



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

Do Samba ao caos: pensando o Jornalismo de Rock

Marcelo Adelar Rafognatto Andregueti

Florianópolis, dezembro de 2012

Marcelo Adelar Rafognatto Andregueti

Do Samba ao Caos: pensando o Jornalismo de Rock no Brasil e no Mundo

Ensaio apresentado ao Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito à obtenção de título de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Prof. Dra. Aglair Bernardo.

Florianópolis, dezembro de 2012

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente pelo apoio integral e incondicional de Sofia Bittencourt que, durante os quatro meses de produção deste trabalho esteve do meu lado, aturando minhas crises e idiossincrasias pessoais diante da prática da escrita e da minha relação com o Jornalismo. À professora Aglair Bernardo por ter sido uma das únicas professoras que durante a minha vida acadêmica me incentivaram a pensar fora dos padrões comuns e a ter uma visão do mundo mais aberta e tolerante. Ao apoio e as conversas “cabeça” com as amigas Helena Stürmer e Joyce Luana Godoi e as ideias e livros do mestre Fábio Bianchini.

RESUMO

Do samba ao caos é um ensaio jornalístico sobre o jornalismo de música pop, no âmbito de crítica e reportagem, feito no Brasil e no mundo. Como a música é, foi, e possivelmente será abordada pela imprensa especializada. Com uma análise histórico-social da trajetória desse "filho maldito" do jornalismo cultural, a intenção é lançar mão de hipóteses e observações que refiram-se à prática da crítica e reportagem musical num cenário que se demonstra cada vez mais descentralizado, tanto no que tange à esfera de consumo quanto à esfera produtiva.

Palavras chave: Crítica Musical, Jornalismo Cultural, Cultura Jovem, Música, Internet, Rock, Pop

ÍNDICE

<i>Prólogo</i>	7
<i>Rave On!</i> – A cultura juvenil vira cultura de massa	10
<i>It's Alright Mama, I'm Only Bleeding</i> – Subversão e Utopia	13
<i>Children of The Revolution</i> – A ressaca contracultural	18
<i>Primavera nos Dentes</i> – O começo de uma crítica de rock no Brasil	21
<i>O Rock já é (quase) maior de idade</i> – a Revista Pop	24
<i>Oh Bondage, Up Yours!</i> – O Movimento Punk	26
<i>Suspenderam os Jardins da Babilônia</i> – Esgotamento do rock nacional.....	30
<i>Video killed the radio star</i> –é estiloso ser pop	33
<i>Q: Are We Men? A: We are D-I-V-I-N-E!</i> –A crítica musical nos anos 80	37
<i>Mocidade Independente do Rock</i> – cultura jovem e o pop brasileiro dos anos 80	39
<i>Bizz & Os Garotos que Erraram</i> – a crítica na principal revista de rock do Brasil	48
<i>Eu sou mesmo exagerado</i> –a farra e falência do Rock nacional	51
<i>Monkey Gone To Heaven</i> –Anos 90 e a invasão do “alternative rock”	57
<i>Either/Or</i> –A segmentação do Mercado de revistas sobre pop e rock	61
<i>Is This It?</i> –Internet, a meta-êxtase do pop e o crítico-curador.....	64
<i>Referências</i>	73

Do Samba ao Caos: Pensando o Jornalismo de Rock

“Cara que curte música hoje não compra mais revista ou jornal para se informar”, afirma o jornalista Emerson Gasperin, um dos últimos malucos apaixonados que tentou dar sobrevida a já capenga revista *Bizz* no começo do século XXI. “Esse mesmo cara nem sequer compra disco, ele vai lá, lê sobre tal banda num blog X, procura pelo álbum num torrent da vida e baixa. Ele não quer saber de gastar grana com algo que pode conseguir de graça”, continua Gasperin, dando corda ao eterno debate do “Ninguém mais compra música” que é a dor de cabeça da indústria musical na era do YoutubeWikipediaRapidshareiTunesGrooveshark.

Emily White, que mantém um blog sobre novidades do mundo da música no portal da NPR (*National Public Radio*, dos Estados Unidos), é um bom exemplo dessa nova geração: “Minha biblioteca do iTunes tem mais de 15 mil músicas, mas eu posso contar nos dedos o número de CDs que comprei na vida.”¹ Eu mesmo, que tenho mais de 10 mil discos dentro de um HD, não possuo nem 0,01% de todo esse acervo em vinil ou CD.

Minha geração cresceu exatamente num momento de transição em que vimos conceitos como o de globalização e cibercultura serem usados milhões de vezes para tentar dar conta de fenômenos e desdobramentos do *zeitgeist*. Nas nuvens de dados do mundo virtual, passado, presente e futuro se confundem e, a música em especial, parafraseando o historiador Hendrick de Man, parece ter preenchido seu sentido “arquetípico” e entrado numa fase em que sua evolução se dá fora do molde histórico cultural porque ela independe de conexões históricas notáveis entre causa e efeito.²

Eric Harvey, crítico da revista eletrônica *Pitchfork*, corrobora essa noção ao observar que a primeira década do novo século está destinada a ser lembrada na

¹ Disponível em: <<http://www.npr.org/blogs/allsongs/2012/06/16/154863819/i-never-owned-any-music-to-begin-with>>. Acesso em 02 outubro de 2012

² MAN, Hendrick de. *Vermassung und Kulturverfall* (Munich: Lehnen, 1951). In: TEPPER, Rowan. *Posthistoire - Translation of The Role of Standards of Living in Today's Society* (1952). Disponível em: <http://www.academia.edu/460496/Arnold_Gehlen_on_Posthistoire_-_Translation_of_The_Role_of_Standards_of_Living_in_Todays_Society_Society_1952_>. Acesso em 02 outubro de 2012

música pop mais pelas suas mudanças em tecnologia de consumo e produção musical do que pela música em si.³ Simon Reynolds, crítico musical e ensaísta inglês, reforça: “No presente digital, o dia a dia se baseia em hiper aceleração e instantaneidade (downloads, páginas da web constantemente atualizadas, a leitura impaciente e veloz do texto posto na tela), mas no nível macro-cultural, tudo parece estático e imóvel. Temos essa combinação paradoxal de velocidade e paralisação.”⁴

E se, no mundo virtual, a noção linear de tempo torna-se completamente subvertida, na música esse poder de transfigurar o *kronos* é parte inerente de sua natureza. “A música nos permite parar o tempo enquanto consideramos como ele passa (...) Nela não se encontra o passado, seu presente não tem duração alguma por definição e o futuro ainda não chegou”⁵ afirma Simon Frith, relacionando a nossa apreciação da música com a criação de um passado e futuro existentes apenas no “presente”, definindo-o como uma qualidade de atenção que voltamos a aquele preciso momento emoldurado pela duração da música.

A revista britânica *Frieze* afirmava na virada do milênio que estávamos entrando num período de “super hibridismo”, em que a ideia pós-moderna de *bricolage* funde-se aos efeitos de dissolução de tempo e espaço da Internet.⁶ Mas, como se inscreve nesse cenário o crítico de rock contemporâneo? Como se aprecia música nos dias atuais? A música ainda tem valor como catalisador de identidades, subculturas e do espírito confrontador da juventude de sua época? De que maneira os novos meios de difusão – blogs, iPods, podcasts, YouTube, MySpace – alteram a relação de artistas e do público com o crítico de rock?

O crítico musical é um “profissional que faz a mediação entre a esfera de produção e o público. Ele descreve, classifica, e interpreta o objeto musical, substanciando seu julgamento com argumentos racionais”⁷, assim define Simon Frith, sociólogo e crítico musical. Mas qual o seu papel no campo cultural do século XX e

³ In: REYNOLDS, Simon. *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber And Faber, 2012. p. 411

⁴ Idem, *Ibidem*, p. 427

⁵ FRITH, Simon. *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge: Harvard University Press, 1998. p. 150

⁶ Disponível em: < <http://www.frieze.com/issue/article/pick-mix/>>. Acesso em 02 outubro de 2012.

⁷ FRITH, Simon. *Sound Effects*. New York: Pantheon, 1981. p. 22.

como se realiza a crítica na Internet para a geração Y? É importante, ainda, compreender como o rock se tornou esse monstro onipresente que cumpre um papel chave no mundo estetizado em que vivemos. Quando um branquelo de Memphis balançou loucamente sua pélvis cantando como um negro, talvez ele não imaginasse as implicações econômicas, sociais e políticas que aquela música explosiva traria para o mundo

Rave On! – a Cultura juvenil vira cultura de massa

Em abril de 1959, o cantor e *performer* Chubby Checker aparecia pela primeira vez em rede nacional na TV estadunidense. Sua versão para a música “The Twist” fora descoberta meses antes por Dick Clark, apresentador do programa *American Bandstand*⁸ - na época um dos líderes de audiência no país, com uma média de 20 milhões de espectadores por programa. A música, um rock’ n roll básico inspirado por uma dança baseada num movimento *zigzagueado* dos quadris, ficaria meses no topo da parada de singles da Billboard em 1960. O *twist* estava presente em tudo: nos filmes, na publicidade, nas revistas e nas pistas de dança, tornando-se uma febre no mundo inteiro.

Esse episódio é apenas um dos vários exemplos de como o rock se tornou o fenômeno de massa por excelência nos anos 50 e foi o primeiro passo de um processo de industrialização do entretenimento jovem que impulsionaria o mercado fonográfico dali em diante. O rock, socialmente, expressava a linguagem dos jovens, era o palco dos rebeldes com ou sem causa, dos estilos e das identidades juvenis. Musicalmente, unia vários elementos do *rhythm & blues* e da música *country*, executados com guitarras elétricas e instrumentos amplificados. As inovações tecnológicas do pós-guerra, aliadas ao crescimento de uma classe média com poder de consumo nos EUA, foram fundamentais para que a indústria cultural abusasse largamente do potencial mercadológico do rock. Logo, o gênero se tornaria a trilha sonora de um sistema de consumo que envolve não apenas a indústria fonográfica mas também toda a produção midiática.

Nesse período, a mídia de massa (rádio, TV) ganhou um papel de *gatekeeper* primário, um regulador institucional de inovação. Foi criada uma interdependência entre a indústria fonográfica e vários desses reguladores que incluíam apresentadores de TV, DJs de rádio, críticos e vários “homens de confiança” das gravadoras distribuídos pela esfera cultural. Não por acaso, a prática do “jabá” - quando se paga uma quantia por fora para que determinada música ou artista seja largamente

⁸ O *American Bandstand* foi o primeiro programa musical voltado a uma audiência predominantemente jovem exibido pela TV em rede nacional nos Estados Unidos. Permaneceu no ar pela rede ABC entre os anos de 1957 e 1984.

veiculada na rádio ou TV – começou com o rock nos anos 50, e foi um dos fatores que tornou Dick Clark um dos mais ricos homens da indústria.

A lógica de produção que se tornaria regra era o excesso, algo que só mudaria com a crise das companhias fonográficas no fim do século. Era mais eficiente produzir várias “falhas” para cada sucesso que financiar poucos produtos, com cada um pré-testado em escala massiva para incentivar maior cobertura da mídia e mais vendas. Esse excedente era facilitado por contratos em que os artistas eram remunerados com *royalties* sobre as vendas e através da terceirização de custos de produção.

Na esteira dessas mudanças se desenrolaram paralelamente as histórias do rock e da juventude. Entretanto, é importante observar que o *background* social do Rock é bastante diferente de país a país. O Brasil, por exemplo, descobriria o potencial mercadológico da juventude nos anos 60 – ainda em menor escala, voltado a um pequeno contingente da classe média-baixa no eixo Rio-São Paulo – e, posteriormente, nos anos 80, com o período de abertura política do país. Nos países onde o rock nasceu e se consolidou – Estados Unidos e Inglaterra – uma diferença em especial parece ser importante: a relação do rock com a vida escolar. A cultura rock’n roll, nos EUA, esteve associada ao vácuo que acompanhava o ensino secundário, pré-universitário, oferecendo uma esfera cultural e social onde jovens se identificavam e significavam sua existência. Já na Grã-Bretanha, o rock foi adaptado pela cultura proletária de jovens que largavam os estudos cedo e acabavam por um tempo “ficando por aí sem nada pra fazer”. Posteriormente, no caso dos EUA, o rock faria a transição para as universidades, fundindo-se com o *folk* e a literatura contracultural. E na Inglaterra, a mudança seria da classe proletária para a classe média, flertando com estudantes de escolas de arte, e misturando referências da *pop art*.

Para os jovens dos anos 50, o rock significava algo “real”. O que dava seu poder era sua conexão direta com instinto, emoção e sexualidade. John Lennon, em uma entrevista para a *Rolling Stone* em 1970, declarou: “Ouvir Chuck Berry aos 15 anos foi como ser atingido por um raio, era um choque de realidade”⁹. O raio que pegou John passou longe do Brasil, que via o rock como mais uma “moda passageira”. Celly

⁹In: REYNOLDS, Simon. *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber And Faber, 2012. p. 280

Campello, que gravou algumas insossas versões de sucessos do além-mar e, por alguns meses, se tornou a namoradinha do Brasil, resolveu trocar o estrelato pelo casamento, largando o bonde do rock sem ninguém que o dirigisse. O carro, perdido e meio abandonado, acabou só ganhando fôlego numa certa *Rua Augusta*, que em 1963 mostrou para as gravadoras que existia no Brasil um classe média jovem afim de uma *Festa de Arromba*.

It's Alright Mama, I'm only Bleeding – Subversão e utopia

“Chega de *pin-ups* e de banalidades sobre a vida de fulano e ciclano, chega de notinhas superficiais sem conteúdo e de perspectivas adolescentes: chegou a hora de uma escrita inteligente sobre o Rock.”¹⁰ Essa era uma das frases bradadas no editorial do primeiro número da revista *Crawdaddy*, publicação sobre rock pioneira nos Estados Unidos, que chegava às bancas em fevereiro de 1966.

O periódico, criado pelo jornalista Paul Williams, inaugurava um conceito de crítica e de consumo de rock que levava a devoção pelo gênero a outro patamar. O engajamento e o estilo entusiasmado da revista ecoava o sentimento que pairava sobre o ar na década de 1960: havia o espírito comunal da contracultura, novas concepções de estilo enraizadas no desenvolvimento de subculturas, a utopia *hippie*, novas noções de autenticidade e tradição que procuravam se estabelecer como forma de distinguir o rock como arte dentro da cultura popular.

Se o rock dos anos 50 era tido como primitivo e juvenil, explorado pela indústria cultural até suas últimas consequências, logo na entrada para os anos 60 começam as discussões que tentam legitimar culturalmente o rock como discurso e estabelecer suas distinções estéticas. Críticos começam a observar o rock como uma forma autêntica de expressão popular (emprestando o aparato teórico da música folclórica), e ao mesmo tempo, vão notando um potencial subversivo que é eternamente ameaçado pela cooptação do mercado. No rock, a ideia de autenticidade acabou ligada a uma resistência ao comercialismo - representado pelo pop consumido pela massa - numa visível interpretação Marxista da produção cultural.

Esse incômodo pela busca de um “rock autêntico” perpassava os críticos e chegava aos próprios artistas. A loucura da beatlemania inspirou o *Fab Four* a buscar inovações estéticas que se opusessem ao pop mercadológico que marcara a primeira fase do grupo. A influência do LSD e da maconha, e de novas correntes estéticas na arte, levou o rock a se tornar cada vez mais desafiador. Os artistas esqueciam o formato do single, da música como produto industrializado, de rápido consumo, para

¹⁰ WILLIAMS, Paul. "Get Off of My Cloud", *Crawdaddy 1* (1966). In: LINDBERG, Ulf et al. *Rock Criticism from the Beginning: Amusers, Bruisers and Cool-Headed Cruisers*. United States: Peter Lang Publishing Inc, 2005. p. 74

passar a cultivar o formato do LP, do álbum como obra acabada, que exige um esforço de apreensão do ouvinte. Paralelamente, as novas bandas que surgiam em garagens e quadras de escolas secundárias na segunda metade da década abandonavam gradativamente as covers de *standards* da indústria, buscando se pautar pela originalidade e dando início a uma atitude criativa que seria o primeiro sinal da mudança de postura que culminaria no punk dos anos 70.

A ânsia por autonomia do rock levou críticos e DJs a cultivar uma preocupação em tratar da música como algo “sério” e a definir posições próprias diante das gravadoras. Nascia a função do crítico como agente cultural, responsável pela cobertura das mudanças que aconteciam rapidamente no mundo da música. A busca por originalidade dos *Beatles*, *Bob Dylan* tocando o terror com guitarras elétricas no *folk* e os *Rolling Stones* transformando *Muddy Waters* em picardia juvenil inglesa entusiasmou os jovens críticos a difundir essa loucura toda de alguma forma. Não demorou muito pra que, depois da *Crawdaddy*, viessem a *Mojo* (1966), a *Rolling Stone* (1967), nos Estados Unidos; enquanto que na Inglaterra, de carona na Beatlemania e no ápice dos *mods*, a *Melody Maker* e a *New Musical Express* deixavam o *jazz* em segundo plano e se rendiam ao rock.

Nik Cohn, que escrevia para a *NME* na época, teve grande influência no que se tornaria a crítica de rock dali em diante. Sua escrita, dotada de um estilo particular, aliava a linguagem crítica ao ritmo do rock e tinha um senso histórico fundamental. Para ele, devia-se situar o leitor/ouvinte como o ator mais importante da comunidade imaginária do rock e seu trabalho teve sumária importância na formulação de estudos culturais voltados a música pop e subculturas jovens no Reino Unido.

O rock permanecia como a forma de consumo mais comumente associada a construção da identidade jovem. “Não confie em ninguém acima dos 30” era o grito de guerra da geração dos *baby boomers*, lembra Peter Braunstein em seu livro *Imagine Nation: The American Counterculture of the 1960s and 1970s*.¹¹ Filhos de uma geração incentivada pela afluência e progresso econômico e tecnológico do pós-guerra, essa aparente abundância de recursos inspirou um otimismo latente. E foi esse senso de

¹¹ BRAUNSTEIN, Peter; DOYLE, Michael William. *Imagine Nation: The American Counterculture of the 1960s and 1970s*. New York: Routledge, 2002. p. 270

extrema auto-importância e confiança que orientou *hippies* e militantes de esquerda, inspirados por ideais de justiça e igualdade, a buscarem experimentação estética em vários níveis de expressão, unidos em oposição à racionalização instrumental da tecnocracia, à burocratização do ensino, e à conformidade da cultura de massa.

