



FACULTÉ
DE LETTRES, TRADUCTION
& COMMUNICATION

UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES

FACULDADE DE
COMUNICAÇÃO

UNIVERSIDADE DE
BRASÍLIA



Transformações do Jornalismo Brasileiro de Música no Século XX [1896-2001]

Thesis presented by Djenane ARRAES MOREIRA

with a view to obtaining the PhD Degree in Journalism and in
Communication.

Academic year 2022-2023

Supervisors: Professor Florence LE CAM (Université Libre de Bruxelles)
and Professor Gustavo DE CASTRO DA SILVA (Universidade de Brasília)



UnB

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

Universidade de Brasília



ULB

**FACULTÉ
DE LETTRES, TRADUCTION
& COMMUNICATION**



UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES

Transformações do Jornalismo Brasileiro de Música no Século XX: 1896-2001

Tese apresentada à Faculdade de
Comunicação da Universidade de Brasília e a
Faculdade de Letras, Tradução e Comunicação da
Université Libre de Bruxelles como requisito parcial
para obter grau de Doutor em Comunicação e em
Jornalismo.

Banca examinadora:

Professora Dra. Florence Le Cam (coorientadora)

Professor Dr. Gustavo de Castro da Silva (coorientador)

Professora Dra. Dione Oliveira Moura

Professora Dra. Irene Di Jorio

Professor Dr. Ciro Inácio Marcondes

Professora Dra. Danielle Naves de Oliveira (suplente)

Brasília/Bruxelas, 2023

AGRADECIMENTOS

A biblioteca do centro espírita Circulo Regeneração e Fé foi um dos lugares mais produtivos para desenvolver o texto dessa tese. Acredito eu, devido à inspiração de Deus, da minha Vó Maria Conga e dos meus guardiões espirituais que estavam ali para me ajudar. Agradeço aos meus orientadores Florence Le Cam e Gustavo de Castro da Silva por todo apoio e ensinamentos. Aos meus pais, meus irmãos e à minha família que apoiaram a minha jornada das mais diversas formas. Agradeço em especial a minha irmã Cintya e a minha querida tia Selma pela força na reta final da tese.

Os professores da UnB foram peças-chaves na minha formação acadêmica ao longo do meu percurso no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, desde o meu início como aluna especial em 2010. Meus mais sinceros e respeitosos agradecimentos a cada um deles. Também agradeço aos professores e aos trabalhadores da Université Libre de Bruxelles que sempre me atenderam muito bem e contribuíram positivamente nessa jornada. Aos meus colegas que me acompanharam. Um abraço especial a Sylvain Malcorps e a Ana Gabriela, pela parceria. Um agradecimento especial ao pessoal do Instituto de Estudos Brasileiros IEB-USP.

À CAPES por ter cedido a bolsa de estudo que financiou esta tese.

Essa tese recebeu a colaboração de muitas pessoas, que me ajudaram trazendo informações das mais diversas naturezas. O meu abraço a Ruy Castro, Pedro Só, Ana Maria Bahiana, José Emilio Rondeau, Joel Macedo, Carlos Marques, à família de Barbiellini Amidei, Haroldo Barbosa, Maria Lúcia Rangel, e a todos os pesquisadores que entrei em contato para elucidar minhas dúvidas.

Não foi um período fácil em relação a minha saúde e dos meus familiares, por isso, também agradeço aos médicos que cruzaram minha vida e a dos meus pais ao longo desse tempo. Especialmente ao dr. Gabriel Taveira, que arrancou um dos meus principais problemas com pinças, tesouras e lâminas computadorizadas.

Mesmo quando tudo parecia dar errado, as coisas deram certo no final.

DEDICATÓRIA

Às velhas da minha vida:
Terezinha e Maria.

RESUMO

Originário tardiamente em meados do Século XIX, o jornalismo brasileiro de música passou por inúmeras transformações, e também por algumas permanências, que foram retratadas ao longo de mais de 200 periódicos especializados lançados no país desde 1848. Usando especialmente os preceitos teóricos de Jean Charron e Jean De Bonville (2016), o objetivo desta tese foi fazer um estudo comparado de cinco periódicos brasileiros especializados em música publicados em décadas diferentes, com o fim de identificar os determinantes de permanência e de transformação editoriais e dos grupos de produtores de conteúdo ao longo de um século, levando em consideração os contextos históricos dos periódicos especializados em música. Os periódicos estudados foram: *A Música Para Todos* (1896-1899), *Ariel* (1924-1929), *Revista da Música Popular* (1954-1956), *Rolling Stone* (1972-1973) e *Bizz* (1985-2001). Foram levantados três aspectos centrais: as identidades editoriais, os produtores de conteúdo, e 100 textos sorteados de 20 produtores de conteúdo que destacamos na pesquisa. Detalhamos a identidade editorial utilizando o método descritivo. Os grupos de produtores de conteúdo e as características desses foram identificados por meio de levantamentos biográficos. Por fim, fizemos leituras parafrásticas e de acontecimento dos textos escolhidos por sorteio. Nossas pesquisas mostraram que o jornalismo brasileiro de música se transformou na medida em que as missões editoriais moldadas pelos editores e diretores foram modificando. O jornalismo musical com base na música erudita que predominou no século XIX tinha, entre outras, uma missão editorial pedagógica. O século XX trouxe o desenvolvimento da indústria fonográfica e, com ela, a predominância do jornalismo musical com base na música popular, empurrando o campo erudito para a esfera acadêmica. A missão deixou de ser pedagógica e se transformou em uma orientação para o consumo. Essa passagem de tipos de missões ocasionou mudanças de perfis nos produtores de conteúdo e dos temas discutidos nas páginas dos periódicos. O jornalismo musical também apresentou mudanças que refletiram as inovações tecnológicas, e com elas, acompanhou as práticas jornalísticas que nasciam com essas transformações.

Palavras-chave: Transformações do jornalismo; Jornalismo de Música, Jornalistas de música.

ABSTRACT

Originating late in the mid-nineteenth century, Brazilian music journalism has undergone numerous transformations, and also some permanencies, which have been portrayed throughout more than 200 specialized periodicals launched in the country since 1848. Especially using the theoretical precepts of Jean Charron and Jean De Bonville (2016), the objective of this thesis was to carry out a comparative study of five Brazilian journals specialized in music published in different decades, in order to identify the determinants of permanence and editorial transformation and of the groups of content producers throughout of a century, taking into account the historical contexts of the journals specialized in music. The periodicals studied were: *A Música Para Todos* (1896-1899), *Ariel* (1924-1929), *Revista da Música Popular* (1954-1956), *Rolling Stone* (1972-1973) and *Bizz* (1985-2001). Three central aspects were raised: editorial identities, content producers, and 100 texts drawn from 20 content producers that we highlighted in the research. We detail the editorial identity using the descriptive method. The groups of content producers and their characteristics were identified through biographical surveys. Finally, we did paraphrastic and event readings of the texts chosen by lot. Our research showed that Brazilian music journalism was transformed as the editorial missions shaped by editors and directors were modified. Music journalism based on classical music that prevailed in the 19th century had, among others, a pedagogical editorial mission. The 20th century brought the development of the phonographic industry and, with it, the predominance of music journalism based on popular music, pushing the erudite field into the academic sphere. The mission ceased to be pedagogical and became an orientation for consumption. This shift in types of missions led to changes in the profiles of content producers and the topics discussed on the pages of journals. Music journalism also presented changes that reflected technological innovations, and with them, accompanied the journalistic practices that were born with these transformations.

Keywords: Journalism transformations; Music Journalism, Music journalists.

Sumário

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 – Visão geral sobre o jornalismo de música	18
1.1 Conceitos de jornalismo	18
1.2 Transformações e permanências do jornalismo	23
1.3 Jornalismo cultural	29
1.4 Jornalismo musical	33
1.5 Problematização	38
1.6 Conclusões do capítulo	44
CAPÍTULO 2 – O jornalismo e os periódicos de música	46
2.1 Breve contextualização do jornalismo de música	46
2.2 Breve contextualização do jornalismo de música no Brasil	52
2.3 <i>A Música Para Todos</i> (1896-1899)	59
2.3.1 A imprensa dos anos 1890	61
2.3.2 A música popular e erudita dos anos 1890	63
2.4 <i>Ariel</i> (1923-1929)	66
2.4.1 A imprensa dos anos 1920	69
2.4.2 Música popular e erudita dos anos 1920	71
2.5 <i>Revista da Música Popular</i> (1954-1956)	75
2.5.1 A imprensa dos anos 1950	77
2.5.2 Música popular e erudita dos anos 1950	82
2.6 <i>Rolling Stone</i> (1972-1973)	84
2.6.1 A imprensa dos anos 1970	88
2.6.2 Música popular e erudita dos anos 1970	90
2.7 <i>Bizz</i> (1985-2001)	92
2.7.1 A imprensa dos anos 1980	95
2.7.2 Música popular e erudita dos anos 1980	97
2.8 Conclusões do capítulo	100
CAPÍTULO 3 – Estudo da identidade editorial dos periódicos	101
3.1 Desenho metodológico do capítulo	101
3.2 Identidade editorial d’ <i>A Música Para Todos</i>	103
3.2.1 Identidade dos editores	104
3.2.2 Meios de sustentação e público-alvo	106
3.2.3 Estética do período e sua materialidade	109
3.2.4 Organização interna e natureza dos conteúdos	112
3.3 Identidade editorial da <i>Ariel</i>	114

3.3.1	Identidade dos editores	115
3.3.2	Meios de sustentação e público-alvo	116
3.3.3	Estética do período e sua materialidade.....	119
3.3.4	Organização interna e natureza dos conteúdos	121
3.4	Identidade editorial da <i>Revista da Música Popular</i>	124
3.2.1	Identidade dos editores	126
3.2.2	Meios de sustentação e público-alvo	128
3.2.3	Estética do período e sua materialidade.....	130
3.2.4	Organização interna e natureza dos conteúdos	134
3.4	Identidade editorial do jornal <i>Rolling Stone</i>	137
3.4.1	Identidade dos editores	139
3.4.2	Meios de sustentação e público-alvo	140
3.4.3	Estética do período e sua materialidade.....	143
3.4.4	Organização interna e natureza dos conteúdos	146
3.5	Identidade editorial da <i>Bizz</i>	150
3.5.1	Identidade dos editores	152
3.5.2	Meios de sustentação e público-alvo	154
3.5.3	Estética do período e sua materialidade.....	155
3.5.4	Organização interna e natureza dos conteúdos	158
3.6	Conclusões do capítulo.....	161
CAPÍTULO 4	– Estudo dos produtores de conteúdo dos periódicos	167
4.1	Desenho metodológico do capítulo.....	167
4.2	Produtores de conteúdo d’A <i>Música Para Todos</i>	168
4.2.1	Trajetórias.....	173
4.3	Produtores de conteúdo de <i>Ariel</i>	183
4.3.1	Trajetórias.....	185
4.4	Produtores de conteúdo da <i>Revista da Música Popular</i>	197
4.4.1	Trajetórias.....	200
4.5	Produtores de conteúdo do <i>Rolling Stone</i>	210
4.5.1	Trajetórias.....	213
4.6	Produtores de conteúdo da <i>Bizz</i>	220
4.6.1	Trajetórias.....	224
4.7	Conclusões do capítulo.....	231
CAPÍTULO 5	– Estudo dos textos dos produtores de conteúdo	240
5.1	Desenho metodológico do capítulo.....	240
5.2	Textos de notórios d’A <i>Música Para Todos</i>	241

5.2.1	Textos de Amedeo Barbiellini Amidei	241
5.2.2	Textos de Felix de Otero	244
5.2.3	Textos de Luigi Chiaffarelli.....	247
5.2.4	Textos de Alfredo Camarate	249
5.3	Textos de notórios de <i>Ariel</i>	253
5.3.1	Textos de Antônio de Sá Pereira	253
5.3.2	Textos de Mário de Andrade.....	256
5.3.3	Textos de Sérgio Milliet	261
5.3.4	Textos de Manuel Bandeira.....	264
5.4	Textos de notórios de <i>Revista da Música Popular</i>	267
5.4.1	Textos de Lúcio Rangel.....	267
5.4.2	Textos de Fernando Lobo	271
5.4.3	Textos de Mariza Lira.....	273
5.4.4	Textos de Nestor de Holanda.....	275
5.5	Textos de notórios do <i>Rolling Stone</i>	279
5.5.1	textos de Ezequiel Neves	279
5.5.2	Textos de Joel Macedo	283
5.5.3	Textos de Jorge Mautner	286
5.5.4	Textos de Carlos Marques	289
5.6	Textos de notórios da <i>Bizz</i>	292
5.6.1	Textos de José Emílio Rondeau.....	292
5.6.2	Textos de Ana Maria Bahiana.....	294
5.6.3	Textos de André Forastieri.....	297
5.6.4	Textos de Pedro Só	299
4.7	Conclusões do capítulo.....	301
5.7.1	Transformações da crítica	309
Capítulo 6	– Transformações e fragilidades do jornalismo de música.....	316
6.1	Transformações das missões editoriais.....	323
6.2	Transformações dos produtores de conteúdo	326
6.3	Transformações nos temas	328
6.4	Transformações do público-leitor.....	331
6.5	Permanências dos meios de financiamento	335
6.6	Transformações e permanências no conteúdo.....	337
6.7	As “mortes” do jornalismo de música	338
CONSIDERAÇÕES FINAIS	346
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	353

Referências das revistas analisadas	368
Referências dos produtores de conteúdos analisados	368

TABELAS

Tabela 1 – Visão geral de <i>A Música Para Todos</i>	58
Tabela 2 – Visão geral de <i>Ariel</i>	66
Tabela 3 – Visão geral de <i>Revista da Música Popular</i>	75
Tabela 4 – Visão geral de <i>Rolling Stone</i>	84
Tabela 5 – Visão geral de <i>Bizz</i>	92
Tabela 6 – Número de edições produzidas x disponíveis	101
Tabela 7 – Editores de <i>A Música Para Todos</i>	104
Tabela 8 – Editores de <i>Ariel</i>	115
Tabela 9 – Editores de <i>Bizz</i>	151
Tabela 10 – Produtores de conteúdo de <i>A Música Para Todos</i>	170
Tabela 11 – Produtores de conteúdo de <i>Ariel</i>	184
Tabela 12 – Produtores de conteúdo de <i>Revista da Música Popular</i>	198
Tabela 13 – Produtores de conteúdo de <i>Rolling Stone</i>	210
Tabela 14 – Produtores de conteúdo de <i>Bizz</i>	222
Tabela 15 – Lista parcial de colaboradores de <i>Bizz</i>	224
Tabela 16 – Visão geral comparativa dos periódicos de música	303
Tabela 17 – Editores dos periódicos de música	324
Tabela 18 – Missões editoriais dos periódicos de música	328
Tabela 19 – Qualificação do público-leitor	338
Tabela 20 – Tipos de financiamento	339

INTRODUÇÃO

Durante a década de 2010, alguns jornalistas que fizeram carreira particularmente como repórteres, editores e críticos especializados em música, escreveram artigos a respeito da suposta morte do jornalismo musical. No Brasil, André Forastieri (2014), jornalista que foi editor da revista *Bizz*, afirmou que o rock e tudo aquilo que o envolve, inclusive o jornalismo especializado nele, morreu porque perdeu a relevância. O rock foi um dos gêneros musicais mais relevantes do Século XX, sendo predominante entre a juventude ocidental por 40 anos (Friedlander, 1996), até perder espaço para a música pop, no cenário internacional, e para ritmos regionais, no caso do Brasil. O jornalismo de rock foi dominante dos anos 1960 a 1990. Se este perdeu a relevância juntamente com o gênero musical, o que se pode dizer do jornalismo de música de uma maneira geral?

Ricardo Alexandre (2013) relatou a fase moribunda da revista *Bizz*, considerada o periódico de música mais importante da história do Brasil. Ele, que foi editor da *Bizz* entre 2005 e 2007, disse que mesmo com a autodeclarada excelente qualidade de conteúdo, a revista não conseguia vender mais do que 6 mil exemplares – sendo que nos tempos áureos, vendia 100 mil (Mira, 2001). Ela não era mais importante para a indústria fonográfica e nem mesmo para os próprios artistas do rock, do pop, do rap ou da MPB que, àquela época, já tinham descoberto os benefícios da web 2.0 e do contato com o público sem intermediadores. Não era uma questão apenas da perda de relevância do jornalismo de rock em específico, mas sim do próprio jornalismo musical.

A discussão sobre a suposta morte do jornalismo musical também aconteceu na imprensa anglo-saxã. Em 2017 foi realizado o painel ‘Do music journalists matter anymore?’ no Festival Cultural South by Southwest (SXSW), realizado anualmente na cidade de Austin, no estado do Texas. O painel foi organizado por Jason Gross, editor da revista online *Perfect Sound Forever*. Gross idealizou o debate a partir das próprias dúvidas se o jornalismo musical iria sobreviver à prova do tempo¹, uma vez que as tecnologias, as redes sociais digitais, e uma geração milênica superacelerada pareciam engolir o próprio jornalismo.

Essas angústias também foram externadas por diversos jornalistas entrevistados para o livro de Mike Hilleary (2020). Embora amantes da música e apaixonados pela

¹ Ver em <https://medium.com/@jgrossnas?p=b8baad577f46> acessado em outubro de 2021.

profissão, esses atores se mostraram preocupados com a instabilidade do mercado. De modo geral, os depoimentos revelaram que o jornalista de música se tornou um *freelancer* a era da internet, e que as tecnologias digitais criaram mais encaixes do que soluções. Amanda Petrusich (Hilleary, 2020) disse que os profissionais são tão mal pagos e pouco valorizados, que existe uma ansiedade sobre por quanto tempo mais o jornalismo musical ainda será uma profissão. Para Lizzy Goodman (Hilleary, 2020), o jornalismo musical foi condenado tão logo o website de compartilhamento de arquivos Napster² surgiu. “Eu vim de uma época em que o jornalismo musical e a indústria fonográfica que o sustentava estavam voando alto, mas o iceberg já tinha batido no Titanic” (Lizzy Goodman, in Hilleary, 2020, s/p).

A imprensa francófona também apresentou seus respectivos questionamentos a respeito da relevância do jornalismo de música. Bester³, em artigo de 2015 para a revista *Gonzai*, questionou a necessidade de haver a opinião de um profissional especializado em um momento em que as pessoas estão mais propensas a expor os próprios pensamentos e gostos nas redes sociais e blogs. Émilie Laystary⁴ alertou para a necessidade de se encontrar novos modelos de negócios para a sustentação e sobrevivência do jornalismo musical frente à concorrência do clique e do algoritmo.

O gatilho para todas essas discussões veio juntamente com a quarta revolução industrial (Schwab, 2018) na virada do século XX para o século XXI, quando a internet, entre outras tecnologias, provocou mudanças profundas no consumo da música e na indústria fonográfica (Herschmann, 2010; De Marchi, 2011). Indústria e artistas passaram a se comunicar diretamente com fãs e consumidores por meio das redes sociais digitais, fazendo com que o jornalista musical perdesse a função de *gatekeeper* e de mediador. Essas mesmas redes sociais digitais proporcionaram que o antes ouvinte pudesse expressar as próprias opiniões, e ficasse mais interessado em escrevê-las do que ler a análise do especialista, marginalizando e minimizando o papel e a importância do crítico. Neste cenário, as revistas impressas especializadas em música, que outrora eram

² Napster foi um serviço de compartilhamento de arquivos em MP3 criado por Sean Parker e Shawn Fanning em 1999. O website tornou-se extremamente popular ao permitir que os usuários fizessem download gratuito de música. O sucesso criou diversos problemas jurídicos com a indústria fonográfica, que à época ainda não tinha conseguido compreender e assimilar as novas tecnologias e hábitos de consumo. Napster chegou a ser fechado após inúmeros processos na justiça. Hoje, ele é um serviço de streaming.

³ Ver em <https://gonzai.com/a-quoi-sert-encore-le-journalisme-musical/> acessado em outubro de 2021.

⁴ Ver em <https://www.acrimed.org/La-presse-musicale-en-mal-de-boussole-editoriale-et-de-modele-economique> acessado em 2021.

largamente consumidas, perderam o financiamento da indústria fonográfica, que já não precisavam delas para divulgar e validar os grupos e artistas que ela vendia. O sucesso de uma música ou artista é medido essencialmente pelos indicadores de consumo – pelos números de downloads e de compras online, de quantidade de vezes que foi ouvida em plataformas como Youtube e Spotify. Como consequência, algumas revistas, como *New Musical Express*, *Spin* e *Mojo*, ou fecharam as portas, ou foram forçadas a diminuir a escala e a encontrar outro modelo de negócio no formato online para sobreviver⁵.

Os depoimentos desses profissionais foram um sinalizador de que o jornalismo de música morreu⁶? Não há mais grandes revistas impressas de música em circulação no Brasil na atualidade. As que ainda persistem são dedicadas a segmentos específicos, vendidas sobretudo por assinatura e mala direta, ou se tornaram 100% online, como é o caso da *Rock Brigade*, de rock metal, e da *Concerto*, de música erudita. A *Rolling Stone Brasil* deixou de ser impressa em 2018, restringindo-se ao portal online. A versão impressa da *Billboard Brasil* tinha deixado de circular desde 2015 e, em janeiro de 2019, a redação fechou as portas em definitivo. A *Bizz*, na década de 10, era apenas um esqueleto a sete palmos do chão, uma saudade de jornalistas e de um público na faixa dos 40 anos, que vivenciou o auge da publicação nos anos 1990.

Um certo contingente de jornalistas órfãos de veículos da imprensa musical migrou para as plataformas digitais, em especial para o Youtube, para continuar a desempenhar o papel de crítico e de desbravador dos bastidores do show business. Entre eles, podemos destacar o brasileiro Regis Tadeu⁷, que tinha 553 mil inscritos no canal do YouTube, até a última checagem, em janeiro de 2023. Há também websites destacados, como *Música Instantânea* e *Trabalho Sujo*, o último criado pelo jornalista de música Alexandre Matias. O portal de notícias *Tenho Mais Discos Que Amigos* começou como

⁵ Ver em <https://www.hypebot.com/hypebot/2017/05/music-journalism-still-dead.html> e <https://globalnews.ca/news/4068416/music-journalism-dead/> e <https://www.theguardian.com/music/2018/oct/24/the-crisis-in-music-journalism> acessado em outubro de 2021.

⁶ Observamos que essa pergunta tem recorrência também no exterior. Encontramos diversos artigos para revistas online que abordam o mesmo dilema. Um deles foi ‘Blitzkrieg Pop: Is music journalism dead?’, escrito por Bram E. Gieben em 2014, disponível em: https://medium.com/@bram_e/blitzkrieg-pop-is-music-journalism-dead-e8e7ddda1631, acessado em setembro de 2019. O autor argumentou as mudanças de hábitos de consumo e de negócios da própria indústria sobre o fazer jornalismo. Outro artigo, “Music Journalism R.I.P? An Introduction”, escrito Sean Adams em 2009, disponível em: http://drownedinsound.com/in_depth/4137359-music-journalism-r-i-p-an-introduction, acessado em setembro de 2019, abordou o fim das revistas de música como o gatilho para levantar o questionamento.

⁷ Regis Tadeu, atualmente na faixa dos 60 anos, foi músico e trabalhou como repórter e editor de revistas como *Cover Guitarra* e *Mosh*. Régis é mais conhecido, porém, por participar como jurado em programas de calouro.

um blogue e, em 2023, é a uma das referências de notícias de música que são publicadas por meios de redes sociais digitais, em rádio online e por podcast. Um dos maiores canais do Youtube de jornalismo e crítica de música, até o presente momento, é o *The Needle Drop*, que pertence ao norte-americano Antony Fontano⁸, que possui 2,69 milhões de inscritos até janeiro de 2023. O programa, tal como a origem do profissional, nasceu não mais na imprensa escrita, mas sim, nas rádios.

As mudanças nas práticas e nos negócios que sustentam o jornalismo de música também vêm sendo discutidas entre os próprios produtores de conteúdo. Larm⁹ escreveu uma reportagem para o website *Music Ally* com o título ‘Music Journalism: ‘it’s not dying. Actually it’s changing’ em que ele repercutiu as discussões geradas em um encontro internacional entre jornalistas. Janosch Troehler¹⁰ levantou pontos de como os jornalistas poderiam fazer para melhor se adaptarem a todas as mudanças provocadas pela era digital. Elias Leight¹¹, em reportagem para a *Rolling Stone*, especulou que a mídia social Tik Tok e os respectivos influenciadores que nele atuam pode ser um caminho para reavivar o jornalismo de música, baseado em experiências de contas populares.

