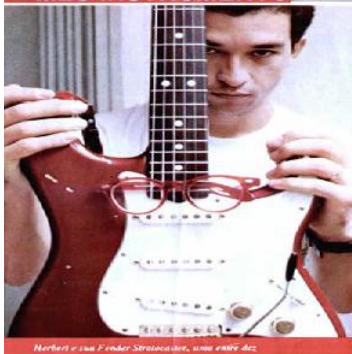
O clima ruim citado por Roberto Frejat, vocalista do Barão Vermelho, logo após a saída de Cazuzza era muito comum entre críticos da *Bizz* e os músicos. Essa relação entre “bandidos e mocinhos”, entre a crítica e a recepção da crítica era comercialmente muito positiva. Isso é facilmente percebido, visto que na maioria das edições na Sessão de Cartas e Serviços, uma polêmica envolvendo músicos e jornalistas eram publicadas, quando não os próprios músicos, seus fãs, faziam suas vezes. Observa-se assim que a *Bizz* funcionava também como um espaço de sociabilidade e mediação entre público, bandas, gravadoras e produtores musicais. Além disso, o direito de resposta do público era uma forma de protagonismo, e muitos jovens escreviam para a revista esperando que suas críticas aos críticos também fossem publicadas. Assim como os críticos e editores se tornavam personagens a partir de uma construção de um lugar de fala específico.

A seção *Parada Bizz*, funcionava com um parâmetro de medição de audiência. Todos os meses elegiam-se as músicas das paradas internacionais que mais importantes para os leitores, que escreviam para a redação, elegendo seus favoritos. A redação da *Bizz* por sua vez, poderia saber quem eram os mais amados pelo público e a recepção das matérias, se comparada aos números de vendas de revistas.

diferentes, enquanto outras guitarras funcionam apenas com uma chave de captadores e controles de volume e tonalidade”. Essas Ibanez também são diferentes por causa do braço de 24 trastes (quando normal são 21).”As guitarras de Herbert são ligadas a um compressor DBX (que aumenta o sinal de saída da guitarra e diminui os abismos existentes então notas mais ou menos intensas), um digital delay Roland, mais um Ibanez HD-1500”. Essa nova aquisição acumula funções de harmonizer e chorus (para "dobrar" os desenhos musicais da guitarra e dar mais ressonância a essa "dobra", respectivamente) e pitch control. Um pitch control serve para altera a tonalidade de uma ou mais nota assim, quando Herbert toca um acorde, ele pode, ao mesmo tempo, conseguir, do pitch control de HD-1500, a terça, a quinta e a oitava de cada nota daquele acorde. Os pedais e as guitarras foi através de dois amplificadores Mesa Boogie e caixas Marshall.” (BIZZ, 1ª edição /agosto 1985)

Além disso, esse espaço e a continua citação de equipamentos musicais específicos e sonoridades acentuam uma preocupação com as formas de inovação do campo em relação aos *produtores* da indústria musical ao mesmo tempo em que disputam posições dentro da configuração desse campo, os produtores também formam um publico consumidor da *Bizz*, o mesmo acontece com os críticos musicais porque são consumidores especializados.

MEU INSTRUMENTO



Herbert e sua Fender Stratocaster, uma emblema

HERBERT VIANNA

O namoro precoce de um Paralamas

O arsenal de cada músico

anos, Herbert ganhou do pai seu primeiro violão e aprendeu a tocar ao ouvir a tocar alguns hits vigentes, como "My Sweet Lord", de George Harrison, e "Amada Amante", de Roberto Carlos. Pouco mais tarde, um carpinteiro amigo da família fez, por encomenda do pai de Herbert, uma guitarra caçula. "Na verdade, um verdadeiro tronco". Novamente o sr. Vianna ajudou a alisar a careira do Herbert: músico quando trouxe dos EUA uma guitarra. De verdade, uma Gibson. Curiosamente, Herbert, na época com 15 anos, estava mais interessado em aprender bossa nova no violão ("Eu só ouvia Tom Jobim). Outro dia, desistiu, até pedi um autógrafo a ele") do que tocar guitarra ou rock.

Por influência de bandas que tocavam em sua quadra, em Brasília, Herbert acabou voltando ao rock. "Até só ouvia Jeff Beck, Eric Clapton, Jimi Hendrix, John McLaughlin. Só comprava discos para ouvir o guitarrista". Quando se mudou para o Rio, aos 15 anos, Herbert não tinha amigos e ficava tandem, enquanto transitava no quarto, flutuando sua mesma Gibson 1.5-S num amplificador Hamer (dobrado, sr. Vianna). E foi aí que começou a mexer no instrumento. "Se você abrir a sua guitarra, desmontar tudo, ver como cada peça funciona, você vai entender melhor sua guitarra. Tem muita gente que acha que é só ligar o instrumento e sair tocando, mas, se você mexer nela, vai poder enriquecer muito mais o seu conhecimento e a sua música".