Os *hippies*, que inspirados pelo *folk* buscavam descobrir um eu autêntico por meio da vida em comunidade, da experimentação de diferentes níveis de consciência por meio das drogas e pela veneração a natureza, a inocência da infância, eram apenas uma das várias subculturas jovens que usaram a música como meio de expressão nos anos 60. Na Inglaterra, os *mods*, *teddy boys* e *skinheads* subvertiam a cultura paternal, ao mesmo tempo em que lidavam com questões raciais, de gênero e com drogas de diferentes maneiras, sempre buscando expressão pela música - *rockabilly* no caso dos *teddys*, reforçando sua ligação com a herança cultural dos pais; *Soul*, *Beat* e Rock Psicodélico pontuaram a relação dos *mods* com ideais de igualdade racial, juventude eterna (“*Hope i die before i get old*”, como cantado por Roger Daltrey do *The Who* em *My Generation*) e drogas; e o *Ska* jamaicano era o som dos *skinheads*, que conviviam com imigrantes negros nos subúrbios ingleses, num estado delicado que situava-os no meio do caminho entre identificação de classe e tensão racial.

Nesse contexto, a música se expandiu para novos instrumentos – sintetizadores analógicos, por exemplo – e começou a se misturar com gêneros “cabeça” como o *jazz* (*Soft Machine*, Frank Zappa), e o minimalismo (*Velvet Underground*). As músicas, que nunca passavam a barreira dos 3 minutos, começavam a simular o efeito de suspensão temporal das drogas e agora chegavam perto dos dois dígitos, como em *Light My Fire* do *The Doors* e *Like a Rolling Stone* de Bob Dylan.

O clima de inovação era tamanho, que posteriormente historiadores de outros campos culturais, como a moda, iriam revisitar o período como o pináculo da novidade e inovação como norteador criativo. Após esse ápice, técnicas de pastiche e reciclagem, egressas do pós-modernismo, começaram a ser aplicadas ao vestuário (notadamente no caso dos *mods* e *teddy boys*) anos antes de aparecerem na música pop. George Melly, um autor britânico da época, definia o clima da cultura pop em seu livro *Revolt Into Style: The Pop Arts* como “o resultado de uma busca deliberada por

objetos, roupas, música, heróis e atitudes que ajudavam a definir uma postura específica”.¹² Era um reflexo da ideia de “comunidade imaginária” e as inovações de estilo as quais essa comunidade se refere. E a crítica de rock via-se nesse momento numa função de ajudar a trazer à tona uma grande revolução democrática para as tensões culturais norte-americanas. Diante dos críticos havia a “utopia em que as divisões entre alta e baixa cultura, inteligência e prazer, arte e comércio não importavam mais”¹³, lembra Robert Christgau, um dos maiores críticos de rock da história que começou sua carreira junto do nascimento do jornalismo de rock.

“A fluência arrebatou a boca do balão”, lembra Tom Wolfe no livro *The New Journalism*, “e os jornalistas estavam lá para registrar a excitação no ar”.¹⁴ O *new journalism* e o estilo “gonzo” pegaram carona na contracultura e registrou o auge de uma cultura popular que representava a hegemonia da cultura americana no mundo pós-guerra. A ideia do *New Journalism* de que o evento era criado pela intervenção do jornalista inspirou de maneira profunda a crítica de rock que nascia nos EUA nos anos 60. A escrita característica dessa nova maneira de reportagem, de aparência carnavalesca, com prosa afetada, marcada com rimas, erros de ortografia, neologismos e experiências tipográficas, colocavam o jornalista como ponto focal da narrativa. Essa forma de pensar o jornalismo foi extremamente influente para críticos como Lester Bangs, Charles Murray e Nick Kent e acabaram lançando as bases do que seria o *supra sumo* da escrita de rock na década seguinte.

Com 10 anos de atraso, o rock'n roll veio ao Brasil no formato já pasteurizado lá fora. Enquanto o Roger Daltrey gaguejava sobre a batida frenética de Keith Moon em *My Generation*, Robertão cantava sobre aquela história do tal do *splish-splash*. Há de se relativizar, no entanto, já que enquanto o The Who falava diretamente sobre uma subcultura específica da realidade britânica – os mods –, Roberto Carlos ecoava os artistas mais ouvidos pelos jovens roqueiros brasileiros da época (ainda muito

¹² MULLY, George. *Revolt Into Style: The Pop Arts*. Oxford: Oxford University Press, 1989. p. 33

¹³ CHRISTGAU, Robert. *A History of Rock Criticism*. Disponível em: <<http://www.najp.org/publications/conferencereports/140-167criticalpers.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

¹⁴ WOLFE, Tom. *The New Journalism*. -: Harper And Row, 1973. p. 44

influenciados pelo visual rebelde de James Dean). O rock no Brasil saía de uma fase pré-histórica, em que se ouvia o rock básico de Chuck Berry e as baladas melancólicas do Paul Anka, para entrar na Jovem Guarda, “a primeira tentativa organizada (e industrializada) de fazer um produto brasileiro com o rock” conforme Ana Maria Bahiana no livro *Nada Será Como Antes: a MPB nos anos 70*.¹⁵ E, ao contrário do que se pensa, esse produto foi vendido para jovens não tão privilegiados da época, já que os universitários estavam mais ligados à bossa nova e a MPB.

Rita Lee e os Mutantes aparecem em um segundo momento, já quando a Jovem Guarda entra em declínio, por volta de 1968. Foi quando o rock sofisticado dos *Beatles* e dos *Stones* atingiu os jovens de alta classe média, e a inspiração intelectual de esquerda brasileira, de veia antropofágica e democratizante, começou a tentar aplicar o rock na linguagem dos jovens “esclarecidos” da época. Os Mutantes foram um dos centroavantes da Tropicália, um movimento que pretendia intervir na cena cultural do país através da música e, por esta, criticar a falta de expressão que se via impedida pelas regras impostas pelo regime militar de Costa e Silva em 1967. Foi um período de intensa produção criativa, que influenciou não apenas a música mas também artes plásticas, visuais, cinema e literatura.

Seu declínio ao final de 1969 marcaria a última expressão de uma cultura jovem e *anti-establishment* no Brasil até os anos 80. Nem a Jovem Guarda nem o Tropicalismo deixariam herdeiros, com uns abraçando o brega e outros uma MPB hegemônica e “alienada”. O período de repressão política também teve grande responsabilidade nesse abrandamento. O rock, com sua impulsão elétrica e natureza subversiva, era naturalmente visto com olhar torto pelas instituições de controle da ditadura.

¹⁵BAHIANA, Ana Maria. *Nada será como antes: MPB anos 70 - 30 anos depois*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004. p. 100

Children of The Revolution– A ressaca contracultural

Os anos 70 começaram com John Lennon cantando que “O sonho tinha acabado” na música *God*. A esquerda jovem assistiu a morte de sua visão que apontava um mundo melhor criado por uma juventude capaz de gerar mudança social. A contracultura estilhou-se sob a influência de drogas pesadas e comportamento destrutivo (epitomizado em três de seus ídolos mais importantes da época – Jim Morrison, Jimi Hendrix e Janis Joplin), enquanto outros se jogavam numa busca arcadista-bucólica.

Os jovens da contracultura tinham a ingênua expectativa que seriam capazes de moldar uma forma alternativa de futuro, mas as bases dessa mudança nunca passaram de uma *bricolage* social. Theodor Roszak, no livro *Where The Wasteland Ends*, tentava dar forma a esse emaranhado conceitual: “suas vestes foram emprestadas de fontes variadas e exóticas: a psiquiatria profunda, os adocicados remanescentes da ideologia do anarquismo, o dadaísmo, o folclore indígena e a sabedoria sempiterna”¹⁶. Numa definição mais concisa, Edgar Morin, conforme citado no livro *Stereo: Comparative Perspectives on the Sociological Study of Popular Music*, vai mais ao ponto, ao situar a cultura adolescente dos anos 50 como precursor do espírito dos anos 60, e afirmando que essa cultura, agora nas mãos de jovens adultos de classe média, protagonizou uma revolução nos valores da cultura de massa para com o intuito de renová-los.¹⁷ Entretanto, essas contratendências tornaram-se, após abrandadas, passíveis de cooptação pela cultura de massa. O hedonismo do *ter* como elemento de integração passa ao hedonismo do *ser* plural e comunitário, para depois ser readaptado pela indústria numa nova forma de individualismo possessivo.

O rock psicodélico, que foi a trilha do final dos anos 60, se dividiu em três direções: o *country rock* que ecoava os valores de “retorno as raízes” de parte da contracultura em ruínas, representado principalmente por *the Byrds* e *Grateful Dead*; o rock progressivo, com a intenção de deixar o rock mais cerebral, expansivo; e o *heavy*

¹⁶ ROSZAK, Theodore. *Where the Wasteland Ends*. New York: Bantam Doubleday Dell, 1973. p. 84

¹⁷ In: DANCEY, Hugh. *Stereo: Comparative Perspectives on the Sociological Study of Popular Music in France and Britain* (Ashgate Popular and Folk Music Series). Burlington: Ashgate, 2011. p. 65

metal, inspirado na estrutura do *boogie blues* e que mantinha do rock psicodélico uma ênfase em pedais, distorções e na virtuosidade instrumental.

A tendência do final dos anos 60, em que o álbum superou o single como o formato dominante em vendas, e o crescente oligopólio das majors no decorrer dos anos 70 inspirou a criação de uma elite do rock, com pessoas já estabelecidas na indústria. Esses fatores levaram a uma estandardização da programação das FMs e a uma massificação mais intensa das audiências.

A imprensa de rock tinha uma relação ambivalente com a situação da época. Enquanto o heavy metal expressava um tipo de rock de alcance nacional, e sua figuração nas revistas garantia mais verba publicitária, os críticos viam o gênero como um retrocesso, musicalmente conservador e comercial. Isso colocou a crítica num dilema em que era preciso buscar formas diferentes de tratar o gênero sem afastar leitores e anunciantes. Por isso o acentuado crescimento da análise sociológica e etnográfica do heavy metal, voltada a implicações sociais e políticas, e que ignorasse aspectos essencialmente musicais.

Os críticos estavam mais interessados nos caminhos dos artistas que estiveram associados ao lado artístico da contracultura: o rock psicodélico teve o apoio da crítica até atingir seu apogeu com *Dark Side of The Moon*. Depois, caiu na desgraça como masturbação intelectual e virtuosística. Já os reminiscentes do underground estadunidense como Lou Reed e Iggy Pop, e das escolas de arte britânicas, como David Bowie e Marc Bolan, tinham maior simpatia da crítica. Enquanto Bowie e Bolan representavam releituras críticas de uma cultura pós-moderna cada vez mais estetizada, os líderes do *Velvet Underground* e dos *Stooges* eram os ídolos de um movimento contraestético que ganhou voz em críticos como Lester Bangs, Greg Shaw e Dave Marsh. Numa espécie de reação contra as pretensões do rock frente a alta cultura (o que não quer dizer que eles se opunham a expressão artística), esses jornalistas preferiam o som mais cru do garage rock independente dos anos 60, que mais tarde seria a base sonora do movimento punk.

O panorama do rock brasileiro estava sem rumo definido. Alguns grupos tentavam representar uma expressão tardia da contracultura brasileira, buscando uma

estética estritamente roqueira com base na psicodelia, e, num segundo momento, no rock progressivo. Eram bandas como *Bolha*, *Módulo 1000*, *O Terço*, *Vimana* e *Os Mutantes*, que abandonaram influências brasileiras e abraçaram o som que vinha de fora.

A partir da segunda metade dos anos 70, alguns artistas importantes misturavam o rock com MPB: os grupos *Sá*, *Rodrix e Guarabyra*, *Novos Baianos*, *Secos e Molhados*, além de Rita Lee e Raul Seixas, tinham em seu som elementos que vinham tanto da tradição do rock psicodélico quanto do samba e de ritmos regionais (sertanejo, baião, frevo). Na música popular, Chico e Milton continuavam as vacas sagradas no âmbito de público e crítica, enquanto Caetano e Gil eram vistos com olhos tortos pelos jornalistas por terem “se vendido” e estarem imersos na mesmíssima alienada que anteriormente atacavam.

Primavera nos Dentes – O começo de uma crítica de rock no Brasil

No campo da crítica musical, o Brasil ainda contava com uma produção bastante incipiente, que desde os tempos coloniais estava ligada a uma concepção elitista-burguesa da arte e, conseqüentemente, da música. As coisas começaram a mudar em publicações como o *Suplemento Literário* do Estado de São Paulo nos anos 60 e com jornalistas como Lúcio Rangel e José Ramos Tinhorão que, no entanto, ainda tinham claras convicções de oposição entre autenticidade e música comercial.

O tom da crítica de música popular que nascera em meados do século XX ainda era bastante conservador, voltado a expressões culturais “autenticamente brasileiras”. O rock era *persona non grata* nas publicações “sérias”, relegado a revistas voltadas ao público adolescente, que exploravam mais as estrelas e suas vidas pessoais que questões propriamente musicais. Essa situação só começou a mudar no começo dos anos 70, com a breve existência da primeira *Rolling Stone* brasileira e com o trabalho de jornalistas como Ana Maria Bahiana, Okky de Souza, Nelson Motta e Ezequiel Neves.

O preconceito com o rock era tanto entre os intelectuais até então que chegou ao cúmulo de inspirar uma “Manifestação contra as guitarras” no final dos anos 60. O estigma que o crítico brasileiro carregava era de viver “exigindo do rock um sabor de banana”, explicava Ana Maria Bahiana no artigo *Rock com Banana*, publicado no jornal *O Globo* em 1975. A jornalista dizia ainda que, para muitos, o rock era uma linguagem técnica, executável em qualquer lugar do mundo, dependendo apenas da capacidade do cara ir lá e tocar a música. Outros, como Tárík de Souza, tinham uma posição antagônica, de que o rock representava um espinho encravado na alma brasileira. Seria necessário trilhar outro caminho. “Nem banana, nem espinho: apenas entender o rock.”, concluía Bahiana.¹⁸

E a primeira tentativa foi dada, com uma versão “pirata” da *Rolling Stone* norte-americana em 1972. A experiência durou pouco, não se aguentou nas pernas bambas e capengas da imprensa contracultural, e acabou com 36 números e pouco

¹⁸BAHIANA, Ana Maria. *Nada será como antes: MPB anos 70 - 30 anos depois*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004. p. 102

mais de um ano de circulação. Por trás dessa empreitada estava Luís Carlos Maciel, jornalista que comandava a coluna *Underground*, um *bunker* da contracultura e do movimento *hippie* no semanário *Pasquim* - Maciel inclusive passou alguns meses vivendo em comunidades alternativas no ano de 1971. Três gringos - Michael Killingbeck, inglês, e Theodore George e Steve Banks, americanos - o procuraram dizendo que tinham obtido os direitos para explorar o nome da publicação no Brasil, e precisavam de alguém que editasse. Sem muita grana - Maciel brinca, em entrevista ao blog *Psicodelia Brasileira*, que o “zero de dinheiro que se tinha de verba foi gasto no número zero, aquele com a Gal na capa”¹⁹ - o jeito foi chamar alguns amigos como Ezequiel Neves, Ana Maria Bahiana, e mais uma cambada de egressos do movimento *hippie*, e meter a cara em fazer jornalismo de rock.

O primeiro exemplar trazia uma reportagem central sobre o grupo A Bolha, comentando as dificuldades de se afirmar no mercado brasileiro na época como banda de rock. De fato, esse acaba se tornando o problema da própria *Rolling Stone* tupiniquim. Não existia um “movimento” de rock, uma indústria a se documentar, por isso a quantidade de artistas brasileiros na revista era escassa. A situação política-econômica do Brasil tornara os equipamentos caros, e o AI-5 impediu que um mercado de discos em expansão beneficiasse de imediato a música popular brasileira. A programação das rádios e da TV eram controladas por um montão de empresários desonestos, e quem quisesse tentar algo encontrava a porta das gravadoras fechadas pra quase tudo que não tivesse os canais lacrimosos do brega. O rock se tornara algo como uma resistência *underground*, uma opção por um estilo de expressão, por levar-se a sério.

Uma coluna da *Rolling Stone* em especial deixou mais marcas na forma de fazer jornalismo de rock no Brasil. O mineiro Ezequiel Neves (o Zeca Jagger, devido a sua paixão maluca pelos Stones) assinava a coluna *Toque*, sempre com muita irreverência e sarcasmo. Zeca falava sobre rock com entusiasmo e inquietação, deixando bem claro uma oposição aos artistas do *establishment* (achincalhando os baluartes da MPB pós-

¹⁹Disponível em: <<http://psicodeliabrasileira.blogspot.com.br/2007/05/entrevista-lus-carlos-maciel.html>>. Acesso em 11 outubro de 2012

tropicalista e os chororôs ex-Jovem Guarda) e uma recusa a se limitar ao que vinha das gravadoras, buscando falar sobre grupos integrantes do *underground*.

O exercício empírico e anárquico da primeira *Rolling Stone* brasileira logo se encerrou por inviabilidade financeira. Como veículo essencialmente pautado em prol de um impulso contracultural, a publicação acabou vítima das diferentes contradições que norteavam o movimento contraestético nos EUA e aqui. André Luiz de Bueno, em sua dissertação de mestrado *Contracultura: as utopias em marcha*, aponta como “culpado” o processo violento que integrou o Brasil ao sistema capitalista internacional por meio da ditadura.²⁰ A sociedade brasileira ainda não tinha experimentado o mesmo grau de desenvolvimento que países do dito “Primeiro Mundo” e por isso não enfrentava as contradições que levaram a contestação ao estilo de vida consumista e padronizado, paranóico, neurotizante e excludente que este “progresso” imprimia. Os efeitos dessa integração viriam só anos depois, na cauda dos movimentos de reabertura política.