Percebe-se aqui que a “morte” é um discurso sobre a percepção pontual de uma geração a respeito das mudanças das práticas jornalísticas, dos estatutos e das convenções dos quais estava habituada. Nos exemplos citados acima, observamos um grupo de profissionais que passou pela transição de um tempo em que certas revistas e jornalistas eram referências importantes para o público, para os artistas e para a indústria, para outro momento em que esse poder foi retirado pelo mercado. A digitalização do mundo e as respectivas consequências no consumo, na indústria e no próprio jornalismo mudaram essa dinâmica, forçando a geração em questão a se adaptar e a compreender quais são as novas regras operantes. Gerações aprendem sob determinadas práticas e convenções (Charron e De Bonville, 2016), e quando essas mesmas mudam – seja por causa das novas tecnologias, ou seja, por causa das gerações mais novas – a ponto de não serem mais reconhecidas, as “mortes” e as crises tomam forma.

⁸ Antony Fontano é um jornalista jovem na faixa dos 30 anos que estudou em Southern Connecticut State University. Começou a carreira na rádio universitária e depois foi trabalhar na Connecticut Public Radio, onde criou o programa que se tornou o canal no Youtube considerado mais relevante da crítica musical da atualidade.

⁹ Ver em <https://musically.com/2018/03/01/music-journalism-dying-changing/?curator=MusicREDEF> acessado em outubro 2021.

¹⁰ Ver em <https://janoschtroehler.medium.com/how-music-journalism-can-survive-the-digital-age-aa3900226a72> acessado em outubro de 2021.

¹¹ Ver em <https://www.rollingstone.com/music/music-features/tiktok-music-journalism-1103594/?curator=MusicREDEF> acessado em outubro de 2021.

Transformação é o ponto chave. O jornalismo, como uma atividade centenária, social e dinâmica, e que funciona dentro de práticas em rede (Deuze e Witschge, 2017), está suscetível a inúmeras mutações em função dos discursos hegemônicos, dos modismos, dos sistemas sociopolíticos e econômicos e das condições materiais de produção da informação, da introdução de novas tecnologias (Jorge, 2013; Charron e De Bonville, 2016; Le Cam, Pereira e Ruellan, 2015). Para Ruellan (2017), o jornalismo é uma atividade em evolução constante, atravessada por diversos conflitos e formações discursivas. Chris Peters e Marcel Broersma (2017) apontaram para as mudanças na estrutura de rede de cooperações que também modificam o modo como o próprio jornalismo é feito e compreendido.

Charron e De Bonville (2016) entenderam as transformações do jornalismo dentro de uma visão paradigmática. Os autores explicam que o jornalismo muda naturalmente e constantemente devido às práticas, às novas tecnologias, às convenções etc. Os jornalistas trabalham sob determinadas regras (não necessariamente regimentadas) de produção, de apuração, de formas narrativas entre outras. que se modificam em um dado espaço-tempo. Quando as sucessivas mudanças, chamadas pelos autores de “normais”, adotadas pela comunidade de profissionais modificam as estruturas da prática jornalística, tal como os modelos de negócios, entendemos que foi estabelecido um novo paradigma (Charron e De Bonville, 2016).

Leif Kramp (2015) entendeu as transformações com ênfase nos impactos dos processos tecnológicos na sociedade. As transformações no jornalismo são movimentos resultantes da mediatização dos metaprocessos da vida social e cultural. Segundo o autor, a mediatização é um fenômeno ligado ao desenvolvimento tecnológico e das ferramentas de comunicação e de informação. É isso que proporcionou o surgimento do jornalismo, e é esse acontecimento que também o obriga a se adaptar ao ambiente e a desenvolver novas formas, enquanto tenta manter suas funções, importância e deveres. Deuze e Witschge (2018) delimitaram o espaço e as variantes de observação em relação aos autores que vimos acima. Eles trazem as transformações do jornalismo sob a perspectiva dos produtores de conteúdo em conjunto com as práticas e do ambiente institucional na qual eles se encontram. Nesse sentido, as transformações do jornalismo acontecem de acordo com os processos dinâmicos em que essas esferas convergem.

Outros autores direcionam as transformações dentro de uma perspectiva micro ou na observação pontual de um elemento dentro do universo que envolve o jornalismo. Denis Ruellan (2017) entende as transformações dentro de uma atividade construída

historicamente, que se impõe dentro de uma ordem simbólica, que é constantemente modificada pelos indivíduos. A tradição brasileira mais recente utiliza duas principais perspectivas teóricas para compreender as transformações do jornalismo.

A primeira é a tecnológica e das convergências midiáticas (Moura et. al., 2018), em que o pesquisador Henry Jenkins é um dos autores mais consultados (Arraes Moreira, 2021). Para Jenkins (2010), a convergência de refere aos fluxos de conteúdos que circulam nas mais diversas plataformas midiáticas, formando uma teia informativa que é conectada pela ação dos públicos. Trata-se de um paradigma sobre o comportamento coletivo de pessoas conectadas em rede, que transforma continuamente as relações de cultura e de consumo. A segunda perspectiva mais abordada pelos estudos brasileiros é a sociológica que se baseia fortemente no conceito de campo e de *habitus* de Pierre Bourdieu (Arraes Moreira, 2021). Aqui coloca-se o jornalismo como uma prática social que existe dentro de uma estrutura com regras e condições específicas, e que o *habitus* se refere a compreensão e a aceitação dessas regras de conduta (Filho e Sá Martino, 2003).

As transformações ocorridas durante a quarta revolução industrial estão sendo muito faladas e discutidas desde os anos 2000 entre profissionais e teóricos do jornalismo, porque foram processos acelerados que aconteceram diante dos olhos desses atores. Isso não quer dizer que mudanças significativas não ocorreram anteriormente. O jornalismo brasileiro de música nasceu tardiamente no início do século XIX, tal como todo o restante da imprensa brasileira. Antes proibido por Portugal, a circulação de periódicos e folhetos tornou-se possível após a vinda da família real portuguesa ao continente, devido à fuga e aos ataques políticos-militares do então imperador francês, Napoleão Bonaparte, à Península Ibérica (Barbosa, 2010). O nascimento da imprensa segmentada de música tem um marco bem definido: a revista *Ramalhete das Damas* (1842-1850), publicada no Rio de Janeiro.

A *Ramalhete das Damas* era uma pequena revista de quatro páginas, impressa pelo pintor inglês George Mathias Heaton, e pelo litógrafo alemão Eduardo Rensburg. A seleção de partituras para piano era feita pelo músico e professor português Rafael Coelho Machado¹², que também era proprietário de uma loja de instrumentos musicais na Rua do Ouvidor, no centro do Rio de Janeiro. À princípio, donos de lojas de instrumentos em associação com casas de impressão e editoras de música publicavam partituras em pequenas revistas. A circulação dessas a partir de meados do século XIX, contribuiu para

¹² Ver mais na página da International Music Store Library Project.
[https://imslp.org/wiki/Heaton %26 Rensburg](https://imslp.org/wiki/Heaton_%26_Rensburg) acessado em setembro de 2021.

a popularização de gêneros musicais que formariam a música popular brasileira nos centros urbanos (Valença, 1990).

Em 1848, a *Ramallete das Damas* inovou quando publicou, pela primeira vez, juntamente com as partituras, uma página de comentários de música escrita por Rafael Coelho Machado, inaugurando, dessa maneira, o jornalismo musical em periódicos especializados (Giron, 2004; Castagna, 2006). Entre 1879 e 1880, circulou, no Rio de Janeiro, a semanária *Revista Musical e de Belas Artes*, publicada e editada pelos músicos Arthur Napoleão e Leopoldo Miguez, também proprietários de uma loja de instrumentos musicais. Essa seria a primeira dedicada exclusivamente a artigos sobre o tema (Castagna, 2006; Medeiros, 2014). O periódico tinha oito páginas, e possuía no quadro de articulistas intelectuais como o engenheiro André Rebouças, Visconde de Taunay, o pianista Oscar Guanabara e o músico, arquiteto e crítico Alfredo Camarate (Medeiros, 2014) – nomes que fazem parte da primeira geração de produtores de conteúdo do jornalismo brasileiro de música.

Se observamos superficialmente e comparativamente a *Ramalho das Damas* (1848) e a *Revista Musical e de Belas Artes* (1880), veremos que há mudanças entre elas que aconteceram em um espaço de tempo de menos de quatro décadas em um período em que os meios impressos e mecânicos estavam em desenvolvimento, embora fossem dominantes à época. As diferenças estéticas de diagramação ainda são mínimas entre um periódico e outro por causa das possibilidades limitadas de impressão. A fotografia, por exemplo, só se tornaria uma realidade na imprensa brasileira na década de 1890 (Barbosa, 2010; Martins e Luca, 2013). Por outro lado, o conteúdo e sua organização ganharam em complexidade. Sob a ótica do produtor de conteúdo, a realidade do editor singular foi responsável pela produção de todos os textos em *Ramallete das Damas*. Na *Revista Musical e de Belas Artes* essa produção foi resultado de uma colaboração de um grupo de músicos, jornalistas e de outros intelectuais.

As mudanças não são apenas resultados de revoluções industriais ou de processos externos de grande impacto que mudam toda uma cadeia produtiva: elas ocorrem continuamente na rotina das redações (Charron e De Bonville, 2016). Essas pequenas mudanças precisam de tempo e de distanciamento para serem notadas, por isso que elas passam despercebidas pelos profissionais da imprensa, envolvidos na loucura da produção diária, que se assustam quando elas se acumulam a ponto de gerar uma mudança na empresa. Isso nos levou a pensar em que tipo de transformações aconteceram no jornalismo de música antes da chamada quarta revolução industrial que introduziu a

internet? Como essas mudanças foram se materializando ao longo do tempo? E quanto aos jornalistas e produtores de conteúdo, como esses grupos de atores também foram se transformando? Será que outras “mortes” do jornalismo de música foram decretadas ao longo dos anos¹³?

Esses questionamentos e curiosidades nos leva à seguinte pergunta de pesquisa:

Quais foram os fatores de mudanças e de permanências na materialidade, no conteúdo e nos grupos de produtores de conteúdo de periódicos brasileiros especializados em música ao longo do século XX?

Estado da arte

De acordo com Jacke, James e Montano (2014), o jornalismo de música é um campo pouco explorado em comparação ao estudo da música popular, bem mais robusto em quantidade de pesquisas. Os autores se referem ao panorama encontrado na Europa, mas essa mesma constatação pode ser feita em relação aos estudos brasileiros. Os estudos da música popular na área de Comunicação são expressivos no Brasil e são ancorados por grupos e associações acadêmicas de pós-graduação. Há grupos de pesquisa não ligados a uma universidade em específico, como a Rede de Pesquisadores em Mídia e Música Popular (Musicom) e a divisão latino-americana da Associação Internacional de Estudos da Música Popular (IASPM).

Há também os grupos ativos de pós-graduação vinculados aos cursos de Comunicação de universidades, como é o caso do Laboratório de Estudos Interdisciplinares de Música e Cultura (Musilab) da Universidade Federal Fluminense; o Grupo de Pesquisa em Culturas Urbanas, Música e Comunicação (Urbesom) da Universidade Paulista; e o Grupo de Pesquisa em Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop) da Universidade Federal de Pernambuco, apenas para citar alguns. Não nos referimos aqui aos inúmeros grupos da área de Música e de História que contribuem com o grande volume da pesquisa em música popular realizada no Brasil.

Apesar do bom volume de produções vindos desses grupos de pesquisas e dos grupos acadêmicos, observamos que os estudos relacionados ao jornalismo musical ainda

¹³ Penso aqui no quão interessante é o confronto de discursos geracionais. Se Ricardo Alexandre (2013) dizia que não existia jornalismo musical no Brasil antes dos anos 1980, José Ramos Tinhorão (2017) não teve papas na língua, ou na ponta da caneta, para dizer que a mesma geração de Ricardo Alexandre não passava de divulgadores de *press-releases* fornecidos pela indústria fonográfica. Se Ricardo Alexandre (2013) pensa que o jornalismo de música nasceu nos anos 1980, e morreu depois da internet 2.0, José Ramos Tinhorão, que foi o último herdeiro de Mário de Andrade e dos folcloristas urbanos, decretou essa morte nos anos 1980.

são poucos. Fizemos um mapeamento de pesquisas de pós-graduação na grande área das Ciências Sociais Aplicadas (onde se encontra a Comunicação e o Jornalismo) no catálogo da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes. O sistema faz uma busca automaticamente no título, nas palavras-chave e no resumo. Usando a palavra-chave “jornalismo musical” sem restrição de tempo, encontramos uma única dissertação de mestrado: a pesquisa de Silva (2008) sobre a revista *Rock Brigade*.

À princípio não estranhamos esse resultado unitário, uma vez que, no Brasil, convencionou-se a inserir o jornalismo musical como parte integrante de uma área maior chamada de jornalismo cultural. O jornalismo cultural é um campo intelectual teórico e prático da atuação jornalística (Basso, 2008) que aborda o fato cultural (Tinhorão, 2007) e a divulgação das novidades no campo das produções de natureza artística (Tinhorão, 2007; Morin, 2001; Gadini, 2009).

O jornalismo cultural também é um campo heterogêneo de gêneros e produtos (Rivera, 2003), subordinado a interesses de mercados, sendo que alguns vem disfarçados de mitos ideológicos (Tinhorão, 2007; Gadini, 2009). Música, cinema, artes plásticas, literatura, moda, gastronomia, videogames e teatro são atividades enquadradas em uma editoria única chamada cultura. Esse sistema de organização foi adotado quando os jornais diários começaram a ser divididos em cadernos ainda no século XIX, e a estrutura foi consolidada nos anos 1920 (Martins e Luca, 2013). A chamada editoria de cultura surgiu com a organização do conteúdo jornalístico, colocando em um lugar único temas que fossem relacionadas às diversas artes e ao entretenimento. A academia acompanhou a realidade que surgiu na prática.

O que chamamos a atenção é que ao abordar uma complexidade de temas distintos, agrupados no campo da arte e do entretenimento, o jornalismo cultural torna-se um termo generalista, que ignora as especificidades e complexidades de cada área em nome de uma prática idealizada comum. O mercado cinematográfico é diferente do mercado fonográfico, que é diferente do mercado editorial, e assim por diante. É por essa razão que nesta tese nós investigamos o jornalismo de música de forma distinta do jornalismo cultural, porque entendemos que essa especialidade tem os caminhos, mercados, públicos, idiosincrasias e subdivisões próprias.

Não se pode ignorar a realidade brasileira, por isso, também fizemos o levantamento das pesquisas de pós-graduação com a palavra-chave “jornalismo cultural”. Foram gerados 102 resultados sem restrições de tempo, dos quais apenas quatro são estudos sobre música e jornalismo musical. As dissertações e teses se tornam um pouco

mais numerosas quando usamos palavras-chave que envolvam os títulos de revistas de música. São encontradas 24 pesquisas a partir da palavra-chave “crítica musical”, sendo que seis delas são dedicadas ao estudo do desenvolvimento da crítica musical em jornais e outras plataformas, enquanto o restante dos trabalhos aborda a crítica como elemento de análise discursiva sobre um artista, um gênero, ou um movimento musical.

Tínhamos a perspectiva de encontrar um volume maior de pesquisa nos congressos temáticos dos estudos de música. O grupo Musicom organizou nove congressos entre 2009 e 2020¹⁴. Estão disponibilizados 170 artigos apresentados em cinco edições a partir de 2013. Deste montante, apenas quatro envolvem o jornalismo musical. O grupo de trabalho Estudos de Som e Música da Associação Nacional dos Programas em Pós-Graduação em Comunicação (Compós) existe desde 2015. Dos 70 trabalhos apresentados entre 2015 e 2021, apenas a pesquisa de Amaral, Monteiro e Soares (2016) aborda aspectos do jornalismo musical ao fazer uma análise da lista de melhores álbuns publicada pela revista *Rolling Stone*. Dos 168 estudos apresentados entre 2005 e 2021 no grupo de trabalho de estudos de jornalismo também da Compós, a quantidade de trabalhos encontrados sobre jornalismo cultural é de uma unidade, em que Gruzynski e Golin (2010) analisaram mudanças no projeto gráfico e a expansão da cobertura cultural do jornal *Diário do Sul* em meados dos anos 1980.

Já no âmbito da América Latina, investigamos os anais dos congressos realizados pela IASPM entre 1997 e 2016 em anos não consecutivos (todo material disponibilizado no website da Associação). Dos 574 artigos, somente quatro colocaram elementos do jornalismo musical no centro do debate, sendo que dois abordam as críticas musicais e dois falam a respeito de jornalistas de música. Um deles foi o artigo do historiador José Geraldo Vinci de Moraes (2005), em que ele trata como historiadores vários dos jornalistas que divulgaram e discutiram a música popular urbana entre os anos 1930 e 1950, entre eles, a jornalista Mariza Lira, que colaborou com a *Revista da Música Popular*. Luisa Quarti Lamarão (2010) falou da importância de alguns atores da difusão da música nos meios de comunicação, entre eles Ana Maria Bahiana, jornalista que começou a carreira no jornal *Rolling Stone* em 1972. Tanto a *Revista da Música Popular*, quanto o *Rolling Stone* são objetos de estudo desta tese.

Diferente da realidade acadêmica, o mercado editorial brasileiro é rico em biografias, livros de memórias, ensaios, coletâneas de reportagens, livros-reportagens e

¹⁴ O congresso tem realização irregular. Musicom ? um congresso em 2021, mas não há como contabilizar ainda a quantidade de trabalhos e quantos são sobre o jornalismo musical.

de pesquisas feitos por jornalistas de música. São trabalhos assinados por Mário de Andrade¹⁵, Mariza Lira, Ana Maria Bahiana, José Ramos Tinhorão, Zuza Homem de Melo, Sérgio Cabral, Ruy Castro, Ricardo Alexandre, Rodrigo Faour, apenas para citar alguns com produção bibliográfica mais expressiva. Para Forastieri (2014), todo jornalista conta uma história, que geralmente é a dele próprio. Por mais que o foco dos livros escritos por esses atores não seja a atividade jornalística, são justamente nessas obras, em especial as contadas em primeira pessoa, onde encontramos informações valiosas sobre rotinas e as práticas de épocas distintas.

A realidade encontrada das pesquisas sobre o jornalismo musical mostra que esse é um campo ainda incipiente no Brasil. Por outro lado, as pesquisas que investigam transformações no jornalismo são mais frequentes. Fizemos um mapeamento das teses brasileiras defendidas entre os anos 2015 e 2019, na área de Comunicação, que observaram transformações nas práticas jornalísticas. Essa produção científica foi levantada por meio do catálogo de teses e dissertações da Capes. Diferente do que aconteceu com as palavras-chave “jornalismo de música” e “crítica musical”, aqui nós aplicamos o filtro para delimitar o espaço de tempo e o tipo de graduação (apenas doutorado) devido ao grande volume de resultados gerados e a dificuldade para filtrá-los de maneira adequada.

Com o uso das palavras-chave “transformação”, chegamos a um total de 111 teses defendidas entre 2015 e 2019 encontradas no sistema da Capes. Dessas, apenas 15 foram selecionados para o estudo qualitativo. Isso corresponde a 13,5% de tudo que foi encontrado. Os demais resultados foram descartados porque falavam de outras áreas da Comunicação, como Publicidade e Propaganda, ou porque abordavam outros temas, como relações do corpo, dança, cinema, videogames, etc, ou porque utilizavam como *corpus* veículos midiáticos para estudar outros temas.

O conjunto dessas teses abrange estudos sobre as mídias tradicionais (impresso, rádio e televisão) e as mídias digitais, ferramentas das mídias sociais. A maioria (no total de oito teses) parte da observação de mudanças engatilhadas por novas ferramentas e tecnologias. Não é à toa que o autor Henry Jenkins (juntamente com Pierre Bourdieu) é o mais frequente nas bibliografias dessas teses. O estadunidense é um estudioso da cultura participativa em ambientes digitais. Embora ele não aborde especificamente o jornalismo,

¹⁵ Muitos dos livros sobre música popular e de coletâneas de textos assinados por Mário de Andrade foram lançados postumamente, organizados por pesquisadores especializados na obra desse intelectual brasileiro.

a ideia de que cada indivíduo ser potencialmente um produtor de mensagens nos ambientes digitais (Jenkins, 2010) é muito atraente para se pensar a forma como isso afeta os veículos de imprensa e a maneira de se noticiar.

A proporção de estudos sobre transformações no jornalismo é um pouco maior entre os artigos apresentados no GT de Jornalismo da Compós. Moura et. al. (2018)¹⁶ mostra que dos 108 textos publicados entre 2008 e 2018 nos anais do congresso, um total de 23 (20%) abordavam os processos de transformação nas práticas jornalísticas. A pesquisa mostrou que desse percentual, a maior parte dos pesquisadores também entendiam as transformações como processos engatilhados sobretudo pelas mudanças tecnológicas, que modificavam as práticas, os modelos de negócios e o perfil dos profissionais.

Não há, ainda, no Brasil um trabalho teórico de fôlego dedicado a pensar as transformações no jornalismo. Por outro lado, os historiadores da imprensa costumam preencher essa lacuna ao abordarem a progressão dos acontecimentos, e as mudanças provocadas pelos ambientes políticos, econômicos, sociais, culturais e tecnológicos. O primeiro grande historiador da imprensa foi Nelson Werneck Sodré, que estudou a imprensa de 1808 (a chegada da família real) até os anos 1960 na obra clássica *A História da Imprensa no Brasil*, lançado originalmente em 1966. Outra obra de referência é *História da Imprensa Brasileira*, de Juarez Bahia, lançada nos anos 1970 e que ganhou versões atualizadas ao longo dos anos. Destacamos também os trabalhos de Marialva Barbosa que foi uma das primeiras mulheres acadêmicas brasileiras na área de Comunicação e é uma das principais referências entre os historiadores da mídia.

Apesar dos estudos do jornalismo musical serem ainda incipientes no Brasil, existe uma certa tradição para se compreender o lado das transformações. Nesse sentido, esta tese se propôs a utilizar as informações e teorias relacionadas às transformações sob a perspectiva da materialidade, do texto e do produtor de conteúdo, e direcioná-las para compreender um campo em que ainda há muito o que ser explorado, que é o jornalismo musical.

Problema de pesquisa

Houve no Brasil a publicação de mais de 200 jornais e revistas especializadas em música ano longo do século XX (Castagna, 2006), entre periódicos acadêmicos,

¹⁶ Trabalho resultante do grupo de pesquisa Natureza e Transformações do Jornalismo na UnB, da qual eu fui integrante.

institucionais e jornalísticos. No final do século XIX, esse tipo de especificação quanto ao formato era um tanto difuso. O que se convencionou a chamar de jornal à época, por causa do formato, do tipo do papel e da impressão, conceitualmente, as revistas eram entendidas pelas suas características colecionáveis (Martins, 2008). Escolhemos o estudo de periódicos que funcionem conceitualmente como uma revista por se tratar de um produto midiático durável, colecionável, de natureza segmentada e especializada.

Para Marília Scalzo (2008, p. 12), a mídia revista é um ponto de encontro de quem a produz e de quem a lê. Ela traça um fio invisível que une um grupo de pessoas, que as aproximam, e tem a capacidade de criar identidade e a sensação de pertencimento. Holmes (2007) e Martins (2008) ressaltam o poder de ligação de uma revista com a comunidade a qual se dirige, o que ajuda o pesquisador a melhor compreender não apenas uma determinada especialização jornalística tal como os respectivos discursos, como também os leitores que financiam o conteúdo. Márcia Benetti (2013) define o jornalismo de revista como um discurso e um modo de conhecimento que é segmentado por público e interesses, e que reúne um conjunto de características materiais, editoriais que vincula os produtores de conteúdo que dela participam com um determinado grupo de leitores.

A materialidade nesta pesquisa se traduz na identidade editorial, que pode ser definida como as diferentes dimensões e processos de uma publicação, que são materializados no produto editorial (Ferguson, 1976; Tavares, 2013). Essas dimensões situam o produto nos contextos sociais, e estabelecem objetivos a serem alcançados por meio da atividade jornalística. A identidade editorial envolve um plano que estabelece (1) a política e a missão editorial; (2) o público leitor que se quer atingir; (3) o tipo de conteúdo oferecido; (4) a apresentação desse conteúdo; (5) objetivos para a dimensão comercial que vai sustentar aquele produto (Scalzo, 2008; Ali, 2009; Tavares, 2013). A identidade editorial traz, portanto, um conjunto de dimensões em que é possível usar subelementos comparáveis na observação de transformações ou permanências na materialidade da revista de música.

A política editorial é um elemento interno à redação e ao corpo administrativo organizacional. Trata-se de um guia de operações cotidianas, que ajudam o editor a manter a revista em consonância com o propósito e a mensagem. Uma revista sem uma política editorial bem estabelecida faz com que o editor precise tomar decisões de ocasião edição após edição, fazendo com que a revista se torne mais personalista, o que traz impactos na coleção (Ferguson, 1976). A política editorial raramente é explicitada para o leitor, que quando o faz, é por meio de um editorial ou como um breve informe fixado.