FICHA TÉCNICA

GUITARRA POR GUITARRA

De suas dez guitarras, Herbert prefere duas: Fender Stratocaster (uma azul, outra vermelha), de série especial The Strat, "Elas têm um corpo especial, de madeira pesada, e o eletrônica delas é nota zero".
As outras duas favoritas são Ibanez, de fabricação japonesa. "São essas duas no caso, porque são mais

Depois de tanto fugir, Herbert acabou ficando por aí a sociedade de guitarra mais limpa. "Eu gosto das manhas da guitarra limpa. Você vê uma guitarra heavy tocada por exemplo. Se você for copiar os sons de diferentes guitarristas heavy vai ver que o som é basicamente sempre o mesmo. Os recursos — como pedais — que eu uso são usados para preencher mais espaço, não para mudar o timbre do instrumento".

Se os guitarristas que influenciaram Herbert simbolizavam o cume da veneration da guitarra como instrumento de destaque no rock — traduzida em longos te minutos tediosos —, Herbert é agora um claro exemplar do guitarrista anos 80: econômico, contido, mas presencioso com ritmo e harmonia do que com solos em melodia. "Dois terços das músicas (dos Paralamas) não têm solo", diz Herbert. "A gente cria mais climas com paradas e seos de repetição do que com solos. Antigamente, nos anos 60/70, o solo era considerado a parte mais importante de um rock, era o destaque da banda. Mas acontece que naquela época surgiu uma geração de guitarristas excelentes, principalmente na Inglaterra. E isso não acontece todo dia. E foi da própria Inglaterra que partiu a desmistificação do guitarrista. Surgiu o punk, com bandas que não se desmistificaram em tocar extremamente bem, que se preocupavam mais em passar uma ideia. Hoje em dia, ninguém mais o destaque. O destaque é o que a banda quer dizer".

J. F. R.

le usa óculos. Tem uma invejável coleção deles, só superada por uma segunda coleção — a favorita — que, ironicamente, ajudaria a celebrar nacionalmente os óculos: as 10 guitarras de Herbert Vianna, dos Paralamas do Sucesso.

O caso de amor de Herbert com a guitarra começou bem cedo, quando, aos 5 anos, ele viu os Beatles na TV pela primeira vez. "O que me pegou, em primeiro lugar, foi a atitude do gui-

(ROUDEAU, José Emílio. Herbert Vianna o namoro precoce de um Paralamas. Meu instrumento. *Bizz*, São Paulo, Editora Azul, n. 001, p. 64-65, agosto 1985.)

No documentário "Jornalismo, causos e rock and roll", Alex Antunes editor e redator da *Bizz*, revela que a seção Porão, tinha um objetivo "pedagógico", já que naquele espaço era dedicado a bandas do circuito alternativo que os críticos gostavam. Nesse sentido, há uma intenção clara na intervenção do gosto musical e identidade do público. Antunes descreve a seção como dedicada a "coisas obscuras", que revela muito mais sobre suas próprias representações de gosto musicais, do que uma interferência radical no gosto do público.

PORÃO

PRIMAL SCREAM

As doces ondas do pop embalam um ex-colaborador do Jesus & Mary Chain



Bobby Gillespie, ex-Jesus & Mary Chain (85)

Primal Scream é Bobby Gillespie. O rosto distante, perdido atrás de uma franja, conhecido por suas apresentações como baterista do Jesus & Mary Chain. Falar dos Primals é falar dele. Ele dá as entrevistas, é o organizador. No palco, é quem pega o microfone e canta em voz baixa, parecendo e soando como

Roger McGuinn.

Suas canções convidam a passear num parque, ou mergulhar numa praia dos anos 60. Ouvir um pandeiro e esquecer que existem sintetizadores. As canções de verão do Primal Scream. Melodiosas, ao contrário do que o nome do grupo possa sugerir, e especialmente levando em

conta a relação com o J&MC. Mais para Byrds e Shangri-las ou "There She Goes Again", do Velvet Underground. Love fetiche. E franjas.

Os outros membros do grupo são James Beatie (guitarra), Paul Harte (guitarra), Robert Young (baixo), Thomas McClark (bateria) e Martin St. John (pandeiro). Popstars de Glasgow, Escócia.

Seu selo, Creation, os considera extravagantes. Gastaram uma fortuna com o último single, "Crystal Crescent", que está sendo totalmente desprezado. Os Primals preferem o lado B, com "Velocity Girl", que brilha dois minutos e morre justamente quando começa a agradar o organismo. Existe ainda outra música na versão do compacto de 12 polegadas, mas acaba antes que alguém possa fritar um ovo.

A forma é uma obsessão. Eles podem produzir o mais instintivo doce pop, no entanto querem estar sempre e desesperadamente cool, e soar perfeitos. Na verdade, adorariam assinar com uma multi e ter Prince produzindo seu primeiro LP. Tornar-se um grupo "clássico", e ainda por cima fazer sucesso — of course. M.P.