²⁰ In: GROppo, Luís Antônio. *O Rock e a formação do mercado cultural juvenil*. Tese (Mestrado) - UNICAMP, Campinas, 1996. p. 77

O Rock já é (quase) maior de idade – a Revista Pop

Já que o caminho contracultural não deu certo, a revista Pop veio na tentativa de fomentar uma indústria carente de público jovem. “A grande maioria que compra discos no Brasil tem mais de 30 anos de idade” era o que afirmava André Midani, diretor da Philips na época e que depois seria presidente da gravadora WEA e principal executivo por trás da explosão do rock no país nos 80.²¹ Se o milagre econômico deu um *boom* no setor fonográfico com aumento de 400% nas vendas de discos em entre 1965 e 1972, o jovem parecia estar fora dessa estatística. O processo de sua inclusão nesse mercado foi sendo feito aos poucos, por meio da cultura pop como um todo - música, moda, esportes, comportamento - e a *Revista Pop* veio, como uma publicação segmentada, atender a essa missão de assentar um terreno para que, aos poucos, uma indústria voltada para a cultura jovem se consolidasse.

Era uma revista sobre “amenidades”, com poucos textos noticiosos de maior profundidade. Um “reflexo dos tempos”, dotados do que Zuenir Ventura, no livro *1968: O Ano que não Terminou*, chamou de “Vazio Cultural”: enquanto o crescimento material era amplo, a censura e o AI-5 instituíam um vazio de ideias.²² O principal material da revista que procurou incrementar o exercício da crítica e jornalismo musical era o suplemento *Hit Pop*, tido como o “lado sério” da publicação. Ainda assim, o espaço era discreto e muitas vezes as críticas eram extremamente sintéticas, sem informações de muita relevância. Na revista escreviam jornalistas como Wladimir Tavares de Lima, Newton Duarte, Carlos Eduardo Caraméz e Oscar Pitta.

Em 1976, rolou um incremento substancial de críticas com um novo formato, mais páginas e mais colaboradores, como Ezequiel Neves. O *Hit Pop* pegou a explosão de *Sá, Rodrix e Guarabyra*, dos *Novos Baianos* e do Rock Rural, e a crítica se viu na posição de colocar em xeque a postura de absorção de estrangeirismos de vários grupos de rock da época. Essa onda regionalista daria um novo rumo para o rock brasileiro? Na mesma época, Fagner, Walter Franco, Belchior, Jards Macalé, Alceu Valença e Raul Seixas conquistavam notoriedade com um som que era *mezzo rock*,

²¹In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: Dba Artes Gráficas, 2002. p. 129

²² Cf. VENTURA, Zuenir, 1968: *O ano que não terminou – a aventura de uma geração* (Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1988).

mezzo MPB. Para o bem ou para o mal, foi uma estratégia interessante para as gravadoras, que procuravam um elenco forte de artistas nacionais pra fomentar um mercado jovem.

A nova onda abriu também espaço a uma maior ênfase e ao incentivo explícito a grupos brasileiros. O caso mais notório foi o do *Made in Brazil*, laureado extensivamente por Ezequiel Neves que, oportunamente, servia também como produtor executivo do grupo. Essa confusão de papéis acabou sendo típica da época, como no caso de Nelson Motta, que escrevia sobre música para *O Globo* e compunha com vários artistas e era um dos principais produtores de eventos jovens do momento.

“Mas a juventude nos anos 70 não dava ibope”, afirmava Okky de Souza, um dos vários editores da história da Pop, em entrevista para Ricardo Alexandre no livro *Dias de Luta*. A revista não conseguiu descobrir como, através de uma crítica mais aprofundada, destacar uma linha evolutiva do rock brasileiro que fosse capaz de cativar a molecada. Tratando os leitores como pessoas que não sabiam ouvir música, a *Hit Pop* vivenciou, graças a seus colaboradores, um modelo de contracultura que se dissolvia gradativamente através do paraíso artificial das drogas e do consumismo. A *Pop* cumpriu seu papel de documentar uma entressafra, que Okky de Souza pontuou como um punhado de focos de talento mal resolvidos a respeito de como se comercializar: “as multinacionais vinham com apetite, mas ainda não eram correspondidas como seriam alguns anos depois.”²³

²³In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: DbA Artes Gráficas, 2002. p. 113

Oh Bondage, Up Yours! – O Movimento Punk

O artista do Brasil não sabia como atingir a molecada, mas lá fora era a “juventude transviada” que chegou dando bicuda na sociedade. Se os roqueiros brasileiros coçavam a cabeça querendo criar um mercado jovem, na Inglaterra e nos EUA o impulso era contrário: os jovens ouvintes viraram os produtores e artistas - resgatando uma atitude revolucionária que os esquemas de comercialização neutralizaram no rock.

A ideia de um movimento punk, de uma cena que se moldou e colocou-se sob os holofotes da mídia, nasceu com os *Sex Pistols* na Inglaterra em 1977. Mas as bases dessa “cusparada” na cara da sociedade já vinham sendo lançadas há algum tempo. Alguns grupos de garage rock dos anos 60 já tinham uma postura independente, *do it yourself*. Certos grupos pipocavam entre movimentos políticos e sociais, como o MC5 (ligado aos Panteras Negras) e os Stooges, duas bandas que faziam uma música visceral, energética e politizada no alvorecer dos anos 70. Mas o foco primário de onde Malcolm McLaren - na época um *teddy boy* convicto, amante do *rockabilly* mais obscuro e primitivo que havia dos anos 50 - tirou o aparato estético para criar os *Sex Pistols* e fundar o movimento punk está no underground de New York.

Na cena em torno da lendária casa noturna *CBGB's* havia de um lado Patti Smith, *Television* e *Talking Heads* - uma personificação do jogo pós-moderno de flertes entre arte e pop, incorporando poesia e elementos da vanguarda musical e visual da época. Do outro, bandas como *New York Dolls*, *Blondie* e *Ramones* tendiam para o lado pop da *pop art*, mas ainda assim incorporavam estilos pós-modernos como o de pastiche, ironia e intertextualidade.

Os *New York Dolls* por exemplo, eram uma personificação *camp* e irônica de amorismo por meio do *glam rock*. “Enquanto ouvia o primeiro disco, lá pela quarta faixa, eu pensei que eles eram tão, tão ruins que chegavam a ser geniais” foi a impressão de Malcolm McLaren quando visitou os EUA em 1964, conforme entrevista dada para Simon Reynolds no livro *Retromania*.²⁴ Esse aspecto ruidoso e diletante dos

²⁴In: REYNOLDS, Simon. *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber And Faber, 2012. p. 247

Dolls, aliados à moda confrontadora e a atitude de pessoas da cena como Richard Hell, inspiraram profundamente Malcolm. No entanto, talvez ele não imaginasse o tamanho das implicações políticas e sociais que, diferentemente de sua inspiração nova iorquina, o punk iria ter.

Inspirado por ideias da Internacional Situacionista, Malcolm McLaren imaginou uma rebelião juvenil que seguisse o espírito dos anos 60 tomando de assalto a mídia de massa, explorando a sociedade do espetáculo de dentro pra fora. Num contexto social em que o Reino Unido rolava morro abaixo em crises econômicas e fiscais, acentuando ideais de racismo e xenofobia, os *Sex Pistols* e os punks na TV e nos jornais ganharam contornos de sintomas monstruosos do fim da civilização. *NO FUTURE* era o que bradavam os punks, ostentando signos de choque na roupa e na pele (alfinetes, suásticas, pregos) e xingando a Rainha em rede nacional. Era um verdadeiro evento pós-moderno, no sentido que o pânico moral midiático acabou precedendo a formação de uma ampla subcultura punk.

O fato é que musicalmente, uma movimentação contrária a “hippiezação” e ao rock progressivo já rolava em Londres na forma do *pub rock*, que pregava um retorno ao *feijão com arroz* do rock, de motivação igualitária. Enquanto que em New York, os *Dolls* tocavam sem saber tocar, Patti Smith invocava seus heróis num exercício de “mitografia do rock” no disco *Heroes*, e os Ramones pediam se a galera ainda lembrava de quando as rádios tocavam rock (*Do You Remember Rock’n Roll Radio?*). Era um caso de, em termos sonoros, o futuro do rock tender para uma restauração do passado por meio do punk. A tensão veio quando a retórica não-musical (as influências progressistas da tradição modernista da arte, da literatura *beatnik*, e os ideais sociais e políticos) se confundiu com o som.

O punk estava numa encruzilhada entre uma vertente de inspirações formalistas extraídas das escolas de arte britânicas, pelo dadaísmo, e pela estética irônica da *bricolage*; e outra, mais populista, que pregava a máxima *do it yourself*, o amadorismo, e mantinha relações próximas as classes operárias e a grupos de imigrantes negros. “Foi uma tentativa de manter no jogo igualmente as ideias boêmias

de autenticidade e os ideais de artifício da pop art”, assim coloca Simon Frith, no livro *Sound Affects*.

A crítica sabia que tinha algo acontecendo de fato quando o punk começou a reverberar entre a *Blank Generation*²⁵. "Se você não for, tudo o que posso dizer é que você é um idiota", dizia Tony Parsons, falando para a NME sobre a turnê que reunia *Sex Pistols*, *The Clash* e *The Damned*, em 1976.²⁶ No fim das contas, "a crítica e o punk eram feitos um para o outro", coloca Neil Spencer em entrevista no livro *Rock Criticism from the Beginning*. As bandas precisavam de exposição nas revistas, já que viviam banidas por casas noturnas, rádios e TVs; enquanto que suas idiossincrasias eram a razão de viver do crítico, inspirado em traduzi-las aos leitores.

Com a nascente cultura de fanzines²⁷, o punk aumentou o mercado para o jornalismo de rock, e criou um novo contingente de garotos escrevendo sobre música e desafiando estilos consagrados com técnicas inspiradas pelo clima pós-modernista do punk, como a afetação e a paródia. Isso também não significou um completo abandono de técnicas padrão como o discurso de "autenticidade" nas críticas, já que agora o desafio parecia compreender como o punk e sua forma de manchar as divisões entre arte e popular começavam a fazer desaparecer as oposições entre autêntico e artificial, conteúdo e estilo.

Algumas dessas novas caras da época, como Tony Parsons e Julie Burchill, tentaram traduzir o caráter carnavalesco do punk em prosa, através de uma passional rebeldia juvenil. No livro *The Boy Looked at Johnny*, os autores lamentavam o rápido declínio do punk "autêntico", de atitude imprudente, e já em 1978 bradavam a "morte do rock" com a "contaminação do punk pela indústria de exploradores sanguessugas de classe média". Esse tipo de preocupação com os *posers* e os "vendidos" ainda

²⁵ Termo inspirado pelo documentário de 1976, *The Blank Generation*, que reatratou a cena em torno da casa CBGB's através de shows e entrevistas com grupos como Talking Heads e Ramones. A imprensa inglesa adaptaria o termo para a nascente onda punk, como mostra Tony Parsons na reportagem *On The Road with the Blank Generation*, publicada pela *New Musical Express* em dezembro de 1976 e citada acima.

²⁶ PARSONS, Tony. *Disparos do Front da Cultura Pop*. São Paulo: Barracuda, 2005. p. 19

²⁷ Fanzine é uma publicação marginal a grande imprensa, produzida de forma amadora e não oficial por um grupo de fãs de um determinado fenômeno cultural. A subcultura punk difundiu suas ideias em grande parte graças a essas publicações, como a lendária *Sniffin' Glue*, de Mark Perry.

estava amadurecendo na crítica graças ao punk, mas logo daria a tônica dos jornalistas de rock dos anos 80.

Foi a tensão entre esses dois polos do punk (arte e popular, formalista e realista) que acabou criando diversas oposições no *pós-punk*, entre *new wave*, *new pop* e o *indie*, alternativo. E foi o ímpeto criativamente negligente do punk, na criação de selos independentes, distribuidores alternativos, fanzines e lojas de discos, que facilitou a criação de uma ética *DIY* (sigla para *do it yourself* - faça você mesmo) que seria a base do rock *underground* dali em diante.

A ideia de um *underground* permanente, de um caminho alternativo, é o que Bernard Gendron relaciona com o punk, no livro *Between Montmartre and the Mudd Club: Popular Music and the Avant-Garde*. Para ele, “um dos efeitos da cena foi de criar a fundação para o que seria institucionalmente e esteticamente um setor de vanguarda independente dentro do campo da música pop”.²⁸ É o primeiro sinal de um racha entre a aclamação crítica e de público, num sinal do declínio do mito do rock como arte democrática. Com o declínio do punk, veio a pá de cal que enterrou o sonho de uma comunidade jovem integrada num pop sem classe e distinções, como fora a coincidência entre o gosto *hip*²⁹ e o gosto da massa entre 63 e 67.

²⁸GENDRON, Bernard. *Between Montmartre and the Mudd Club: Popular Music and the Avant-Garde* Chicago: University Of Chicago Press, 2002, p. 269–270.

²⁹ Gíria da língua inglesa de inspiração na cultura *beatnik* dos anos 50. Descreve algo “que está na moda”, é tendência, que se enquadra num ideal boêmio de vida aliada a arte.

Suspenderam os Jardins da Babilônia – Esgotamento do rock nacional

Enquanto no hemisfério norte a coisa fervia para o lado do rock com um movimento revolucionário, o Brasil recebia com louvor a turnê da jurássica banda inglesa *Genesis*, em maio de 77. Com toda a pompa e exibicionismo de sua grandiosidade instrumental e visual, a banda se apresentou no Rio, São Paulo e Porto Alegre, trazendo aos olhos do público brasileiro a virtuosidade e pretensão que era exatamente aquilo ao qual o punk se opunha. Por aqui, o rock não andava bem das pernas, e quem ainda se engraçava a tocar com guitarras elétricas, baixo e bateria era na sua grande maioria devotos dos ingleses do rock progressivo, e nem se davam conta do que rolava do outro lado do atlântico.

No entanto, o mercado ganhava uma publicação por aqui que tratava dele como um todo: *o Jornal de Música*. Não se falava só de rock ou comportamento jovem, mas de equipamentos sonoros, instrumentos, gêneros do chorinho ao *jazz*. Com o aumento do poder aquisitivo da classe média brasileira e um avanço da mídia eletrônica e do mercado fonográfico no país, tinha-se a esperança de que a indústria da música ia pegar no tranco.

As vendas do rock (tanto nacional quanto internacional) continuavam baixas para os padrões das gravadoras. O caminho parecia mesmo o de um pop-rock meio MPB. “É da mistura que saem as coisas novas. E a gente aqui (no Brasil) mistura, a gente tem mil recursos, mil sons incríveis para misturar” dizia Pepeu Gomes, talvez o guitarrista mais competente de sua geração, em entrevista a Ana Maria Bahiana.³⁰ E era essa postura meio nacional-populista que ecoava entre os jovens. A identificação com o rock estava tão desgastada que até mesmo um “chorinho *revival*” começou a se enveredar entre alguns jovens metropolitanos, causando um corre-corre nas gravadoras atrás de bandas instrumentais que tivessem uma pegada híbrida entre samba, jazz, chorinho e rock. Foi o caso de *A Cor do Som*, banda de ex-*Novos Baianos* que emplacou após o *I Festival Nacional do Choro*, realizado pela TV Bandeirantes em 1977. Igualmente, o *14 Bis* aparecia como um braço “jovem” da turma de Minas, do

³⁰ In: BAHIANA, Ana Maria. *Nada será como antes: MPB anos 70 - 30 anos depois*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004. p. 175

Clube da Esquina, e tinha uma sensibilidade calcada na tradição da música brasileira que era a tônica da época.

Mas a impressão era que não havia nada de novo, nenhuma “ruptura”. No *Jornal da Música*, as críticas sobre artistas ou grupos de rock brasileiro eram poucas. A *discothèque*, a *soul music* pós-Tim Maia e Black Rio, e a ideia bizarra que os músicos tinham do *punk rock* na época apareceram como últimas tentativas de dar uma repaginada no som, o que rendeu a Rita Lee a posição de maior estrela do rock brasileiro. “A única a falar diretamente com um público esquecido pelo ‘compositores sérios’, o público adolescente”, apontava Ezequiel Neves em crítica sobre o disco Babilônia.³¹ O *Made In Brazil* chegou até a ser chamado de punk pela crítica, o que demonstrava o total anacronismo da galera por aqui. Enquanto que Raulzito era achincalhado pela crítica: “Raul teve que transar com o Diabo, aceitando uma maçã bichada, que valia apenas pelo ouro de Eldorado. Naquela hora crucial, só Mephisto apostou nele”, publicava o *Jornal de Música* em 1979.³²

Para os medalhões do rock nacional, a absorção das “modinhas” do momento e de elementos da MPB parecia chave para permanecer no elenco das gravadoras. Mas pra quem era adolescente e buscava se informar, era o novo que dava a tônica. A revista *Pop*, em 1977, lançou uma coletânea intitulada “Punk Rock”, com bandas como *Ramones*, *Clash* e *Sex Pistols*, o que acaba inspirando a aparição no subúrbio da grande São Paulo dos primeiros grupos punks brasileiros. No entanto, até ali não se tinham muitas informações do que o movimento era. Reportagens da *Veja* e da *Manchete* distorciam o espírito de 76 ao tomar as atitudes incidentais (o pogo, a violência teatral, o exibicionismo, a pose enfatuada) por essenciais, e apresentavam o punk como algo passageiro.

Era essa imagem reacionária e superficial que acabou não dando muita força ao movimento daqui. Redson, que viria a se tornar depois líder da banda *Cólera* - uma das primeiras do punk nacional -, só passou a gostar de punk com a coletânea da *Pop*. “Eu

³¹In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: Dbá Artes Gráficas, 2002. p. 24

³²In: OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. *O Criticismo do Rock Brasileiro no Jornalismo de Revista Especializada em Som, Musica e Juventude: Da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001)*. 2011. p. 149

só ouvia rock pauleira. Não gostava de punk, as imagens que vinham nas revistas era de violência gratuita, gente se drogando até chapar”, disse em entrevista no livro *Dias de Luta*.³³ O lado sonoro, o som enérgico, foi o que inspirou grupos do underground a querer saber mais dessa doideira rolando lá fora. Nas classes operárias de São Paulo e do ABC surgiam bandas como o próprio *Cólera*, os *Inocentes* e o *Voluntários da Pátria*, enquanto bandas de noise-vanguarda que seriam a base do *Ira!* e do *Titãs* dali uns anos apareciam entre a molecada de classe média. Em Brasília, a semente do *Legião Urbana* e do *Capital Inicial* era lançada com o *Aborto Elétrico*.