Uma forma de se averiguar se uma revista possui ou não uma política editorial sólida é por meio da análise do conteúdo e da organização visual. A falta dela mostra um produto com variações significativas de uma edição para outra, quanto às padronizações de seções, diagramação, teor dos textos, entre outros. As diferenças identificadas em uma mesma revista em um curto período dizem mais respeito ao personalismo do editor, do que propriamente às mudanças no jornalismo. A missão editorial, por sua vez, é o propósito maior do periódico, muitas vezes explicitado nos editoriais. As missões editoriais direcionam o tipo de conteúdo oferecido aos leitores que se quer atingir.

Vimos que as mudanças passam pelas novas tecnologias, pelos novos sistemas organizacionais, pela política, pela economia etc. Mas, existe uma unidade fundamental que engatilha todo o processo de transformação: o indivíduo (Charron e De Bonville, 2016; Ruellan, 2017). Todos os componentes que formam o mercado jornalístico são realizados por pessoas estimuladas por interesses e motivações variadas, e que interagem entre si. São esses atores que produzem e que contravêm as próprias regras e normas sobre as práticas e sobre a organização jornalística (Charron e De Bonville, 2016), fazendo com que a transformação aconteça. A importância de se estudar os grupos de produtores de conteúdo é porque eles mudam conforme a época e o lugar, tal como as respectivas identidades e funções sociais (Donsbach, 2010).

Grupos de jornalistas formam uma comunidade interpretativa (Zelizer, 2010), que é unida por meio de discursos e de interpretações coletivas a respeito dos eventos públicos. Segundo a teoria de Barbie Zelizer (2010), é por meio dos discursos, das narrativas das estruturas de *storytelling*, além dos canais de interação entre os produtores de conteúdo, que essa comunidade é capaz de refletir as formas como eles entendem a produção de notícias, além das ideologias e da forma como eles veem o mundo. O conteúdo e os textos são as bases materiais para o entendimento desses indivíduos como uma comunidade, e como esses mesmos grupos compreendiam a música, a respectiva indústria e o papel deles próprios neste conjunto.

Entre os mais de 200 periódicos de música editados no Brasil do século XIX ao ano 2000, nós selecionamos cinco, sendo dois jornais e três revistas de diferentes décadas, com espaços de tempo entre eles de pelo menos 15 anos, que são capazes de cobrir o século de transformações na qual investigamos. São eles: *A Música Para Todos* (1896-1899), *Ariel* (1923-1929), *Revista da Música Popular* (1954-1956), *Jornal Rolling Stone* (1972-1973) e *Bizz* (1985-2001). Procuramos trabalhar com periódicos com características jornalísticas, de circulação comercial, adquiridos pelo público por meio de

assinaturas ou compras diretas. Escolhemos essas peças porque nós entendemos que a imprensa escrita é a mídia mais apropriada para se observar o desenvolvimento dessa especialidade jornalística porque ela abrange o intervalo de tempo que nos propomos observar, diferentemente do rádio, da televisão e da internet. Além disso, a imprensa escrita ainda na atualidade é um lugar nobre de atuação jornalística.

A escolha desses periódicos atende aos seguintes critérios adotados: (1) a relevância dessas publicações nas respectivas épocas; (2) a existência de uma literatura de estudos a respeito desses periódicos, ou de estudos em que essas publicações foram importantes fontes de informação; (3) a existência de conexões entre essas publicações, ou por meio dos produtores de conteúdo, ou por meio de certas continuidades de temas, conteúdos e gêneros jornalísticos; (4) a disponibilidade de exemplares que nos permita um melhor estudo do desenvolvimento do conteúdo, da maneira como ele é organizado e comercializado, e a melhor identificação do grupo de produtores de conteúdo participantes.

O período centenário corresponde ao tempo de desenvolvimento, de ápice de vendas e de popularidade desses periódicos segmentados na mídia impressa, sobretudo os de música. O extenso período também se faz necessário para melhor observar as transformações e as permanências dentro de um espaço de tempo em que o jornalismo de música começou a se configurar em paralelo ao jornalismo diário que passava pelo processo de industrialização e de profissionalização no Brasil (Barbosa, 2010). A proposta desse estudo abarca o final do Século XIX, em um período em que os aparelhos culturais estavam sendo consolidados no Brasil, até o final do Século XX, quando o jornalismo de música passa por um período de popularidade, em especial por meio da revista *Bizz* nas décadas de 1980 e 90.

Depois desse período, na entrada do século XXI e com a ocorrência da quarta revolução industrial, o jornalismo entrou em uma fase de transformações profundas, forçando os veículos de imprensa e os jornalistas a se readequarem a nova realidade do mundo digitalizado (Peters e Broersma, 2017; Rusbridger, 2018). No caso específico do jornalismo musical, o período foi particularmente turbulento frente à necessidade de compreender e assimilar as novas formas de produção e de consumo da música após a internet, além do enfrentamento das muitas “mortes” das práticas profissionais e das próprias idiossincrasias (Forde, 2001). Entendemos que pelo fato desse período ter provocado mudanças radicais, em que os próprios jornalistas musicais ainda estão se

adaptando à situação, seria mais proveitoso realizar o estudo deste período em específico, em um momento posterior.

Dessa maneira, os objetivos dessa pesquisa são: (1) analisar as mudanças e permanências na identidade editorial e no conteúdo textual dos periódicos; (2) identificar o grupo de produtores de conteúdo em seus respectivos contextos sócio-históricos; (3) fazer a comparação entre os periódicos pesquisados.

Condução da tese

Este estudo está dividido em seis capítulos. O primeiro capítulo é destinado às discussões teóricas e à contextualização do tema na história. No primeiro capítulo exploramos o conceito do que pensamos ser o jornalismo. Procuramos nos distanciar de elementos que vão caracterizar essa atividade social regionalmente, como a ideológica função de vigilância da democracia que muitos profissionais jornalistas ocidentais pensam exercer. Focamos em pontos do jornalismo que sejam comuns nessa atividade em qualquer tempo e espaço em que ela é praticada. Assim, entre outros autores encontramos em Jean Charron e Jean De Bonville, Barbie Zelizer, Muniz Sodré a defesa da noção do jornalismo como, essencialmente uma atividade discursiva. Discutimos as noções de transformações, de onde e o porquê delas acontecerem. Entrando na especialidade, que é ponto central do nosso estudo, explicamos o que é o jornalismo cultural e como ele foi concebido, para finalmente, conceituar o jornalismo musical na qual vamos nos referir ao longo de toda a tese.

No segundo capítulo, traçamos um breve histórico dos percursos do jornalismo musical na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, com o objetivo de situar e introduzir o leitor nas particularidades do tema. O capítulo 2 tem o objetivo de contextualizar o leitor a respeito dos cinco periódicos analisados em relação aos contextos históricos na qual estão inseridos. Informamos como e onde encontramos os exemplares, como os periódicos foram usados em pesquisas acadêmicas, por que eles são importantes e as principais características. Em seguida, situamos o leitor em relação à imprensa da época e às manifestações musicais.

As análises dos periódicos são feitas nos capítulos 3, 4 e 5. Todos esses são iniciados com a explicação metodológica, seguida dos estudos descritivos. Encerramos os capítulos apresentando nossas conclusões parciais sobre o conteúdo. O capítulo 3 é dedicado às identidades editoriais dos periódicos, em que estudamos as identidades dos

editores, seguido dos meios de sustentação, público-alvo, a materialidade e, por último, o conteúdo.

O capítulo 4 se dedica a fazer um levantamento de informações biográficas dos produtores de conteúdo. Neste, fazemos um levantamento geral de todos os colaboradores creditados pelos periódicos, na qual traçamos o perfil do grupo em relação a nacionalidade, sexo, profissões associadas. Em seguida, destacamos os quatro produtores de conteúdo mais notáveis, seguindo o critério de participação e de produção que cada um desempenhou nos periódicos.

O capítulo 5 é dedicado a uma leitura hermenêutica parafrástica e de acontecimento sobre os textos assinados pelos produtores de conteúdo na qual destacamos no capítulo anterior. O objetivo dessa análise é compreender mais detalhadamente o que era e como eram discutidas as questões em relação à cultura da música, ou de outros assuntos correlacionados que apareciam nos textos.

No capítulo final, resgatamos as conclusões parciais feitas ao final de cada um dos capítulos anteriores para discutirmos comparativamente o quadro geral das transformações e permanências às práticas do jornalismo musical no Brasil. Em nossas considerações finais, recapitulamos o caminho da pesquisa, propomos outras perspectivas para pesquisas futuras e fazemos projeções sobre o que esperar dessa especialidade jornalística nos tempos atuais.

CAPÍTULO 1 – Visão geral sobre o jornalismo de música

O jornalismo de música, tal como a atividade jornalística brasileira, por mais que apresente peculiaridades devido ao contexto socioeconômico e político do país, nasceu europeu e herdou desse ponto inicial a tradição centenária de se fazer notícias e comentários sobre os assuntos de interesse do público. Por mais que o modo de se fazer jornalismo de música seja diferente do *hardnews*, especialmente em relação aos gêneros textuais adotados, essa especialidade faz parte da área jornalística. Neste capítulo, começamos a pesquisa discutindo o que seria o jornalismo, e o conceito que adotamos nesta tese. Acompanhando o fluxo do raciocínio, fazemos uma breve discussão sobre o que entendemos por transformações do jornalismo, conceitos de jornalismo cultural e de música.

1.1 Conceitos de jornalismo

Há muitas formas de se entender o jornalismo. Dentro do grupo de autores que consultamos, há aqueles que estudam o jornalismo sob a ótica de algumas perspectivas, como a funcionalista e a estruturalista. No grupo funcionalista, Kovach e Rosenstiel (2014) são alguns dos estudiosos que definem essa atividade com base nas funções que ela supostamente deveria possuir. O jornalismo, segundo os autores americanos, é o sistema de produção de informação que as sociedades desenvolvem para suprir a necessidade de acompanhar e debater sobre o que está acontecendo e o que virá, tendo compromisso com a cidadania, com a democracia, e com a construção de um senso de comunidade que governos não podem controlar. É, portanto, o mediador da discussão pública,¹⁷ e também um moderador nos estados democráticos.

O sistema de produção jornalística dissemina o conteúdo necessariamente por meio das mídias modernas de comunicação em massa, e quem desempenha tal função é chamado de jornalista (Demers, 2007; Wilke, 2013). Por ser uma atividade resultante da invenção de um mecanismo que possibilitou a comunicação de massa, a imprensa de Gutenberg, o jornalismo é uma atividade de origem europeia que nasceu no século XVIII, quando as estruturas sociais, profissionais e econômicas que o envolvem começaram a ser estabelecidas, tal como a função de mediação das discussões públicas (Wilke, 2013; Thompson, 2013). Essa visão do conceito de jornalismo, e a função de *watchdog* atribuída

¹⁷ O entendimento de mediação da opinião pública colocado pelos autores geralmente é uma reflexão do pensamento de Walter Lippmann que está no livro *Opinião Pública*, originalmente lançado em 1922.

a ele nas sociedades liberais e democráticas encontra ecos também em Traquina (2005), Kucinski (2005), Schudson (2018), mesmo que esses autores possuam uma visão que os faz colocar em perspectiva o ideal em oposição ao real.

A definição funcionalista, embora majoritária, e a ideologização do jornalista como *watchdog* se perpetuam como um imaginário da profissão (Adghirni, 2017; Pereira, 2020), e encontram também críticos importantes. Para McNair (2006), o jornalismo é o mediador por excelência da discussão pública da era moderna, porém o seu conceito é um debate entre aquilo que ele deveria ser, aquilo que ele não é, e aquilo que ele se torna mediante a intervenção dos mais diferentes interesses políticos, econômicos e sociais. O jornalismo deveria idealmente apresentar os valores ocidentais e éticos em noticiar somente a verdade (McNair, 2006; Kucinski, 2005; Kovach e Rosenstiel, 2014), mas o próprio processo de construção da notícia já implica distorções importantes. Isso porque os jornalistas não reportam os fatos como eles realmente aconteceram, mas sim como eles os interpretaram. Essa percepção vem imbuída pelo *background* do profissional, pelas inclinações ideológicas dos veículos de imprensa, e também dos inúmeros interesses externos (Meyer, 1989; McNair, 2006).

Hanitzsch et al. (2019) entendem que isso gera uma série de distorções e de preconceitos sobre o que consiste a atividade em sua essência. Os conceitos ocidentais relacionam o jornalismo a uma atividade essencial para a democracia; contudo, a maior parte da população mundial vive sob regimes não democráticos. Não quer dizer que o jornalismo não exista nessas sociedades, ao contrário, os estudos comparativos mostram a variedade de práticas nos mais diversos contextos sócio-políticos. Nos países orientais e africanos, o papel do jornalista é visto como o de educador e o de agente social de mudança. Além disso, normas e convenções podem variar de maneira significativa mesmo entre países ocidentais liberais e democráticos. Para Hanitzsch et al. (2019), isso acontece porque existe um vão entre as orientações do jornalista com suas respectivas ideologias políticas e as práticas reais. Esses dois pontos não convergem, propriamente, devido a uma série de pressões, sobretudo as externas à redação. No fim, o jornalista exerce um papel social que é possível dentro do contexto socioeconômico e político em que ele se encontra.

Também crítico da perspectiva funcionalista, Rusbridger (2018) afirma que a mídia tradicional se tornou preguiçosa e corrupta, e que a era digital potencializou também o aparecimento de novos jogadores que inundaram o sistema com notícias que nem sempre são suficientemente confiáveis. A questão primordial para Rusbridger (2018)

é que a notícia provinda de veículos comprometidos é um material caro, e passou a existir um perigoso interesse político e financeiro para a promoção da desinformação e das notícias falsas disseminadas por múltiplos atores. Rusbridger (2018) é corroborado pelas estatísticas trazidas por Van Dalen (2020), que mostram a queda da confiabilidade da imprensa por parte das audiências nos últimos anos em países liberais e democráticos como os Estados Unidos.

De acordo com Van Dalen (2020), para a mídia desempenhar propriamente a função de *watchdog* e de moderadora em países democráticos, é preciso que as audiências ratifiquem esse status, contudo, os números mostram o contrário. Nos Estados Unidos, a queda dessa confiança começa nos anos 1980 (Kovach e Rosenstiel, 2014; Van Dalen, 2020), e em 2016, as pessoas que “difícilmente confiavam” na imprensa era de 60% (Van Dalen, 2020). O autor também traz dados da World Values Survey, que mostram que, entre os anos de 2010 e 2014, menos de 50% da população confia na imprensa em países como Brasil, Argentina, Suécia, Países Baixos e Alemanha (Van Daslen, 2020). No Brasil, o instituto PoderData fez um levantamento em 2020 mostrando que apenas 18% dos brasileiros confiam totalmente na imprensa.¹⁸ Por isso, diante de todos esses dados e informações, acreditamos que os conceitos funcionalistas e os ideais de guardião democrático não sejam os mais apropriados para compreender o que é o jornalismo.

Há também um grande grupo que procura compreender o jornalismo por meio das estruturas que formam o sistema e por meio das instituições que o compõe por serem elementos mais estáveis no espaço-tempo (Kammer, 2013). Ainda assim, a quarta revolução industrial desafia tal lógica. De acordo com Broersma e Peters (2017), o avanço tecnológico acelerado na era digital abalou os paradigmas perpetuados ao longo do século XX, tanto no que se refere ao ideal do jornalismo como atividade fundamental na manutenção das democracias, quanto as práticas e normas perpetuadas dentro das instituições. A lógica industrial do jornalismo ficou defasada, as funções principais (de reportar) foram corroídas, e as funções retóricas (como a própria importância perante a democracia) são consideradas problemáticas.

Pedro Jorge Sousa (2006) define o jornalismo como a atividade profissional de divulgação mediada, periódica, organizada e hierarquizada de informações com interesse

¹⁸ Ver em <https://www.poder360.com.br/midia/poderdata-mostra-queda-de-confianca-dos-brasileiros-na-imprensa/> acessado em março de 2022. Os indicativos dessa pesquisa foram depois confirmados pelo Instituto Reuters, em pesquisa divulgada em 2021. Ver em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/overcoming-indifference-what-attitudes-towards-news-tell-us-about-building-trust> acessado em março de 2022.

para o público. Mas o próprio estudioso português reconhece que tal conceito é falho, pois há diferentes formas de fazer jornalismo, que acontecem longe das redações e dos veículos tradicionais e que trazem tensões e contrapontos a tal definição. Deuze e Witschge (2020) também entendem que o jornalismo como um conjunto de convenções, práticas e fórmulas que emergem de dentro da redação, e que a dinâmica discursiva da construção jornalística é uma noção a ser moldada casuisticamente pelas ações cotidianas. Contudo, a dupla de pesquisadores reconhece que existe um mundo dinâmico além do jornalismo institucionalizado e dos binarismos, e que o jornalismo é uma atividade múltipla que desafia a todo instante os conceitos que lhe são colocados.

Hölsgens et al. (2020) defendem que as definições funcionalistas e estruturalistas do jornalismo não são suficientes, pois esse é um campo de atuação complexo, que apresenta inconsistências e dissonâncias, cujos processos de produção correspondem às experiências e as possibilidades materiais dos produtores de conteúdo. Para o trio de autores, o jornalismo é uma atividade criativa e dinâmica, e que os adventos da quarta revolução industrial só evidenciaram tal mutabilidade ao pressionar as estruturas tradicionais. Zelizer, Boczkowski e Anderson (2022) questionam os conceitos de autonomia, de centralidade, de coerência e de permanência cultivada pelas grandes instituições que representam o jornalismo liberal e comprometido com a democracia, que é supostamente praticado no ocidente.

Autonomia, centralidade e coerência são ilusórios, pois as grandes instituições não são independentes, devido ao compromisso estabelecido com um determinado grupo político e econômico, e o mesmo se pode dizer sobre a coerência na forma pela qual noticiam os acontecimentos. Não mais se centralizam as discussões, devido ao surgimento de uma série de outros jogadores que, por vezes, são considerados fontes de informação mais críveis, e que “roubam” a audiência dos grandes grupos midiáticos. Isso porque, segundo Zelizer, Boczkowski e Anderson (2022), as empresas tradicionais estão comprometidas com uma elite social, política e econômica e com o próprio funcionamento e normas. A pressuposta autoimportância desconectam as empresas tradicionais da audiência e do mundo que as rodeia, fazendo com que as instituições jornalísticas se permitam ficar dentro de uma redoma ideológica. Isso explica porque boa parte da população não confia na imprensa: ela não se reconhece na realidade que os discursos dos jornais apresentam. Por fim, o dinamismo das transformações desafia o discurso de permanência dessas instituições, tal como os respectivos propósitos (Zelizer, Boczkowski e Anderson, 2022).

Charron e De Bonville (2016), em uma definição mais simples, dizem que o jornalismo é o ofício de se fazer o jornal. Essa prática é entendida por dois traços essenciais: como uma prática discursiva sobre os objetos de interesse do público e como elas se manifestam no suporte material; e, segundo, por uma prática interdiscursiva de que o jornalismo é o encontro de diversos discursos e fontes de discurso em um suporte material. O discurso também é ponto chave para se conceituar o jornalismo na visão de Sodré (2012). O autor brasileiro entende que o jornalismo é um processo comunicativo com escopo mais amplo do que prover informação noticiosa. Trata-se da mobilização de diferentes discursos que ocorrem dentro da esfera pública, “mas a sua moderna centralidade conceitual apoia-se na notícia” (Sodré, 2012, p. 15).

Em vez de falar a respeito de funções e de estruturas, que são parâmetros que mudam conforme o tempo e o lugar, os estudiosos parecem ter encontrado no discurso um ponto em comum para o entendimento mais universalizado do que seja o jornalismo. Nesse sentido, Hanitzsch et al. (2019) trazem como proposta a redução do conceito jornalístico para o ponto que é a essência: jornalismo é uma instituição social que é discursivamente (re)criada. Os autores observaram que mesmo em diferentes contextos culturais e políticos, o jornalismo é visto como uma atividade institucionalizada, que tem obrigações e responsabilidades frente à sociedade a que serve. Para Hanitzsch et al. (2019), as estruturas organizacionais, as práticas, as normas formais e informais como os códigos de conduta, tabus, culturas etc., são partes que formam o discurso jornalístico, bem como o jornal é o meio pelo qual esse discurso se materializa. A perspectiva discursiva permite que se entenda a instituição jornalística como uma estrutura dinâmica de significados que são continuamente (re)negociados.

Nesta tese, nós concordamos que o discurso parece ser a unidade fundamental do jornalismo, quando procuramos encontrar um sentido universal para ele, uma vez que as perspectivas funcionalistas e estruturalistas são carregadas de preconceitos e imprecisões, ao serem comparadas a outras realidades e práticas. Entendemos que as funções do jornalismo remetem ao *ethos* profissional e, por isso, são importantes. Contudo, não é isso que o define, mas o que o caracteriza dentro de um determinado contexto. Por outro lado, o estudo das estruturas, das identidades dos jornalistas, das relações entre eles próprios e com atores externos à redação, e da materialidade do jornal são caminhos que levam ao entendimento do desenvolvimento dessa atividade em uma determinada localidade. Isso nos aproxima em especial do conceito e das discussões propostas por

Hanitzsch et al. (2019), no sentido de que essa é uma base que melhor nos leva aos cumprimentos dos objetivos propostos.

1.2 Transformações e permanências do jornalismo

O jornalismo musical morreu ou se transformou? Essa foi a questão inicial que nos levou a desenvolver essa pesquisa, visto a quantidade de depoimentos de jornalistas de música preocupados com o futuro não apenas das próprias carreiras, mas também com a existência da especialidade. O que os estudos falam a respeito? Que gatilhos provocam as transformações e, por fim, como podemos compreender as transformações no jornalismo?

Os estudos sobre as transformações das práticas, das normas, das materialidades e das instituições do jornalismo, em especial na era digital, são abundantes, e a maior parte dos pesquisadores concordam que a tecnologia tem papel preponderante nesse processo. A perspectiva tecnológica e de convergência das mídias é o que concentra a maior parte dos estudos na tradição brasileira (Moura et. al., 2018), e o pesquisador Henry Jenkins é um dos autores mais referenciados (Arraes Moreira, 2021). Nas pesquisas diretamente consultadas, essa é a linha adotada pelas brasileiras Del Bianco (2004) e Jorge (2013), e também pelos estudiosos internacionais Kramp e Loosen (2018), Pavlik (2015), Demers (2007), Mari (2019), Lee-Wright et al. (2012).

Para Del Bianco (2004), o advento das tecnologias digitais trouxe alterações muito mais profundas do que uma simples “troca de roupa” midiática: os horizontes e os paradigmas da experiência perceptiva mudaram. Mais do que ser uma ferramenta que acrescentou uma mídia de veiculação de informação, as tecnologias digitais proporcionaram uma nova maneira de conhecer e de se relacionar com o mundo. As pessoas ganharam ferramentas com as quais podem ter voz própria para expressar o que pensam, e também em mostrar e interpretar o que elas mesmas testemunharam. Uma das consequências disso foi a destruição de certos fundamentos da cultura jornalística, especialmente no papel como principal mediador da sociedade.

De acordo com Demers (2007), a transformação do jornalismo, engatilhadas especialmente pelas inovações tecnológicas, se dá pelo processo de desestruturação e reestruturação de, pelo menos, três pontos principais: as empresas-mídia e os modelos de negócio, o conteúdo e o modo como ele se organiza nas mídias, e as práticas dos jornalistas. A introdução de novos elementos costuma tensionar uma ordem estabelecida e desestrutura as fórmulas então tradicionais. Por meio do processo que o autor chama de

“destruição criativa”, o modelo anterior cai, engatilhando um processo de transformação e de adaptação ao ambiente que vai culminar em um novo modelo.

Kramp e Loosen (2018) observaram que as mídias digitais mudaram as relações entre os jornalistas e a audiência, transformando-os em ponto de encontro entre os dois polos. Isso gerou tensões do ponto de vista do jornalismo como sistema social, das organizações de mídia, das redações e dos próprios jornalistas como atores individuais. O jornalismo transformou-se em um multicanal de comunicação, cujo conteúdo é distribuído nas mais diversas plataformas, cada qual com um determinado propósito de pesquisa, engajamento com a audiência, marketing e monetização etc. Pavlik (2015) mostrou que instrumentos com tecnologias digitais, como celulares e drones, empoderaram as pessoas a praticarem um jornalismo de baixo custo e altamente inovador. As redes sociais digitais deram uma nova dimensão de como vincular esse conteúdo, particularmente o Twitter, que se transformou na plataforma de excelência de notícias em tempo real.