LET'S ACTIVE

Um homem-banda americano, cavando canções entre o lixo e a arte. Por Marcel Plasse

Mitch Easter é um cara bastante ativo. Sua carreira como produtor começou a ganhar projeção com um grupo inexistente e então totalmente desconhecido, chamado R.E.M. Tirá-lo da garagem (ou da igreja abandonada, no caso) foi seu trabalho. Mas Mitch também é conhecido por animar um dos grupos favoritos do underground americano.

Let's Active poderá pertencer à classe de 66 — época em que a beat music e o psicodelismo ainda conviviam, ignorando o Atlântico



(Bizz. Lets active. Porão São Paulo, n17, dezembro 1986.)

4.1 Ascensão do "público jovem"

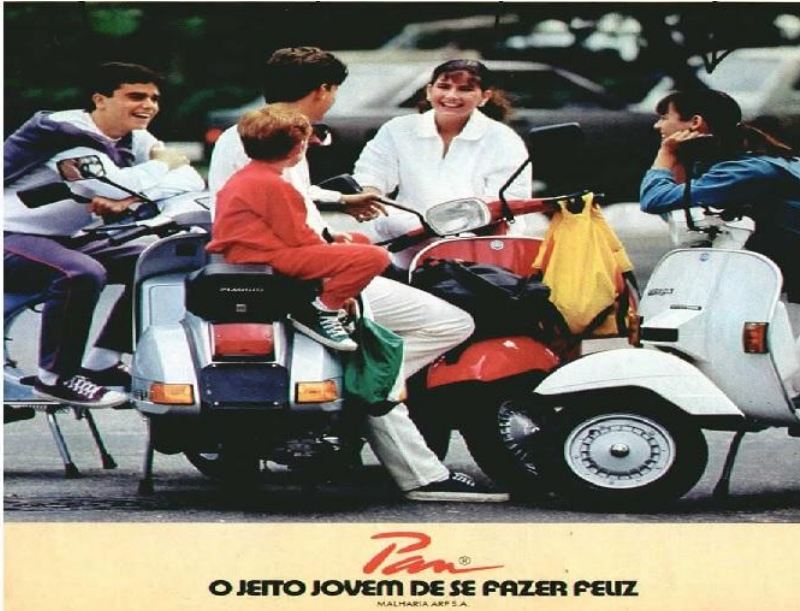
"De alguns anos para cá, o mercado brasileiro passou por uma notável transformação. O jovem passou a ter maior relevância no perfil do novo consumidor, também no interior. Surge *BIZZ!* O aumento expressivo do consumo de produtos para o jovem — jeans, tênis, motos, picape, áudio e vídeo, um universo infindável — correu paralelo a um aumento no público de shows e festivais, na vendagem de discos e ao surgimento e grande expansão de um novo fenômeno, o videoclipe. Surge *BIZZ!* Se esta transformação pôde ser facilmente percebida, não se percebeu no mercado editorial o surgimento de uma publicação que se preocupasse em acompanhar o centro desta transformação, o jovem, e seu centro, a música entendida em seu sentido mais amplo — como seu ponto de referência, sua companheira, como trilha sonora de seu mundo. A isto se propõe *BIZZ*. A se transformar em veículo de informação de um público

com nítida, mas ainda não atendida necessidade de informação sobre o mundo musical. E sobre tudo que o cerca: o comportamento, o visual, a mudança. *BIZZ*, como você vai ver nas páginas seguintes, é isto. Vitalidade, garra, informação. Nunca fora de sintonia. *BIZZ*, para você divertir-se muito e estar sempre bem-informado a respeito da música popular mundial“.
(CIVITA, 1985, n. 0, p. 5).

A *Bizz*, desde sua primeira edição, como foi dito pelo então presidente da Editora Abril Victor Civita, esteve voltada para o público jovem. Isso significa que os produtos que seriam anunciados, assim como as seções ali estariam orientados para essa condição. Supondo que a música era o “seu centro”, a Revista *Bizz*, ou melhor, as pessoas envolvidas na sua concepção editorial e gráfica, administrativa etc., constroem uma representação do que é ser um jovem e adequam o conteúdo a esse enquadramento de percepções.

Essas representações estão diretamente ligadas ao que os produtores e anunciantes da revista entendiam por uma “linguagem do jovem”. A montagem do conteúdo editorial, visual e publicitário, voltava-se para essas percepções que entendiam “o jovem” como uma categoria universal. Assim como a família representou uma categoria para a sedimentação da televisão brasileira, a partir do qual se desenvolve uma grade de horários de programas com base na rotina das famílias (BERGAMO, 2010), para a *Bizz*, esse “jovem” era destacado por suas características culturais “jeans, tênis, motos, picape, áudio e vídeo, um universo infundável”. De modo que nesse “jovem” convergiam várias linguagem que circulavam no universo pop: o cinema, o rádio, os quadrinhos, a televisão, o vídeo clipe. E passou a ser referência como categoria de mercado, abriu-se espaços para anunciantes dos mais variados tipos: marcas de instrumentos musicais, jeans, dock side, adesivos, rádios, etc.