Enquanto isso, um setor do underground paulistano mais formalista ia tomando forma. No backstage do Teatro Lira Paulistana, artistas provocadores estavam lançando as bases de uma vanguarda do não-discurso. Grupos como *Premeditando o Breque*, *Língua de Trapo* e compositores como Arrigo Barnabé e Itamar Assumpção desrespeitavam as regras da composição tradicional, misturavam semiótica, brutalismo, MPB, e letras que abusavam de referências e bom humor. Esse espírito chegou com mais deboche e menos radicalismo no Rio de Janeiro, na cena que se articulava entre a Lapa e o grupo teatral *Asdrúbal Trouxe o Trombone* (de Regina Casé, Luis Fernando Guimarães, Evandro Mesquita, Patrícia Travassos e Perfeito Fortuna). Uma revolução jovem estava engatinhando, prestes a tomar o mercado.

³³In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: DbA Artes Gráficas, 2002. p. 54

Video killed the radio star – é estiloso ser pop

Depois do apocalipse punk, a aurora dos anos 80 foi bastante dolorosa. O mundo se vê numa ascendente crise econômica e com muita desigualdade social. A desilusão dos anos 70 transformou-se num liberalismo que aliava forçadamente liberdades individuais com uma maior flexibilidade do mercado, defendida como remédio contra as “forças do mal” do controle estatal e do socialismo. O vácuo entre a geração de *baby boomers* e do punk se intensificava, as oportunidades de trabalho e estabilidade para quem não podia estudar depois dos 16 anos diminuía. A mudança no processo de transição para a “idade adulta”, no desenvolvimento de personalidade e orientação era latente: como o sociólogo Ulrich Beck aponta em *Risk Society: Towards a New Modernity*, havia uma pressão por individualização, reflexividade e adaptabilidade que acometia os jovens da época.³⁴

Os anos 80 viu o surgimento do *yuppie*, um jovem que se identificava por meio do estilo pela via do consumo hedonístico. Os *yuppies* trabalhavam duro, consumiam rapidamente e ostentavam um estilo exagerado, como um *mod* que ascendesse rapidamente na pirâmide social e perdesse no caminho toda a carga de solidariedade que ainda carregasse. Cada um por si. As tradições erodiram, não existia mais vida coletiva, as grandes teorias da modernidade morreram, as hierarquias culturais se embaralharam (o que não quer dizer que sumiram), e as representações midiáticas tornaram-se onipresentes no dia-a-dia. Publicidade, *videoclip*, MTV, estilo, *desejo*. Progressão, vôo ao infinito - se os anos 80 herdaram algo do punk talvez tenha sido isso, mas de uma maneira completamente reducionista.

Nesse cenário de discurso amplo e autonomia enfraquecida, o crítico de Rock - em seus “velhos bons tempos” um dândi do novo jornalismo, um intelectual da modernidade - se viu reduzido a documentar esse estrato consumista e presunçoso da nova classe média. Essas mudanças levaram a criação de novas estratégias para a sobrevivência de uma imprensa de rock.

³⁴ BECK, Ulrich. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage Publications Ltd, 1992. p. 90

Estratégias “subversivas” e pretensamente de vanguarda começaram a vender o punk como pop. Uma tentativa de desmitificar e descentralizar os meios de produção: *keep moving, do it yourself*, o choque do novo. Os artistas da *new wave* tentaram unir música-cabeça e música para dançar, ideias sérias e prazer superficial, teoria e amor. Uma tentativa de superar a divisão menino/menina, confundir distinções de gênero. Mas se até politicamente o liberalismo de ideias se tornou liberalismo de mercado, na música não seria diferente. Logo esses ideais foram interpretados como uma nova visão de um melhor, mais excitante e eficiente capitalismo consumista. A *New Wave* veiculada na nascente MTV era uma música saudável - uma superação da “doença do *underground*”. Este por sua vez, se encerrou numa arrogância que perdura até hoje: o alternativo, o *indie*, como o inimigo do pop, como a realidade suja e crua.

O novo pop não era apenas um novo estilo de música, era um novo estilo de vida: eram vários objetos a se comprar, um novo comportamento, um novo estilo a se portar. A imprensa viu isso e tentou capitalizar. Revistas de estilo como a *The Face* e *Smash Hits* apareceram, e para o crítico esse panorama do pop aos poucos se tornou interessante, porque se concebeu uma forma de balancear a fina linha entre erotismo e comoditização. Fama, estrelato e brilho: a mesma maquinação do pop que David Bowie estripou nos palcos nos anos 70 era a nova ordem. E os críticos mergulharam na investigação dos aspectos eróticos das “estrelas” para expor o pano de fundo capitalista por trás.

A crítica não se preocupava mais tanto com o fato do rock ter “se vendido” para dizer se uma música era boa ou não. Começou uma busca pela distância, pela auto-reflexão; não se sabia se, tanto artistas quanto críticos, estavam fazendo algo “real” ou meramente posando (e aqui é possível facilmente fazer um paralelo atual com a Lady Gaga). Meta-autenticidade, ironia e *sampling*, na música e na escrita.

O *sample*³⁵, aliás, virou a chave da teoria sobre o “estado do pop” nos anos 80. “A arte na era da reprodutibilidade técnica” de Walter Benjamin, foi substituída pelo

³⁵ Trecho de uma música ou gravação sonora que é reutilizado no desenvolvimento de uma nova música ou peça de composição. Foi desenvolvida por compositores do chamado *modern classical* e da *musique concrète* nos anos 50 com a inspiração formalista de explorar os limites

“pop na era da reprodução digital”. Linguagem e textualidade eram obtidos com reprodução, pastiche e citação. O meta-pop, virado a si mesmo, entrou em uma estase que, em muitos pontos do *mainstream*, perdura até hoje. É claro que, de diversas maneiras, artistas conseguiram criar um discurso político e social por meio da reapropriação. No caso do *hip-hop*, o *sampling* reverberava em questões de raça (eram usados trechos de clássicos da *Soul Music*, do *Jazz* e *Rhythm & Blues*, como maneira de afirmação, de reforçar a mensagem do orgulho *black* criando uma associação com os grandes da música negra). No *underground*, o *sampling* ajudava a criar atmosferas assombrosas e/ou etéreas, através da *ambient music* de Brian Eno, do *darkwave* de bandas como *Nurse With Wound* e *Coil*, e do *krautrock* dos alemães do *Neu!* e *Faust*. Aproveitava-se da natureza espectral da gravação: a reprodução de uma realidade que não existe mais, o controle de fantasmas (“um sample é ao mesmo tempo escravo e fantasma”, descreve Simon Reynolds em *Retromania*)³⁶. Posteriormente, nos anos 90, a técnica ainda iria dar a *raison d’être* da *dance music*, da cultura *rave* e de vários microgêneros, dentro e fora do *mainstream*.

A combinação de *sampling* e de sequenciadores digitais destruiu a divisão entre originais e cópias, de música feita por humanos e por máquinas. A autenticidade e a criatividade entraram em crise, mas não por causa do roubo (como a gente viu no caso do *hip-hop*), ou da metalinguagem, mas sim pela natureza automatizada da máquina do pop que era evidenciada pelo uso dessas ferramentas. Os anos 80 naturalizou a tecnologia eletrônica na música, e o público então ficou habituado a considerar artistas profissionais como técnicos, produtores, programadores de computador, DJs ou engenheiros de estúdio.

Na esteira do *indie/alternativo* se proclamava a existência de uma realidade oposta a tudo isso. O som castigador e barulhento do *hardcore* (*Black Flag*, *Minor Threat*) e do *thrash metal* (*Metallica*, *Slayer*) levava adiante o ultraje explosivo do punk e mantinha acesa a ideia comunitária em torno de uma cena, com o espírito *DIY*,

da expressão de timbres interessantes e de associações emotivas vindas de fontes não necessariamente musicais. Na virada dos anos 70 para os anos 80, com o desenvolvimento dos Samplers – instrumentos digitais capazes de gravar e sequenciar diferentes gravações de inúmeras fontes – o pop absorveu a técnica como norteador da produção.

³⁶In: REYNOLDS, Simon. *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber And Faber, 2012. p. 313

fanzines, fundamentalismo (na forma da subcultura *straightedge*) e total politização, voltados contra a austeridade da era *Reagan/Thatcher*. Artistas formalistas, como *Sonic Youth* e *Spacemen 3* mantinham-se a margem num reduto *underground-experimental*. Enquanto que, no circuito universitário, a meta-linguagem do novo pop foi adaptada num contexto *hip* e legalção, um “pop colecionador de discos”, em que grupos como *Jesus & Mary Chain*, *R.E.M.*, *Primal Scream*, *Pixies* e *Smiths* misturavam referências de artistas que, nos anos 50 e 60, não se deram bem no mercado –a exemplo de *Velvet Underground*, *Love*, *Stooges*, *MC5*, *Left Banke*, *Scott Walker* -, e as colocavam na contemporaneidade.

Q: Are We Men? A: We are D-I-V-I-N-E! – A crítica musical nos anos 80

A crítica de rock entrou nos anos 80 num certo impasse: como escrever de rock depois do punk? Para os críticos, o punk havia minado a dicotomia entre autenticidade e artificialidade, mas as noções continuavam ligadas ao discurso do rock, como sempre. A estratégia de unir artifício e pop ganhou nas paradas, mas havia que se buscar sinais do “autêntico”: uma resistência, uma maneira de mostrar ao público onde estavam os momentos de “realidade” e subjetividade naquilo que chegava pela mídia. Rolava uma oposição clara entre a autenticidade clássica e os paradigmas de artificialidade pós-modernos.

O oba-oba liberal do contexto político deixava sua marca no pop. “Viva e deixe viver” era o lema - Compro, logo existo. O estilo começou a passar à frente do conteúdo, a criar uma geração vazia, niilista - “tô nem aí” -, idolatrando celebridades que representavam o oposto ideal de suas vidas anônimas e falidas. Essa percepção passiva incomodava o discurso crítico, que abraçou uma análise da Política dos Meios e carregava noções de crítica política inerentes ao rock para estabelecer a direção das críticas do punk e *pós-punk*. A resposta parecia assumir um papel parecido com Malcolm McLaren e David Bowie, caras que compreendiam a indústria de dentro e usavam esse conhecimento para subverter suas normas e expectativas.

Vieram as “Bíblías do Estilo”: *The Face* e *Smash Hits* foram criadas nos anos 80, com um design arrojado, linha editorial que relacionava moda, comportamento e música, com um estilo de escrita de rock colocado sob o paradigma pós-moderno. Pra tirar sentido do que acontecia com o pop se investiu em novas formas de escrita. A fórmula era capturar os momentos de excitação e buscar escapar do tédio com técnicas de vanguarda (livre consciência, colagem). As reportagens se tornaram bem subjetivas, às vezes apenas uma viagem narcisista. A entrevista era um *happening*, se tentava recuperar o ideal “gonzo” perdido na ressaca da contracultura. Críticos de rock começaram a celebrar a “diversão” como momento de transcendência de uma forma similar ao modo como Roland Barthes celebrava o jogo hedonístico.

As “bíblías do estilo” foram só o começo da definição de novas posições no campo do jornalismo de rock. Moda e música eram postas lado a lado regularmente

nas revistas de música. A influência da MTV foi chave nesse processo, ao colocar as imagens dos artistas em movimento e celebrar um ideal de *coolness*. Logo vieram a *Spin* e a *Q Magazine* nos anos 80, *Mojo* e *Uncut* nos anos 90. Parecia que todo gênero e faixa etária tinha agora sua própria revista sobre música e consumo.

Mocidade Independente do Rock – cultura jovem e o pop brasileiro dos anos 80

Um novo pop era criado lá fora com os restos mortais do punk, e um paulista descolado e incansável chamado Júlio Barroso tava de ouvidos bem abertos pra toda essa “nova onda” que rolava. Júlio começou a colecionar referências de suas viagens a Nova Iorque com aquilo que sacava de antropofagia e lançou uma “nova estética do deboche” através da *Gang 90 & Absurdettes*. “Perdidos na Selva”, primeiro single lançado pelo grupo, foi um sucesso nacional e, como um bom *new pop* devia ser, rompia os limites entre arte *cult* e povão. Ainda nessa macaqueada da *new wave* vieram no início da década Eduardo Dusek, *João Penca & Seus Miquinhos Amestrados* e a *Blitz*, com uma pastiche maluca de referências em clipes apresentados no *Fantástico* como novos “sucessos de rock nova onda” (sic).

No Rio de Janeiro, em janeiro de 1982, as tendas do *Circo Voador* foram armadas na Praia do Arpoador pelo produtor Perfeito Fortuna, integrante da trupe do *Asdrúbal Trouxe o Trombone*. O espaço foi fundamental na divulgação do rock que se fazia no Rio, e ajudou a lançar nomes como a *Blitz*, *Lobão*, *Paralamas*, *Legião Urbana*, *Kid Abelha*, *Celso Blues Boy* e *Barão Vermelho* através do projeto *Rock Voador*. Toda semana, novas bandas do rock nacional se apresentavam nas tendas que agora ocupavam um espaço fixo no bairro da Lapa, em uma parceria com a Fluminense FM.

“Fluminense FM, a maldita!”, falava a vinheta da rádio rock carioca. Dirigida por Luis Antonio Mello, ela nasceu de um projeto de Luis com Samuel Weiner de se criar uma rádio que tivesse uma linguagem informal, voltada a jovens que curtem música nova, esportes radicais e são antenados no que acontece no mundo. O anúncio antes do lançamento era claro: “A rádio fluminense está do lado dos malditos de agora que vão ser no futuro os grandes plantadores da nova música popular de todos os povos”. Lançada em 1º de março de 1982, quase junto com o *Circo Voador*, a Fluminense rapidamente dominou a faixa de audiência das classes A, B e C entre 15 e 30 anos, mostrando que havia um mercado doido por rock no Brasil.

A audiência da Fluminense FM era exatamente o público alvo da Revista *Somtrês*, que circulou por 10 anos à partir de 1979 e era a mais sofisticada publicação de música que o Brasil tinha até então. Focada não apenas no rock, era - a exemplo do

Jornal da Música - uma publicação abrangente em termos de gênero musical e tecnologia sonora. O diretor de redação era o jornalista Maurício Kubrusly que, desde o princípio, contou com nomes de peso da imprensa de música pop-rock nacional - Ana Maria Bahiana, Ezequiel Neves, e José Emilio Rondeau. Até mesmo os futuros *superstars* do pop-rock Lulu Santos e Paulo Ricardo escreveram para a revista. “Naquela época estava começando a chegar alguns equipamentos de música no Brasil, não existiam equipamentos de qualidade, e não existia uma revista brasileira que falasse sobre isso.”, recorda em entrevista à jornalista Belyza Loureiro em 2005, o que demonstra a certa continuidade que *Somtrês* tinha em relação ao *Jornal da Música*. “Na primeira parte fala de equipamentos e na segunda parte de discos. Eu simplesmente peguei a receita que fazia sucesso no mundo e trouxe para o Brasil.”, conclui.³⁷

Era uma publicação voltada para um público primariamente “audiófilo”, não necessariamente para jovens-adultos interessados em se antenar nas últimas da música. Nada mais natural, considerando a marola em que se encontrava a música quando de sua criação. Mas com o auge do BRock³⁸ por volta de 1985 a revista deu uma guinada do ponto de vista mercadológico até esvaecer junto ao declínio criativo do mesmo BRock ao final da década.