Os novos instrumentos tecnológicos provocaram mudanças na natureza participativa do jornalismo e da mídia, nos métodos de se fazer jornalismo, na apresentação do conteúdo e no modo de se contar a narrativa, e nas estruturas organizacionais. Mas também, como consequência, motivou respostas por parte de governos no sentido de criar mecanismos de controle, vigilância e de censura para conter tais iniciativas (Pavlik, 2015). Lee-Wright et al. (2012) apontaram que se, por um lado, houve maior velocidade de comunicação e barateamento do processo de produção de notícias, por outro lado houve diminuição da autonomia dos jornalistas e um declínio geral na qualidade, além da desprofissionalização, e questionamentos sobre a posição de autoridade de jornalistas profissionais da área.

Örnebring (2009) traz a perspectiva organizacional, da sociologia ocupacional, do trabalho e das profissões para compreender como as transformações estruturais pressionadas pela economia e pela tecnologia impactam as práticas jornalísticas. As mudanças organizacionais provocadas pela introdução de tecnologias digitais, pela desregulamentação geral dos mercados de trabalho e a desqualificação tornaram a profissionalização mais volátil. Ainda segundo Örnebring (2010), todo processo de transformação traz o movimento de qualificação, desqualificação e requalificação dos jornalistas – eles estão perfeitamente treinados dentro de um cenário, até que a introdução de uma nova tecnologia provoca uma série de mudanças e estranhamentos a respeito do novo ambiente, forçando os profissionais a se requalificarem dentro das novas condições.

Kammer (2013) parte das noções defendidas por Örnebring para fez uma investigação baseada nas transformações macrossociais e institucionais. Para o autor, os agentes externos impactam de forma mais determinante nas transformações das instituições jornalísticas, do que as pequenas mudanças de comportamento interno. O autor chama esse processo de submissão institucional, uma vez que o jornalismo, em especial na virada para a era digital, passou mais a servir a mediatização e ao mercado do que o sentido contrário. Broersma e Peters (2017) destacaram que não foram apenas as *hardnews* e o teor político próprio delas que sofreram com os impactos das mudanças engatilhadas pela tecnologia e pelos modelos de negócios. As chamadas *softnews* (onde o jornalismo musical se encaixa) foram rapidamente atropeladas, em geral, pelas empresas e atores em posições mais privilegiada na ecologia da informação. As reflexões desses estudiosos explicam em parte o sentimento pessimista por parte dos jornalistas de música citados na introdução desta tese a respeito de que a especialidade perdeu a relevância.

Observamos que a introdução de novos atores, redes sociais digitais e a desprofissionalização tiveram papel importante nos impactos sofridos no jornalismo musical e também no quadro geral da atividade. Por outro lado, é importante lembrar mais uma vez que a tecnologia digital tenha forçado mudanças intensas e aceleradas, mas esse processo não é pontual, e sim contínuo. Além disso, tecnologia por si só não engatilha e nem explica totalmente o que sejam as transformações. O recorte desses estudos citados também não permite compreender a continuidade das mudanças no jornalismo, que ocorrem desde o nascimento dessa atividade. Le Cam et al. (2015, p. 11) afirmam que o jornalismo se transforma em decorrência dos discursos, modismos, das condições materiais de produção da informação, se ancorando na história e dela conservando neste processo algumas permanências. Mas o que são as transformações do jornalismo afinal? Como e por que elas acontecem? Quais os conceitos trabalhados pelos acadêmicos e que pontos pretendemos trabalhar nesta tese?

Broersma e Peters (2017) propõem o conceito de ecologia informacional como metáfora para explicar as conexões entre os diferentes ambientes midiáticos e as respectivas transformações. O conceito, segundo os autores, permite o estudo dos diferentes organismos, como eles se organizam no ambiente, e suas relações interdependentes com outros, que no caso do jornalismo seria, por exemplo, a produção jornalística, o discurso, os atores e as relações entre eles, as ferramentas etc. Essa dinâmica busca identificar que pontos permanecem, que pontos são extintos e que

mudanças são feitas para “sobreviver” ao ambiente dinâmico. Quando o foco é observar a estrutura, os autores sugerem olhar com distância para todo esse ambiente ecológico a fim de poder identificar a complexidade do todo. Os autores assumem que a ecologia informacional é uma perspectiva funcional – mas não funcionalista – cujo olhar se volta para o que o jornalismo faz pelas pessoas.

Para entender as mudanças no jornalismo e antecipar um futuro possível para isso, nós devemos estudar funções em um nível micro sem cair no funcionalismo e as respectivas concepções pré-definidas de cima para baixo. Em outras palavras, se queremos perceber que funções a notícia e a informação têm na vida diária das pessoas, e conseqüentemente quais fornecedores as cumprem, devemos começar com as práticas diárias, hábitos, rotinas, experiências dos usuários. Nós entendemos que devemos primeiro estudar essas funções e depois verificar se isso pode realmente alavancar para uma teoria e perspectiva a nível macro (Broersma e Peters, 2017, p.12).

Os autores propõem, portanto, os estudos de recepção para identificar o que o jornalismo realmente representa para o público e, em paralelo, mostrar como os impactos das mudanças afetam nessa relação. O foco de Broersma e Peters (2017) é assumidamente socioeconômico, e o recorte de tempo e espaço é o jornalismo ocidental na era digital. Embora o conceito de ecologia informacional seja interessante e possa ser aplicado em nossos estudos, a metodologia proposta não atenderia aos nossos objetivos.

Assim como Broersma e Peters (2017), Jorge (2013) também buscou na biologia a analogia para buscar uma definição do que são as transformações no jornalismo. A autora explica a mutação como uma alteração permanente de um ou vários caracteres genéticos que surge de maneira espontânea ou que é provocada por um agente externo. Transportando essa noção para o jornalismo, a mutação torna-se “uma ocorrência derivada de agentes humanos, algumas vezes a partir de experimentações prévias, outras vezes como reação a uma invenção ou a uma nova situação, dentro de um contexto social favorável” (Jorge, 2013, p. 149). As mutações são classificadas como falsas e verdadeiras. No primeiro caso, refere-se à introdução de um novo elemento, como uma ferramenta, não necessariamente ao *modus operandi* da prática jornalística. O segundo caso seriam as transformações de fato, e essas são categoricamente subdivididas em mutação social (novas relações com o público); mutação pontual ou localizadas (como a adoção da pirâmide invertida); mutação categórica (que ocorre no ambiente das redações).

As propostas conceituais de Jorge (2013) foram pensadas para compreender as mutações nas notícias em específico e essa parece ser melhor aplicada para análise da

materialidade do texto. Contudo, acreditamos que tais preceitos carecem de uma melhor clareza, em especial sobre o que seria ou não uma mutação falsa ou verdadeira. Poderíamos dizer que mutações falsas são indicativos das permanências? Charron e De Bonville (2016) também usam a palavra mutação para explicar a teoria do que sejam as transformações no jornalismo. Porém, diferente de Broersma e Peters (2017), e Jorge (2013), o termo não é uma alegoria vinda das ciências biológicas, mas sim, dos preceitos de Thomas Kuhn, sobre os paradigmas da ciência.

Charron e De Bonville (2016) explicam que o jornalismo muda naturalmente e constantemente devido às práticas, às novas tecnologias, às convenções etc. Os jornalistas trabalham sob determinadas regras (não necessariamente regimentadas) de produção, de apuração, de formas narrativas etc. que se modificam em um dado espaço-tempo. Quando as sucessivas mudanças, chamadas pelos autores de “normais”, adotadas pela comunidade de profissionais modificam as estruturas da prática jornalística, tal como os modelos de negócios etc, entendemos que foi estabelecido um novo paradigma (Charron e De Bonville, 2016).

Paradigmas do jornalismo é definido como um sistema normativo criado por uma prática fundamentada no exemplo e da imitação, constituído de postulados, de esquemas de interpretação, de valores e de modelos exemplares com os quais se identificam e se referem os membros de uma comunidade jornalística em um dado âmbito espaço-temporal, que unem os integrantes à comunidade e servem para legitimar a prática (Charron e De Bonville, 2016, p. 68)

Os autores desenvolveram uma metodologia em que, para identificar mudanças estruturais, é preciso comparar o campo do jornalismo desenvolvido em um determinado local ao longo de um tempo. Isso pode ser checado com base na análise de 14 parâmetros construtivos da problemática, que parte do texto jornalístico, que é a instância mais interna. As demais instâncias, da mais interna para a mais externa, são: texto jornalístico (organização e apresentação do conteúdo); prática jornalística; jornalistas; organização jornalística; produção midiática; meios de comunicação; fontes de informação; fontes de financiamento; público; práticas culturais e valores; instituições socioculturais; direito e sistema político; economia.

São quatro os paradigmas jornalísticos, identificados a partir de estudos de jornais da imprensa norte-americana e canadense: de transmissão, de opinião, de informação e de comunicação. O primeiro é caracterizado pela publicação de textos com origem externa à redação que recebem pouca ou nenhuma intervenção do editor, que costumava

também ser o impressor. O segundo baseia-se na prática jornalística pautada em opiniões, ações e interesses de grupos ligados ao jornal. O terceiro é resultante do período de industrialização e da profissionalização da atividade jornalística, e tem como característica a valorização da notícia factual. O último paradigma diz respeito ao momento atual, em que o ambiente de hiperconcorrência midiática fizeram com que as práticas jornalísticas absorvessem elementos do entretenimento e da comunicação em multimeios para garantir fatias do mercado cada vez mais estreitas.

Charron e De Bonville (2016) reconhecem que o modelo dos quatro paradigmas é resultante da pesquisa a partir de circunstâncias específicas observadas no Canadá e nos Estados Unidos. As práticas jornalísticas de outros países, portanto, podem apresentar um desenvolvimento completamente diferente. Mesmo que esses paradigmas se confirmem, eles podem aparecer em momentos e circunstâncias distintas. Voltamos a pensar no jornalismo brasileiro que surgiu tardiamente. Apesar de a prática jornalística no Brasil seguir o modelo ocidental, a história social, política, econômica e cultural do país foi determinante para que os paradigmas identificados por Charron e De Bonville (2016) se desenvolvessem apresentando certas peculiaridades.

A análise de conteúdo da materialidade é um dos métodos para se averiguar as mudanças mais internas da atividade jornalística, contudo, há o papel individual dos atores como promotores das mudanças. Por isso, a pesquisa também tem como método a observação microssociológica e a contextualização sócio-histórica, no sentido de compreender como as ações cotidianas promovem mudanças normais que, mais adiante, podem impactar em uma mudança paradigmática. A perspectiva da ação dos indivíduos é encontrada de maneira aproximada nos trabalhos de Ruellan (2017) e de Deuze e Witschge (2018).

Para Ruellan (2017), as transformações como movimentos dentro de uma atividade construída historicamente, que se impõe dentro de uma ordem simbólica, é constantemente modificada pelos indivíduos. Para Deuze e Witschge (2018), as transformações do jornalismo acontecem de acordo com os processos dinâmicos e convergências entre o conjunto de práticas jornalísticas, as redes de trabalho e as instituições. Por outro lado, a questão sobre o que é o jornalismo não é tão relevante quanto compreender o que ele está se tornando diante das contínuas transformações e como, ao mesmo tempo, ele ainda tem a capacidade permanecer estranhamente similar diante dos mais diversos cenários (Deuze e Witschge, 2020). Encontramos constatações similares em Le Cam et al. (2015) e em Schudson (2018).

Nós acreditamos que a construção teórica de Charron e De Bonville (2016) é a mais abrangente e metodologicamente estruturada, pois considera os processos de mudança dos mais simples aos mais complexos, compreendendo, assim como Deuze e Witschge (2020), que esses são processos dinâmicos e interligados. Os processos de permanência, tal como alertam Deuze e Witschege (2020), Schudson (2018) e Le Cam et. al. (2015) são igualmente importantes na checagem de como o jornalismo de música evoluiu. Por outro lado, é preciso ressaltar que, diferente da construção teórica de Charron e De Bonville (2016), as transformações paradigmáticas não são foco de interesse deste estudo.

O jornalismo de música é uma especialidade, uma parte integrante da atividade jornalística, por isso tende a seguir o fluxo de desenvolvimento majoritário que os historiadores bem documentaram, como Barbosa (2007 e 2010), Bahia (2009) e Martins e De Luca (2008). Nosso objetivo é verificar como o jornalismo de música se transformou dentro as particularidades que ele apresenta. Assim como Charron e De Bonville (2016), acreditamos que a materialidade física e também dos discursos é importante como registro dessas mudanças, bem como os indivíduos interagindo com as demais instâncias internas e externas à redação. Mas, também concordando com Ruellan (2017), buscar saber quem são esses indivíduos é determinante, pois são os agentes primários de qualquer mudança.

1.3 Jornalismo cultural

Existe um entendimento de que o jornalismo de música seria um subcampo (Marchetti, 2005), uma área (Kristensen e Riegert, 2017), um dos subgêneros (Torres Silva, 2014), um fragmento (Nunes, 2004; Shuker, 2001), ou mesmo um espaço periférico (Forde, 2001) do jornalismo cultural ou das artes – termo mais usado pelos autores europeus e americanos. Mas o que seria o jornalismo cultural, ou das artes? Trata-se de uma especialidade nascida na Europa no início do século XVIII, por meio dos comentários literários e filosóficos publicados em semanários franceses e ingleses (Melo, s/d; Briggs e Burke, 2016). O jornalismo cultural é uma invenção burguesa, consequência do humanismo propagado na Europa após o Renascimento (Piza, 2007).

Para Melo (s/d) e Basso (2008), o jornalismo cultural teria como missão ser o mediador do conhecimento sobre as artes, sobre a filosofia e sobre a cultura, fazendo esse trabalho de forma mais democrática e reflexiva possível para permitir que o público leitor tenha subsídios para compreender a própria sociedade por meio delas. “A função do jornalismo cultural é revelar de forma clara e acessível que em toda grande obra de

literatura, de poesia, de música, de pintura e de escultura há um pensamento profundo sobre a condição humana” (Melo, s/d).

Por outro lado, a realidade que se impõe na prática do jornalismo cultural ou de artes faz com que o conceito ideológico apresentado necessite de revisões. Primeiro, existe a posição que ele ocupa nos diários, que o coloca em uma posição secundária em relação aos *hard news* nos diários e nos semanários (Forde, 2001; Kristensen e Riegert, 2017; Szántó, 2007; Szántó, Levy e Tyndall, 2004; Piza, 2007). De acordo com Straban (2011), o jornalismo cultural se distanciou das *hard news* porque, enquanto esta última aprimorava os rituais textuais estratégicos da objetividade, o primeiro continuava a seguir no percurso da subjetividade textual e da opinião – que hoje, ironicamente, é tão valorizada nas outras especialidades de “primeiro caderno”, como a política e a economia. Sendo colocado em um papel de segunda categoria na própria redação,¹⁹ esse status se reflete também na quantidade de pesquisas acadêmicas na área, que estão em um número menor em relação aos estudos e especialidades “nobres”, como o jornalismo político.

Piza (2007) passou a carreira como repórter e, depois, como editor cultural, combatendo a ideia dos colegas de que dar opinião é fácil. O crítico cultural precisa ter um amplo arcabouço de informações e conhecimentos sobre a área na qual é especialista, porém, nem sempre esse conhecimento específico é valorizado pelos colegas de redação. Kristensen e Riegert (2017) argumentaram que a crítica de arte nem sempre é considerada como um texto jornalístico entre os pares, e nem mesmo por alguns acadêmicos. E a razão para tal é que nem todos os críticos de arte são profissionais que fazem carreira nas redações. A exemplo disso, como veremos adiante neste capítulo, diferentemente dos críticos de música erudita, os críticos de música popular começavam as carreiras em uma idade jovem e sem experiências profissionais anteriores, muitas vezes ficando escanteados e sem supervisão nas respectivas redações. Além disso, existe a natureza da relação das fontes com os jornalistas de artes, que muitas vezes desenvolvem relações

¹⁹ Minhas experiências pessoais em redação mostram o quanto isso é verdadeiro. Quando trabalhei na então Radiobrás, no noticiário local, me posicionei na redação como a jornalista de cultura, onde fazia diariamente a agenda de eventos, e pequenas entrevistas de artistas que se apresentariam no Distrito Federal. Por mais que conseguisse exclusivas com grandes nomes nacionais e até mesmo internacionais para o pequeno noticiário radiofônico local, minhas matérias eram sempre delegadas ao “terceiro bloco”, e só iam de fato ao ar quando sobrava tempo, uma vez que o noticiário nacional, que ia ao ar primeiro, não raro tomava minutos preciosos do irmão menor local. Com o tempo, percebi que a única maneira de as pautas de artes terem protagonismo (que não fosse por meio da tragédia, como a morte de um artista muito importante), era fazê-las nas mídias segmentadas e especializadas.

aproximadas. O que seria uma necessidade na editoria de artes, é outro ponto que nem sempre é visto com bons olhos entre os pares (Straban, 2011).

Por último, existe a relação de dependência do jornalismo de artes com a indústria cultural que a sustenta, tanto em pautas quanto financeiramente (Faro, 2009; Tinhorão, 2017; Szántó, 2007; Gadini, 2009). Tinhorão (2017) questionou o papel do jornalismo cultural em abordar o fato cultural, quando este e seus respectivos valores “artísticos-espirituais” são subordinados aos interesses práticos e comerciais do veículo de imprensa. Szántó (2007) explicou que o setor de artes pressiona a imprensa, e que as aproximações pessoais entre os atores podem influir, inclusive, na opinião do jornalista, que por vezes é obrigado a ser simpático a uma determinada obra para agradar a terceiros que estão presentes na redação. O setor empresarial da cultura também exerce enorme pressão na editoria. De acordo com Szántó (2007), a indústria cultural, pelo volume de dinheiro que movimenta, tenta monopolizar as pautas da imprensa, seja pelas críticas ou mesmo pelas notícias de celebridades e das produções, o que cria uma situação problemática, porque ao mesmo tempo que eles são patrocinadores, entendem que uma opinião positiva se converte no retorno do dinheiro investido.

É assim que se pode compreender porque, em determinado momento, apenas estas ou aquelas manifestações da criação humana sejam destacadas do vasto painel da produção cultural para figurar como objeto de interesse dos órgãos de divulgação, para fins de comunicação às maiorias. Para disfarce de tais escolhas práticas, subordinadas a evidentes interesses de mercado, os responsáveis pelos meios de divulgação valem-se dos mitos ideológicos, que eles mesmos se encarregam de forjar. (Tinhorão, 2017, p.26-27)

As fortes pressões de mercado aliadas a uma falta de entendimento do que realmente se trata o jornalismo cultural ou das artes, que faz com que as políticas editoriais desse segmento sofram transformações mais agudas do que as observadas em outras especialidades (Straban, 2011). Acadêmicos europeus, norte-americanos e brasileiros aqui citados apontam em comum que, apesar de todas as tentativas de mudanças, o fato é que as editorias culturais dos diários estão cada vez mais orientadas para o consumo, centradas em pautas de agenda, e abrigando profissionais com conhecimentos cada vez mais superficiais.

Levando em consideração a discussão proposta, o jornalismo cultural, ou das artes, é entendido como um campo intelectual teórico e prático da atuação jornalística (Basso, 2008), que se utiliza dos discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo para abordar o fato cultural, e que se propõe a divulgar as

novidades do mercado das produções de natureza artística (Faro, 2009; Tinhorão, 2017; Gadini, 2004) no meio social em que o mesmo é produzido, circula e é consumido (Gadini, 2004).

Não se pode ignorar que os estudos do jornalismo cultural no Brasil são, em maioria, sobre as editorias dos jornais diários, porque se convencionou associar o segmento jornalístico com a organização do conteúdo. No século XIX, as notícias e críticas das artes costumavam ser publicadas em seções destacadas apenas por barras em negrito em meio a tantas outras notícias. O que era mais ou menos importante para o editor ou para as pessoas responsáveis pela organização do conteúdo era identificado pela ordem na qual as notícias eram colocadas.

No século XX, a pauta cultural foi deslocada em uma editoria própria, que pouco a pouco, conforme com os avanços tecnológicos e estéticos, era materializada em cadernos e em suplementos especiais de fim de semana (notavelmente os suplementos de literatura). Foram marcos importantes o suplemento semanal literário do *Estado de S. Paulo*, em 1956, e o Caderno B do *Jornal do Brasil*, em 1960, devido à excelência do conteúdo (Piza, 2007). Na música, destacamos a criação do Rio Fanzine, em 1986 por Ana Maria Bahiana para o jornal *O Globo*, para dar espaço à música pop e rock jovem que circulava à época.

O que os autores bem observam a respeito da realidade dessas editorias culturais é a miscelânea de assuntos e a tendência para a generalização, e para um jornalismo orientado para o consumo e para o entretenimento (Gadini, 2004; Straban, 2011; Assis, 2008; Faro, 2009; Szántó, 2007). Ballerini (2015) não apenas coloca debaixo do guarda-chuva do jornalismo cultural as artes tradicionais, como música, teatro, cinema, artes plásticas e literatura, como também inclui games, moda, culinária e televisão. As editorias de cultura hoje, em que o conteúdo do jornal é majoritariamente online, são espaço também para a cobertura de redes sociais, de celebridades, além dos espaços cativos para o horóscopo e para as palavras-cruzadas. Há na atualidade brasileira, inclusive, jornais que aboliram a editoria de cultura para transformá-la em editoria de diversão e entretenimento, caso do *Correio Braziliense*, ou de veículos como a *CNN Brasil*.

Embora reconheçamos que o jornalismo cultural ou das artes é uma grande área em que se convencionou abrigar as pautas artísticas, entendemos que o cinema, a música, as artes plásticas, a literatura, o teatro operam em sistemas próprios. As práticas que envolvem cada uma dessas expressões demandam conhecimento das especificidades, dos meandros, dos atores, dos modos operatórios que fazem funcionar, por isso elas são

também distintas umas das outras. No jornalismo de cinema, por exemplo, saber detalhes de produção de um filme, dos trajetos que envolvem a cadeia de produção de uma obra de sua fase de pre-produção até a distribuição, das estratégias de *marketing*, do conhecimento de *tracking*, dos custos, é tão importante quanto fazer uma resenha ou uma crítica. Já nos *games*, conhecer os desenvolvedores, compreender o que é *storytelling* e, principalmente, saber jogar, é fundamental nessa especialidade.

Mas o que é o jornalismo musical? Como ele funciona?

1.4 Jornalismo musical

De acordo com Varriale (2015), o jornalismo musical é um campo cultural e social estruturado internamente, definido por conflitos e por orientações culturais dos periódicos. Por esse conceito, teríamos o jornalismo musical como um campo intelectual altamente direcionado pelas políticas editoriais dos veículos de imprensa especializados. Embora os periódicos tenham papel relevante na orientação do que é legitimado na música, eles são apenas mais um componente entre os muitos que compõem o campo. Entendemos que as pessoas formam a unidade fundamental, e mais do que idealizar políticas editoriais nas quais essas mesmas pessoas geralmente concordam dentro de um veículo de imprensa, elas ainda integram uma comunidade maior, que é mais ou menos coerente entre si, e que discute e cria narrativas sobre a música. Esses grupos de atores são, portanto, uma comunidade discursiva (Zelizer, 2010).

É possível citar diversos exemplos de como essa comunidade se constitui ao longo do tempo/espço. Na cidade do Rio de Janeiro (Brasil) dos anos 1950, era comum grupos de jornalistas que trabalhavam em diferentes periódicos da imprensa diária ou em periódicos especializados, se reunirem em bares para discutir, eles mesmos, as pautas que seriam desenvolvidas nos respectivos veículos (Lobo, 1991; Holanda, 1970). Esses jornalistas interagiam nesses locais com os próprios artistas e compositores, sendo que muitos deles também faziam papéis “duplos” na imprensa e como atores artísticos, construindo um discurso coeso a respeito dos gêneros musicais que lhes eram afins. Na Inglaterra dos anos 1970 e 1980, jovens mal saídos da adolescência e fãs de jornalistas norte-americanos mais experientes, que iniciaram a carreira nos anos 1960, eram contratados por periódicos diários, quinzenais e mensais especializados para fazer reportagens e exercitar a crítica musical, perpetuando assim certos valores e discursos a respeito de determinados artistas e de movimentos musicais relacionados à cultura rock (Forde, 2001; Parsons, 2005; Reynolds, 2006; Conté 2007). Em comum, esses grupos

brasileiros e ingleses mantinham discursos mais ou menos coerentes a respeito das cenas musicais das quais esses atores participavam, mesmo trabalhando em veículos e mídias distintas.

Para Nunes (2010), o jornalismo musical é um campo cheio de tensões em que os jornalistas e os veículos de imprensa estão em posição dupla-dependência. Por um lado, há a dependência das gravadoras que fornecem não apenas parte das finanças que sustentam o veículo, como também facilitam o acesso aos produtos e aos artistas. Por outro lado, há a dependência em relação à comunidade de leitores, que também são importante fonte de sustento, e possuem as próprias demandas em relação aos conteúdos produzidos. Chapple e Garofalo (1989) e Murphy (2015) explicam que a indústria fonográfica encontrou nas chamadas *trade magazines* (especialistas em reportar os movimentos da indústria), como a *Billboard* e *Cashbox*, uma maneira de fazer uma interlocução entre a música comercializada e o público-alvo. A partir dos anos 1950 e 60, as revistas especializadas em reportagens e críticas musicais, como a *Rolling Stone Magazine*, também passaram a ser visadas como investimento dessa mesma indústria por serem um canal de legitimação por meio da autoridade jornalística.