É, portanto, a partir desse universo constituído de intenções de mercado que dialoga com os principais produtos da indústria cultural e os grandes conglomerados de negócios e fortalecimento de um *ethos* comum que reforçasse as linguagens das manifestações artísticas dentro do cenário da profissionalização que a *Bizz* está inserida.



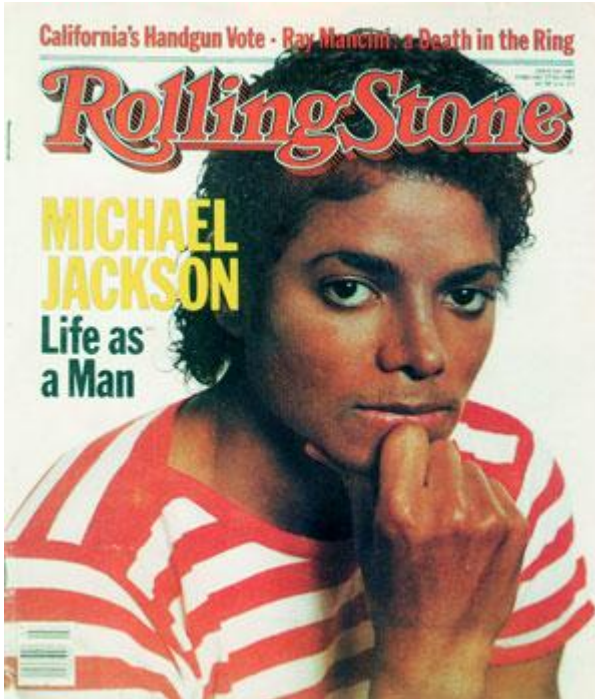
(Bizz, São Paulo, Editora Azul, n11, p. 24-25, junho 1986.)

5. A LINGUAGEM VISUAL

“A Bizz, tinha um projeto visual e de diagramação muito próximo a publicações estrangeiras conceituadas como a *Smash Hits*” e “*Rolling Stone*”. Durante os primeiros cinco anos de revista, as capas foram majoritariamente estrangeiras. Salvo algumas exceções como RPM, Legião Urbana, Gilberto Gil, Paralamas do Sucesso, Lobão, Titãs, Kid Abelha, etc..



(Smash Hits. Pet Shop Boys. United Kingdom. EMAP. April 1989)



(Rolling Stone Magazine. " Michael Jackson: Life As A Man". Wenner Publishing. Februry 1983.)

A composição das capas mantém certa regularidade, uma fotografia grande em primeiro plano focalizando o rosto de algum artista de prestígio no mainstream e a chamada da matéria principal geralmente se refere ao artista que está na capa daquela edição.

A princípio o que é mais claro, é a mudança conferida na trajetória de alguns artistas com o passar dos anos, em especial os artistas nacionais. Essa forma de abordagem revela também as mudanças no próprio campo do rock brasileiro. Exemplo disso é o Paralamas do Sucesso:



(*Bizz*, Paralamas em busca do batuque esquecido São Paulo, Editora Azul, n11, p. 24-25, junho 1986.)

Na 11ª edição de 1986, publicação que a banda apresentou o disco *Selvagem?* - traz à chamada “Paralamas do Sucesso apresentam suas armas”, conferindo metáforas bélicas a cena musical. A representação da descrição aponta para uma percepção de embate que é consequência de disputas pela consagração. Herbert Vianna morde sua guitarra, incorporado à atitude que leva o nome do disco.



(*Bizz*. Paralamas acerta no alvo. N 39. Novembro 1988.)

Já em 1988, a abordagem da banda é bem diferente, Herbert tem um olhar sério, voltou a usar os famosos óculos nos quais deixou de usar por certo período, e tem o “mundo em suas mãos”, salientando sua projeção internacional, segura em suas mãos no qual percebemos uma aliança de casamento, que lhe confere maturidade e um hashi que indica a conquista da cena musical do Japão que é um indicativo de consagração.

Algo muito semelhante acontece com a Legião Urbana, apesar de ser uma banda consagrada desde o início da publicação o Legião

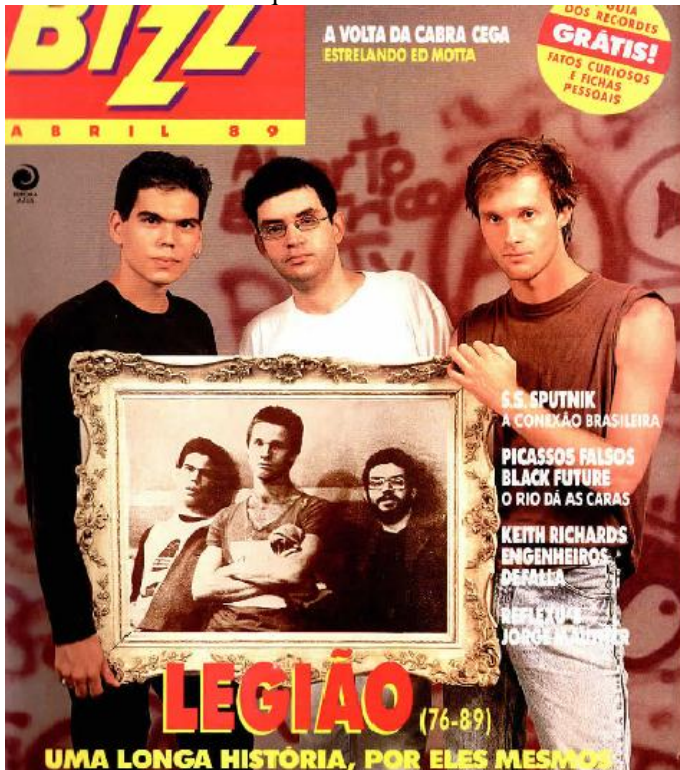
Urbana, só conquista uma capa em março de 1987, quando é eleita a melhor banda nacional pelos leitores da *Bizz*:



(*Bizz* Legião Urbana o grupo que você elegeu. São Paulo, Editora Azul, Ed 20. 1987.)

A fotografia retrata Renato Russo (março de 1987) fazendo seu trabalho, ou seja, cantando, reafirmando a ideia que o rock é um trabalho e que deve ser encarado com profissionalismo (MAGI, 2012) e de modo sério, pretendendo conferir legitimidade a esse campo musical. A diferença nas cores de ambas as bandas, torna evidente as percepções sobre o eixo Rio de Janeiro e suas representações e o Eixo São Paulo,

consequentemente. A sobriedade da abordagem de Renato Russo contrasta com as cores quentes de Herbert Vianna e o Paralamas.



(*Bizz*. Legião Urbana uma longa história por eles mesmos São Paulo. Editora Azul, n045, abril 1989.)

Aqui, no ano de 1989, a banda já é consagrada e remonta sua origem numa foto antiga remetendo a formação da banda no Aborto Elétrico. Reconstituir sua trajetória e falar sobre o passado é uma maneira seu próprio lugar no presente. Em ambos os exemplos, tanto no Paralamas do Sucesso quanto no Legião Urbana, as capas reelaboram o percurso das bandas e músicos em busca da consagração e consequentemente dialogam com o próprio campo do rock nacional.

Outro elemento que não passa despercebido é diferença de abordagem fotográfica quando utilizam figuras femininas. Das 52 revistas, somente oito são ilustradas por mulheres, exemplo disso é a 33ª edição de 1989, na qual Paula Toller foi capa, a chamada referia-se “A musa pop”, as formas da cantora são valorizadas, especialmente as pernas, é uma leitura bastante diferente ara os padrões da *Bizz* que em

geral tem um enquadramento somente do rosto, ou busto dos músicos. Em meados do ano 2000, quando a *Bizz* volta ao mercado e já é *Show Bizz*, ela insere ensaios sensuais femininos. A inserção de mulheres no campo do *rock* é uma interessante leitura para futuras pesquisas, por se tratar de um campo majoritariamente masculino, a referência ao trabalho feminino na música sempre é colocado em lugar posterior à própria beleza das cantoras.



(*Bizz*. Paula Toller a musa pop. São Paulo, Editora Azul, n33, abril 1988.)

Outra característica da linguagem visual que marca a *Bizz* é a distinção frente a outras revistas como do caso da *SomTrês*, publicada de 1979 a 1989. Esta revista foi contemporânea da *Bizz*, porém tinha uma concepção mais “purista” de música, tinha como público os

“audiófilos”, e abordava especialmente equipamentos, instrumentos musicais em geral etc. Ambas estavam inseridas no mercado de revistas de música, mas a diferença está por detrás da concepção de público consumidor.

A *Somtrês* não é uma revista profundamente marcada pela consolidação de uma linguagem “jovem”. Apesar de concorrentes na lógica do mercado, a distinção entre ambas é bastante evidente. O apelo da revista é técnico e o centro da discussão não são os músicos como grandes estrelas, as novidades da grande indústria, do cinema. Mas em certo sentido, as informações que ali estavam permitiam uma experiência coletiva de troca de informações, de novidades da indústria, que também era uma proposta da própria indústria. Entretanto, o maior marca de distinção visual entre a *Bizz* e a *Somtrês* é o tom anticomercial que a revista tem (*SomTrês*), ao passo que os grandes músicos da cena nacional e internacional estampavam as capas da *Bizz*, a *Somtrês*, mantinham-se numa posição de domínio técnico do saber, enquanto a *Bizz* consolidava uma fala de um lugar específico e com formas específicas de narrativa, que dialogavam com vários gêneros artísticos. A *Somtrês*, no início, dialogava especialmente com músicos, mas com o tempo a introdução da *Bizz* e as novas demandas da indústria e do público, passam a adotar críticas e matérias sobre bandas e espaços de diálogo entre os críticos e leitores. Apesar disso, a marca visual, do equipamento musical como capa permanece até o final da revista, em 1989.