“O Maurício abriu um espaço eclético e verdadeiramente democrático onde conviviam música clássica e punk, musica regional e pop, tudo em meio a reportagens altamente técnicas sobre equipamentos de som. Era um barato, porque ele dava absoluta e total liberdade a seus colaboradores”, pontua José Emílio Rondeau em

³⁷ Disponível em: <

<http://altosagitos.com.br/diversaoaoextremo/index.php?id=noticias&sid=112¬icia=+ENTREVISTA+COM+MAUR%C3%89CIO+KUBRUSLY++O+jornalista+cedeu+entrevista+exclusiva+durante+sua+estada+em+Curitiba>> Acesso em 02 novembro de 2012

³⁸ BRock foi o termo criado pelo jornalista Arthur Dapieve para descrever toda essa geração do pop-rock brasileiro que se consolidou no período entre 1983 e 1987 no mercado musical do país. No rastro da Jovem Guarda, Raul Seixas, Mutantes, Rita Lee e do punk, reggae, ska e pós-punk vieram os sucessos estrondosos de Titãs, RPM, Ultraje a Rigor, Legião Urbana, Blitz, Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso, Kid Abelha e Engenheiros do Hawaii. Num “segundo escalão” ainda viriam as bandas aclamadas pela crítica ou que acabaram restritas a um único grande sucesso como Capital Inicial, Ira!, Plebe Rude, Fellini, Inocentes e Camisa de Vênus.

entrevista para Guilherme Bryan no livro *Quem tem um sonho não dança*.³⁹ A *Somtrês* representou um espaço onde podia se experimentar visões antagônicas àquelas levadas pelos críticos conservadores da grande imprensa. José Augusto Lemos, que depois viria a dirigir o carro-chefe da revista *Bizz*, não poupava a turma de “Tinhorões” ao rebater uma crítica publicada sobre um show do Magazine (banda de Kid Vinil) no jornal *Estado de São Paulo*: “Tudo bem, com os tímpanos enterrados em ‘suas obras completas de Ivan Lins & Gonzaguinha’, nosso crítico não poderia mesmo não ter visto o cometa que passou levando Malcolm McLaren, Johnny Rotten e Sid Vicious, nem aquele outro com David Bowie e o Roxy Music”.⁴⁰

O tom da crítica no começo era de desprezo pelos medalhões da MPB e ressentimento com o declínio do rock. “O roqueiro que abria o ‘Jornal do Disco’ encartado na revista *Somtrês*, de janeiro de 1980 tinha vontade de dar um tiro na cabeça.” assinala o jornalista Arthur Dapieve no livro *BRock - o Rock Brasileiro dos Anos 80*.⁴¹ Quanto ao rock estrangeiro, atacava-se os “dinossauros” do rock progressivo e, num paralelo com a crítica estrangeira, se abraçava com um entusiasmo inicial a *new wave/pós-punk*. De uma forma que anteciparia a explosão do rock por aqui, Okky de Souza dizia isso sobre a *new wave* em crítica da revista *Somtrês* 1979: “O que a garotada e os músicos dessa vanguarda atual não aceitam é a imposição de continuidade de linhas evolutivas, da obrigatoriedade nacionalista.”⁴² José Emílio Rondeau era ainda mais vislumbrado: “David Bowie, Robert Fripp e Brian Eno fazem parte de uma elite *cool* e cerebral inglesa, um híbrido de glitter, música eletrônica, punk e heavy metal”.⁴³

Como *gatekeepers* culturais auto-conscientes de sua importância naquele vácuo de ideias (com uma pitada de síndrome de inferioridade terceiro-mundista), era natural que os críticos tivessem uma visão oposta ao *establishment* e “refletissem as insatisfações e as inquietações de toda uma transformação em curso”, aponta o

³⁹BRYAN, Guilherme. *Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 50

⁴⁰In: 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 (1985-2001)*. 2011. p. 214

⁴¹In: *Ibid*, p. 175

⁴²In: *Ibid*, p. 182

⁴³In: *Ibid*, p. 183

pesquisador Cassiano Scherner na sua dissertação *O Criticismo do Rock Brasileiro no Jornalismo de Revista especializado em Som, Música e Juventude*. Mais tarde, em 82, o rock brasileiro que surgia ainda seria visto como mais uma “modinha de mercado” e não uma mudança de comportamento, na visão de Maurício Kubrusly. Não é por menos, afinal de contas ainda estava muito restrito ao circuito Ipanema-Zona Sul carioca da Blitz e do Barão. Mas Arnaldo Antunes, paulista integrante do Titãs, não gostou nada da posição de Kubrusly e tratou de chamá-lo de “repressor do rock nacional” em artigo para a *Ilustrada*.⁴⁴

Outras revistas tiveram breve existência naquele período de transição do pop brasileiro. A *Pipoca Moderna* foi uma das mais ambiciosas - mas que, talvez por antever tão bem o que viria, acabou queimando a largada. “O futuro ainda não começou. Estamos pipoqueando para tentar descobrir como ele vai ser, para alegrar o presente.”, alardeava o editorial da primeira edição. Idealizada por Ana Maria Bahiana e José Emílio Rondeau, a revista representava uma inovação em conteúdo, agregando à cultura rock coisas contemporâneas como videogames, videocliques, computadores e punks.⁴⁵

“É hora do divertimento e do bom humor, clima ideal para a instauração mais profissionalizada do rock entre nós.”, assinalava Ana Maria Bahiana em crítica sobre uma das noites de rock no Circo Voador⁴⁶, tentando mostrar de maneira simpática o pessoal da *new wave* brasileira e que também já estava de olho na gestação do novo rock nacional. Foram apenas cinco edições entre 1982 e 1983, que mesmo tendo colocado a *Pipoca Moderna* como um dos pilares da cultura alternativa carioca (ao lado do Circo Voador e da Fluminense FM), não foi capaz de sustentar financeiramente a publicação.

Em São Paulo, o Napalm foi a primeira tentativa de uma casa que agrupasse a cena rock e o que havia de novo na música dos jovens paulistanos. Mas o desgaste e a zona que brigas entre punks e metaleiros causavam no lugar fizeram com que a casa

⁴⁴ In: *Ibid.*, p. 211

⁴⁵ In: *Ibid.*, p. 159

⁴⁶ In: *Ibid.*, p. 163

fechasse com menos de um ano de idade, em 1983. Fernanda Pacheco, que cuidava da programação do Napalm, criou logo depois do fim da casa o fanzine *Spalt*. Editado por ela e Alexandre Silva Jr., o zine contava com textos de gente como Celso Pucci, Alex Antunes e Thomas Pappon, que depois estariam envolvidos na criação da Revista *Bizz*.

Fernanda namorava um menino de Brasília chamado Dado Villa Lobos, um filho de diplomata que, junto ao franzino nerd Renato Russo e Marcelo Bonfá, formavam a *Legião Urbana*. Assim como os conterrâneos da *Plebe Rude* e do *Capital Inicial*, a banda tentava unir o discurso adolescente do punk com o som claustrofóbico e as ideias politizadas do *Gang of Four* e do *Public Image Ltd*. Naturalmente, encontrar uma identificação com o underground mais *cult* de São Paulo era mais fácil que andar com os punks briguentos da metrópole.

Com o fim do Napalm, o Centro Cultural Carbono 14 e o Madame Satã viraram os *points* da galerinha descolada de São Paulo - mesmo que outras dividissem o espaço; “São Paulo é grande pra caramba, você podia ficar o ano inteiro tocando em pubs”, lembra Clemente, dos Inocentes, em entrevista a Guilherme Bryan.⁴⁷ Nas noites por essas casas em 1984, se aglutinava gente da cena como a jornalista Bia Abramo, o escritor Marcelo Rubens Paiva, o fotógrafo Rui Mendes e bandas como *Titãs*, *Ratos de Porão*, *Ultraje a Rigor*, *Magazine*, *Ira!*, *Akira S& as Garotas que Erraram* e *Agentss*. O Sesc Pompéia também reunia periodicamente novas bandas em shows gratuitos no espaço. Antonio Bivar, dramaturgo vencedor do Prêmio Molière em 1970, aproveitou o espaço e a amizade com figuras do movimento punk para organizar um evento que aproveitasse o lançamento de seu livro “*O que é punk?*”. Com bandas da capital e do ABC, *O começo do fim do mundo* rolou nos dias 27 e 28 de fevereiro de 1982. Quer dizer, no dia 27 e 27 e meio. Na terceira ou quarta banda do segundo dia, o festival seria encerrado por pancadaria e 25 prisões. Tropas de choque foram acionadas, a vizinhança do Sesc ligava desesperada para a polícia “pensando que tava rolando ataque terrorista”, lembra Redson, vocalista do *Cólera*.⁴⁸

⁴⁷ BRYAN, Guilherme. *Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 147

⁴⁸ In: *Ibid.*, p. 155

O underground de SP começou a instigar o apreço de uma camada mais intelectualizada da mídia e da cultura. A *Olhar Eletrônico*, produtora de Fernando Meirelles e Marcelo Tas, mostrou os punks no vídeo-documentário *Gritos do subúrbio*. Angeli criou o personagem *Bob Cuspe*, que nas palavras de seu criador “não nasceu, foi escarrado e se transformou num enorme furúnculo nas axilas da sociedade”. Escritores marginais como Chacal, Caio Fernando Abreu e Ana Cristina César escreviam com a mesma pulsão e agressividade dos colegas da música. Em outras capitais, *Os Replicantes* e *oDe Falla* (Porto Alegre) e o *Camisa de Vênus* (Salvador), tentavam criar uma cena com o mesmo espírito de São Paulo.

A TV Cultura, vendo essa movimentação jovem *hip* que acontecia, criou o programa *Fábrica do Som*, apresentado no Sesc Pompéia para um público de mil pessoas e líder de audiência no horário das sete e meia da noite (registrando média de 12 pontos no Ibope). O programa tinha um espírito anárquico, em que as pessoas podiam subir no palco e dizer o que queriam, recitar poemas, fazer grafite. “Não se cortavam os erros, a loucura rolava sem pudor” lembra Marcelo Tas no livro *Quem tem um sonho não dança*.⁴⁹ Embora só exibido em São Paulo, ajudou a mostrar Titãs e Ultraje ao grande público, e trocou referências com programas da rede nacional como *Mocidade Independente* e o *Perdidos na Noite* da Bandeirantes, apresentado de um jeito anárquico por (*ô loco meu!*) Faustão.

Quem idealizou o *Mocidade Independente* foi o jornalista Nelson Motta, um dos caras-chaves que fazia o meio-campo dos jovens artistas com a mídia, em franca expansão nos anos 80. Sua boate *Noites Cariocas*, no alto do morro da Urca, era um dos picos da moda pra se tocar, e muitas bandas fizeram seu nome por lá. A galera do *Asdrúbal* e do sucesso de cinema *Menino do Rio* conseguiu, com a ajuda de Motta, emplacar na Globo programas voltados pra juventude - *Armação Ilimitada* e a *TV Pirata*. A Bandeirantes também abria espaço para o pessoal do *Planeta Diário* (que depois iria virar o *Casseta & Planeta*), e para várias bandas no *Perdidos na Noite*. Vários sinais apontavam para a consolidação de uma cultura jovem no Brasil, e o *showbusiness* queria capitalizar cada vez mais com “esse tal de roquenrou”.

⁴⁹ In: *Ibid.*, p. 179

Roberto Medina, que era famoso por ser o cara que trouxe o Sinatra para o Brasil, estava ligado nessa juventude brasileira cada vez mais doida por consumo, e idealizou um evento que, em suas palavras, “reuniria os jovens pra que eles mostrassem que podiam resgatar o Rio da deterioração e da crise”, como declarou ao jornalista Guilherme Bryan.⁵⁰ De um dia para o outro, pensou na marca *Rock In Rio*, um mega-festival que colocaria o Brasil no mapa do rock mundial. O evento foi tão impactante que o jornalista Ricardo Alexandre, revisitando a década de 80, afirma que “tudo mudou depois do Rock In Rio”⁵¹, que apresentou pra todo o planeta o imenso público jovem que tinha por aqui e acabou dando um gás de profissionalismo ao pop brasileiro.

Um mega-festival como esse exigia uma estrutura megalomaniaca e muita - *muita* publicidade. Onze milhões de dólares foram gastos na construção da “Cidade do Rock” em um terreno de 250 mil metros quadrados no Jacarepaguá. O palco tinha vinte metros de altura (5,6 mil metros quadrados), e o terreno ainda tinha dois shopping centers, farmácia, mini-hospital, dois videocenters, diversos bares e duas super lanchonetes. Era algo excessivamente anacrônico num país mergulhado em recessão (a inflação no Brasil em 1984 atingiu assombrosos 239%), e o fato do evento ocorrer exatamente enquanto em Brasília se escolhia o próximo presente por voto indireto causou um certo desconforto entre a crítica⁵². Maurício Kubrusly evidenciava essa estranheza em reportagem para a revista *Somtrês*: “enquanto grande parte dos quase eleitores suarentos estiver elegendo por aplauso este ou aquele grupo... vai ser uma festa, lógico”.⁵³

⁵⁰ In: *Ibid.*, p. 253

⁵¹ In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: DbA Artes Gráficas, 2002. p. 190

⁵² Cabe aqui lembrar que a Artplan é uma empresa familiar, descendente da Rei da Voz Aparelhos Eletrônicos de Abraham Medina. Na época, o rosto político da empresa era Rubem Medina, deputado federal desde 1966 pelo MDB e que em 1980 mudara para o PDS e em 1984 para o PFL, partido de José Sarney (vice de Tancredo Neves naquela eleição e que se tornaria presidente com a morte deste)

⁵³ In: BRYAN, Guilherme. *Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p.258

E foi uma festa e tanto - para os marketeiros e anunciantes. Conforme aponta Ricardo Alexandre: entre Brahma, McDonald's⁵⁴ e Nestlé e diversas outras marcas, foram 2,4 milhões de dólares injetados no festival. Sem contar o que a Rede Globo conseguiu por fora - através de um esquema de permuta com a organização em que abria espaço diário em sua programação para o *Rock In Rio* meses antes do evento, o que significava milhões de verba publicitária nos cofres de Roberto Marinho. Conspirações à parte, o festival começou no dia 11 de janeiro de 1985, e nos próximos dez dias pisariam na Cidade do Rock 1,3 milhões de pessoas pra ver figurões em decadência como James Taylor, Rod Stewart e Yes; *new wavers* como B-52s, The Go-Gos e Nina Hagen; e bandas de heavy metal como *Iron Maiden*, *Scorpions*, *Ozzy Osbourne* e *AC/DC*. A única banda ainda no auge do estrelato na época era o *Queen*, que tocou para 200 mil pessoas nas duas noites em que se apresentaram.

O novo rock nacional dividia as atenções com figurões da MPB. Rita Lee, Ney Matogrosso, o casal Baby Consuelo e Pepeu Gomes, Erasmo, Gilberto Gil e Elba Ramalho correspondiam ao grosso do *mainstream* da época, e as bandas nacionais que eram esperadas pelos mais antenados teriam a chance de, a ferro e fogo, mostrar seu som para milhões sem nem terem saído direito da garagem. Se *Blitz*, *Barão Vermelho* e Lulu Santos já tinham tocado vez ou outra pra milhares de pessoas, *Paralamas e Kid Abelha* ainda nem imaginavam como seria tocar fora dos inferninhos e danceterias.

A programação do festival mostrava uma certa coerência com o gosto da massa⁵⁵, mas para a crítica a coisa tava feia. Pepe Escobar, que escrevia no caderno *Ilustrada*, da Folha de S.Paulo, chiou: "Cronologicamente, é como se estivéssemos em 69. Tudo está fora de sincronia com outros centros mundiais. Seria impossível em termos comerciais esperar sensibilidade estética num festival desses por aqui".⁵⁶ Já a

⁵⁴ Em um dos dias de Rock In Rio, o McDonald's vendeu 58 mil unidades de hamburqueses, batendo o recorde mundial de vendagem em uma única loja.

⁵⁵ Pra se ter uma ideia de como era o gosto e o conhecimento sobre o gênero do público brasileiro de rock na época, uma enquete realizada em 1984 pela Fluminense FM (uma rádio segmentada, voltada para o rock, como já apontado aqui) é bem pontual. Ao pedir ao seu público quais bandas estrangeiras gostariam de ver no país o resultado fora: 1º - Dire Straits; 2º - Led Zeppelin (que separou-se em 1980) 3º - Jimi Hendrix e 4º - Jim Morrison (os dois mortos 15 anos antes).

⁵⁶In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: Dba Artes Gráficas, 2002. p. 194

Editora Abril aproveitou e lançou naquele mês de janeiro dois números do jornal *Viva o Rock*, para coincidir com a febre do momento: em formato *standard*, trazia matérias enciclopédicas sobre várias bandas do momento e mais uma porção de matérias com caráter meio didático - “O Rock no Mundo” ou “Os maiores festivais”.

Bizz & Os Garotos que Erraram – a crítica na principal revista de rock do Brasil

Mas o verdadeiro trunfo da Abril era gestado no meio do público enquanto os shows rolavam nos palcos. Durante o festival, a editora enviou diversos pesquisadores para a Cidade do Rock para colher depoimentos e formatar uma revista de música que falasse diretamente com a rapaziada. A ideia, lembra José Augusto Lemos - que na época trabalhava para a *Ilustrada*, era fazer uma revista chapa branca, “que não ofendesse nem artistas, nem gravadoras. (...) nem mesmo uma seção de críticas foi prevista”.⁵⁷ A Abril estava meio desgastada com o conceito de revista segmentada para a juventude após a experiência malfadada da Revista *Pop*.

Mas quando José Augusto ganhou o cargo de diretor de redação as coisas começaram a mudar. Logo o jornalista chamou ex-colegas dos tempos de ECA como Alex Antunes (vocalista da banda *Akira S & as Garotas que Erraram*) e Thomas Pappon (da banda *Fellini*). Aí se juntaram Bia Abramo, Celso Pucci (ex-*Voluntários da Pátria*) e o fotógrafo Rui Mendes - todos figurinhas carimbadas do underground paulistano. Acabou que a revista ganhou um caráter meio radical, e dali até o início dos anos 90 foi aos poucos se distanciando das bandas brasileiras: “A gente se levava muito a sério. Éramos jovens, todos com formação punk. Havia espécie de militantes que trabalhavam ali.”, acredita José Augusto.⁵⁸

“O Brasil não tem tradição de crítico. Qualquer jornalzinho inglês é muito mais agressivo - e é lá que a galera da Bizz busca inspiração”, comenta o jornalista André Forastieri, que também viria a editar a revista.⁵⁹ Enquanto que, do outro lado, dos artistas consagrados, essa postura irônica e nihilista dos ingleses era vista com certo rancor: “eles se esqueceram que vivemos em outro país. O mercado inglês já estava estabelecido quando essa imprensa surgiu; o nosso não”, diz Thedy Côrrea, vocalista da Nenhum de Nós, um dos alvos preferidos da crítica: “penalizados pela ousadia de tentar transformar um clássico *cult* do David Bowie em sucesso do povão”, corrobora

⁵⁷ In: *Ibid.*, p.217

⁵⁸ In: BRYAN, Guilherme. *Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 237

⁵⁹ In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: Dbá Artes Gráficas, 2002, p. 339

Ricardo Alexandre.⁶⁰ Era muito recalque do lado dos artistas e muito umbiguismo por parte dos críticos - “A Bizz era um fanzine publicado por uma grande editora, só valia a pena para bandas desconhecidas da Bélgica”, atacava Leoni, do *Kid Abelha*. Alex Antunes rebate: “Hype é confundido com corrupção por aqui. Se você tenta fazer *hype* numa coluna todo mundo começa a achincalhar. Fazer o papel de vilão era legal pra dar credibilidade; nos instalamos num departamento de indústria para prestar um desserviço e obstruir a própria indústria”.⁶¹

Aí ficou nessa, músicos de sucesso de um lado e músicos jornalistas de outro. “Um jornalista formado não adiantava, tinha que ser gente que conhecesse música a fundo e vivesse isso no dia-a-dia” lembra José Augusto. “A Bizz era uma promiscuidade de críticos com bandas de amigos. Também rolou críticas de um contra o outro, o que não deixa de ser parcial também”, defende o jornalista Antonio Carlos Miguel. Okky de Souza, por sua vez, é mordaz: “A música que eles faziam no Madame Satã e no Napalm era melhor do que o jornalismo praticado na Bizz”.⁶²

Essa pegada mais fanzineira e agressiva da crítica ia se manter até meados dos anos 90, primeiro com a linha editorial adotada por André Forastieri em 1993, que buscava modernizar a *Bizz* com uma editoração mais ousada (inspirada nas “Bíblia de Estilo” inglesas, como por exemplo a *Smash Hits*) e com críticos mais experientes do ponto de vista jornalístico, como Tárík de Souza, Carlos Rennó e Ayrton Mugnani Jr. Mais tarde, em 1995, a revista ainda sofreria uma reformulação nas mãos do jornalista Pedro Só, quando mudou seu nome para *Showbizz* e se adaptou a uma linguagem mais juvenil, sob influência da MTV (que, ainda recente no Brasil, começava então a reverberar no comportamento da juventude daqui). Antes de acabar, em 2001, sofreria ainda mais mudanças com a edição de Emerson Gasperin, quando tentava se reaproximar de leitores que levavam a música “a sério”.