Para Reynolds (2006), é preciso levar em consideração que a dependência da imprensa com a indústria fonográfica era porque esta última ajudava a financiar os periódicos via anúncios publicitários. Não existia, até então, muitos canais midiáticos disponíveis além das revistas e de algumas estações de rádio. A imprensa escrita começaria a perder uma parcela do dinheiro dos anúncios a partir dos anos 1980 com a inauguração da MTV e de canais de TV e, no final dos anos 1990, a internet pulverizaria tal sistema ao criar um ambiente de hiperconcorrência (Charron e De Bonville, 2016) também na pauta musical. No Brasil, a primeira publicação do tipo *trade magazine* foi a *Phonoarte*, produzida entre 1927 e 1931 (Frota, 2003). Nunes (2010) defende que os jornalistas de música se colocam em uma posição de mediadores entre os dois polos de financiamento: indústria e comunidade de leitores. E que isso faz com que eles precisam ter a habilidade de negociar a relação entre o comercial e o artístico.

Condé (2007) e Melnyk (2019) entendem que o jornalismo musical é um gênero informativo associado (mas distinto) à crítica musical. Ao passo que o primeiro tem uma função essencialmente informativa, o segundo é o responsável pela legitimação, pelos preconceitos que mantém o público longe de certas obras ou artistas, além de ser o espaço de debates, polêmicas e discussões. Contudo, dissociar a crítica do jornalismo musical como sendo gêneros jornalísticos distintos possui alguns problemas, pois a opinião e a

informação interagem em um único corpo textual, sobretudo quando se reporta às artes. O jornalismo musical não é uma entidade paralela: a especialidade integra esse campo maior, e se utiliza das técnicas e dos mesmos gêneros jornalísticos opinativos e informativos existentes (entrevista, ensaio, comentário, crítica, notícia, reportagem etc.). Portanto, para a nossa pesquisa, seguimos Forde (2001), Nunes (2004), Powers (2013), e Jacke, James e Montano (2014), que são alguns dos pesquisadores que entendem a crítica musical como parte – extremamente relevante – do que se entende como jornalismo musical.

Para Forde (2001) e Shuker (2001), o jornalismo musical pode ser considerado também um gênero literário, associado ao *New Journalism*, e que foi parte importante no desenvolvimento do jornalismo gonzo. Essa explicação parte das origens da introdução da música popular no conteúdo das chamadas *penny press*.²⁰ Noticiar a música popular foi um recurso para atrair leitores interessados nas formas mais baixas de entretenimento popular, porém essa nunca foi uma pauta valorizada nas redações, e era delegada aos jornalistas de pouca experiência (Jacke, James e Montano, 2014). Sem antecessores que pudessem dar a eles alguma referência, e sem o suporte dos críticos “sérios” de música erudita, de teatro e de literatura, os jornalistas de música popular foram desenvolvendo a especialidade de forma instintiva e livres de maiores supervisões. A crítica de música popular era considerada algo menor, que qualquer um poderia fazer, pois, supostamente, não requeria nenhum tipo de conhecimento especial.

Em termos textuais, de acordo com Forde (2001), esses jovens jornalistas começaram a se aproximar dos fanzines de ficção científica e, posteriormente, da literatura *beat*. Esses foram ingredientes importantes que culminaram no desenvolvimento do *New Journalism* e, sobretudo, do jornalismo gonzo nos anos 1960. Esse estilo textual consagrou jornalistas norte-americanos e ingleses como Hunter S. Thompson, Nick Kent, Lester Bangs, Tony Parsons, Nick Tosches, que escreviam em periódicos semanários e quinzenários como *Melody Maker*, *New Musical Express*, *Creem*, *Rolling Stone Magazine*, *Village Voice*, além dos jornais da imprensa diária. Também são referências para o jornalismo de música com produção baseada no *New Journalism*, livros como *Country: the biggest music in America* e *Unsung heroes of rock'n'roll*, de Nick Tosches, *Mystery train: images of America in rock'n'roll music*, de Marc Graill, e *Exile on main st: a season in hell with Rolling Stones*, de Robert Greenfield.

²⁰ Ver mais em Schudson (2010).

Shuker (2001) mostrou que em termos de escrita, o jornalismo musical de música popular passou a se inspirar no texto acadêmico nos 1980 na Inglaterra. Essa aproximação aconteceu em função da influência marxista em movimentos populares e culturais nos anos 1970, e também devido à popularização de autores como o francês Michel Foucault. Forde (2001) explicou que esses acontecimentos foram determinantes para as três ondas de inovação do jornalismo de música popular. Ele identificou a primeira, nos anos 1960, que diz respeito a associação com o *New Journalism* e o jornalismo gonzo; a segunda, nos anos 1970, veio com o movimento punk, quando os jornalistas mais politizados introduziram nos textos discursos marxistas e de resistência. A terceira onda, nos anos 1980, introduziu perspectivas estruturalistas e pós-estruturalistas no discurso jornalístico sobre música popular.

De acordo com Reynolds (2006), revistas como a *New Musical Express* tinha um grupo de colaboradores que gostavam de citar autores como Roland Barthes, Michel Foucault e Georges Bataille nas críticas musicais e nas reportagens. Reynolds (2006) chegou a considerar tais textos como messiânicos, complicados e megalomaníacos, embora ele os apreciasse e tenha sido influenciado por tal movimento.

Apesar de esses jornalistas e periódicos anglo-saxões terem influenciado os jornalistas brasileiros que começaram a carreira nos anos 1970 e 1980, não há na literatura ou mesmo na bibliografia existente, indicativos de que isso tenha se tornado majoritário a ponto de considerar o jornalismo musical brasileiro como um gênero literário, como sugerem Forde (2001), Shuker (2001) e Jacke, James e Montano (2014). É preciso levar em conta que o jornalismo musical brasileiro percorreu alguns caminhos diferentes em relação ao inglês e ao norte-americano, como vamos explicar e desenvolver melhor no curso desta tese.

A música popular nacional passou por um processo de legitimação intelectual e político desde os anos 1920, com a produção de textos personalistas, em primeira pessoa, escritos por intelectuais, músicos e pessoas de prestígio (sendo esses jornalistas de carreira ou não), como será mostrado ao longo desta tese. Se fôssemos seguir a lógica de Forde (2001), teríamos de considerar que o jornalismo do século XIX e do início do século XX foi um gênero literário. No entanto, tratava-se apenas de uma maneira de se escrever, que foi se modificando com o suceder das gerações, e da maneira pela qual o jornalismo foi se moldando de acordo com as mudanças econômicas, políticas e sociais (Charron e De Bonville, 2016).

Para Hearsun (2013), existem muitas tensões conceituais na academia e nas práticas jornalísticas sobre o que é o jornalismo musical. A pesquisadora entende que uma maneira de buscar a concordância entre esses dois polos é analisar o jornalismo musical por meio dos aspectos comunicativos. Hearsun (2013) apontou três deles: o modo como ele é experienciado em meio às várias plataformas e discursos; o engajamento com o conteúdo através das conexões entre as palavras e a música em si, ambas, individual e coletivamente; e os significados particulares criados. Esses três aspectos comunicacionais são interessantes para estabelecer pontes na relação entre o jornalista e o veículo de imprensa com o público dentro de uma perspectiva sociológica. Os preceitos da pesquisadora dialogam com Hesmondhalgh (2013) e Hennion (2015), que falam da importância da materialidade midiática – não necessariamente por meio do jornalismo – no engajamento do público com a música e nos significados gerados para si e para o coletivo. Porém, o caminho sugerido por Hearsun (2013) traz aspectos essencialmente subjetivos, porque parte das experiências individuais de cada ator em para que se possa chegar a uma tese.

Por último, a função de *gatekeeping* cultural e o poder que o jornalista de música tem em legitimar ou não artistas, gêneros musicais, temáticas, acontecimentos e movimentos são pontos em comum nas argumentações de Forde (2001), Nunes (2004 e 2010), Hearsun (2013), Powers (2013), Jacke, James e Montano (2014), Condé (2007) e Torres Silva (2014). O jornalismo musical teria papel ativo na construção do gosto, do consumo da música e no jogo de inclusão e exclusão do campo artístico (Torres Silva, 2014). A audiência/leitores concede autoridade ao veículo ou ao jornalista para filtrar aquilo que se julga ser interessante e de boa qualidade para consumir. Por mais que essa seleção possa ser considerada irrelevante e esnobe, é esse processo que mantém o jornalismo musical culturalmente viável (Powers, 2013). Araújo (2002), no entanto, alerta que o poder na construção do gosto pelos jornalistas e críticos pode ser superestimado. Nem sempre o grupo de artistas e gêneros musicais eleitos pela imprensa é, de fato, popular e líder de vendas, mas certamente será o grupo que será lembrado por ter como aliado os jornalistas “divulgadores de história da música popular” (Araújo, 2002, p. 22).

Com base nas discussões aqui apresentadas, chegamos à proposta de um conceito do que acreditamos ser o mais adequado do que é o jornalismo musical para fins da nossa pesquisa. Trata-se de uma área especializada do jornalismo que se interessa em gerar discursos sobre a música e sobre os respectivos contextos culturais em um determinado

tempo-espço. O jornalismo de música interessa-se em noticiar, opinar e avaliar sobre a criação, produção, organização, difusão, eventos, consumo e impactos gerados pela música e seus respectivos criadores, intérpretes e realizadores.

Essa especialidade é materializada em inúmeros dispositivos midiáticos, mas não necessariamente por meio de um veículo de imprensa. Embora os jornais e revistas impressas, eletrônicas e digitais do *mainstream* e do *underground* predominem como aporte e veiculação de textos jornalísticos de música, não se pode desconsiderar o amplo e importante conjunto de livros-reportagens e de coletâneas de textos disponíveis no mercado editorial, que soma à literatura da área. O trabalho de produtores de conteúdo que desenvolvem uma linguagem e estilo em canais ou perfis de redes sociais é outra forma de materialidade importante do jornalismo musical no século XXI, muito embora ainda careça de investigação acadêmica.

Essa proposta conceitual nos leva a percorrer os caminhos para compreender o jornalismo musical tendo como ponto de partida a materialidade e o conteúdo para, a partir daí, construir as pontes que levam às políticas editoriais, aos produtores de conteúdo envolvidos na atividade jornalística, aos financiadores, ao grupo social ao qual ele se refere e ao qual ele se reporta.

1.5 Problematização

Muitos são os discursos produzidos no jornalismo musical e sobre ele. Há jornalistas que colocam questões que se referem às crises, chegando a sentenciar a morte do jornalismo musical. Compreendemos que a crise é um discurso recorrente nos estudos de jornalismo, mas também é um gatilho e um indicador de que transformações estão em curso. O jornalismo é uma atividade social em constante crise, pois está em movimento devido as mudanças tecnológicas, de mercado e de práticas. No jornalismo de música, os produtores de conteúdo não falam apenas em crise, mas especulam a morte desse tipo de jornalismo, talvez pelas dificuldades que são encontradas por transitar em uma especialidade que se encontra na periferia do jornalismo, quando se fala de importância e prestígio de outras, como o jornalismo econômico, o político e o de cotidiano. O jornalismo de música é colocado em uma posição frágil até mesmo em relações a outras especialidades do jornalismo cultural: ele não é tão popular quanto o de cinema e de televisão.

Os discursos na era da quarta revolução industrial, demarcada pela digitalização do mundo, sentenciavam a morte do jornalismo de música, impactado pela crise (mais

uma) que se abateu sobre essa atividade de modo geral, e também na indústria fonográfica que precisou se readaptar às novas maneiras pelas quais o público passou a se relacionar e a consumir a música. Como consequência, o mercado jornalístico de música precisou ficar menor para sobreviver no mundo anglo-saxão,²¹ e também no Brasil. Esse é ponto que ainda está em pauta na atualidade, em que consensos e “novos normais” ainda estão se estabelecendo. A nossa questão, explicitado em nossa pergunta de pesquisa apresentada na introdução, foi procurar compreender o antes, o século XX, em uma era supostamente de desenvolvimento e de estabilidade em que o jornalismo de música conquistou prestígio e *glamour* entre as páginas impressas. Nós perguntamos que tipo de transformações materiais, de grupos de produção de conteúdo e de discursos o jornalismo musical brasileiro passou ao longo do século XX? Olhamos mais especificamente entre os anos 1896 a 2001, período em que envolve o início do primeiro periódico investigado, *A Música Para Todos*, e o fim da revista *Bizz*.

O nosso primeiro objetivo é analisar as mudanças e permanências na identidade editorial e no conteúdo textual dos periódicos. A materialidade é um indicativo importante para se compreender as transformações mais internas em relação ao produto ao longo do tempo. A materialidade dos periódicos, em uma camada mais superficial, vai nos dizer a respeito dos dispositivos tecnológicos, das estéticas predominantes em cada época, das estratégias usadas para dar enfoque maior ou menor a uma notícia ou a um tipo de conteúdo, das estratégias de financiamento. O sustento da revista pelos espaços de venda direta, assinaturas e espaços de publicidade mostram questões sobre a longevidade dos títulos, as estratégias adotadas que permitiam um alcance maior ou menor de circulação e os meios adotados para fazer a revista circular. As estratégias adotadas podiam dizer a respeito da época. Ana Luiz Martins (2008) mostra, por exemplo, que bem antes da publicidade ter um papel central nos meios de financiamento de uma revista, as assinaturas eram o principal meio de sustento, o que reforçava a necessidade de conexão do produto com a comunidade na qual ele dialogava. Assinatura e publicidade foram cruciais para a existência dos periódicos segmentados (da imprensa em geral), até que esse cenário foi drasticamente alterado com migração do papel para o on-line.

Em uma segunda camada de sondagem, a materialidade dos periódicos revela novos elementos da identidade editorial, em que temos condições de compreender os propósitos, os editores/diretores encarregados, os grupos reunidos para alcançar tais

²¹ Ver mais em <https://www.theguardian.com/music/2018/oct/24/the-crisis-in-music-journalism> acesso em fevereiro de 2023.

propósitos, e os discursos produzidos por eles a serem destinados a um determinado público leitor. Charron e De Bonville (2016) falam que cada tipo de jornalismo requer um certo tipo de público com um determinado nível de conhecimento prévio. Embora os autores se refiram a uma dimensão paradigmática, a análise deles também se aplica a calibres menores. Diferente do jornal diário, em que existe uma miscelânea de leitores mais ou menos regionalizados, cujo conteúdo precisa ser mais generalista a fim de que o alcance da audiência seja maior, os periódicos que conceitualmente são revistas falam a uma comunidade específica e vai procurar criar e atender desejos, anseios, esperanças e medos que são comuns àquele grupo (Ferguson, 1976; Holmes, 2007). As relações entre o periódico e o público leitor são multidimensionais. O consumo de uma determinada publicação fala a respeito de uma relação sociocultural, identitária e de pertencimento. Revelar o público leitor na qual a publicação é dirigida evidencia questões socioculturais importantes de um espaço-tempo. O público leitor da *Bizz*, por exemplo, era de jovens e adolescentes (Mira, 2001), ao passo que o *A Música Para Todos* era voltado para músicos profissionais e amadores. Que séries de mudanças fizeram os periódicos serem feitos de uma maneira para um grupo de pessoas, e terminar o século com um outro tipo de mercado consumidor?

Em uma terceira camada, nos deparamos com um tipo de conteúdo que esses periódicos produzem e, em uma análise mais atenta e profunda, com os discursos produzidos por esses grupos de pessoas. O tipo do conteúdo ajuda a identificar o contrato de comunicação estabelecido entre os produtores de conteúdo e os respectivos leitores. De acordo com Laura Storch (2013), o conteúdo da revista é direcionado a uma comunidade, mas essa relação é ainda mais complexa no sentido de quem escreve e quem lê em expectativas socialmente compartilhadas. Ou seja, existe uma conexão entre esses dois pontos que vai além da oferta de um serviço para um determinado consumidor. As transformações do jornalismo acontecem em todas essas camadas interconectadas nos estudos da identidade editorial.

O segundo objetivo de nossa pesquisa é a identificação dos grupos de produtores de conteúdo em seus respectivos contextos sócio-históricos. Em primeiro lugar, gostaríamos de esclarecer o porquê do uso frequente do termo “produtor de conteúdo” ao lado de “jornalista”. Partimos do questionamento: o que é o jornalista? Os autores dos estudos do jornalismo em geral falam da figura do jornalista como algo posto e naturalizado: é o profissional que atua na imprensa. Mas os autores que se dedicam ao estudo do profissional e de sua identidade problematizam a questão e mostram que não

se trata de um conceito universalizado. Consideramos jornalistas aqueles que possuem um registro profissional, os que possuem uma formação acadêmica, ou aqueles que desenvolveram uma carreira na imprensa, independente da formação anterior? O jornalista é o sujeito que necessariamente atua na imprensa tradicional, independente do cargo que ocupe, e em assessorias de imprensa? Mas o que é culturalmente aceito no Brasil, no caso do jornalista e assessor, não é compreendido da mesma maneira em outras localidades, como na União Europeia, o que geraria estranhamentos em uma comparação transnacional.

Quando fazemos uma comparação diacrônica, muitas vezes pesquisamos períodos anteriores à profissionalização e à formação da categoria, em que escrever nos jornais era uma atividade paralela a outras. Retomamos, como exemplo, a revista *A Música Para Todos*, que possuiu quatro diretores em três anos, sendo que três deles eram professores de piano e um deles era um cientista entomologista autodidata. Como nos posicionar diante da atuação e das contribuições desses indivíduos com maior reconhecimento em outras carreiras? Também nos deparamos com os mesmos dilemas ao analisarmos as primeiras décadas do século XXI, em um cenário de desconfiguração do mercado pelas novas tecnologias, de precarização e de desregulamentação da profissão. É um cenário em que muitas vezes o jornalista perde a identidade e passa a ser denominado e contratado como produtor de conteúdo (Adghirni, 2017).

De acordo com De Maeyer e Le Cam (2015), há fronteiras conceituais que separam o jornalista profissional de outros produtores de notícias, mas, na prática, o conteúdo noticioso pode vir dos mais diferentes grupos de atores, o que torna essas mesmas fronteiras difusas e até mesmo inadequadas. Le Cam e Domingos (2015) chamam a atenção para a pluralidade de atores que produzem notícias que coexistem num mesmo tempo-espaço; além disso, esses mesmos indivíduos redefinem o jornalismo como prática social, que vai além das identidades e práticas profissionais.

Não propusemos o termo produtor de conteúdo como uma forma de apagamento do profissional do jornalismo em decorrência de um cenário de transformações de papéis. O uso do termo é uma proposta que fazemos para considerar os diversos grupos de atores que produzem notícias ou que exercem funções na cadeia organizacional das redações, mesmo quando esses não se enquadram em uma fronteira conceitual funcionalista e determinista do que seria o jornalista. O termo produtor de conteúdo inclui Luigi Chiaffarelli, que foi professor de piano, nunca sendo identificado em sua biografia como

jornalista. Mesmo assim, ele dirigiu o periódico *A Música Para Todos* e fez diversas colaborações com a imprensa no Brasil do final do século XIX.

Dito isso, retomamos o princípio de Charron e De Bonville (2016) e de Ruellan (2017) dos indivíduos serem os agentes de mudança. Zélia Adguirni (2017) fala rapidamente sobre os mitos que permeiam a profissão, entre elas a ideia do jornalista-herói, que parte do arquétipo de Clark Kent. A respeito disso, Geraldino Vieira (1991), explica que o complexo de Clark Kent parte da compreensão das regras, dos preceitos éticos e dos limites do indivíduo em contraponto aos momentos em que este se vê em uma posição privilegiada de poder e age no sentido de querer transformar uma realidade. Em que medida isso ocorre dentro do expediente de uma revista especializada? A análise da mudança pode ser feita das mais diversas perspectivas, que podem partir do indivíduo, do coletivo, dos mitos, dos arquétipos, dos perfis e das identidades.

Nossa escolha é pelo estudo do coletivo, porque entendemos que o grupo de indivíduos é a melhor maneira de compreender como eles engatinharam transformações atuando como uma comunidade. Quando olhamos para os produtores de notícia nesta pesquisa, buscamos visualizar a mudança no perfil desses atores, e como as respectivas formações, nacionalidades, gêneros, gostos, ideologias que impactaram nas mudanças observadas entre os periódicos. Entrevistas seriam o caminho metodológico ideal para compreender quem são esses atores, caso esses indivíduos estejam disponíveis para a fala. Mas, dentro de uma abordagem diacrônica, que pode lidar com um conjunto de pessoas que já faleceram, essa ferramenta pode provocar desequilíbrios.

Nosso último objetivo é a comparação de todos os aspectos que investigamos nas identidades editoriais e nos grupos de indivíduos reunidos nos periódicos investigados para, assim, ter a perspectiva diacrônica do corpo de transformações no jornalismo brasileiro de música entre 1896 e 2001. Comparação é uma estratégia metodológica de pesquisa que é usada para encontrar semelhanças e diferenças entre dois ou mais fenômenos (Kocka, 2003; Vigour, 2011; Esser, 2013). Nas ciências sociais, ela se interessa pelos atores, pelas instituições e por outras categorias criadas no intuito de se compreender o funcionamento de sistemas inseridos dentro de um determinado contexto sócio-histórico. A metodologia comparativa objetiva entender melhor um determinado fenômeno, encontrar reguladores sociais, produzir modelos explicativos, sugerir tipologias para os fatos observados e romper com etnocentrismos, em especial quando a pesquisa possui uma perspectiva transnacional (Vigour, 2011, p. 218).

O rompimento com etnocentrismos acontece, de acordo com Frank Esser e Thomas Hanitzsch (2012), porque a comparação leva o pesquisador a entender que muitos dos pensamentos, conceitos, normas e convenções que são considerados universais, podem ser falsos e até danosos em outras localidades e realidades. Ao mesmo tempo, a constatação dessas diferenças nos ajuda a entender melhor a nossa própria realidade, no sentido de que não mais a naturalizamos e a universalizamos, mas vemos como o resultado de processos socioculturais inerentes àquele espaço. Podemos também trazer essas reflexões para a comparação no tempo, uma vez que questões contemporâneas tendem a ser naturalizadas e os sujeitos do presente distorcem o passado com as próprias idiossincrasias.

Citamos, por exemplo, o ex-editor da *Bizz* Ricardo Alexandre (2013, p. 109), que afirma que o jornalismo musical surgiu no Brasil nos anos 1980. É uma declaração que tem sentido apenas se for considerado um conjunto muito específico de instrumentos, de práticas, de convenções e de discursos que passaram a ser dominantes a partir daquele período. Mas a afirmação do ex-editor da *Bizz* é completamente equivocada na perspectiva sócio-histórica, em que se entende que o jornalismo é uma prática dinâmica e adaptada às condições de um tempo-espaço. A comparação diacrônica nos permite elucidar tais equívocos ao mostrar que muitas das bases, das práticas e das especificidades do jornalismo de música brasileiro dos anos 1980, foram construídas um século antes. Algumas das práticas permanecem as mesmas, inclusive. Os músicos e críticos Felix de Otero e Alfredo Camarate, no final do Século XIX, saíam de casa para assistir concertos para, depois, relatar e fazer comentários desses eventos em *A Música Para Todos*. Os repórteres dos anos 1980 e 1990 não fizeram a mesma coisa pela *Bizz* para relatar apresentações de grandes artistas ou festivais de música?

Esser e Hanitzsch (2012) esquematizaram os estudos comparativos para a área de comunicação dentro de uma perspectiva macro, em que o sistema, o mercado, a cultura e os respectivos subelementos podem ser compreendidos por meio de um objeto a ser investigado, como, por exemplo, o perfil do público leitor. Henrik Örnebring (2012) organizou os estudos comparativos em quatro principais instâncias. Para o autor, as comparações nos estudos do jornalismo podem ser entre sistemas, em que são investigadas as instituições políticas e culturais em que a atividade está inserida. Fazem parte dessa esfera macro-sistêmica o desenvolvimento dos mercados midiáticos e a circulação da imprensa, a profissionalização, os paralelos políticos, a natureza e o grau de intervenção nos sistemas midiáticos. A segunda instância diz respeito ao sistema

organizacional institucional e das redações, em que se observam, especialmente, hierarquias, funções e negociações. A terceira instância é a comparação de indivíduos e das práticas executadas por estes. Por último, há os estudos da cobertura midiática, em que, em geral, se investiga a maneira como um caso ou tema foi abordado por diferentes veículos da imprensa. Essas quatro instâncias podem ser estudadas de forma isolada ou interligadas, a depender dos objetivos de cada pesquisa.

