



IV Mostra de Pesquisa  
da Pós-Graduação  
PUCRS

## O jornalismo musical e o rock brasileiro nas revistas especializadas – Da contracultura ao nascimento do BR Rock

Aluno: Cassiano Scherner

Nome do Orientador: Francisco Rüdiger

*Programa Programa de Pós Graduação em Comunicação Social – PPGCom  
, Faculdade dos Meios de Comunicação – FAMECOS  
PUCRS,*

### Resumo

O trabalho objetiva investigar a natureza da cobertura jornalística do “rock” brasileiro nos periódicos especializados de grande circulação editados em nosso país, entre início dos anos 70 até metade dos anos 80. Pretendemos analisar a forma de como de estas publicações elaboraram a situação do “rock” no Brasil, vinculando a mídia e a classe média dos grandes centros, principal mercado consumidor deste gênero musical.

### Introdução

No início da década de 70, surgem no Brasil, as primeiras publicações destinadas ao rock. “Bondinho” e “Flor do Mal” (1970) foram as pioneiras. Em seguida apareceram “Verbo Encantado” (1971); “Rolling Stone”<sup>1</sup>, “Presença” e a “Geração Pop” em 1972. Mais adiante surge “Rock – A História e a Glória” e “Jornal da Música” (1974); “Revista Música” (1976); “Canja”, (1979); “Pipoca Moderna” (1980); “Roll” (1984), “Bizz” (1985). Todas estas publicações não são mais editadas.

Neste trabalho pretendemos analisar a trajetória destes periódicos no que diz respeito a cobertura musical “rock”, especificamente o “rock” brasileiro, valendo-nos metodologicamente das idéias e teorias de autores com Theodor Adorno, Pierre Bourdieu, e Simon Frith

O objetivo, como mencionamos, anteriormente é de analisar o que estas publicações citadas provocaram ou trouxeram neste contexto, no caso de ser uma representante da cultura

---

<sup>1</sup> Versão brasileira da consagrada publicação norte-americana. Circulou apenas um ano no Brasil, entre o início de 1972 ao início de 1973.

jovem. Luis Antônio Groppo<sup>2</sup>, em sua dissertação de mestrado, analisa as relações mercadológicas deste gênero musical com outros ramos da indústria cultural. “Do disco aos pôsteres, do vídeo aos instrumentos surge toda uma rede de empregos, indústrias e artesanatos que criaram vínculos e dependência com o que é chamado ‘rock’”.

As revistas, materiais de análise desta pesquisa, envolvem basicamente duas correntes. As publicações editadas por pequenas editoras e com a circulação restrita ou limitada e as que foram publicadas por grandes editoras. Neste caso, uma única editora, a Abril, que produziu duas grandes publicações: “Geração Pop” e “Bizz”, respectivamente nos anos 70 e nos anos de 80 a 2000. Além de ambas serem editadas por esta editora, tiveram uma grande longevidade no mercado.<sup>3</sup> As outras publicações, basicamente possuíam as seguintes características: vinham de editoras de pequeno ou médio porte e eram muito deficitárias no que dizia respeito à tiragem e também aos anunciantes. Um exemplo: o fato de todas elas, terem uma média um ano e meio a dois anos de circulação.

### Metodologia

A pesquisa será uma análise documental dos periódicos já citados. Analisaremos, em uma primeira etapa, os periódicos estabelecendo de forma prioritária, as reportagens e críticas que envolvam tão e somente o rock brasileiro. Será realizada uma triagem então deste material. A partir desta leitura geral, montaremos um perfil editorial das revistas analisadas, dentre os quais serão confrontados com os seguintes itens:

- a) Que tipo de “leitura” as críticas e reportagens faziam? Pró ou contra o rock brasileiro? E por conseguinte, os seus críticos: que forma viam os grupos e também artistas representativos desta estética musical?
- b) As presenças de outros gêneros musicais, fora o rock: como eram em termos de destaque e quantidade?
- c) A forma e maneira de diagramação destas reportagens. Eram inovadoras ou não?
- d) O rock estrangeiro tinha uma inserção forte nestas publicações?

---

<sup>2</sup> GROPPPO, Luís Antonio. *O rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil – A participação da música pop-rock na transformação da juventude em mercado consumidor de produtos culturais, destacando o caso do Brasil e os anos 80*. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. 1996. p. 20.