Revista Mensal - Setembro 86 - Nº 93 Cr\$ 18,00

SomTrês

BOM NEGÓCIO: APARELHOS USADOS

GRÁTIS: LPs DE EFEITOS SONOROS

O ROCK QUE VOCÊ NUNCA OUVIU



POSTER B
TOKYO

COMO OPERAR
A MESA DE
SOM

INÉDITO

Copyright © Editora Três. Todos os direitos reservados.

(Revista SomTrês. São Paulo, Editora Três, nº93 setembro de 1986.)

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crítica musical de *Bizz* consolidou o que entendemos como uma “cultura rock” no Brasil. A importância da linguagem e da adesão ao diálogo com vários gêneros artísticos, o comportamento, a moda construíram uma experiência coletiva, uma representação do que era ser jovem e gostar de rock. A diferença entre a crítica musical do rock da *Bizz* e a crítica anterior, é que esta ocorre dentro da esfera mercadológica, fator o qual os críticos – Tinhorão, Tárík e Medaglia, principais críticos e entusiastas do samba como referência nacional – popular, desconsideravam.

A inserção na indústria resultou diferente da década de 60-70 que fazia uma leitura bastante ideologizada da música popular, um olhar para a música estrangeira e para um “novo” nacional pensado por meio da articulação entre elementos visuais e sonoros, misturas de diferentes gêneros musicais e sons, expressões de regionalismos agregados à cultura internacional. Pensando tão somente na exposição de gêneros do interior brasileiro, mas sim no conflito entre estilos, refinados pela lente exigente de uma elite cultural carioca e paulista.

O desprestígio do rock, enquanto um produto de menor valor frente a MPB foi substituído por consequência da luta e do desejo dos críticos e músicos no reconhecimento do rock enquanto um trabalho. A defesa de suas “diferenças” dentro das redações de jornais e revistas, foi extremamente relevante para que esses críticos jovens existissem socialmente e, por sua vez, conquistassem a autoridade necessária para verbalizarem e viabilizarem outras ideias sobre a produção nacional e internacional. A consolidação do rock enquanto experiência coletiva exigia não só a venda de discos, mas uma série de elementos que exigiam maior infraestrutura mercadológica. É exemplo disso a necessidade de ampliação dos espaços de sociabilidade que ainda eram restritos. A ascensão do público leitor e consumidor de música exigia que essa experiência pudesse ser concretizada em circuitos específicos.

O chamado “rock paulista” ou “dark” (ABRAMO, 1994) surge como consequência de uma circulação intensa de bandas em busca de espaços para tocarem, de informações e discos do pós-punk inglês que demoravam a lentamente serem introduzidos no Brasil, e de publicações importadas sobre rock. Seus músicos não conquistaram prestígio na indústria da época. Mas permaneceram trabalhando com o rock em outra frente da indústria cultural: escrevendo na grande imprensa paulistana, sobretudo na *Bizz*.

Enquanto isso, a *Bizz*, enfrentava seus leitores colocando-se em dois níveis: num primeiro nível, o desafio de consolidar um público próximo e imediato, que partilhasse com o artista espaços sociais valores ideológicos e políticos. Em geral, um *ethos* comum que reforçasse as linguagens das manifestações artísticas dentro do cenário da profissionalização. E o segundo pretendia consolidar a linguagem do rock, que se utilizava de vários de registros visuais e sonoros e dialogava com outros produtos da indústria cultural e de grandes conglomerados de marketing.

Essas linguagens artísticas revelavam as tensões do campo do qual faziam parte, a proximidade com os músicos e ajustamentos das posições sociais era recorrente. A língua inglesa e o excesso de citações reforçam a intenção de distinção enquanto omitem outros fatores, por exemplo, a falta de conhecimento técnico. As formas de registro da *Bizz* têm influências visuais, sonoras, fotográficas e cinematográficas. Os jogos de elementos que muitas vezes aparecem ao mesmo tempo fazem referência à linguagem do vídeo clipe e alteram as formas de percepção da narrativa, que constroem essa representação de cultura “*rock*”.

É também dentro dessa linguagem visual que as capas das revistas, ocupam um papel importante. Influenciada esteticamente por publicações internacionais, a *Bizz*, reforça a relevância da grande indústria fonográfica, trazendo as grandes estrelas nacionais e internacionais como cenário de disputas. Ao dirigirem-se as nacionais, privilegiam a vitória do rock brasileiro, sua híbridas, suas referências, “suas armas”, fortalecendo a profissionalização do rock e a cultura da indústria. As trajetórias das bandas são reforçadas por conquistas internacionais e adoração do público.

É a partir dessas tensões e aproximações que se cria dentro desse campo que a *Bizz* se ergue e se distingue como a principal revista do gênero musical da década: os conflitos com os músicos, entre leitores e críticos, na oposição ao eixo Rio, ao nacional popular e a modelagem pop. Ao mesmo tempo consagrou as bandas de rock brasileiro a partir de critérios semelhantes a MPB, o engajamento político, o forjar de uma origem negra “mais verdadeira” e “mais brasileira” e serviu como receptáculo da cultura da grande indústria que também se profissionalizava. Dentro do “*mainstream*” construíram um “*underground*” que reforçava suas próprias representações do mundo e autorizava seu lugar de fala, São Paulo.