A literatura consultada sobre a comparação como metodologia de pesquisa pouco a relaciona em uma situação diacrônica, ou que objetive a observações de transformações e de permanências. Nesse sentido, foi preciso fazer adaptações. Como é defendido por autores como Charron e De Bonville (2016), a comparação diacrônica é fundamental para estudos dessa natureza. A forma como os autores fazem para atingir tal objetivo é por meio de análise de conteúdo do produto materializado (o jornal), aliado a uma pesquisa sócio-histórica para contextualização. O movimento do estudo sócio-histórico seria, portanto: contextualização e descrição → análise → recontextualização.

1.6 Conclusões do capítulo

O jornalismo de música é como um afluente do jornalismo cultural que, por sua vez, é um afluente do rio principal, que é o próprio jornalismo. Mesmo sendo um curso de água menor, por assim dizer, ele carrega consigo as próprias características e composições que contribuem na composição do todo. O jornalismo de música é considerado na literatura como uma invenção europeia do século XVIII cujas primeiras revistas inteiramente dedicadas ao assunto são de origem alemã. Essa especialidade se espalhou pelo Velho Continente nas décadas seguintes e influenciou o desenvolvimento do jornalismo de música no Brasil.

Entendemos que o jornalismo de música se refere aos discursos a respeito da criação, produção, organização, difusão, eventos, consumo e impactos gerados pela música e pelos atores que dela fazem parte. Os processos de transformações – considerando as respectivas permanências – não aconteceram apenas no advento da era digital, ou da quarta revolução industrial. Essas mutações são contínuas, começaram no ponto zero, no século XVIII. O jornalismo, como atividade complexa e dinâmica (Deuze e Witschge, 2020) passa pelos discursos proferidos pelos atores participantes e pela maneira como esses mesmos são materializados. Isso também está fortemente atrelado à cultura musical legitimada pela imprensa que perpassa o país ao longo dos anos. Investigar essas passagens, mesmo que em períodos em que essas mudanças não são tão

evidentes, é igualmente excitante e importante porque sem a compreensão do que foi antes, não entenderemos o que é o agora. Os periódicos especializados para compreender mudanças e permanências que escolhemos são o registro materializado dessas diferentes eras. No capítulo que segue, vamos fazer uma breve história do jornalismo de música e contextualizar os periódicos selecionados para esta tese em seus respectivos contextos sócio-históricos.

CAPÍTULO 2 – O jornalismo e os periódicos de música

Não é possível compreender as transformações sem estar a par dos contextos históricos e culturais de uma determinada sociedade. O contexto, dentro de uma perspectiva discursiva, pode ser compreendido como as situações e circunstâncias que podem localizar e explicar as coisas (Van Dijk, 2017). Explicar dentro de um contexto histórico significa mostrar por meio de uma estrutura narrativa quais foram as causas que determinaram a configuração de um cenário (Veyne, 2014). Sem esclarecer os contextos, seria mais difícil compreender os porquês de determinadas configurações dos periódicos que analisamos nesta tese, ou das razões por que um certo tipo de grupo de produtores de textos se reuniu, ou o motivo para um assunto ser abordado e não outro. O objetivo deste capítulo é, portanto, apresentar os periódicos de música analisados nos respectivos contextos que envolveram a existência deles, a imprensa da época e o ambiente musical.

2.1 Breve contextualização do jornalismo de música

Os acadêmicos costumam dividir o jornalismo de música em duas vertentes. A primeira é o jornalismo musical erudito, que nasceu em meados do século XVIII na Europa com as primeiras revistas de música e de crítica especializada em música erudita, concertos e teatro. A segunda vertente é o jornalismo de música popular, que teve início com a *penny press* nos Estados Unidos e na Inglaterra na segunda metade do século XIX (Forde, 2001; Nunes, 2004; Jacke, James e Montano, 2014), conforme adiantamos na seção anterior. É essa vertente do jornalismo musical que concentra a maior quantidade de estudos na academia, em particular sobre imprensa e crítica de rock.

De acordo com o levantamento da organização Le Répertoire International de La Presse Musicale²² (doravante RIPM), o primeiro periódico especializado foi o semanário *Kritische Briefe Über Die Tonkunst* (1759-1762), editado pelo teórico musical Friedrich Wilhelm Marpurg, com circulação em Berlim. O primeiro periódico do tipo em língua inglesa foi o mensal *The New Musical Magazine, Review and Register* (1809-1810), e a primeira revista do tipo em língua francesa foi o semanário *Revue Musicale*, fundado em 1827 pelo músico, compositor e crítico belga François-Joseph Fétis (Campos, 2015).

²² O site pode ser acessado no endereço <https://www.ripm.org/index.php>. A RIPM faz levantamento e produz conteúdo dos periódicos norte-americanos e, sobretudo, dos europeus.

Curiosamente, o primeiro periódico em língua portuguesa, *A Arte Musical* (1873-1875), é posterior às primeiras revistas especializadas brasileiras.

Nesse primeiro centenário de jornalismo musical, encontram-se tanto revistas mais personalistas, feitas por músicos, compositores e críticos, como foi o caso de *Kritische Briefe Über Die Tonkunst* e *Revue Musicale*, quanto por um grupo desses atores, como foi o caso de *The New Musical Magazine*, que era uma revista extensa para os padrões da época (entre 12 e 18 páginas) em que se publicavam partituras, críticas, textos biográficos, resenhas de espetáculos, mas sem identificar os autores dos textos.²³ O primeiro século do jornalismo de música é chamado por Melnyk (2019) de período do jornalista-escritor, que compreende os anos de 1750 a 1850. Essa fase inicial foi marcada por análises subjetivas dos produtores de conteúdo, altamente baseadas nas preferências e nas experiências pessoais desses atores (Burgstaller, 2015; Melnyk, 2019). A razão para isso, de acordo com Weitz (2016), era devido à falta de uma sistematização dos gêneros jornalísticos à época, o que fazia com que predominasse a opinião personalista, muitas vezes contaminada de outros interesses.

A estruturação profissional e comercial dos jornais diários fez com que o jornalismo musical de música erudita (e também o de música popular) fosse integrado ao conteúdo por uma demanda da classe burguesa, ávida por informações culturais que estimulasse a própria vida social (Melnyk, 2019). Foi nesse período pós-1850 que começaram a surgir, além das próprias críticas, os textos noticiosos, os biográficos e toda uma produção que passou a ser mais direcionada ao público leitor. A chegada do jornalismo de música erudita nas gazetas diárias não significou a desaceleração do surgimento de revistas especializadas até o final do século XIX.

Por outro lado, segundo levantamento nosso feito com base no catálogo da RIPM, a maioria dos títulos teve vida curta, com menos de três anos de publicação. O jornal musical mais longevo do século XIX foi *Revue et Gazette Musical de Paris* (1835-1880), resultado da junção das revistas belga *Revue Musicale* com a francesa *Gazette Musicale de Paris*. Segundo Pyee-Cohen e Cloutier,²⁴ não apenas *Revue et Gazette Musical de Paris* foi a revista mais longeva, como também uma das mais importantes do período. O periódico tinha como principal característica a publicação de resenhas de óperas e

²³ Explicação feita por Richard Kitson. Ver em <https://www.ripm.org/index.php?page=JournalInfo&ABB=MRR> acessado em dezembro de 2021.

²⁴ Ver em <https://www.ripm.org/index.php?page=JournalInfo&ABB=RGM> Acessado em janeiro de 2022.

concertos que aconteciam nos teatros parisienses, além de notícias com base nas agendas e programações desses mesmos estabelecimentos.

No primeiro terço do século XX, o jornalismo musical erudito teve duas tendências principais: a ideologização e a tematização (Melnyk, 2019). A tematização foi uma forma encontrada para direcionar e melhor organizar as edições dos periódicos em um momento em que o formato revista se consolidava em relação ao formato do jornal nas publicações especializadas. Uma questão levantada por Melnyk (2019) sobre a tematização é que muitos dos produtores de conteúdo tinham posições musicais conservadoras e eram relutantes a respeito das novas expressões estéticas da música erudita.²⁵ A ideologização, por sua vez, foi o movimento resultante de políticas governamentais – mais destacadamente na então União das Repúblicas Socialistas Soviéticas e, posteriormente, na Alemanha nazista – que usavam o jornalismo de maneira geral como um instrumento de doutrinação. No caso do musical, promoviam certas estéticas musicais e compositores que fossem interessantes para aqueles regimes.

As revistas e jornais especializados na primeira metade do século XX não foram duradouras em sua maioria (como esta parece ser a regra). Uma das mais longevas foi a inglesa *The Chesterian*, editada entre 1915 e 1961, com interrupção entre 1940 e 1947 por causa da Segunda Guerra Mundial. A publicação foi uma referência da divulgação e discussão sobre a música erudita contemporânea, especialmente a europeia e a norte-americana, e também abriu espaço para artigos sobre música popular e folclórica.²⁶ Das revistas ainda em circulação, destacamos a norte-americana *American Record Guide*, produzida desde 1935. Outra importante revista é a inglesa *Gramophone*, que circula desde 1928, e a *Musical Opinion*, fundada em 1877 e ainda em atividade. Da língua francesa, destacamos a *Diapason*, cuja primeira edição foi publicada em 1958 em Paris, editada pelo grupo italiano Mondadori. Em comum, todas as quatro revistas tinham propostas de cobrir os lançamentos de discos de música clássica e, por consequência, davam enfoque aos novos compositores, maestros e tendências estéticas. As quatro revistas também sofreram impactos e sobreviveram à transição do impresso para o digital com o advento da quarta revolução industrial.

²⁵ Veremos mais adiante que essa questão tinha ressonâncias no Brasil, porém no sentido de que, ao passo que os produtores de conteúdo, em especial os modernistas, pediam pela inovação, os produtores dos espetáculos e dos concertos eram conservadores, e relutavam em promover compositores eruditos novos e ainda não-populares à época. Essas reclamações estão presentes nos textos de Mário de Andrade, Antônio de Sá Pereira e de Manuel Bandeira, como veremos nos capítulos 5.

²⁶ Ver em <https://www.ripm.org/index.php?page=JournalInfo&ABB=CHE> acessado em janeiro de 2022.

O fato é que o jornalismo de música erudita perdeu espaço no século XX, especialmente no pós-guerra. Majoritário no século XIX, ele se tornou um nicho no guarda-chuva do jornalismo de música após a ascensão do jazz e da música popular. A própria música erudita perdeu praticantes. De acordo com Alex Ross (2021), apesar de toda a estrutura acadêmica consolidada na Europa e na América do Norte para o estudo e formação de músicos eruditos, a realidade é que o universo de praticantes é pequeno. Woolfe e Ross (2021) argumentaram que os espaços da música erudita nas editorias de jornais diários e em revistas culturais, como a *The New Yorker*, foram reduzidos de maneira drástica, e que muitos jornalistas especializados tiveram de se adaptar e construir oportunidades nas ferramentas sociais digitais. “O que o futuro reserva é impossível de saber. Tenho a impressão de que o jornalismo da qual conhecemos está em declínio terminal. Gosto de brincar que sou integrante de uma profissão moribunda cobrindo uma arte moribunda” (Woolfe e Ross, 2021, p. 53).

Como dito, o nascimento do jornalismo de música popular é uma vertente que surgiu posteriormente ao de música erudita, e que percorreu uma trajetória diferente. O começo não foi em periódicos especializados, mas sim nas *penny press* inglesas e norte-americanas. Os atores designados a cobrir a música popular na Inglaterra e nos Estados Unidos eram jovens iniciantes no jornalismo, ocupavam uma posição marginal na redação, mas que, por outro lado, tinham liberdade de atuação.

De acordo com Forde (2001) e Nunes (2004), o marco inicial da popularização e modernização do jornalismo de música popular na Inglaterra foi a fundação do semanário *Melody Maker* (1926-2000). O que fez essa revista ser diferente nesse período inicial foi produzir reportagens, entrevistas e críticas sobre artistas de jazz, grupos de dança e fazer resenhas sobre instrumentos musicais: tudo isso voltado para um público jovem-adulto que tinha por volta de 20 anos, estudantes universitários, além de músicos amadores e profissionais (Anderton, 2022).

A *Melody Maker* inspirou a produção de outros periódicos especializados no Reino Unido, em particular a *Accordion Times*, de 1935, que na década seguinte se tornaria a *Musical Express* e, posteriormente, seria reformulada e renomeada como *New Musical Express* (Long, 2012). Para Nunes (2004), o lançamento da *New Musical Express* em 1954 seria um marco por coincidir com a expansão comercial da música pop e com o surgimento do rock. Esse semanário tornou-se um ator competitivo dentro do seguimento editorial, com o apoio da indústria fonográfica.

Conner e Jones (2014) explicam que no caso dos Estados Unidos, semelhante ao inglês, o jornalismo de música popular começou a ser desenvolvido quando jovens de classe média branca abraçaram o jazz²⁷ nos anos 1930. O jornalismo, que antes era baseado nos lançamentos da indústria por meio das *trade magazines*, como a *Cashbox e a Billboard*, e em fofocas a respeito dos artistas, ganhou contornos mais críticos quando passou-se a comentar a respeito do jazz e dos seus expoentes.

A *Billboard*, em particular, já na década de 1920, foi a primeira revista criada por um homem branco,²⁸ com um expediente formado por pessoas também brancas, mas que noticiava produções de música e entretenimento de origem preta, sendo uma pioneira nesse aspecto (Chapman, 1999). É possível encontrar em edições da *Billboard* críticas e resenhas de shows de jazz de artistas pretos nos anos 1920, mas o movimento teve início nas editorias dos tabloides e no surgimento de periódicos especializados a partir de 1927, produzidos e escritos, em geral, por pessoas jovens (Welburn, 1997). Além do perfil liberal da *Billboard*, que influenciou outras publicações, o que explica também o jazz como propulsor do jornalismo de música popular foi o investimento da indústria fonográfica (Powers, 2018), que estimulou a difusão das versões mais dançantes e simplificadas do gênero ao público branco (Hobsbawm, 1989).

Os jovens, como bem frisam Forde (2001) e Jacke, James e Montano (2014), tiveram papel fundamental no desenvolvimento do jornalismo de música popular tanto nos Estados Unidos quanto no Reino Unido. Como dissemos neste capítulo, o jornalismo de música popular não tinha o mesmo prestígio dos críticos de música clássica e, por isso, eles transitaram pelos diários e periódicos abaixo do radar dos editores e com liberdade para desenvolver o próprio estilo. Isso fez com que se aproximassem da literatura de Pulp de fanzines, que tivessem participação no desenvolvimento do New Journalism e do jornalismo gonzo, e até mesmo em um “jornalismo acadêmico de música” que seria desenvolvido no final dos anos 1970 e 1980 (Forde, 2001).

²⁷ Apesar de o gênero musical jazz ter inspirado o desenvolvimento de uma sub-especialidade do jornalismo de música popular, não se pode confundir com o chamado *jazz journalism*, que era um estilo de produção de tabloides sensacionalistas, que teve como marco inicial o *New York Daily News*, criado por Joseph Patterson, em 1919. O jazz journalism focava em notícias sobre novidades, escândalos e fofocas de Hollywood e da Broadway, além de crimes e contravenções.

²⁸ A *Billboard* foi criada por William H. Donaldson e por James Hennegan em 1896 na cidade de Cincinnati, Ohio. Apesar de ter nascido em Kentucky, que era um estado americano segregado, segundo Chapman (1999), Donaldson era um empresário astuto, mas também um homem com convicções liberais. Ele advogou, por meio da revista, pelo direito ao voto das mulheres, pela tolerância racial e pela formação de sindicatos de trabalhadores.

A contracultura nos anos 1960 tiveram no rock'n'roll o gênero musical predileto para externalizar os sentimentos de rebeldia, revolta contra políticas governamentais, contra as guerras, e o apoio ao movimento pelos direitos civis. Os jovens ansiosos para externalizar as próprias opiniões (não representadas pela grande imprensa), passaram a produzir fanzines sobre música, cinema, comportamento e política. Jornais *underground* como o nova iorquino *The Village Voice*, e o *Crawdaddy!*, de San Francisco, foram algumas dessas publicações criadas por jovens para jovens. Muitas tiveram vida curta, mas os grupos que atuaram nelas posteriormente criaram ou fizeram parte de revistas de música de longa vida, que foram criadas como consequência desse movimento. É o caso da *Rolling Stone*, de Jann Wenner (Hagan, 2018), e da *Creem*.

No Reino Unido, as revistas especializadas tradicionalmente já incentivavam a criatividade juvenil na produção do conteúdo, e o emprego de jornalista de música foi o primeiro de muitos profissionais. Parsons (2005) relatou²⁹ que foi contratado para escrever para a *New Musical Express* nos anos 1970 quando tinha apenas 23 anos. A redação à época era predominantemente jovem, o ambiente era de muita liberdade, e a revista era impulsionada por uma época em que não faltavam recursos de produção graças às boas receitas de publicidade e de assinaturas. Os jornalistas tinham recursos para ir aos shows em outras cidades, tinham facilidade para conseguir entrevistas e liberdade de opinião.

Ainda de acordo com Parsons (2005), jornalismo de música (rock) era coisa para garoto, e que ele se sentia como um velho quando estava próximo dos 30 anos e ainda colaborando com a *NME*. Reynolds (2006) é de uma geração posterior de Parsons, mas fez relatos similares em relação ao trabalho na *Melody Maker*. Ele também começou a trabalhar ainda muito jovem, “com 20 e poucos anos” (Reynolds, 2006, p. 10), nos anos 1980, em um momento em que as revistas de música ainda gozavam de bons recursos financeiros. Reynolds também tinha a liberdade para ser, inclusive, megalomaniaco nos textos em que escrevia, assim como as influências que recebera dos jornalistas que se aproximaram do pensamento acadêmico naquele mesmo período.

O grande *boom* do jornalismo de música popular aconteceu, portanto, com o advento do rock'n'roll a partir de meados dos anos 1950 nos Estados Unidos (Chapple e Garofalo, 1989; Nunes, 2004; Powers, 2013; Hagan, 2018) e na França (Pires, 2017), e nos anos 1970 em Portugal (Nunes, 2004). Pires (2017) explica que o consumo de música

²⁹ Parsons também deu depoimento similar em Long (2012).

pop emergiu de forma significativa na França após a Segunda Guerra Mundial, e com essa mudança de hábito vieram as publicações especializadas – sendo que algumas delas tinham influência direta na experiência britânica. As publicações especializadas de música popular emergiram primeiro das pequenas editoras que buscavam produzir títulos voltados à juventude ainda nos anos 1950, até que surgissem revistas mais duradouras como a *Disco Revue*, *Salut les Copains* – cujos conteúdos reforçavam o culto à celebridade – e, principalmente a *Rock & Folk*, onde efetivamente foi desenvolvida a crítica musical de música popular na França.

A experiência portuguesa, segundo relatou Nunes (2004), é tardia e modesta em relação ao tamanho do mercado que essas publicações ocuparam. A primeira tentativa de revista especializada em música popular veio apenas no final dos anos 1960 com a revista *Mundo da Canção*, a qual falava sobre música *folk* portuguesa de protesto e música *folk* céltica, porque esses eram gêneros musicais que melhor expressavam oposição ao regime ditatorial autocrata do Estado Novo (1933-1974). O rock era um gênero censurado pelo Estado Novo, tal como muitos dos seus expoentes de língua inglesa como Frank Zappa e Bob Dylan, o que explica também o desenvolvimento tardio do jornalismo de música popular no país. As primeiras revistas comercialmente importantes só foram emergir após a queda do regime em 1974, como são os casos de títulos como *Música & Som*, *Blitz* e *Sete*.

Tal como aconteceu com as principais revistas de música clássica, as revistas de música popular inglesas, americanas, francesas e portuguesas sofreram com a crise do jornalismo com o advento da quarta revolução industrial, que implicou a digitalização da produção. A *Melody Maker* foi fundida com a *NME* em 2000 ao ser adquirida pela editora IPC Media, responsável por fazer a ponte do impresso para a internet. A *NME* ainda está em atividade, porém apenas no formato digital, e o mesmo aconteceu com diversas outras revistas sobreviventes, como a portuguesa *Blitz*. Algumas raras publicações, como a americana *Rolling Stone*, ainda são impressas, mas o formato faz parte do pacote de opções de distribuição do conteúdo que na atualidade é majoritariamente digital.

2.2 Breve contextualização do jornalismo de música no Brasil

Assim como aconteceu na imprensa estrangeira, é possível desmembrar o jornalismo musical brasileiro em duas vertentes principais: a erudita e a popular. A diferenciação, no entanto, não é tão nítida no século XIX. Naturalmente, a música erudita dominava as páginas das revistas e dos jornais à época, mas nas mesmas publicações é

possível encontrar ocasionais discussões a respeito da música popular e, também, partituras desse cancionista, como as polcas.³⁰ A predominância da música erudita nas páginas dos jornais e das revistas pode ser explicada pelo perfil dos produtores de conteúdo e críticos que, à época, eram basicamente os próprios músicos eruditos, como veremos com mais detalhes nos próximos capítulos. A separação dessas vertentes é melhor evidenciada no século XX, quando as revistas de música se tornam mídias segmentadas.

Diferentemente da Europa e dos Estados Unidos, a imprensa brasileira teve um início bem demarcado: começou em 13 de maio de 1808, com a publicação do decreto que criava a Imprensa Régia (Martins e Luca, 2008; Barbosa, 2010; Moreira, 2015). Portugal havia proibido por lei a circulação de qualquer material com conteúdo noticioso impresso na colônia antes de 1808, a fim de conter a organização de possíveis motins contra a coroa (Schwarcz e Starling, 2015). Por esse motivo, tudo que existiu dessa natureza (com exceção das cartas) antes de 1808 para documentar a história da imprensa no Brasil foram esporádicos panfletos clandestinos, que os historiadores brasileiros da imprensa geralmente pontuam como documentos históricos importantes, mas que não necessariamente fazem parte da imprensa. É seguro dizer, portanto, que o jornalismo de música brasileiro começou a se desenvolver somente no século XIX, e todos os registros e comentários que existiram anteriormente são frutos de correspondências ou de material circular clandestino.

Notícias, anúncios e comentários sobre artes e música estavam presentes nos periódicos da imprensa brasileira na primeira metade do século XIX. São encontrados textos sobre eventos artísticos em diários do Rio de Janeiro como *Gazeta do Rio de Janeiro*, *Correio Mercantil*, *A Aurora Fluminense*, *Diário do Rio de Janeiro*, apenas para citar alguns. A primeira crítica musical de que se tem notícia supostamente foi publicada no dia 19 de junho de 1826 pelo jornal *O Spectador Brasileiro* (Giron, 2004), fundado e escrito pelo francês Pierre François René Plancher (Bahia, 2009). Trata-se de um comentário sem assinatura³¹ sobre a ópera *Adelina*, de Pietro Generali. Embora não

³⁰ Polca é um gênero musical para dança popular de salão de origem tcheca. A polca chegou no Brasil em 1942, quando foi apresentada pela primeira vez no teatro S. Pedro de Alcântara, no Rio de Janeiro. Na medida em que o ritmo alegre foi se abasileirando e ganhando a adesão das classes populares, ele se transformou no maxixe que, por sua vez, seria um dos ingredientes que formariam o chorinho e o samba (Tinhorão, 2013).

³¹ *O Spectador Brasileiro*, tal como era comum à época, era um jornal editado pela força de um homem só: Plancher. O jornal tinha forte opinião política, refletindo as convicções do editor, que era admirador de Napoleão Bonaparte, e as colaborações eram em forma de correspondência traduzidas e/ou reescritas

tenhamos conseguido acesso à edição em questão (as edições digitalizadas na Biblioteca Nacional vão até *Abril* de 1826), diz o texto:

A crítica, disse um grande autor francês, é a mãe da perfeição: essa asserção nos tem sempre parecido verdadeira; e a experiência cotidiana a confirma de dia a dia. Com efeito, se não tivessem tido crítica aqueles passos perigosos que se têm dado os povos da Europa, seriam hoje renovados para a desgraça de todo mundo. Se a escravidão da imprensa não tivesse crítica, hoje as luzes estariam todas debaixo do alqueire e o jugo da ignorância pesaria sobre nossas cabeças. Se não tivesse críticas os crimes da revolução Francesa como das outras revoluções, ainda se veriam os mesmos espetáculos horrorosos cuja lembrança estaria no sangue dos homens virtuosos; e assim as demais coisas. Em vão certos espíritos dizem a crítica é fácil e a arte dificultosa, é necessário que saibam eles que se a crítica é fácil, também é vantajosa. Pensamos, pois, que com dar o nosso parecer sobre a peça que se tem representado, poderão os Atores aproveitarem-se das nossas observações, se acaso julgarem bem fundadas³² (Giron, 2004, p. 2019).