Essas mudanças de tom da crítica e de perfil editorial na revista não foram por acaso. Eram tentativas de salvar a revista diante da situação oscilante que a cultura jovem enfrentava devido a diversos choques geracionais. “Não costumo dizer que a

⁶⁰ In: *Ibid.*, p. 338

⁶¹ In: BRYAN, Guilherme. *Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 272

⁶² In: *Ibid.*, p. 273

Bizz morreu na minha mão. Ela só durou o quanto durou por minha causa, por culpa do Pedro Só... O mercado já não era tão forte desde a explosão dos sertanejos e dos 'Axé-Bahia' nos anos 90", lembra Gasperin.

Um breve retorno se configurou com Ricardo Alexandre entre 2005 e 2007, mas a situação do mercado musical no Brasil diante da Internet e da ausência de novos ídolos no rock acabou derrubando a euforia dos poucos apaixonados que insistiam numa publicação voltada a música.

Eu sou mesmo exagerado – a farra e falência do Rock nacional

O período áureo da *Bizz*, entre sua criação e 1989, compreende exatamente ao apogeu e declínio da cultura jovem brasileira pós-abertura política. O primeiro ano da *Bizz* nas bancas coincidiu também a criação da *89 FM - A Rádio Rock*, e do fenômeno *RPM*, banda de Paulo Ricardo e Luiz Schiavon que protagonizou algo sem precedentes no pop brasileiro.

O plano cruzado de Sarney em 1985 deu a ilusão que o brasileiro tinha poder de compra novamente. A inflação, domada na marra por congelamento de preços e gatilho salarial fez que o mercado de discos aumentasse em 40% em relação ao ano anterior. A euforia foi tanta que fez a indústria criar um formato do mini-LP, para gravar o mais rápido possível e faturar mais que lançando um simples compacto de duas músicas.

De repente, com o *Rock In Rio*, a *Bizz* e rádios que tocavam exclusivamente rock brigando pelo topo da audiência nas grandes cidades, as gravadoras foram como cães famintos fuçar os confins do *underground* brasileiro. As bandas de São Paulo, Brasília, Porto Alegre, Salvador e Rio de Janeiro recebiam propostas das grandes gravadoras, apareciam na TV, tocavam nas rádios. “O rock era mainstream total. Estava na sala de estar, tocando para o vovô e para o netinho”, lembra Nelson Motta em *Dias de Luta*.⁶³

O *RPM*, que lançou em 1985 o LP *Revoluções por Minuto*, havia estourado no ano anterior no circuito das danceterias brasileiras com a música “Louras Geladas”, que inaugurou o formato do *remix* no Brasil. A música da banda era expansiva, cheia de camadas “tecnocrônicas” e sequências computadorizadas super elaboradas dos sintetizadores de Luiz Schiavon. Nos vocais estava Paulo Ricardo, um garotão com pose de galã que já era *sex symbol* nacional e que cantava sobre “uma nova era”, com um discurso cheio de chavões pseudo-politizados direcionados para a juventude. “O grupo queria o sucesso (...) Tínhamos uma cultura musical muito sólida, sabíamos como a máquina funcionava por trás, foi tudo muito metucioso.”, atesta Luiz em *Dias de*

⁶³In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: DbA Artes Gráficas, 2002, p. 235

Luta.⁶⁴ Essa ambição da música chamou a atenção do empresário Manoel Poladian e de Ney Matogrosso - na época o artista mais respeitado da MPB nacional. Os dois foram os responsáveis em transformar aquela aspiração megalomaniaca da música em pirotecnia sobre o palco. “O Poladian queria colocar o rock no teatro, cheio da pompa que queríamos. Aí veio o Ney e poliu aquela banda bruta e nos deu uma aula de showbusiness”, lembra Paulo Ricardo em *Quem tem um sonho não dança*.⁶⁵

A turnê de *Revoluções por Minuto* durou pouco mais de um ano e encerrou com 270 shows. Um disco ao vivo registrando a turnê foi lançado - fato inédito pra uma banda que só tinha um LP de estúdio na carreira - e 2,5 milhões de cópias foram vendidas. “Estávamos num caminhão sem freio na ladeira. Foi um consumo de imagem fora do controle.”, recorda Schiavon.⁶⁶ Os excessos da turnê acabariam levando ao final da banda e ao esgotamento da energia criativa da dupla Ricardo-Schiavon (que dividiam os créditos das composições ao molde Lennon-McCartney). “Teve um dia da turnê que eu cronometrei o tempo entre uma cheirada e outra. Não dava nem três minutos”, lembra Paulo. O baterista PA quase morreu durante as gravações do segundo disco, com uma pancreatite resultante do excesso de bebida e drogas que o deixou cinco dias internado.⁶⁷

Enquanto o RPM se afundava num acordo fáustico de hedonismo auto-destrutivo, outras bandas alcançavam o estrelato com vendagens beirando os sete dígitos e turnês por todo o Brasil. O *Ultraje a Rigor* com menos de um mês já atingia cem mil cópias vendidas de *Nós Vamos Invadir Sua Praia*, de 1985, um disco que era o “meio do caminho entre a irreverência e ingenuidade new wave da Blitz e a pretensa maturidade do rock paulista-brasiliense”, afirma Luís Antônio Groppo, sociólogo e crítico musical.⁶⁸ Em 1986, Titãs e Paralamas do Sucesso alcançavam sucesso de crítica e público com *Cabeça Dinossauro* e *Selvagem?*, respectivamente. Já outro estrategista

⁶⁴ In: *Ibid.*, p. 255

⁶⁵ In: BRYAN, Guilherme. *Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 321

⁶⁶ In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: Dba Artes Gráficas, 2002, p. 234

⁶⁷ In: *Ibid.*, p. 289

⁶⁸ In: GROPPPO, Luís Antônio. *O Rock e a formação do mercado cultural juvenil*. Tese (Mestrado) - UNICAMP, Campinas, 1996. p. 214

pop, Renato Russo, emplacou como novo ídolo juvenil com a Legião Urbana no disco *Dois*, que vendeu 800 mil cópias.

Renato Russo, que tinha uma doença óssea e era homossexual, crescera reservado e com poucos amigos, absorvendo livros e música com um apetite voraz. Na Legião, ele tinha um canal para deixar fluir todo seu conhecimento teórico da máquina cultural e do showbusiness. “Era um cara com percepção pop, que sabia como sua voz ecoaria no universo de seu público”, lembra Dado.⁶⁹ Com o sucesso de “Geração Coca-Cola”, uma canção no espírito *new wave* celebrando a alienação da juventude, o metódico compositor definiu todos os caminhos que deviam ser trilhados pela banda e pela gravadora na gravação do segundo disco.

O sucesso foi tanto que criou uma horda de fãs devotos como não se veria na música nacional até o sucesso do *Los Hermanos* entre o público *indie* nos anos 2000. Os shows, cada vez maiores e conturbados, mostravam o “quanto ainda havia de contradições na assimilação do rock e do comportamento de platéias roqueiras no Brasil. Pouco se comparou, na imprensa escrita e na TV, esta violência com a dos estádios de futebol ou em shows como do Menudo e da Xuxa, por exemplo.”, elucida Sônia Maia, jornalista da Bizz.⁷⁰ Renato falou a Bizz sobre a pancadaria no show do Estádio Mané Garrincha em Brasília, em 1987: “A gente pegou um ônibus para a Disneylandia e foi para em Auschwitz”.

E era esse destino meio negro, com cara de campo de concentração, pra onde caminhava o rock brasileiro no final dos anos 80. O *Paralamas* aproveitou o sucesso de *Selvagem?* nos mercados latinos pra experimentar os louros da glória na Argentina. A *Legião* mantinha com um grupo de fãs devotos, mas enveredava por discursos moralistas e esqueciam o discurso social do início da carreira, enquanto que *Blitz*, *Ultraje*, *Camisa de Vênus* e *RPM* destruíam-se nas cinzas do próprio sucesso. Os *Titãs*, com a ajuda do produtor Liminha, foram os únicos a administrar o sucesso até o clássico *Ô Blesq Blom*, de 1989, pra depois se perderem em pretensiosismo. Por fim, o

⁶⁹In: ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80*. São Paulo: DbA Artes Gráficas, 2002, p. 256

⁷⁰In: GROppo, Luís Antônio. *O Rock e a formação do mercado cultural juvenil*. Tese (Mestrado) - UNICAMP, Campinas, 1996. p. 279

Barão Vermelho nunca mais foi o mesmo sem Cazuza, que virou uma estrela da MPB até sua morte por conta da AIDS em 1990.

Com o rock meio capenga, a indústria resolveu abrir o mercado. O que se viu então foi a ascensão de outros gêneros musicais, até então ligados ao povão – como a música sertaneja, o pagode e a *axé music*. Na análise do sociólogo Luis Antonio Groppo, nesse período houve “uma passagem da fase de “distinção” entre classes para a distinção entre padrões de consumo: a barreira da classe não impede mais os uso de estilos musicais outrora associados às classes populares para o mercado da indústria cultural”⁷¹

Existem várias teorias conspiratórias para explicar esse *boom* de música brega e qualidade duvidosa nos anos 90. Uma é que as diversas concessões de rádio oferecidas pelo governo Sarney como moeda de troca por apoio na tentativa de estender o mandato foi responsável por emissoras incompetentemente administradas que se associavam a uma rede nacional qualquer e pasteurizavam a programação. Aliada a essa teoria vem o *jabá*, em que a gravadora paga por fora para que seu artista toque incessantemente e com isso fique familiarizado com o público. Outras, mais radicais, atribuem a pressão de grupos conservadores pela volta de uma “música brasileira” às rádios e TVs após a invasão do rock ou fazem referência ao *Ministério da Vingança* de Collor, que teria sido instituído pelo então presidente contra os que apoiaram Lula no segundo turno das eleições em 1989. Há até quem, numa opinião preconceituosa, atribua esse avanço do sertanejo e pagode devido ao acesso aos meios de comunicação por parte de segmentos sociais com baixos índices de instrução. “Uma população marcada por baixos índices de escolaridade não é capaz de refletir e questionar, e assim acaba aceitando tudo o que é imposto pela mídia.” coloca Francisco Ladeira, professor da UFJF.⁷²

Na margem disso tudo, uma banda despontava para o sucesso no exterior em um nicho completamente diferente. O *Sepultura* em 1989 vendia 200 mil cópias do disco *Beneath The Remains* lá fora e se tornava o principal produto de exportação do

⁷¹ In: *Ibid.*, p. 285

⁷² LADEIRA, Francisco. *Anos 90 e a Degradação da Música Radiofônica no Brasil*. Disponível em: < http://artigocientifico.com.br/uploads/artc_1295637724_36.pdf > Acesso em 12 novembro de 2012

rock brasileiro. “Antes de mais nada, o sucesso da pancadaria do Sepultura pelo mundo afora é a vitória da espontaneidade juvenil sobre a pretensão de grupos como o finado RPM (que Deus os tenha) que se acharam com bola cheia o suficiente para o mercado internacional.”, assim afirmava Carlos Eduardo Miranda na *Bizz*, quando do lançamento do disco.⁷³ Ironicamente ou não, seria Miranda mesmo um dos responsáveis pela nova injeção de ânimo que o rock ganharia cinco anos depois.

Buscando sair da ressaca da geração dos anos 80, o rock brasileiro buscava novas propostas musicais. O *Sepultura* abria caminho para as bandas do Terceiro Mundo no outro lado do Atlântico e enquanto isso a *Bizz* registrou em 1993 uma pequena cena que começava a dar as caras: “A gente sacou que o Recife era muito mais rico em música do que Seattle. Então resolvemos partir para o nosso som”, dizia dentro da matéria Fred 04, guitarrista e vocalista do *Mundo Livre S.A.*⁷⁴ O pessoal do *Mangue Beat* queria fugir da viralização do *axé music* nas ladeiras de Olinda e becos de Recife e, lançando mão de uma filosofia crustaceana (o símbolo do movimento era o Manifesto do “Caranguejo com Cérebro”), faziam um som que era “uma grande síntese-que não-dá-pra-classificar”, conforme crítica de Otávio Rodrigues para a *Bizz* em 1994.⁷⁵

“Modernizar o passado é uma evolução musical”, assim proclamava Chico Science no começo do disco *Da Lama ao Caos*. No seu livro *Chico Science - a rapsódia afroiberdéliica*, o escritor Moisés Neto afirmava “Chico construiu um ‘admirável Pernambuco novo’, metamorfoseando-se-o em Manguetown onde os caranguejos têm ‘cérebros’ e se misturam com os humanos, não fugindo do mundo e sim, integrando-se a ele, exorcizando o caos pela poesia urbana”.⁷⁶

Das bandas do *Mangue Beat*, além de Chico Science e a *Nação Zumbi* o grupo *Mundo Livre S/A* também conseguiu se consolidar com um dos discos mais ecléticos da história da música brasileira: *Samba Esquema Noise*, um álbum “com levadas de

⁷³In: OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. *O Criticismo do Rock Brasileiro no Jornalismo de Revista Especializada em Som, Musica e Juventude: Da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001)*. 2011. p. 318

⁷⁴In: *Ibid.*, p. 326

⁷⁵In: *Ibid.*, p. 327

⁷⁶In: TESSER, Paula. *Mangue Beat: hùmus social e cultural*. LOGOS 26: comunicação e conflitos urbanos. Ano 14, 1º semestre 2007

cavaquinho, samba, reggae e boas doses de Jorge Benjor – grande influência de Fred 04, guitarrista/vocalista/líder da banda, mas feitas de uma maneira inteligente e – seria heresia dizer? – inovadora.” dizia Sérgio Martins para a *Bizz* em 1994.⁷⁷

A proposta de mesclar ritmos regionais (como o Maracatu, no caso do Mangue Beat) e elementos mais universais como *rap*, *funk* e *reggae* com o rock parecia ser a salvação do inferno do Sertanejo e Axé dominando as rádios. A partir de 1994, grupos como Skank e Pato Fu de Belo Horizonte, Raimundos de Brasília, Planet Hemp do Rio e Charlie Brown Jr. de Santos – quase todos com discos produzidos ou por Liminha ou por Miranda - apareceram como sopros de frescor no cenário do rock nacional que não se demonstrariam duradouros. A década seguinte viu constantes tentativas de ressucitar velhos ídolos dos anos 80 e, nos dias atuais, degradingola em cópias coalhadas de ídolos *teen* estadunidenses e ingleses.

⁷⁷In: 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 (1985-2001)*. 2011. p. 328

Monkey Gone To Heaven – Anos 90 e a invasão do “alternative rock”

O sociólogo Gary Clarke, tentando dar conta de um conceito de subcultura juvenil, define-a no artigo *Defending Ski-jumpers* como “uma resistência simbólica, uma luta contra o poder hegemônico, a defesa de um espaço cultural em um nível ideológico ‘relativamente autônomo’”.⁷⁸ Ao analisar a história do rock é possível identificar vários pontos em que esse espaço, ressoando com as aspirações e ideias de jovens das classes médias e operárias, é incorporado pelo “consenso, na medida em que sua criatividade é adaptada para a realidade dos ‘caretas’ reféns da cultura de massa”, completa Gary. Assim o foi nas origens do rock (*teddy boys, rockers*), nos anos 60 (*mods, skinheads*) e com o *punk* e o *hip-hop*.

Enquanto na década de 80 a *new wave* dominava as paradas e ditava a estética dos artistas do *mainstream*⁷⁹, o *underground* gestava uma significativa mudança que a música e cultura popular sofreria na década seguinte. Quando *Smells Like Teen Spirit* atingiu as rádios em 1992, com letras opacas sobre apatia e fúria, foi em vários sentidos a culminação da estrutura de sentimentos do *hardcore, indie* e *thrash metal*: uma juventude cinicamente resignada (ainda que, cada gênero musical ao seu modo, também socialmente indignada) que encontrava na música do *Nirvana* uma resposta frente as ideias que circulavam nessas subculturas sobre a ética *do it yourself*, sobre o sentimento anticorporativo, política gay e feminista, e acerca de estilos de vida *vegan* e *straightedge*⁸⁰. Era uma maneira de tentar instigar uma revolução contra a “apatia de inspiração no consumo, contra a paranóia e esquizofrenia frente a discrepância entre a expectativa de um futuro melhor e a falta de oportunidades”, coloca o

⁷⁸ In: CLARKE, Gary. *Defending Ski-jumpers: A Critique of theories of Youth Subcultures*. apud: FRITH, Simon; GOODWING, Andrew (Org.). *On Record: Rock, Pop & The Written Word*. New York: Pantheon, 2000. p. 83

⁷⁹ Essas influências são claramente vistas nos artistas que dominavam as paradas da época mas que não eram associados ao gênero. Estava nas referências pós-modernas e atitudes eroticamente transgressoras de Madonna; na ambiguidade racial e sexual em Michael Jackson, praticamente uma paródia de si mesmo; e nas afetações ambivalentes de grupos como Wham e Culture Club

⁸⁰ O *straightedge* é um movimento dentro da subcultura *punk/hardcore* estadunidense que se caracteriza por rejeitar o uso de drogas, álcool e a prática de sexo promíscuo. O movimento expandiu a revolta *punk* para um contexto hedonista celebrado pelos *New Wavers* e *Metalheads* de sexo, drogas e rock'n roll.

sociólogo Ryan Moore no livro *Sells Like Teen Spirit*.⁸¹ Era o som de uma classe média em um estágio de declínio e resignação.