O cinema, a fotografia, os quadrinhos, o rádio reforçaram uma linguagem visual e sonora: o videoclipe. A indústria da comunicação entende que seus novos investimentos em tecnologia dialogam com alguém específico: o jovem. Ele é um dos principais personagens políticos dos anos 80 no Brasil, mas também foi personagem da cultura da indústria que reforça uma representação de uma experiência coletiva que era a música, e não só ela. Também, a música agregada a outras formas visuais, a moda, o cinema, o comportamento, a circulação de bens culturais, a recepção e a produção. Essa representação do que se entende por jovem também é incorporada e esse diálogo entre “o que falam de mim” e “o que eu sou” possui seu interior uma diferença fundadora, uma batalha, uma luta, que precisa ser explicada.

Os anos 80, a *Bizz*, a experiência coletiva do rock e a nossa memória em relação a tudo isso são produtos imagéticos. Eles foram subjetivados por meio da educação, dos contatos sociais, dos costumes, portanto, da cultura, que nos faz pensar o real como totalizações abstratas com os quais se constrói um sentido. A *Bizz* fez parte desse jogo de imagens e poderes que foi experimentada por uma geração e ao desnaturalizá-la desse enquadramento de memórias e relações negociadas, “som e fúria”, o sentido ganha novos contornos, de formas e de sons.

REFRÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel. *Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta: Anpocs, 1994.

ABREU, Alzira Alves de A modernização da imprensa 1970-2000. JorgeZahar-2002

ALEXANDRE, Ricardo. Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80. São Paulo: DBA Artes Gráficas, 2002.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *Metrópole e Cultura: São Paulo no meio século XX*. São Paulo: Edusc, 2001.

BAXANDALL, Michael - Linguagem e Explicação. A explicação histórica dos quadros.S. Paulo: Companhia das Letras, 2006

BERGAMO, Alexandre. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. Mana vol.17 n.2 Rio de Janeiro Aug. 2011.

_____. História da Televisão no Brasil. A reconfiguração do público. São Paulo, Contexto 2010.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo, Companhia das Letras, 2010.

_____. A Distinção: critica social do julgamento. São Paulo: EDUSP, 2008

DICIONÁRIO GROVE DE MÚSICA. Jorge Zahar, 1994.

ELIAS, Norbert. “Estudos sobre a gênese da profissão naval” in *Escritos e ensaios. 1.Estado,processo, opinião pública*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2006, pp. 69-111.

_____. *Mozart. Sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1995.

ELIAS, Norbert e SCOTSON, John L.Os estabelecidos e os Outsiders. Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade, Rio de Janeiro, Zahar 2000

FERNANDES, Dmitri Cerboncini. Anatomia do gosto da música popular brasileira. 36.º Encontro Anual da Anpocs, sem referência de ano.XX. Disponível em:

http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=8307&tmpl=component&Itemid=288

GROPPO, Luís Antonio. O Rock e a Formação do Mercado de Consumo cultural Juvenil - A participação da música pop-rock na transformação da juventude em mercado consumidor de produtos culturais, destacando o caso do Brasil e os anos 80. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do IFCH, Unicamp, 1996.

LE GOFF, Jacques. (2003). Documento/Monumento. História e Memória. Campinas, Editora da Unicamp, pp. 525-541.

MACRAE, E. Abordagens qualitativas na compreensão do uso de psicoativos. In; Drogas: tempos, lugares e olhares sobre seu consumo, Tavares, L.A, Almeida, AR. MacRAe?, E., Ferreira,O.S. et al (orgs.), Salvador, EDUFBA;CEETAD/UFBA, 2004 pp. 27-48. Disponível em: http://www.neip.info/downloads/t_edw9.pdf

MAGI, Erica Ribeiro. Rock and Roll é o nosso trabalho: a Legião Urbana do *underground* ao *mainstream*. Dissertação de Mestrado em Sociologia – UNESP – Marília. 2012.

MAGNANI, Jose Guilherme Cantor. Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade. 2. Ed São Paulo: Hucitec, 1998. 166p.

MARTINS, Ana Luiza. Revistas em Revista. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2001.

MICELI, Sérgio (2001). Biografia e Cooptação (o estado atual das fontes para a história social e política das elites do Brasil). Intelectuais à Brasileira. São Paulo. Cia das Letras, PP. 345-356.

_____. Nacional Estrangeiro: história social e cultural do modernismo artístico em São Paulo. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

MORAES, Letícia Nunes de Góes. *A Dança Efêmera dos Leitores Missivistas na Revista Realidade (1966-1968)*. Dissertação de Mestrado em História. São Paulo: USP, 2001.