O jornalismo de música teve um desenvolvimento lento nos diários. Giron (2004) contabilizou apenas 31 críticas de óperas e de concertos publicadas em diferentes jornais entre 1826 e 1850. Pegamos como exemplo o centenário *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro, que circulou entre 1827 a 2016. O *Jornal do Commercio*, tal como os demais, publicava notícias esporádicas sobre a programação em teatros, sobre apresentações musicais do universo erudito e popular desde o final dos anos 1920, em especial anúncios de programação do teatro S. Pedro. Os eventuais comentários sobre esses eventos começaram a aparecer com um pouco mais de frequência a partir dos anos 1840, possivelmente em decorrência das mudanças editoriais e do *layout* proporcionados pelos avanços técnicos das máquinas impressoras. Os comentários eram colocados na seção de cartas de leitores, e o conteúdo desses textos iniciais geralmente eram reclamações de acontecimentos além da peça, como o mau comportamento do público ou das condições rudimentares do teatro.

É possível encontrar também notícias esporádicas sobre inaugurações de teatros, ofícios imperiais sobre políticas públicas de incentivo às artes. Por exemplo, na edição do dia 7 de junho de 1857 do *Jornal do Commercio* foi publicada na seção “Publicações a pedido” a notícia com o título “A nova sociedade Phil’Harmônica” assinada por “o artista brasileiro”. Conta-se a respeito de uma reunião entre músicos e pessoas notáveis da

por Plancher e que nunca eram creditadas (Bahia, 2004). Existe, portanto, a possibilidade de a crítica ter sido escrita pelo próprio editor.

³² Trecho extraído de *O Spectador Brasileiro*, 19 de junho de 1826, p.03, e reproduzido em Giron (2004).

sociedade carioca que decidiu sobre a necessidade da criação da ópera nacional, e pede para que o governo subsidie a formação de meninos e de meninas para apresentações do gênero. As críticas e resenhas a respeito dos eventos teatrais também começaram a ser publicadas no diário no final dos anos 1850, mas ainda sob condição de comentários de leitores. Apenas a partir da década de 1870 é que começamos a observar nos diários do Rio de Janeiro a publicação de seções dedicadas às artes e à crítica.

Curiosamente, podemos afirmar que o comércio de música impressa começou antes mesmo do próprio jornalismo especializado surgir. A data inaugural é 1824 pela ação do trabalho do litógrafo Arnaud Palière (Souza, 2013), que começou a imprimir e a vender partituras de músicas eruditas e populares. Pode-se dizer que as vendas das partituras também foi o primeiro ensaio para o surgimento de uma indústria fonográfica, e essas atividades tornaram conhecidas as composições de modinhas, valsas, polcas, músicas seresteiras, que depois seriam bases para o desenvolvimento de gêneros da música popular brasileira (Valença, 1990; Tinhorão, 2013).

Os folhetos de partituras foram se transformando em revistas capazes de abrigar obras mais extensas ou um número maior de músicas, e eram sustentadas pela demanda gerada pelas associações de músicos e pelo público em geral, uma vez que o piano era um instrumento popular à época graças aos estímulos governamentais (Valença, 1990; Souza, 2013). Esses materiais impressos promovidos pelos donos das lojas de instrumentos em associação com as casas de impressão eram vendidos nas chamadas lojas de variedades (armazéns, bazares, escritórios), livrarias e nas próprias lojas de instrumentos (Valença, 1990; Amorim, 2017).

O jornalismo de música especializado nasceu em 1848 entre partituras na revista mensal *Ramalhete das Damas* (1842-1850), fundada pelo compositor português de música sacra e professor Rafael Coelho Machado em parceria com a firma litográfica Heaton e Rensburg, como comentamos em nossa introdução. O primeiro periódico inteiramente dedicado à crítica, artigos e notícias sobre música foi o semanário carioca *Revista Musical e de Belas Artes* (1879-1880), editado pelos músicos Arthur Napoleão e Leopoldo Miguez, também proprietários de uma loja de instrumentos musicais (Castagna, 2006; Medeiros, 2014).

A música erudita predominava como assunto central das (poucas) revistas especializadas em música até a década de 1920, sendo que as paulistas *Correio Musical Brasileiro* (1921) e *Ariel* (1923-1924) foram alguns dos títulos de revistas de natureza jornalísticas dessa época. A virada do jornalismo de música clássica para o jornalismo de

música popular como tema predominante aconteceu devido à força da indústria fonográfica em crescimento no Brasil, que tinha na música popular o carro-chefe de vendas (Vicente e De Marchi, 2020). Outro ponto determinante foi a entrada da música popular nas discussões entre os intelectuais brasileiros juntamente com artistas que, à época, eram os principais responsáveis pela produção do conteúdo em diários e revistas (Moares, 2019).

O jornalismo de música popular na imprensa segmentada começou a tomar forma com a *Phonoarte* e a *Weco*, ambas foram criadas em 1928 e tiveram fim em 1931. A *Phonoarte*, editada pelos jornalistas Cruz Cordeiro Filho e Sérgio Alencar Vasconcellos, foi a primeira publicação ao estilo *trade magazine* que circulou no Brasil, no sentido de se pautar baseada nos lançamentos e nas vendas da indústria fonográfica (Frota, 2003). A *Weco*, por sua vez, foi editada pela Casa Carlos Wehrs, tinha como diretor geral o compositor Luciano Gallette, e reuniu músicos e intelectuais à época, como Mário de Andrade e o sambista José Barbosa da Silva, conhecido como Sinhô. A revista discutia a música popular brasileira “de qualidade” em oposição às produções popularescas (Andrade, 2003b), sendo essa uma proposta semelhante à que encontramos na *Revista da Música Popular*, objeto de estudo dessa tese.

Há um certo embate na literatura em classificar a *Revista do Rádio* (1948-1970) como uma revista especializada em música ou uma revista de celebridade. De fato, as pautas predominantes eram sobre bastidores e sobre a vida pessoal das celebridades populares, que à época eram os cantores das rádios: daí a dúvida. Mas a produção de um jornalismo focado no mundo da celebridade da música era uma tendência, e dominavam o conteúdo de outras revistas segmentadas à época como a *Revista PraNove* (1938-1940). O que é incontestável é o fato de a *Revista do Rádio* ter sido um dos periódicos segmentados mais populares no Brasil, sendo um dos semanários mais lidos, especialmente entre as classes C e D (Mira, 2001; Faour, 2002). A única revista de música que voltaria a ter uma venda expressiva e próxima à *Revista do Rádio* seria a *Bizz*, que chegaria a vender 100 mil exemplares/mês no auge da popularidade nos anos 1980.

Diferente do que aconteceu no exterior, quando o rock chegou ao Brasil, não foi um *Simbolo* de rebeldia e de contestação, mas foi associado ao colonialismo. Havia por parte de alguns dos jornalistas, músicos e intelectuais à época, que advogavam em favor do samba e dos ritmos tradicionais brasileiros, oposição à forte entrada da música norte-americana – leia-se o rock e o cancionário romântico – por meio do cinema e das rádios. Os jovens politicamente engajados e ligados aos Centros Populares de Cultura, associado

ao Partido Comunista Brasileiro, que atuava juntamente às universidades, adotaram o mesmo discurso de rejeição à música norte-americana (Napolitano, 2018; Tinhorão, 1998).

Mas havia outra turma de jovens que não se relacionava com a política e não estava interessada nas discussões engajadas dos jornalistas de músicas, dos intelectuais, e dos garotos de classe econômica A e B adeptos da bossa nova e que moravam na zona sul carioca (Motta, 2000). Essas pessoas predominantemente da zona norte carioca (entendida como uma zona economicamente menos privilegiada), que se entusiasmou com a fúria e a excitação em três acordes, formaram o público que abraçou o rock e o tornou mais popular no Brasil do que a bossa nova e, posteriormente, do que a chamada MPB (Fróes, 2000; Mugnaini Jr., 2014; Faour, 2021).

Os periódicos com identidade editorial voltado para um público mais popular deram atenção e espaço ao grupo de roqueiros que surgia no Brasil no final dos anos 1950, que tinha o pioneirismo de Celly Campello e a liderança de Roberto Carlos. Esses costumavam focar mais na celebridade do que discutir música e desenvolver a crítica. Foi o caso da própria *Revista do Rádio* e também da *Revista do Rock* (1960-1974), essa última especializada em publicar letras de música. Os periódicos voltados para a elite, e os jornalistas identificados com as formações mais tradicionais da música brasileira acompanhavam a bossa nova, o samba tradicional e, posteriormente, militavam pela MPB. Na ausência de revistas especializadas relevantes no final dos anos 1950 e nos anos 1960, esse jornalismo musical militante se realizava nos diários, nos semanários e em publicações culturais satíricas e de resistência ao governo militar, como o *Pasquim*. Houve também revistas regionais interessadas em outros gêneros, como a paulista *Revista Sertaneja* (1958-1959), voltada para a cultura caipira. Perceba que todos esses grupos formam ramificações do mesmo jornalismo de música popular.

O jornalismo de rock, tão importante nos Estados Unidos e no Reino Unido, começou a ser realmente desenvolvido no Brasil a partir dos anos 1970 com o jornal *Rolling Stone*, e depois com a revista *Rock, a história e a glória* (1974-1976), *Música* (1976-1983), *Somtrês* (1979-1989) e diversas outras publicações de vida curta. A revista de maior vendagem entre as voltadas à música e a juventude foi a *Pop* (1972-1979), com 100 mil exemplares/mês (Mira, 2001). Apesar de a música pop e o rock serem parte importante do conteúdo da *Pop*, outras pautas como comportamento, esportes e moda voltadas para o público adolescente faziam com que o periódico fosse classificado como de comportamento e de consumo para autores como Mira (2001) e França (2021). Mas

autores como Oliveira (2011) também viam nessa revista como uma importante referência para o jornalismo musical, especialmente por ter no expediente jornalistas como Ana Maria Bahiana, Ezequiel Neves e Okky de Souza – todos que vieram do *Rolling Stone* –, além de José Emílio Rondeau, que foi editor e correspondente da *Bizz*. Nossa posição é de, assim como acontece com a *Revista do Rádio*, considerar a *Pop* como uma revista que faz parte da lista de periódicos que desenvolveram o jornalismo musical, mas com ressalvas.

Os anos 1980 e 1990 foram um período de alta segmentação no jornalismo musical popular, com o surgimento de revistas especializadas, como a *Rock Brigade* (1982-), sobre heavy metal; a *Revista Cavaco*³³ (1995-2002), sobre samba e pagode; a *Backstage* (1994-), sobre produção e instrumentos musicais; a *Concerto*³⁴ (1998-), sobre música erudita. Nos anos 2000, houve a volta da *Rolling Stone* (agora com o acréscimo da palavra Brasil no título) e uma tentativa de estabelecer a franquia da *Billboard* no país. Contudo, os desafios que o jornalismo enfrentou com a chegada da era digital fez com que esses veículos procurassem por soluções e apostassem em formatos comerciais sem tempo para testagens, enquanto o mercado se reconfigurava e se fragmentava rapidamente.

As velhas estratégias comerciais e editoriais não mais funcionavam naquele novo panorama e, paralelo a isso, o principal financiador, a indústria fonográfica, também passava por uma crise importante (Herschmann, 2010). Os periódicos foram forçados a se adaptarem a um mercado difícil, em que os jornalistas mais veteranos tinham dificuldade em compreender o perfil e os hábitos do novo público consumidor. Para sobreviver, muitas revistas precisaram abrir mão de suas versões impressas, que se tornaram caras demais para atender a um mercado consumidor pequeno, geralmente formado por pessoas mais velhas e relutantes. Esse foi o caso da *Rolling Stone Brasil*. Outras revistas deixaram de existir, como a *Bizz* e a *Billboard Brasil*.

A seguir, vamos voltar ao século XX, e introduzir os periódicos estudados nesta tese, os apresentando dentro dos respectivos contextos históricos.

³³ A *Revista Cavaco* prometeu retomar as atividades de forma online em 2022.

³⁴ A revista *Concerto* pode ser considerada uma retomada. As publicações sobre música erudita desapareceram depois dos anos 1940, e o tema passou a ser abordado sobretudo em revistas acadêmicas, além de ter que disputar espaços na miscelânea das editoriais de cultural dos jornais e dos semanários.

2.3 A Música Para Todos (1896-1899)

A Música Para Todos – Gazeta Litterária Musical Illustrada (doravante *AMPT*) foi um periódico jornalístico especializado em música, publicado quinzenalmente entre 1896 e 1899. Escolhemos esse periódico para começar o mapeamento da transformação (e permanências) do jornalismo brasileiro de música, porque essa é uma das raras publicações à época que teve quase o total de edições preservadas no Instituto de Estudos Brasileiros (IEB) da USP. Há apenas a ausência das edições 2 a 10, das 69 que existiram. O *AMPT* foi produzido ao longo de três anos, uma longevidade rara entre os periódicos à época. Notáveis da música erudita brasileira e europeia contribuíram no conteúdo, e essas personalidades desempenharam papéis pioneiros na crítica musical e no jornalismo especializado no tema no Brasil.

As informações gerais sobre a *Música Para Todos* são sintetizadas abaixo:

Tabela 1 - Visão geral de A Música Para Todos

PERÍODO	1896-1899
LOCAL	São Paulo – SP
NÚMERO DE EDIÇÕES	69
PERIODIODICIDADE	Quinzenal
FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO	Por assinatura. Distribuição para todo país por correspondência e por vendas em pontos e comércio e representantes.
PROPRIETÁRIO	Nestore Fortunati
EDITORES	João Baptista D’Arce; Nestore Fortunati; Amadeu Barbiellini Amidei; Felix de Otero; Luigi Chiaffarelli

Fonte: Própria autora – março de 2022

A Música Para Todos foi um projeto conjunto com o professor e maestro brasileiro João Baptista D’Arce,³⁵ e o cônsul italiano Nestore Fortunati (1867-1924), que era músico amador e também empreendedor, proprietário da casa tipográfica N. Fortunati & Companhia³⁶ (Farias et al., 2018). Começou como uma publicação de quatro páginas, na qual continha uma página de conteúdo textual, duas páginas (ou mais) dedicadas a uma partitura, e a última folha era de anúncio publicitário da sala de concertos Steinway, inaugurada em 1886, que era parte integrante do Joachim’s Hotel.

Não há informações na literatura sobre a quantidade de exemplares impressos pela *Música Para Todos*, mas era uma publicação que tinha alcance nacional, e que

³⁵ Também conhecido como J. B. D’Arce.

³⁶ Uma nota noticiosa do jornal *Correio Paulistano*, publicada no dia 13 de setembro de 1908, mostra que foi decretada a falência da firma de Nestore Fortunati, que funcionava na Rua do Carmo nº7, região central da capital paulista, no dia 8 de setembro de 1908.

também era enviada por correspondência ao exterior. O periódico foi exibido na Primeira Mostra Italo-brasileira que fez parte da Esposizione Nazionale Italiana, em 1898 na cidade de Turim. A feira foi um evento comercial, dedicada a empreendedores italianos, em especial aos que estavam atuando fora da Itália. Entre os mais diversos produtos, entre manufaturados, publicações e peças de artes. *AMPT* foi a única publicação especializada em música a ser levada para a exposição, graças não somente ao proprietário italiano, como também por ser um instrumento informativo sobre os laços e influências que a Itália exercia na música erudita brasileira naquele tempo (Bispo, 2016).

A última edição foi publicada no dia 15 de junho de 1899, com a promessa de que haveria uma reformulação editorial, a começar pela troca no nome de *A Música Para Todos*, para somente *Música*. A edição derradeira explicou que o novo formato seria reduzido para oito páginas, contando com uma capa para anúncios, sendo que àquela altura, uma edição regular tinha entre 12 e 16 páginas com conteúdo jornalístico, além da publicação de edições encadernadas e de almanaques ilustrados. Acreditamos que o projeto de reformulação não tenha sido levado adiante, ou teve vida curta, devido à ausência de referências na literatura. Castagna (2006) catalogou um periódico chamado *A Música*, impresso por Fortunati e dirigido por H. Ruegger em 1896, mas sem clareza do quanto durou. Uma hipótese é que o periódico foi uma primeira versão de *AMPT* que, por alguma razão, não pôde ser continuada. Infelizmente ficaremos na especulação, pois não conseguimos encontrar nenhuma informação complementar na literatura e nem nos catálogos e acervos consultados a respeito de *A Música*, de Ruegger.

O único periódico chamado *Música* catalogado na Biblioteca Nacional e que possui referência na literatura consultada foi uma revista mensal editada no Rio de Janeiro entre 1917 e 18, de propriedade do jornalista e empreendedor italiano Henrique Tocci (Fagundes, 2019). *A Música Para Todos* no tempo em que circulou, não possuiu concorrentes na cidade de São Paulo. Ele teve como antecessor a *Revista Musical* (1887-1888), dirigida por Lúcio da Silva Gonçalves e editada pela Casa Levy.³⁷ Em 1898 circulou a quinzenal *A Sereia Fluminense*, no Rio de Janeiro, de propriedade de José Antônio Guzzi. A revista especializada que surgiria posteriormente seria a *Gazeta Artística* (1909-1914), dirigida pelo jornalista português Augusto Barjona.

³⁷ Casa Levy é uma loja de instrumentos musicais especializada em pianos que foi fundada em 1860 e ainda está em atividade. Ela foi um dos anunciantes na *Música Para Todos*, e o seu proprietário, Luiz Levy, também colaboraria com textos no periódico.

A Música Para Todos não recebeu um estudo dedicado a ele na academia até o momento em que esta pesquisa foi concluída. Por outro lado, o periódico serviu como fonte de pesquisa a inúmeros trabalhos, em que os autores o usaram para compreender questões a respeito das discussões sobre música brasileira no final do século XIX, sobre o ensino da música no Brasil à época, sobre organização da classe de músicos, e como fonte para levantamento biográfico de personalidades. Esses assuntos podem ser encontrados nos trabalhos de Morila (2010), Amato (2010), Binder (2018), e Borges (2019). Em termos de conexões com outras gerações e grupos, notamos que algumas das personalidades que contribuíram com o conteúdo de *AMPT* tiveram ligação pessoal, profissional ou artística com os diretores e produtores de conteúdo da revista *Ariel*. Isso nos permitiu estabelecer conexões para entender o desenvolvimento do jornalismo de música no Brasil.

Para Ailton Pereira Morila (2010), *A Música Para Todos*, mais do que um periódico que trazia a agenda musical da capital paulista, foi um espaço de discussões e de expectativas dos músicos quanto à própria organização profissional. Ele se refere em especial ao montante de colaboradores que, anos adiante, em 1906, fundaria o Conservatório Dramático e Musical de São Paulo e/ou lecionaria na casa. Entre eles: João Gomes de Araújo, Luigi Chiaffarelli, Olympia Catta Preta, Henri Ruegger, Felix de Otero³⁸ e Luiz Levy. O desejo pela profissionalização dos músicos, tal como a organização dos mesmos, era um anseio da categoria do fim do século XIX, e a imprensa era um espaço disponível para colocar essas discussões em pauta no espaço público.

2.3.1 A imprensa dos anos 1890

A década de 1890 foi um período em que a imprensa brasileira transitava de um estágio artesanal para uma fase industrial, graças à importação de maquinários com impressão rotativa, e de composição mecânica (Azevedo, 2009; Bahia, 2009). A nova tecnologia gráfica permitiu a reprodução de diversas formas de ilustração, como a fotografia, a caricatura e os quadrinhos. A década de 1890 representou um momento de expansão do parque gráfico brasileiro também por causa do barateamento do papel, pelo patrocínio e envolvimento de grandes fazendeiros, políticos e comerciantes, que viam no jornal a plataforma ideal para difundir os próprios ideais (Barbosa, 2010; Martins e De Luca, 2008).

³⁸ Algumas Fontes utilizam o nome do músico sem a preposição “de”, ficando Felix Otero. Mas como Felix de Otero era a grafia usada na revista, nós a manteremos como tal nesta pesquisa.

Outra novidade da época foi o investimento em correspondentes estrangeiros na Europa e nos Estados Unidos, como uma necessidade de suprir o serviço ainda rudimentar das agências de notícias (Bahia, 2009). Era uma imprensa voltada para a elite letrada, em um país com então cerca de 14 milhões de habitantes, e com 82% de analfabetos (Ferraro, 2002). “A imprensa tornava-se grande empresa, otimizada pela conjuntura favorável, que encontrou no periodismo o ensaio ideal para novas relações de mercado do setor” (Martins e De Luca, 2008, s/p).

Por outro lado, o início do período republicano brasileiro marcou o enfrentamento de uma censura à imprensa mais voraz do que a monarquia fez, reflexo de uma série de crises políticas e econômicas até então sem precedentes no Brasil, que a oligarquia e o exército tentavam abafar (Pilagallo, 2012). Jornais e revistas que faziam oposição ao império, alguns com críticas ácidas, tiveram a liberdade de circular, ao contrário do que foi a realidade para a imprensa no início do período republicano. Os jornais que apoiavam a monarquia foram censurados, edições foram apreendidas e jornalistas foram presos. No caso mais icônico, as forças republicanas invadiram a redação do jornal carioca *A Tribuna*, que era monarquista. O edifício foi depredado, o maquinário foi danificado, e o jornal deixou de circular por seis meses (Azevedo, 2009; Barbosa, 2010; Martins e De Luca, 2008). O escritor Lima Barreto retratou o episódio da censura ao *Tribuna* no conto *A Sombra do Romariz*, de 1922, como podemos conferir no trecho a seguir:

Eu te conto. Em 1890, acabava-se de proclamar a República. Isto há trinta anos. Eu tinha vinte e poucos. De dia, trabalhava na Casa Mont’Alverne; e, à noite, fazia uns bicos, na Tribuna Liberal. Um jornal apaixonadamente monarquista que atacava o governo provisório sem peso, nem medida. (...) Continuei a trabalhar com mais coragem e sossego. Vi senão quando, aí pelas oito ou nove horas, entrar pela oficina adentro o aprendiz assustado e avisando cheio de terror: “Fujam! Fujam! Lá vêm eles!” Perguntado o que havia, contou que descia pela Rua do Ouvidor um magote de gente, fardados e outros à paisana, a gritar: “Morreram os sebastianistas! Morra a Tribuna Liberal! Viva o Marechal Deodoro!” etc., etc. À vista da narração do pequeno, todos trataram de fugir. Em nenhuma seção do jornal ficou viva alma. Redatores, revisores, compositores, impressores – todos fugiram. Só ficou no edifício o Romariz, um pobre revisor que dormia profundamente, descansando a cabeça sobre os braços cruzados e estes sobre a mesa de trabalho. (Barreto, 2019, s/p)

Martins e De Luca (2008) explicam que a invasão foi motivada pela crítica do jornal ao então ministro Rui Barbosa,³⁹ e o episódio ficou conhecido como uma das maiores arbitrariedades de censura à imprensa, instituída por decreto em 23 de dezembro de 1889, pelo governo então governo provisório.

A respeito da produção de revistas, os periódicos brasileiros foram influenciados pelos europeus que eram importados e vendidos em livrarias, cafés, mercearias, hotéis e outros pontos comerciais. Uma revista muito influente foi a francesa *La Saison*, que trazia novidades sobre a moda francesa, muito copiada entre os brasileiros (Azevedo, 2009). As revistas brasileiras eram ricas em ilustrações como uma estratégia para aumentar o público consumidor ainda rarefeito. Havia também as revistas ilustradas, em especial a *Revista Illustrada* (1876-1888), do ítalo-brasileiro Angelo Agostini, que eram muito populares por trazerem crônicas e comentários políticos e sociais utilizando a linguagem dos quadrinhos e das charges (Barbosa, 2010). Talvez não seja coincidência que *A Música Para Todos* trazia como subtítulo: “*Gazeta Litterária Musical Illustrada*”

A respeito dos profissionais que trabalhavam nos diários e nos periódicos, Barbosa (2010) fez um levantamento em que mostra que, ao passo que os donos dos jornais provinham da classe oligárquica, os jornalistas e depois profissionais que faziam parte do corpo da redação e da impressão, eram formados por jovens provindos da classe liberal (filhos de comerciantes), além dos intelectuais e escritores que ocupavam os espaços, atraídos pelo potencial que um diário possuía em fazer circular ideias, e também como veículo para publicação literária.

A maior parte desses profissionais concentrou-se no Rio de Janeiro e em São Paulo, nessa ordem. Para Azevedo (2009), o final do século XIX foi o momento em que os profissionais começaram a se especializar nos diferentes ofícios necessários para a produção de um diário. Com o aumento das redações, as funções foram divididas e as consequentes especializações aconteceram: editor, redator, ilustrador, revisor, além das profissões provenientes das casas gráficas.