A esquizofrenia de sua geração era encapsulada em Kurt Cobain através do seu “grão de voz”, emprestando o termo do semiólogo Roland Barthes. Sua voz, vacilando entre um tom exausto e outro indignado, era remanescente de outros artistas da sua época como Black Francis do *Pixies*, Stephen Malkmus do *Pavement* e Billy Corgan do *Smashing Pumpkins*. Igualmente, a música, com sonoridade primitiva e uso de equipamentos baratos de baixa fidelidade e gravadores de quatro faixas, fazia parte de uma tendência do *underground*, o “lo-fi”, como uma resposta diante a digitalização e artificialidade das baterias eletrônicas, sintetizadores e futurismos da *new wave*.

Mas se todas as ideias eram anti-comerciais, por que então elas conseguiam ser comercializadas? Para Ryan Moore, “a primeira geração a experimentar um padrão de vida menor que o dos pais desenvolveu um estilo irônico de consumir cultura popular como consequência da exposição prolongada a mídia e publicidade”.⁸² Foi uma maneira do capitalismo incorporar diferenças, autenticidade e rebelião em uma nova forma de economia pós-Fordista que continua sendo a tônica até hoje (via *hipsters*)

Os anos 90 deram início a celebração de quem “pensa fora da caixa”: o capitalismo agora favorece quem inova e subverte. A significação cultural tornou-se central para a comercialização em mercados de nicho. É ela que idealiza as diferenças individuais, os gostos idiossincráticos, enquanto deprecia a conformidade e a cultura de massa. O medo de ser um *free agent* (agente livre) no cenário econômico, no cenário social. Uma nova forma de capitalismo criativo nascia nos anos 90 para tomar o lugar do capitalismo corporativo. O *grunge* e o alternativo foi jogado no centro disso tudo e “se tornaram um componente central no desenvolvimento de um capitalismo criativo que valorizava a expressão sincera e o estilo idiossincrático”, adiciona Ryan Moore.⁸³

⁸¹ MOORE, Ryan. *Sells Like Teen Spirit: Music, Youth Culture, and Social Crisis*. New York: New York University Press, 2010. p. 115

⁸² *Ibid.*, p. 118

⁸³ *Ibid.*, p. 120

O selo independente *Sub Pop* de Seattle, responsável por gestar e comercializar o *grunge* em mercados de nicho antes do *mainstream* absorver o gênero, tem um caminho peculiar dentro desse contexto que iria lançar a base do que é hoje o mercado de bandas independentes nos Estados Unidos e Inglaterra. Engajados num tipo de “capitalismo irônico”, o selo auto-proclamava querer “dominar o mundo” e imprimia nas capas de discos frases como “Estamos te roubando na cara dura!”. Nos shows promovidos pelo selo eram vendidas camisetas escrito “PERDEDOR” usadas como um distintivo irônico.

Também nos arredores de Seattle, na cidade de Olympia, Calvin Johnson e sua banda *Beat Happening* eram o centro de uma cena que, associada ao *jangle pop* dos Smiths e similares, forneceu a base para o *twee* do Belle & Sebastian, que se tornaria um significativo nicho da cultura alternativa. Os ironicamente chamados “Calvinistas” juntaram-se em uma fidelidade ao estilo *straightedge* com fé no potencial revolucionário de uma inocência juvenil. Também em Olympia estavam as raízes do movimento *Riotgrrrl*. No livro *The Sex Revolts*, Simon Reynolds coloca que as garotas do movimento pegavam aquela ideia infantil de “trocar cartinhas com amigas sobre ídolos juvenis” e a radicalizavam numa inovadora forma de produção cultural *do it yourself*, mobilizando recursos para incentivar uma consciência feminista e a expressão pessoal.⁸⁴

A Geração X se colocava simbolicamente oposta aos *baby boomers* que os precederam - um ressentimento contra uma geração que mudara de forma, de *hippies* para *yuppies*, banhando-se em narcisismo, permissividade e comodismo. Logo, um estereótipo ganhou notoriedade na forma do *slacker*: um jovem desiludido que vê todo o entretenimento comercial a sua volta com uma postura cínica, irônica, e que carrega uma indignação com os *baby boomers*. Os filmes “*Slacker*” de Richard Linklater e “*Singles*” de Cameron Crowe apareciam na época como retratos dessa geração, que se desenvolveu com o espírito *do it yourself* do punk e rejeitava o trabalho salarial em favor da produção cultural e do trabalho criativo. Tudo isso enquanto o *Nirvana* estava

⁸⁴ REYNOLDS, Simon; PRESS, Joy. *The Sex Revolts: Gender, Rebellion, and Rock'N'Roll*. New York: Harvard University Press, 1996. P. 323

no topo das paradas e o estilista Marc Jacobs lançava uma linha de vestuário com inspiração *grunge*.

Essas tentativas de dar nome a uma geração como uma forma de prospecção de mercado incomodou os *slackers* da mesma maneira que incomoda os *indies* e *hipsters* de hoje. O desprezo diante daquele que “se vendeu” aliado a uma cínica noção de capital subcultural. *Hipsters* acreditam que a música e sua subcultura não mais os pertence quando todo mundo pode ouvi-la na rádio ou comprar uma camisa xadrez ou uma calça *skinny* numa loja de departamentos. Como Pierre Bourdieu assinala, esse capital subcultural define-se na maneira como “classes privilegiadas reproduzem seu poder por meio do que eles dizem ser um gosto ‘superior’ e consumo inteligente”.⁸⁵

⁸⁵ BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2007. p. 245

Either/Or– A segmentação do Mercado de revistas sobre pop e rock

Novas oposições e contradições dentro do campo musical nos anos 90 criaram novas cisões no referente à crítica musical. Recorrendo novamente a Bourdieu, as “Bíblia do Estilo” - *The Face* e *Smash Hits* - apareciam no pólo heterônimo do mundo da música, tratando do pop comercial e de bens de consumo cultural associados ao gênero, enquanto novos agentes como a revista *Q*, a *Spin* e as já experientes *Rolling Stone*, *Melody Maker* e *New Musical Express* se colocavam em diversos níveis no centro da equação. Por sua vez, novas revistas segmentadas como a *The Wire* e *The Source* se colocavam no pólo autônomo⁸⁶.

Simon Reynolds em entrevista para o jornalista dinamarquês Ulf Lindberg descreve a situação da crítica na época em duas instâncias: “De um lado se abandonou a ideia de um pop capaz de mudar o mundo e no lugar entra um certo idealismo liberal - o crítico procura buscar um lado bom na cultura pop e apontar coisas dignas de aprovação. Do outro, a abordagem é irônica, insaciável, buscando qualquer coisa que dê satisfação momentânea da cultura pop. Uma crítica fugaz”.⁸⁷ Uma divisão também podia se perceber na recepção do *Nirvana* pela crítica: uns consideravam o grupo numa perspectiva sociológica, como expressão de sua geração por meio de um rock enraizado no *punk* americano. Para outros, a banda era mais uma a “se vender”.

A ascensão do *hip-hop* motivou que mais negros escrevessem sobre música, de uma maneira semelhante ao que o *punk* e a *new wave* fizera para as mulheres. Ainda que o número de críticas mulheres fosse reduzido e os negros falassem mais sobre música afro-descendente. A influência da politização do *punk* ainda aparecia entre os críticos britânicos, que ainda consideravam o rock uma forma subversiva por sua associação com causas esquerdistas. São críticos como, por exemplo, Simon Reynolds, David Stubbs, Frank Owen, que não chegaram a vivenciar o *punk* no olho do furacão e podiam evitar a desilusão que se traduziu no *New Pop*. As críticas contrastavam uma

⁸⁶ Conforme colocado numa análise dos pesquisadores Ulf Lindberg, Gestur Gudmundsson, Morten Michelsen e Hans Weisethaunet, que relacionaram dessa maneira as revistas dentro do campo cultural da crítica de rock.

⁸⁷ In: LINDBERG, Ulf et al. *Rock Criticism from the Beginning: Amusers, Bruisers and Cool-Headed Cruisers*. United States: Peter Lang Publishing Inc, 2005. p. 261

música pop produto de uma verdadeira cultura popular com outra que apenas corrompe e inibe o ouvinte.

Uma mudança entre os intelectuais envolvidos com o estudo da cultura popular na academia também foi importante no trabalho dos críticos ao fim dos anos 80. “A ênfase passa a ser numa autonomia relativa, na resistência da audiência (derrubando a ideia de massa amorfa), multiplicidade de significados e a politização do prazer”, coloca o sociólogo Andrew Goodwin.⁸⁸ Em paralelo, o prestígio do jornalismo de rock dentre os estudiosos também se intensificou, “devido a um novo populismo baseado em referências constantes a vivência”, adiciona Simon Frith. Para Ulf Lindberg, tal prestígio foi “essencial para a legitimação do rock como arte”.⁸⁹

A tendência da crítica ficava principalmente focada em política (política de identidades, em especial), teoria (inspirada em semiologia, pós-estruturalismo) e iconoclasmo populista. E se alguns conseguiram escrever com diversas perspectivas sob diversos tópicos (como Simon Reynolds e Greil Marcus, por exemplo), a especialização acabou se tornando necessária com hibridização do rock em diversos gêneros, microgêneros, nichos e subnichos.

Um terreno comum para crítica se criou na forma de uma meta-agenda: novas posições críticas podem ser inventadas adaptando-as em aliança com novos estilos musicais de uma forma direta (*rap*) ou irônica (*punk*), como um objeto de ridicularização (*new wave*), ou tomando tudo por prazer corporal (*dance*). A expansão e diferenciação do mercado de consumo no capitalismo pós-Fordista com seu foco em criatividade produz uma necessidade crescente por ampla orientação de consumo. “O desafio para a crítica contemporânea não é tanto se perder no jogo perdido de influenciar quem vende mais, mas estabelecer pelo menos uma contrapartida ao mercado que seja semiautônoma e que ao mesmo tempo desafie a abordagem acadêmica e intelectualizada estando lá, no momento que a coisa acontece”, propõe Ulf Lindberg.⁹⁰

⁸⁸ In: *Ibid.*, p. 269

⁸⁹ In: *Ibid.*, p. 271

⁹⁰ In: *Ibid.*, p. 335

O discurso da crítica de rock consolidou-se ao longo desse período todo tratado até aqui através de várias fontes de inspiração. Emprestou termos do jornalismo cultural sobre manifestações populares, *jazz*, cinema; adaptou as noções de autenticidade do folk, do discurso da arte; tratou da música misturando-se a ela, alterando-a de dentro, como o *New Journalism* propunha e incorporou vários debates contemporâneos sobre estética, cultura jovem e subculturas, política e sociologia. Nesse clima democrático, os críticos conseguiram estabelecer uma ligação entre a nova vanguarda de Susan Sontag e o populismo de Tom Wolfe, que de certa forma os transformou em mensageiros do pós-modernismo e dos estudos culturais para o grande público.

Is This It? – Internet, a meta-êxtase do pop e o crítico-curador

Poucos anos após o lançamento de *Nevermind* do Nirvana, a rebelião dos “alternativos” havia perdido sua vitalidade assim que se tornara um produto empacotadinho na prateleira do supermercado cultural das massas. Kurt Cobain já havia sucumbido, num trágico processo de autodestruição e paranóia. Transformado em um palhaço colocado no centro da tragicomédia chamada sociedade de consumo ao qual tanto se opunha.

“*I feel stupid/and contagious*”. Do outro lado do atlântico, um franzino e desajeitado nerd inglês cantava quase em uníssono com Cobain: “*I’m a creep/i’m a weirdo*”. Thom Yorke e o *Radiohead* também se sentiam vítimas da paranóia da sociedade de consumo digital. Enquanto *Creep* e *Nevermind* estavam na MTV, a *World Wide Web* era anunciada para o mundo pelo laboratório *CERN*: uma rede de computadores mundial, livre para qualquer um com um modem e uma linha telefônica instalada em seu computador. A *Nokia* oferecia celular com serviço de mensagens de texto. Chegava nas lojas a primeira edição do software *ProTools*: uma combinação de mesa de mixagem, sampler, sequenciador e computador; “A caixa que os sonhadores da música - John Cage, Joe Meek - sonharam por séculos”, resume Paul Morley, no livro *Words and Music*. “*ProTools* sintetiza completamente a música pop, e certifica-se que ela irá viajar ao futuro, comer a si mesma, bater em si mesma, repetir-se, apagar-se, resetar-se. Dará luz a Britney Spears, fará Madonna renascer, ressuscitará Elvis da cova para mais um sucesso.”, completa.⁹¹

“*OK Computer*”, resigna-se Thom Yorke, condescendente. “*I may be paranoid, but no android*”. Lançado em 1997, *OK Computer* é o primeiro documento pop da era digital, da geração Y. Tudo ao mesmo tempo agora: “*Please could you stop the noise, i’m trying to get some rest*”. Em seu blog pessoal *Internet Vibes*, Ezra Koenig, vocalista do *Vampire Weekend*, afirmou: “Estamos ao mesmo tempo desconectados e conectados a tudo”.⁹² Essa é a geração que Yorke anteviu ainda quando o provedor *America On-Line* tinha pouco mais de 5 milhões de usuários e a banda larga ainda era

⁹¹ MORLEY, Paul. *Words and music: A History of Pop in the Shape of a City*. Athens: University Of Georgia Press, 2005. p. 191

⁹² Disponível em: < <http://internetvibes.blogspot.com.br/2006/02/prep-osterous.html> > Acesso em 2 dezembro de 2012

restrita aos laboratórios. "When I go forwards you go backwards and somewhere we will meet".

Até então uma banda restrita ao sucesso de *Creep* - um sucesso muito mais circunstancial, pelo timing histórico perfeito de ressoar com o burburinho nirvanesco - o *Radiohead* era uma espécie de braço *artsy* do *Britpop* - o exato oposto do estilo fedelho e "fazemos tudo por uma manchete" do Oasis. Tinham o respeito da crítica mas se restringiam a um tipo de sucesso mais *cult*. O estrelato representava um certo incômodo para o grupo: "Enquanto a gravadora dizia que a gente iria estourar gravando um *The Bends II*, a gente falava 'Ah, tá!' Mas não iríamos fazer isso; se alguém vem e diz pra gente o que fazer, vai dar merda, por que a gente vai responder fazendo o exato oposto.", declarou Ed O'Brien em uma entrevista a *Rolling Stone* em 97.⁹³ E o oposto, um *tour-de-force* pela tradição do *art-rock* sob o prisma da virada do milênio - "Uma ligação cibernética entre (a banda) *Wire* e a *Wired*⁹⁴, de *the Wire*⁹⁵ e a World Wide Web", disse a crítica de Paul Morley - foi o que rendeu ao *Radiohead* o status de "salvadora do rock", a banda que seguiria o legado do Nirvana na era digital.

De repente o *Radiohead* estava lá, assumindo o posto que Kurt Cobain deixara tão tragicamente, ricocheteando pelas paredes do *showbiz* como uma bola de *pinball*. No documentário *Meeting People Is Easy*, que acompanhou a banda na turnê do disco, o desconforto da banda no meio do *mainstream* é evidente, com Yorke e o grupo constantemente batendo de frente com críticos, insatisfeitos com o *hype* da gravadora e da mídia e mergulhando em paranoia. Não por acaso, o documentário abre com uma montagem da banda gravando vinhetas em programas de rádio - daquelas "Oi, eu sou fulano do *Radiohead* e você está ouvindo a rádio X" - enquanto ao fundo toca "*Fitter Happier*", presente em *OK Computer*. A gravação, como se fosse um anúncio de serviço

⁹³ Disponível em: < <http://cokebabie.tripod.com/page27.html> > Acesso em 2 dezembro de 2012

⁹⁴ Revista publicada desde 1993 que se auto-proclamou a "Rolling Stone da tecnologia" exibindo em suas matérias como o desenvolvimento da tecnologia digital afeta os desdobramentos da cultura, economia e política. Tornou-se famosa por criar os termos da "Cauda Longa" e do "*crowdsourcing*"

⁹⁵ Com o subtítulo "Aventuras pela música moderna", a *the Wire* foi às bancas em 1982, mas sua cara definitiva foi dada apenas em 1992, quando passou a tratar de, quase exclusivamente, todas as formas de música experimental. Seus artigos costumam trazer análises "sérias" e "cerebrais" sobre gêneros como hip hop, música clássica moderna, improvisação livre, post-rock e música eletrônica.

de utilidade pública num mundo distópico de inspiração “George Orwelliana”, diz coisas como: “*more productive / comfortable / not drinking too much (...) fitter, healthier and more productive / a pig / in a cage / on antibiotics*”. Ao virar do milênio, a banda podia escolher dois caminhos: ou seguir pela autodestruição ou, como *Tommy* - o garoto cego e surdo herói da ópera rock do *The Who* - mostrar que podia domar a mesa de pinball do *showbiz*. “*That deaf dumb and blind kid / Sure plays a mean pin ball!*”.

Antes, uma digressão. O *Radiohead* era a banda do momento em 97, “o novo U2”, a um passo de lotar estádios com mega shows. E quanto ao *underground*, que a banda tanto amava e queria tomar a si como uma Pasárgada pessoal? Por volta da mesma época, Aphex Twin lançou um petardo de pop futurista em *The Richard D. James Album*, uma martelada de britadeira-e-baixo com panos de fundo atmosféricos e sublimamente melódicos. DJ Shadow revolucionava o hip-hop com *Endtroducing...*, a sintetização de toda sua coleção de discos em uma hora capaz de instigar as mais sibiladas memórias. E uma banda de Chicago, o *Tortoise*, tenta transpor para *Millions Now Living Will Never Die* um mundo paralelo onde Miles Davis influencia Chuck Berry, os Beatles influenciam Throbbing Gristle, e onde um supergrupo é formado com Sun Ra, Steve Reich, Pete Townshend, Brian Eno, Thurston Moore e Grandmaster Flash.