<sup>3</sup> “Geração Pop” circulou entre os anos de 1972 a 1978. “Bizz” circulou em duas fases: a primeira, entre 1985 a 2002 quando a circulação foi interrompida e a segunda entre 2005 até julho de 2007 quando saiu novamente de circulação conforme o comunicado publicado no seu site: “A revista BIZZ não circulará mais nas bancas do país a partir de agosto de 2007. (...) Informamos que ela continua ativa em seu site e em futuras edições especiais.” In: [http://bizz.abril.com.br/especial/especial\\_248016.shtml](http://bizz.abril.com.br/especial/especial_248016.shtml)

## Resultados (ou Resultados e Discussão)

Até o presente momento, das revistas analisadas (Rolling Stone, Bondinho e Geração POP), percebemos que as matérias sobre o rock brasileiro eram bastante inferiores em relação ao rock estrangeiro. Isto confirma uma tendência da época, que denominamos de “Pós Tropicalismo”,<sup>4</sup> onde ainda era muito incipiente falar em rock brasileiro no sentido de buscar um caráter voltado para a indústria cultural, como era no estrangeiro. Pelo contrário, apesar de buscar focar no mercado jovem, este mercado não existia, fosse ligado pelo rock ou por outras formas de consumo. Eis, portanto, a razão que ambas as publicações não terem tido longa longevidade no mercado editorial voltado para a música jovem no Brasil dos anos 70. “Juventude nos anos 70 não dava ibope”, afirmou um jornalista que integrou a revista “Geração Pop”.<sup>5</sup>

Já, outras duas revistas, “Música” e “Somtrês”, eram voltadas para outros gêneros musicais, e não somente o rock, brasileiro ou estrangeiro. Abordavam outras esferas musicais como o jazz, a música popular brasileira, a música clássica, além dos equipamentos de som caseiros e profissionais e também os instrumentos musicais e acessórios (mesas de som, amplificadores, etc.). Mas especificamente, quanto ao “rock brasileiro”, a abordagem quanto em termos jornalísticos quanto a crítica musical, era muito discreta, o que denota que ele estava em baixa na indústria do disco. Este panorama vai mudar somente, a partir de 1985, quando o “rock brasileiro” alcança uma posição de destaque na mídia e também na indústria fonográfica.

## Referências

- ADORNO, Theodor W. *Crítica cultural e sociedade*. In: *Prismas: crítica cultural e sociedade*. São Paulo, Ática, 1998. p. 7-26.
- \_\_\_\_\_. *La música, I media e La Crítica*. Cuzzolini Editora e Itália, 2002.
- BURNETT, Robert. *The Global Jukebox: The International Music Industry*. London, New York, 1996.
- ALEXANDRE, Ricardo. *O rock e o Brasil dos anos 80*. São Paulo, DBA Editores, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. *O Mercado dos Bens Simbólicos*. In: *A Economia das trocas simbólicas*. 2ª edição. São Paulo, Perspectiva, 1982. p. 99-181
- BAHIANA, Ana Maria. *Nada será como antes – A MPB nos anos 70. – 30 anos depois*. Rio de Janeiro, Editora Senac Rio, 2006.
- CHACON, Paulo. *O que é rock*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo, Brasiliense/Nova Cultural, 1982.

<sup>4</sup> Referência a fase do extinto movimento musical intitulado “Tropicalismo”, liderado por Gilberto Gil e Caetano Veloso entre 1966 a 1969.

<sup>5</sup> Depoimento de Okky de Souza á Ricardo Alexandre. In: *Dias de Luta*, Editora DBA, São Paulo. p. 113.

- DAPIEVE, Arthur. *BRock – O rock brasileiro dos anos 80*. Editora 34, Rio de Janeiro, 1995.
- DIAS, Lucy. *Anos 70 - Enquanto corria a barca*. São Paulo, Editora Senac, 2003.
- DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz – Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultural*. São Paulo, Boitempo Editorial, 2000.
- DOLABELA, Marcelo. *ABZ do rock brasiliense*. Estrela do Sul Editora São Paulo, 1987. 7ª edição.
- FIGUEIREDO NETO, Argemiro de. *Rock in Rio: A Gênese da nova onda*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 1990.
- FRITH, Simon. *Sound Effects – Youth, leisure and politics of rock'n'roll*. Pantheon Books, New York, 1981.
- \_\_\_\_\_. *Perfoming Rites – On the value of popular music*. Cambridge, Harvard University Press, 1996.
- GROPPO, Luís Antonio. *O rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil – A participação da música pop-rock na transformação da juventude em mercado consumidor de produtos culturais, destacando o caso do Brasil e os anos 80*. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. 1996.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários – Nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo, Edusp, 2003. 2ª edição.
- LONGHURST, Brian. *Popular Music and Society*. Cambridge, Polity Press, 1995.
- JONES, Steve. *Pop music and the press*. Philadelphia : Temple University Press. 2002.
- NEGUS, Keith. *Popular Music in Theory*. Cambridge, Polity Press, 1996.
- SHUSTERMAN, Richard. *Vivendo a arte – O pensamento pragmatista e a estética popular*. São Paulo, Editora 34, 1998.
- SOUZA, Antônio Marcus Alves de Souza. *Cultura, rock e arte de massa*. Rio de Janeiro, Diadorim, 1995.
- STRATON, Jon. *Between two worlds: art and commercialism in the record industry*. Sociological Review. v.30, n.1.pp. 267-85.