MORELLI, Rita de Cássia Lahoz. O campo da MPB e o mercado moderno de música no Brasil: do nacional-popular à segmentação contemporânea. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 87-88 101, jan.-jun. 2008

NAPOLITANO, Marcos. *História & música – história cultural da música popular*. 3ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2005
_____. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 28, 2001, p. 103-124.

OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializada em som, música e juventude: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-200). Doutorado em comunicação pelo PUC-RS. Ano obtenção 2011.

POLLAK, Michael (1989). Memória, Esquecimento, Silêncio. *Revista de Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, FGV, Vol. 2, no. 3, pp. 3-15.

PONTES, Heloisa. Cidades e Intelectuais: os “nova-iorquinos” da *Partisan Review* e os “paulistanos” de *Clima* entre 1930 e 1950. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* – vol. 18 n 53.

RICOUER, Paul. A função hermenêutica do distanciamento. In: *Interpretação e ideologias*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

Souza, Lucas Marcelo Tomaz de. *Eu devia estar contente. A trajetória de Raul Seixas*, Dissertação de Mestrado em Sociologia – UNESP – Marília. 2011.

SILVA, Marco Antonio Roxo da. A condenável retórica do nariz de cera e o diploma de jornalismo. In: LOPES, Fernanda Lima e SACRAMENTO, Igor (orgs.) *Retórica e mídia: estudos ibero-americanos*. Florianópolis: Insular, 2009. p. 257-278.

SÜSSEKIND, F. *Cinematógrafo de letras*. São Paulo: Cia. das Letras, 2006 [1987].

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. O mundo dos jornalistas. São Paulo: Summus, 1993.

Revistas *Bizz*

Bizz, Cabeça de vento! M*!onde estão minhas malditas lâminas? São Paulo, Editora Azul, n. 10, p. 36-37, mai. 1986.

Bizz. Claudette poodle e sua polaroid. São Paulo n16, novembro de 1986.

CALABRIA, Lorena. Festa carioca para o sucesso. *Bizz*, São Paulo n 044, março 1989.

Bizz. Gil no balanço das décadas São Paulo n04, novembro. 1985.

Bizz, Cazuza x Lobão São Paulo, Editora Azul, ed2.pg 32-22 1985.

Bizz Cartas e serviços. Declare guerra n14 setembro 1986.

CIVITA, Victor. Editorial. ***Bizz***, São Paulo, Editora Azul, v. 1, n. 0, p. 5, jun. 1985.

ESCOBAR, Pepe. Opinião. ***Bizz***, Editora Azul, São Paulo, n. 01, p. 76-77, ago. 1985.

Bizz, George Michael o mesmo mau São Paulo, Editora Azul, n. 04, p.34-35, Nov 1985.

Bizz. Legião Urbana o grupo que você elegeu. São Paulo, Editora Azul, Ed 20. 1987.

Bizz. Legião Urbana uma longa história por eles mesmos. São Paulo. Editora Azul, n045, abril 1989.

LEMOS, José Augusto. O rock'n'roll segundo Caetano Veloso. Opinião. ***Bizz***, São Paulo, Editora Azul, n. 08, p. 26-27, mar 1986.

Bizz. Lets Active. Porão São Paulo, n17, dezembro 1986.

MOTTA, Nelson. A voz do Brasil. Opinião. *Bizz*, São Paulo, Editora Azul, n. 04, p. 74-75, Nov 1985.

MICHELINO, Silvano. Rock Bréslien. Ao Vivo. *Bizz*, São Paulo, Editora Azul, n. 026, p. 80-81, setembro 1987.

Bizz Paula Toller a musa pop. São Paulo, Editora Azul, n33, abril 1988.

Bizz. Paralamas acerta no alvo N 39. Novembro 1988.

Bizz. Primal scream. Porão. São Paulo, n17, dezembro 1986.

ROUDEAU, José Emílio. Paralamas em Busca do Batuque Esquecido. *Bizz*, São Paulo, Editora Azul, n11, p. 24-25, junho 1986.

_____. Herbert Vianna o namoro precoce de um Paralama. Meu instrumento. *Bizz*, São Paulo, Editora Azul, n. 001, p. 64-65, agosto 1985.

_____. Iggy Pop. O primeiro dos Moicanos. Entrevista. *Bizz*. São Paulo, Editora Azul, nº36, agosto de 1988.

VIANA, Hermano. Grace Jones. Nightclubbing. Discoteca Básica. *Bizz* São Paulo. Editora Azul, n30 junho 1988.

Outras Revistas

Revista SomTrês. São Paulo, Editora Três, nº3 setembro de 1986.

Rolling Stone Magazine. " Michael Jackson: Life As A Man". Wenner Publishing. February 1983.

Smash Hits. Pet Shop Boys. United Kingdom. EMAP. April 1989.

Discos

Legião Urbana – Que país é esse?, EMI, novembro 1987

Paralamas do Sucesso – Selvagem ? EMI, maio 1986.

Vídeo

Jornalismo, causos e rock and roll – Direção Almir Santos e Marcelo S. Costa.

Disponível

em:

<http://www.youtube.com/watch?v=pg0KuPIXvRE>