De volta à mesa de *pinball*, depois de *OK Computer* o que importava para a banda era liberdade criativa integral. Ficar em pé e domar a máquina, mostrar que uma banda que teve seu álbum anterior veiculado ostensivamente pela MTV podia, sim, fazer o que quisesse. O *Radiohead* era pop, mas o que era o pop para o *Radiohead*? A resposta veio com *Kid A*: um tributo a todo mundo que criou algo novo na música no século que se acabava, a quem alterou a realidade, desafiou as ideias de como uma música funciona ou não. A todos que não se satisfazem com simples ironia, readaptação ou subversão: a quem só interessa a perversão.

Era algo como assistir uma TV fora do ar: o último alívio em um mundo tecno-apavorante. “O *Radiohead* não apenas foi uma das primeiras bandas a aprender a usar a Internet a seu favor, como também foi uma das primeiras a fazer sua música soar como ela. Eles deram início a década do retrô com um raro álbum que não parecia

nem um pouco retrô”⁹⁶, dizia a crítica de Mark Richardson para a *Pitchfork*. *Kid A* foi algo “real”, num sentido que ultrapassa sua musicalidade, traduzindo o sentimento de aflição oriundo do acesso a tanta informação sobre o mundo apesar de não ter o poder de mudar nada disso. Era uma materialização, por som e músicas, da forma dramática como a eletrônica e informática iria alterar toda nossa paisagem e consciência nos anos seguintes.

Os *hipsters* que nasciam nos anos 90 sob a forma dos *slackers* eram reflexo de uma nova forma de pensar a crítica e que se consolidaria com a liquidez dos fluxos de informações na (então ainda nascente) Internet. O papel do curador/criador: “as músicas que ouvem, os discos que possuem dizem mais sobre suas personalidades que qualquer outra coisa”, afirma Simon Reynolds em *Retromania*.⁹⁷ O jornalista David Marx, que escreve para o site *Neojaponisme*, já observava esse comportamento em jovens japoneses dos anos 90, num prelúdio de uma “Internacional Hipster”: “eles trabalham com uma *bricolage* onde cabe tudo, e que depois é filtrada num imenso caldeirão de retro-futurismo sessentista global. Algo como um equivalente pop do estilo Internacional⁹⁸ em arquitetura e design.”⁹⁹ Uma sensibilidade similar se identificava do outro lado do mundo nos *slackers*, que começaram gradualmente a emergir como uma nova classe de cosmopolitas “desenraizados” vivendo em grandes cidades. Jovens criativos que trabalhavam com TI, mídia, moda, design, arte, música e outros tipos de indústrias estéticas.

Estejam eles em São Paulo, Tokyo ou Berlim, o *hipster* (e depois ainda o *geek*) fundaram uma nova classe mundial de reprocessamento cultural. O que mais faz uma banda como o *Holger* em São Paulo ou o *Vampire Weekend* em Nova Iorque se não refinar o material cru absorvido de culturas enraizadas como do funk carioca, technobrega, e a música africana? Música significa estilo que significa capital cultural.

⁹⁶ Disponível em: < <http://pitchfork.com/features/staff-lists/7710-the-top-200-albums-of-the-2000s-20-1/2/>> Acesso em 3 dezembro de 2012

⁹⁷ REYNOLDS, Simon. *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber And Faber, 2012. p. 153

⁹⁸ O Estilo Internacional foi um estilo dominante na arquitetura mundial na década de 20 e 30. Baseado na funcionalidade, procurava atender três princípios básicos: a expressão de volume ao invés de massa; uma ênfase em equilíbrio em detrimento de simetria premeditada e o suspensão de qualquer aplicação de ornamentos.

⁹⁹ In: *Ibid.*, p. 168

O *hipster* “compra por uma identidade no supermercado de ideias”, aponta certamente Simon Reynolds.¹⁰⁰

O imperativo artístico de ser original aos poucos vai se esgotando. A principal inquietação do poeta, segundo Harold Bloom no livro *The Anxiety of Influence*, é “um senso desesperador de extemporaneidade, a sensação que nada de novo pode ser dita porque os seus precessores já disseram tudo”.¹⁰¹ Talvez seja isso que inspire um cara como James Murphy, do *LCD Soundsystem*, a despejar um misto volátil de auto-aversão e fúria em músicas como “*Movement*”. Parece cada vez mais difícil fazer música que realmente “importe”. O artista Mark Dion revelou em uma edição da revista *Artforum* em 2003: “os anos 80 foram o momento em que um senso profundo de que a vanguarda havia morrido finalmente chegou”¹⁰². Ironia, reflexividade, cinismo, pos-modernismo. “*I’m losing my edge to the Internet seekers who can tell me every member of every good group from 1962 to 1978; To all the art-school brooklynites in little jackets and borrowed nostalgia for the unremembered eighties*”¹⁰³ canta James Murphy em *Losing My Edge*, uma cáustica e (ressentida) crítica a *Internacional Hipster*.

Teria o Pop destruído a si mesmo? Os *hipsters*, consumindo e rearranjando, resignificando, *remixando*, são um sintoma da década da cultura retrô, como dizia Mark Richardson na crítica de *Kid A*. A cultura retrô acaba se explicando na via do pós-modernismo. É tanta informação, tanta produção cultural que nos é enfiada por goela abaixo pela mídia e internet que temos agora um volume infindável de imagens e música, prontinhas para serem reproduzidas, justapostas, retrabalhadas.

Em 2001 um punhado de novas bandas surgiu numa leva do que hoje estamos acostumados a chamar de *indie rock*: *Strokes*, *White Stripes*, *The Hives*, *Franz Ferdinand* vários outros. Todos laureados rapidamente como “salvadores do rock” pela imprensa. Com notáveis diferenças entre si, sonoras e visuais, uma coisa pelo

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 171

¹⁰¹ *In: Ibid.*, p. 175

¹⁰² *In: Ibid.*, p. 179

¹⁰³ Tradução simultânea: “Estou perdendo a paciência com os piolhos de Internet que conseguem me dizer cada membro de cada banda legal de 1962 a 1978; Perdendo a paciência com os estudantes de arte do Brooklyn em jaquetinhas grudadas e nostalgia emprestada dos anos 80 de que não se lembram.”

menos todos tinham em comum: uma cara retrô super latente. Os *Strokes* pareciam um produto bem acabado da *Factory* de *Andy Warhol*, estrelas de cinema com visual punk e músicas que lembram um *Velvet Underground*, *Television* e *Sonic Youth* mais comportado. O *The Hives*, suecos vestidos como mafiosos dos anos 30 e tocando um misto de garage rock sessentista e *hardcore punk* californiano dos anos 80. E o *Franz Ferdinand*, vestidos como se tivessem saídos do bar *Moloko Velocet* no filme *Laranja Mecânica*, tocando como o *Gang of Four* e *Orange Juice* e referenciando construtivismo soviético em suas artes de capa e videoclipes. O pop parece viver hoje de um tempo emprestado e de uma energia sugada dos depósitos construídos pela história do próprio pop.

As redes sociais são todas construídas nessa base de metacriação e curadoria. O *Twitter* e seus *retweets*, o *Pinterest* e seus *repins*. Compartilhamento, adaptamos textos, objetos, músicas, imagens a um contexto fora do original e lhe damos novos significados. Todos somos curadores, gestores de conteúdo, e parece ser esse um motivo que tornou a posição singular do crítico musical mais enfraquecida. “Quem ilumina meus caminhos musicais não é mais um cara só do *Estadão* ou da *Folha*, agora eu confio em um universo de uns 400 caras – do crítico do *Guardian*, do blog X, do meu amigo que compartilhou um som no *Facebook*. Agora você tem canais de informação dos mais diversos.” afirma Lúcio Ribeiro, que escreve sobre música no blog *Popload*.

“O crítico como figura é algo muito antiquado, eu acho. Esse cara que vê de cima, sabe? Não vejo isso existindo mais.” diz Lívio Vilela, blogueiro do site *Fita Bruta*. O fato de você poder ter acesso hoje, em teoria, a qualquer música já criada impactou a cobertura de música profundamente. Principalmente porque permitiu uma fragmentação de quem faz essa cobertura, que agora é feita em condições bastante próximas pelo repórter de um grande jornal com 30 anos de redação ou por um adolescente de 17 anos do interior. “Tá tudo aí. Teoricamente, agora prospera quem for mais ágil, esperto, criativo e preparado.”, coloca Sílvio Essinger, jornalista do caderno de cultura do jornal *O Globo*.

Esse movimento de “democratização” do jornalismo de música com os blogs é algo que fora muito sonhado pelo espírito punk do *do it yourself* através dos fanzines.

Os zines foram uma tentativa de trocar informações sobre música que não existiam ao gosto de determinados grupos na imprensa hegemônica e então se apontava para o desenvolvimento de uma pequena imprensa, marginal, *underground*. Hoje muitos blogs sobre música se autointitulam *webzines* e muitos deles acabam tendo mais leitores que jornais da grande imprensa. Outro ponto interessante dos blogs é que o objeto da cobertura pode ser consumido no mesmo espaço da cobertura. "Acredito que isso altere bastante a dinâmica entre quem escreve, quem lê e quem produz aquela música, o que é uma questão que por si só já vale um trabalho inteiro." aponta Lívio.

Ainda em 91, quando a *web* ainda era um "rato de laboratório", Brian Eno declarou em artigo sobre hipertextualidade para a revista *Artforum*: "A curadoria é o novo grande trabalho de nossos tempos: é a tarefa de reavaliar, filtrar, digerir, para depois conectar tudo novamente. Em uma era saturada com novos artefatos e informação, talvez seja o curador, o cara por trás dessas conexões, o novo contador de histórias, um meta-autor."¹⁰⁴ Para Lúcio Ribeiro, é bem por aí mesmo: "O curador é a figura chave, ele quem organiza as ideias num mundo cheio de ideias. Aí o público vê se seu gosto bate com o dele, ou então parte desse gosto para conhecer outras coisas.", corrobora.

Rola um processo de reformulação na indústria - tanto do jornalismo quanto da música - motivada pelo meio digital. "A forma de consumo da música é muito mais digital que analógica. Naturalmente os meios que você vai buscar para se informar sobre música vão ser digitais", declara Marcos Espíndola, editor do caderno *Variedades* no *Jornal Diário Catarinense*. As grandes gravadoras já falam em extinguir o formato CD até 2014, e revistas como a *Spin* e a *Fact* já migraram integralmente para o digital. O mercado se reorganiza: "É uma revolução em andamento. Não se tem uma fórmula pronta, não se sabe para onde o jornalismo e a música vai", encerra Lúcio.

O mundo mudou e vai sempre continuar mudando, não há motivo em martelar em perguntas como 'qual sua opinião sobre download ilegal?' ou se assustar com bandas que fizeram sucesso graças a internet. "Acho que o melhor jornalismo de

¹⁰⁴ Disponível em: < http://www.moredarkthanshark.org/eno_int_artforum-nov91.html > Acesso em 05 dezembro de 2012

música hoje foca na discussão estética, levando em conta tudo que aconteceu e acontece no mercado da música, mas não ficando refém disso." opina Lívio.

Do outro lado, a abundância de informações gera certo desconforto em alguns jornalistas. "Se todo jornalista cultural fosse como o Alexandre Matias no *Trabalho Sujo*, por exemplo, seria uma porcária, uma grande quantidade de informação não necessariamente relevante sendo produzida.", diz Marcelo Santiago, do blog Meio Desligado.¹⁰⁵ A questão que parece incomodar Marcelo tem a ver com um ressentimento pela falta de profundidade e abordagens mais sérias sobre vários aspectos da produção cultural, algo que o próprio Alexandre Matias faz para o *Estado de S. Paulo*.

Nesse sentido, parece que o Jornalismo de Rock perdeu um pouco do espírito político que um dia já teve. A cultura pop já parece tão onipresente e dada como uma coisa acabada, imutável, que tanto críticos quanto artistas e público apenas se retroalimentam do passado, num eterno ciclo de curadoria/criação. Como abordei por aqui, desde o nascimento de uma crítica de rock nos anos 60, diversos autores tentaram imprimir na cultura pop um ar de seriedade, de tentar achar sentido boiando entre a melodia, o ritmo e as letras. Num ambiente cada vez mais segmentado, como fazer para que uma crítica tenha impacto, que ela mude a forma com que as pessoas ouvem e consomem música? A internet provou que com a mesma facilidade que temos acesso a coisas boas, nós igualmente recebemos um turbilhão de porcarias, com a mesma naturalidade e passividade. Seja na curadoria ou no jogo pós-moderno de referencialidade, ironia e egocentrismo, uma coisa parece cada vez mais rara na crítica de rock que um dia já foi feita: a perda de um espírito revolucionário. O ideal *modus operandi* do crítico talvez se configure como coloca Paul Morley: "Você quer ser crítico de rock? Então busque com todas suas forças por uma perfeição que não existe e seja implacável nessa busca pelo impossível. Quando sentir que está chegando perto reescreva todas as regras, o tempo todo, para garantir que aquela perfeição nunca será alcançada".¹⁰⁶ O crítico de rock idealista e revolucionário que um dia imaginou

¹⁰⁵ Disponível em: < <http://www.meiodesligado.com/2012/03/entrevista-sobre-blogs-jornalismo.html> > Acesso em 05 dezembro de 2012

¹⁰⁶ MORLEY, Paul. *Words and music: A History of Pop in the Shape of a City*. Athens: University Of Georgia Press, 2005. p. 325

mudar as direções do pop (e do mundo) com a força de um punhado de palavras, aos poucos perde espaço para o crítico curador, que imagina mudar as direções do seu pequeno mundo de *re-tweets/re-blog/re-share* com a força de um punhado de "curtir".

Referências:

ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de Luta: O rock o Brasil dos anos 80**. São Paulo: Dba Artes Gráficas, 2002. 399 p.

BAHIANA, Ana Maria. **Nada será como antes: MPB anos 70 - 30 anos depois**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004. 392 p.

BECK, Ulrich. **Risk Society: Towards a New Modernity**. London: Sage Publications Ltd, 1992. 272 p.

BENNETT, Andy. **Towards a cultural sociology of popular music**. Disponível em: <<http://jos.sagepub.com/content/44/4/419.abstract>>. Acesso em: 15 nov. 2012.

BRAUNSTEIN, Peter; DOYLE, Michael William. **Imagine Nation: The American Counterculture of the 1960**. New York: Routledge, 2002. 408 p.

BRYAN, Guilherme. **Quem tem um sonho não dança: Cultura jovem brasileira nos anos 80**. Rio de Janeiro: Record, 2004. 532 p.

CARR, Daphne; ROSS, Alex (Ed.). **Best Music Writing 2011**. Cambridge: Da Capo Press Inc, 2011. 336 p.

CARR, Nicholas. **The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains**. New York: Ww Norton & Co, 2011. 280 p.

CHRISTGAU, Robert. **A History of Rock Criticism**. Disponível em: <<http://www.najp.org/publications/conferencereports/140-167criticalpers.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2012.

DANCEY, Hugh. **Stereo: Comparative Perspectives on the Sociological Study of Popular Music in France and Britain (Ashgate Popular and Folk Music Series)**. Burlington: Ashgate, 2011. 296 p.

FRITH, Simon (Org.). **On Record: Rock and Pop**. New York: Pantheon, 2000. 512 p.

FRITH, Simon. **Performing Rites: On the Value of Popular Music**. Cambridge: Harvard University Press, 1998. 360 p.

FRITH, Simon. **Sound Effects**. New York: Pantheon, 1981. 294 p.

GENDRON, Bernard. **Between Montmartre and the Mudd Club: Popular Music and the Avant-Garde**. Chicago: University Of Chicago Press, 2002. 400 p.

GROPPO, Luís Antônio. **O Rock e a formação do mercado cultural juvenil**. 315 f. Tese (Mestrado) UNICAMP, Campinas, 1996

LINDBERG, Ulf et al. **Rock Criticism from the Beginning: Amusers, Bruisers and Cool-Headed Cruisers**. United States: Peter Lang Publishing Inc, 2005. 369 p.

MARCUS, Greil. **Lipstick Traces: A Secret History of the Twentieth Century**. London: Faber And Faber, 2011. 496 p.

MARCUS, Greil. **Mystery Train**. London: Faber And Faber, 2005. 384 p.

MEDOVOÍ, Leerom. Mapping the Rebel Image: Postmodernism and the Masculinist Politics of Rock in the U. S. A.. **Cultural Critique**, Minneapolis, n. , p.153-188, 01 dez. 1991. Disponível em: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/1354226?uid=3737664&uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21101461602261>>. Acesso em: 8 set. 2012.

MELLY, George. **Revolt Into Style: The Pop Arts**. Oxford: Oxford University Press, 1989. 288 p.

MOORE, Ryan. **Sells Like Teen Spirit: Music, Youth Culture, and Social Crisis**. New York: New York University Press, 2010. 296 p.

MORLEY, Paul. **Words and music: A History of Pop in the Shape of a City**. Athens: University Of Georgia Press, 2005. 368 p.

OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. **O Criticismo do Rock Brasileiro no Jornalismo de Revista Especializada em Som, Musica e Juventude: Da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001)**. 2011. 391 f. Tese (Doutorado) - Puc Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

PARSONS, Tony. **Disparos do Front da Cultura Pop**. São Paulo: Barracuda, 2005. 360 p.

REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past**. London: Faber And Faber, 2012. 496 p.

REYNOLDS, Simon; PRESS, Joy. **The Sex Revolts: Gender, Rebellion, and Rock'N'Roll**. New York: Harvard University Press, 1996. 432 p.

ROSZAK, Theodore. **Where the Wasteland Ends**. New York: Bantam Doubleday Dell, 1973.

SADEK, Maria Tereza; BENETI, Sidnei Agostinho; FALCÃO, Joaquim (Org.). **Magistrados: uma imagem em movimento**. Rio de Janeiro: Fgv, 2006. 140 p.

SOARES, Thiago. **Jornalismo Cultural em Tempos de Cultura Líquida**. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/rumos/thiago.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2012.

VENTURA, Zuenir. **1968: O Ano que Não Terminou**. São Paulo: Planeta, 2008. 288 p.

WOLFE, Tom. **The New Journalism**. -: Harper And Row, 1973. 394 p.