2.3.2 A música popular e erudita dos anos 1890

O Brasil, na última década do século XIX, era conhecedor da novidade do gramofone de Edison, mas só é possível falar em mercado fonográfico e sobre as

³⁹ Rui Barbosa foi o primeiro ministro da Fazenda do período republicano. Foi também um escritor, jornalista, intelectual e membro fundador da Academia Brasileira de Letras. Ver mais em: <http://www.academia.org.br/academicos/rui-barbosa/biografia> acessado em junho de 2020.

mudanças que a música gravada na música popular e erudita no país a partir do início do século seguinte (Tinhorão, 2017; Ferreira, 2016; Severiano, 2008). A música popular e erudita acontecia nos teatros, saraus, salões, festas, confeitarias. As peças se popularizavam por meio da venda das partituras tanto avulsas quanto integradas a revistas com conteúdo editorial e jornalístico, como foi o caso d'*A Música Para Todos* (Valença, 1990, Severiano, 2008), e também pelos chamados álbuns de dança de salão impressos (Castagna, s/d).

Mesmo sem uma indústria, que só viria a se configurar no século XX, a música brasileira se desenvolveu de maneira efervescente no século XIX graças a alguns fatores importantes. O primeiro deles é a atuação da família real portuguesa no campo das artes (Castagna, s/d; Valença, 1990). A vinda da família real portuguesa em 1808 foi um *game changer*, e causou grande impacto no desenvolvimento do Brasil no campo econômico, social e cultural. O imperador Dom João VI era um apreciador de música, tal como o príncipe herdeiro, Dom Pedro I, era um compositor.⁴⁰ A família real institucionalizou o ensino da música nas escolas públicas, contratou músicos da Europa e promoveu intercâmbios, organizou bandas militares e, além disso, por meio de tratados comerciais com a Inglaterra, promoveu a comercialização e a popularização do piano e o desenvolvimento do comércio de instrumentos musicais.

Os estudos de Mário de Andrade (2012), de Valença (1990), e de José Ramos Tinhorão (1998) mostram a importância da democratização do piano na música popular brasileira no século XIX. A comercialização do instrumento a partir da segunda metade do século XIX fez com que ele se espalhasse de norte ao sul do país. No interior e nas fazendas, o piano era acessível apenas para a classe oligárquica. Por outro lado, em centros urbanos como o Rio de Janeiro, a presença desse instrumento era tão significativa, que mestiços, negros e pessoas de classes sociais menos abastardas também tiveram acesso a ele. Isso também permitiu o surgimento de músicos com pouca formação teórica, mas com criatividade e ritmo suficientes para animar festas e bailes. Esses eram chamados de *planeiros*.

⁴⁰ Dom Pedro I foi chamado de “o Imperador Músico”. Tocava clarineta, fagote e violino. No Brasil, teve como professores o padre José Maurício Nunes Garcia, o maestro Marcos Portugal, o compositor austríaco Sigismund Von Neukomm. Era um apreciador de música popular e compôs valsas e modinhas. Ele também compôs o Hino da Independência do Brasil, que tem letra do poeta Evaristo da Veiga. No exílio, em Paris, foi amigo pessoal de Gioachino Rossini.

O piano, a qualificação de músicos em diferentes níveis de conhecimentos teóricos, além da proliferação de espaços físicos gratuitos ou não, como teatros,⁴¹ coretos, salões e cafés-cantantes, as transformações econômicas e sociais e a industrialização, que fez as pessoas saírem do campo para as cidades, foram ingredientes para que a música popular urbana no Brasil florescesse no século XIX. No campo dos gêneros que surgiram, a fusão do batuque dos negros com a melodia europeia faz nascer o lundu na primeira metade do século XIX. O lundu foi importante para o desenvolvimento posterior de outros gêneros populares, como o chorinho e o samba (Severiano, 2009).

Ernesto Nazareth, Joaquim Calado e Chiquinha Gonzaga foram alguns dos músicos populares no final do século XIX. Eles compuseram polcas, maxixes, modinhas, lundus, porém foram associados especialmente ao ritmo chorinho (ou choro), um dos gêneros musicais instrumentais brasileiros urbanos, que surgiu na década de 1870. Joaquim Calado foi considerado o pai da escola brasileira de flauta ao lado do belga Mathieu Andre Reichert.⁴² Encantado com a música brasileira, especialmente com o lundu, o belga não apenas incorporaria diversos elementos à própria, como também se envolveria com os chorões (Dias e Gushiken, 2006). Chiquinha Gonzaga entrou para a história como a primeira mulher compositora de sucesso de canções da música popular. Ela também antecipou, em quase duas décadas, a marchinha de carnaval, com a composição de *Ô Abre Alas*, de 1899.

Sobre a música erudita, havia dois movimentos principais de formação musical. O primeiro foi o das famílias privilegiadas ou de profissionais liberais emergentes que mandavam os filhos para conservatórios na Europa a fim de aprimorar estudos iniciados no Brasil. Esse foi o caso da maioria dos músicos eruditos brasileiro, como Carlos Gomes, Alexandre Levy, Alberto Nepomuceno, Felix de Otero, Henrique Oswald e João Gomes de Araújo.

⁴¹ O surgimento do teatro de revista foi particularmente importante na difusão da música popular urbana. O teatro de revista era um espetáculo cômico-musical, que fazia críticas sociais e políticas de forma zombeteira, além de apresentar as canções populares que estavam em alta à época, ajudando-as a ficarem ainda mais conhecidas. Podemos dizer grosso modo, que o teatro de revista era como um programa de rádio sem a tecnologia da transmissão. Os primeiros programas de auditório das rádios, aliás, reproduziam muito da linguagem e do formato do teatro de revista (Severiano, 2009). O teatro de revista teve particular importância na divulgação da música popular urbana em São Paulo no final do século XIX e das duas primeiras décadas do século XX.

⁴² Reichert (1830-1880) era filho de um músico ambulante que foi descoberto tocando pelas ruas de Bruxelas e levado a estudar no Conservatório Real da Bélgica. Ele foi contratado por Dom Pedro II para passar uma temporada no Brasil fazendo concertos na corte. Reichert viajou pelo Brasil e fez diversas composições com influências dos ritmos locais, como *La Coquette* e *A Faceira*, que tinha o lundu como principal inspiração (Dias e Gushiken, 2006).

O segundo movimento foi o de “importação” de professores europeus por parte das elites oligárquicas e do governo imperial. Professores estrangeiros foram contratados para trabalhar em conservatórios, como também foram professores particulares para as “sinhazinhas”, ou seja, as filhas das famílias de boa renda que tinham condições de pagar pela educação musical das mulheres. Nesse movimento chegaram ao Brasil: Luigi Chiaffarelli, Alfredo Camarate, Gustavo Wertheimer, Henri Ruegger etc. Os grandes compositores brasileiros, aliados aos músicos estrangeiros, foram responsáveis pela organização e o desenvolvimento da música erudita brasileira em especial no Rio de Janeiro e em São Paulo, além de serem futuros colaboradores para o conteúdo de *Música Para Todos*.

A ópera foi o gênero da música erudita que teve mais destaque até meados do século XIX. A partir da década de 1870, surgiu no Brasil o movimento romântico, importando da Europa (Castagna, s/d). A geração de compositores românticos tornaria-se uma das mais influentes da história da música erudita brasileira ao lado dos modernistas, caso de Alexandre Levy, Henrique Oswald, Leopoldo Miguez e Alberto Nepomuceno. A geração romântica surgiu em meio ao movimento de afastamento da elite em relação às manifestações culturais populares, consideradas vulgares (Castagna, s/d), mas nem todos os compositores brasileiros concordavam com tal separação e valorizavam a música popular, em especial Alberto Nepomuceno, que fez vários acenos à legitimação da música popular urbana (Goldberg, 2007).

Não podemos deixar de mencionar que a década de 1890 marcou o crescimento do carnaval de rua como festa popular no Rio de Janeiro e, com ele, o desenvolvimento de gêneros musicais como a marchinha carnavalesca. Mesmo sendo uma festa popular altamente reprimida pelas elites e pela polícia por ser organizada pela nascente classe operária negra (Severiano, 2008, Tinhorão 2012), ela resistiu e cresceu a ponto de “converter” os críticos em novos foliões, e tornar-se um dos *Simbolos* da cultura nacional.

2.4 Ariel (1923-1929)

A primeira fase de *Ariel* caracterizada pela segmentação musical foi curta, porém importante nesse estudo sobre o processo de identificação das transformações do jornalismo de música no Brasil. A revista traz conexões intelectuais e culturais com *Música Para Todos*. Músicos, críticos e professores que colaboraram no jornal musical dos anos 1890, como Luigi Chiaffarelli, contribuiriam na formação técnica e intelectual de Mário de Andrade, figura central em *Ariel* e também nas discussões da cultura

brasileira. *Ariel* foi o único periódico a falar especificamente de música entre as produções editoriais do período pós-Semana de Arte Moderna de 1922, que aconteceu em São Paulo, nos dias 11 a 18 de fevereiro, no Theatro Municipal. O movimento modernista deu corpo a muitas discussões em curso na década de 1890, como a nacionalização da música e questões referentes à valorização da música popular e folclórica como afirmação da identidade do brasileiro (Helena, 1994).

Pode-se sintetizar a *Ariel* da seguinte maneira:

Tabela 2 – Visão geral de *Ariel*

PERÍODO	1923-1929
LOCAL	São Paulo
NUMERO DE EDIÇÕES	74 (?) Primeira fase (1 – 13)
PERIODICIDADE	Mensal
FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO	Assinaturas e venda direta em pontos de comércio
PROPRIETÁRIO	Editora Campassi & Camin
EDITORES	Antônio de Sá Pereira, Mário de Andrade, J. Câmara, N. Rolo, M. S. Sanches

Fonte: Própria autora, março de 2022

Não era uma revista de grande vendagem no mercado (Padilha, 2001). Por isso o periódico sofreu diversas pressões da editora Campassi & Camin⁴³ para fazer mudanças na identidade editorial que a tornariam mais popular e, por consequência, que aumentassem as vendas (Toni, 2005; Martins, 2008; Tércio, 2019). A editora vivenciava uma nova era no trato da música, impactado com a introdução do rádio no Brasil em 1922, e da montagem da primeira gravadora de música em 1902. A Campassi & Camin, portanto, fazia parte de uma cadeia de *players* que fazia parte do complexo da indústria fonográfica, interessada na promoção para consumo dos produtos na qual trabalhava e vendia. O projeto inicial da *Ariel* não atendia aos anseios de um mercado de consumo, muito menos estava interessado em modismos. Por isso, entendemos que os objetivos do

⁴³ Campassi & Camin – Casa Editora Musical Brasileira foi fundada em 1914 pelos italianos João Campassi e Pedro Ângelo Camin. O primeiro era um gravador (que pode ser entendido como gráfico) e comerciante, o segundo era compositor, pianista e editor. Editora musical é a empresa responsável por registrar, editar e imprimir partituras das músicas. Com o nascer das gravadoras, as editoras musicais passaram a ser intermediárias entre os artistas e as gravadoras. Em geral, é a editora musical que tem os direitos patrimoniais sobre a composição. A Campassi & Camin foi uma das editoras musicais mais atuantes à época (SILVA, 2019). Entre as obras no catálogo da editora encontra-se, por exemplo, ‘Paulicéia, como és formosa’, de Ernesto Nazareh. Além da editora, a Campassi & Camin possuía a loja de instrumentos musicais Casa A. Di Franco, que funcionava na Rua São Bento, nº 50. O local também era usado como redação da revista *Ariel*.

projeto inicial de *Ariel*, trazido por Antônio Pereira de Sá, e os anseios da editora não estivessem em conformidade.

A década de 1920 trouxe publicações especializadas interessantes além da *Ariel*. Dessas, podemos destacar as seguintes revistas: *Brasil Musical* (1923-1927), editada por Júlio Reis e Felício Mastrangelo;⁴⁴ *Weco: revista de vida e cultura* (1928-1931), editada por Luciano Gallet⁴⁵; *Phonoarte* (1927-1931), editada por Cruz Cordeiro Filho e Sérgio Alencar Vasconcellos. Tanto as revistas *Brasil Musical* (no Rio de Janeiro) quanto a *Ariel* (em São Paulo) foram dois polos importantes de discussão das músicas popular e erudita por parte de músicos que integravam a classe de intelectuais.

Não foi simples levantar quantas edições da revista *Ariel* existiram. De acordo com Ana Luiza Martins (2008), *Ariel* foi publicada de 1923 a 1926. Paulo Castagna (2008) é mais específico em afirmar que foi de outubro de 1923 a fevereiro de 1926, tendo como base sete fontes de pesquisa (catálogos). O estudo de Flávia Toni (2015) mostra que, fora as edições da chamada “primeira fase”, reunidas, encadernadas em um único volume e preservadas no Instituto de Estudos Brasileiros, da Universidade de São Paulo, todas as demais estão espalhadas em outras instituições e bibliotecas, em especial na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

Márcia Padilha (2001) informou que a *Ariel* existiu até 1929, e que ela passou por diversas mudanças editoriais ao longo do tempo. A chamada “primeira fase” (Toni, 2015), que durou dos números 1 ao 13, envolveu a participação de Mário de Andrade como colaborador e como diretor (embora ele não seja creditado como tal). Nessa fase, a revista foi dedicada à cultura musical. A partir de 1925, há uma série de mudanças nos subtítulos da *Ariel*, que refletem aos novos rumos editoriais (Padilha, 2001). Ela deixou de ser de música após a saída de Mário de Andrade na direção, e passou a falar de artes em geral (teatro, cinema, artes plásticas etc.), atualidades e comportamento. Terminou, portanto, em 1929, aparentemente no número 74, como uma revista sobre cotidiano urbano e comportamento.

⁴⁴ Júlio Cesar do Lago Reis (1863 – 1933) foi um maestro, compositor, polemista e crítico musical brasileiro. Também foi autor de diversos livros sobre música, entre eles, “Música de Pancadaria” (desenvolvida por bandas marciais), lançado em 1920. Felício Mastrangelo foi um italiano radialista, que trabalhou na Mayrink Veiga, entre outras estações de rádio. Mastrangelo também ficou conhecido como o homem que colocou Carmen Miranda para cantar na rádio.

⁴⁵ Luciano Gallet (1893 – 1931) foi músico, professor, compositor e folclorista brasileiro. É o patrono da cadeira n°39 da Academia Brasileira de Música, e um dos criadores da Associação Brasileira de Música. Gallet criou e editou a revista *Weco* até a morte, em 1931.

Nossa hipótese é de que as imprecisões em relação às datas acerca de *Ariel* foram provocadas por: (1) a perda de exemplares; (2) os exemplares avulsos que estão espalhados por diversas bibliotecas e instituições; (3) as mudanças de subtítulos, formatos e de linhas editoriais que podem ter confundido os pesquisadores. A *Ariel* como revista de artes e de variedades não satisfaria nossos critérios pré-estabelecidos para o estudo de uma publicação de música. Mas a primeira fase dela é importante, quando ela se dominava “revista de cultura musical”. O período corresponde os exemplares nº 1, de outubro de 1923 ao nº 13 de outubro de 1924.

Esse é o período que será investigado neste capítulo, considerando, de acordo com a informação da literatura, que após a primeira fase, a revista mudou a identidade editorial, deixando de ser uma revista de música, para se tornar uma revista de cultura e comportamento.

2.4.1 A imprensa dos anos 1920

A década de 1920 marcou simbolicamente o surgimento, no Rio de Janeiro, dos conglomerados midiáticos: na segunda metade da década, Assis Chateaubriand compra o então prestigiado diário *O Jornal* e cria a revista *O Cruzeiro* (Moreira, 2014; Barbosa, 2007). Esses seriam os primeiros de uma série de veículos impressos (mais tarde incluiria estações de rádio e TV) que estaria sob o guarda-chuva do grupo Diários Associados. A mesma década também marca a modernização e o crescimento do diário vespertino *A Noite*, propriedade de Irineu Marinho desde 1911, e a criação do jornal *O Globo*. Seriam os jornais de Irineu Marinho (e depois, dos herdeiros que assumiriam o grupo) que melhor importariam dos Estados Unidos o chamado jornalismo informativo (Charron e De Bonville, 2006), e que trariam mais fortemente à imprensa brasileira o ideal da objetividade.⁴⁶

De acordo com Barbosa (2007), *O Jornal* e os demais impressos pertencentes a Irineu Marinho teriam sido os primeiros a efetivamente separar em seções os textos opinativos dos informativos. Em *O Jornal*, o material informativo e o opinativo não apenas foram fisicamente separados, como o segundo foi relegado a um material de segunda importância. Tudo porque se buscava nos diários de Irineu Marinho a neutralidade. *O Jornal* foi um gatilho importante nas transformações jornalísticas nas identidades editoriais dos diários brasileiros. Se os jornais dos anos 1890 mais pareciam

⁴⁶ Ver em Michael Schudson (2010).

um bloco compacto de textos separados por palavras-chave, nos anos 1910 e 20 observamos o tímido surgimento da manchete na primeira página, e da organização do jornal em seções. Os jornais tornaram-se mais informativos e menos literários, e o maquinário a gás foi gradualmente sendo substituídos por máquinas elétricas, ampliando as possibilidades estéticas (Bahia, 2009). Isso fez com que a diagramação começasse a ficar visualmente mais organizada e limpa, e os jornais passaram a fazer da primeira capa um ponto importante para as estratégias editoriais e comerciais.

De acordo com Barbosa (2007), esse conjunto de transformações fez com que os diários ganhassem em volume de páginas. Como consequência, o conteúdo passou a ser separado em cadernos. Vemos a seguir alguns exemplos de primeira página dos jornais *O Globo*, *Estado de S. Paulo* e *Folha da Noite* (que se tornaria a *Folha de S. Paulo*), todos datam de julho de 1925, nas figuras 1, 2 e 3. Perceba que, em termo estéticos e de organização, a imprensa carioca estava mais adiantada do que a paulista. O jornal carioca também faz uso frequente da fotografia e da charge para melhor ilustrar as notícias. Nos jornais paulistas, a publicidade ocupa uma grande fração da primeira página, e observamos também a ausência da manchete.

Figuras 1, 2 e 3



Fonte: Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

Em termos quantitativos, a informação mais aproximada da quantidade de periódicos que pode ter circulado nos anos 1920 vem de Martins e Luca (2008). As autoras levantaram a informação de um documento chamado Estatística da Imprensa Periódica do Brasil, de 1931. Nele, diz que em 1930 havia 2.959 periódicos, entre jornais e revistas, circulando no Brasil, contra 1.946 que existiam em 1912. Do total de 2.959 de títulos catalogados nacionalmente, 524 eram provindos da cidade do Rio de Janeiro, e 249 da cidade de São Paulo.

Os números apontam o crescimento da circulação de periódicos no início do século XX no Brasil, mas vale lembrar que se trata de um mercado ainda volátil. Da mesma maneira que surgiram muitos títulos, a maior parte deles não conseguiu se manter por mais de um ano. O crescimento do mercado editorial se deve: (a) ao barateamento da tecnologia, (b) ao prestígio que se adquiria na sociedade ao montar um veículo de informação, (c) ao mercado publicitário em desenvolvimento, (d) ao projeto republicano de alfabetização – que de acordo com Barbosa (2007, p. 57), a cidade do Rio de Janeiro tinha 74,2% da população com mais de 15 anos alfabetizada –, (e) ao crescimento urbano e populacional que saltou de 17 milhões de pessoas em 1900 para 30 milhões de pessoas em 1920 (Bahia, 2009).

Não há nas estatísticas apresentadas por Martins e Luca (2008), nem da literatura consultada a respeito da diferenciação do tipo de periódico, mas as autoras defendem que o mercado de revista estava em franca ascensão à época. Um marco aconteceu em 1928, quando a revista *O Cruzeiro* começou a ser produzida no Rio de Janeiro (ela circularia até 1975), com uma tiragem de 50 mil exemplares (chegaria a 700 mil nos anos 1950). *O Cruzeiro*, que privilegiava a fotografia e a ilustração, era parte da campanha articulada por Assis Chateaubriand para promover Getúlio Vargas ao poder, e se tornou um dos mais importantes semanários informativos da história da imprensa brasileira (Mira, 2001).

A respeito dos profissionais que trabalhavam na imprensa, poucas foram as mudanças nos perfis em relação ao que se via na década de 1890. Os donos de jornais continuavam a ser pessoas de família abastardas de profissionais liberais, de políticos e/ou de fazendeiros. Escritores e intelectuais relevavam a baixa remuneração nas redações, porque o jornal era um espaço que proporcionava visibilidade, e também porque podia servir de trampolim para o serviço público. A maior diferença, segundo a pesquisa de Barbosa (2007), era que os jornalistas nos anos 1910 e 20 começavam a lida na redação mais cedo. Os aspirantes geralmente iniciavam as carreiras ainda adolescentes, indo às ruas para relatar crimes, que estavam entre as histórias mais populares entre os leitores.

2.4.2 Música popular e erudita dos anos 1920

Para falar da música popular no Brasil dos anos 1920, é preciso levar em consideração a presença da nascente indústria fonográfica no país, que havia se tornado um importante ator no desenvolvimento, divulgação e consumo de estilos musicais, de canções e de artistas. As tecnologias de gravação de som, fundamentais para o nascimento

da indústria fonográfica e das mídias de consumo da música, são invenções do século XIX. Segundo Gareth Murphy (2015) o primeiro registro gravado da voz humana data do dia 6 de *Abril* de 1860, quando o inventor da *phonograph*, ou máquina de escrever sons, Édouard Léon Scott de Martinville registrou a própria voz cantando a balada “Au clair de la lune”. A invenção do *phonograph* foi fundamental para que Graham Bell, aprimorasse tal tecnologia, substituindo a fonte elétrica por uma eletromagnética, e tornasse possível a transmissão da voz. O telefone foi apresentado ao mundo em 1876 na cidade de Filadélfia, Estados Unidos.

Dois personagens fundamentais para o nascimento da indústria fonográfica estavam assistindo à demonstração de Bell: o alemão Emile Berline, que inventaria o gramofone e fundaria uma das primeiras gravadoras, e Thomas Edison que aproveitaria os estudos de Scott de Martinville e de Bell para desenvolver o fonógrafo. Os primeiros protótipos da máquina de Edison surgiram em 1878, e tratava-se de um aparelho com uma agulha acoplada em um diagrama fixo, que era capaz de capturar o som por meio de microperfurações em cilindros de cera. O usuário precisava movimentar uma manivela para fazer o cilindro avançar da direita para a esquerda e, assim, reproduzir o som ali afixado, que se propagava com o auxílio de um cone.

A música e o entretenimento não eram o propósito de Thomas Edison ao desenvolver e comercializar o fonógrafo. Tanto que a qualidade do som do aparelho não seria a preocupação do inventor por mais de uma década. Ele queria criar uma tecnologia para registro de discursos com propósitos políticos e educacionais. Mas ao usar a música para ilustrar as primeiras demonstrações, logo ficou claro para que fim o mercado consumidor usaria a máquina (Tinhorão, 2014; Byrne, 2014; Murphy, 2015).

Figura 4



Gramofone de cilindro de Edison (frente); gramofone de Berline (atrás)

Outras invenções surgiram a partir do fonógrafo, como o *jukebox*⁴⁷ e o gramofone, do alemão Emile Berline, em 1888. O gramofone trazia como principal inovação o registro e a gravação do som em chapas planas (discos) cobertos com materiais como cera, vinil ou cobre. A produção de discos para gramofones era mais rápida do que a de cilindros. O manuseio da máquina e do disco também era mais simples e atraentes ao consumidor. Isso traria indubitáveis vantagens industriais e comerciais ao gramofone em relação ao fonógrafo. O gramofone e o formato de discos dominariam o mercado nas décadas seguintes, e “aposentaria” a tecnologia de Thomas Edison.

Apesar de estar condenada a ter uma vida comercial breve, a máquina de Edison teve papel fundamental no nascimento do mercado fonográfico no Brasil. De acordo com José Ramos Tinhorão (2014), as primeiras demonstrações da novidade dos “aparelhos que falavam” foram feitas no Brasil a partir 1879, um ano após o lançamento do fonógrafo de Edison, trazidas por entusiastas, expositores e cacheiros-viajantes. O fonógrafo, naqueles primeiros anos, era quase como uma atração circense.⁴⁸ Faziam-se demonstrações em diversas cidades do país, em que as pessoas pagavam um ingresso para poder ver a “máquina que falava”.

Em 1891 – já adentrando a década em que seria lançada a revista *A Música Para Todos* –, o cacheiro-viajante tcheco naturalizado estadunidense Frederico Figner, chegou ao Brasil em Belém do Pará e começou a fazer demonstrações com o fonógrafo em diversas cidades brasileiras até chegar ao Rio em 1892. O comerciante promovia sessões para tocar registros sonoros de discursos e de músicas gravadas nos Estados Unidos. Ainda de acordo com Tinhorão (2014, p. 34), Figner foi também pioneiro ao abrir, em 1897,⁴⁹ a Casa Edison, loja para vendas de fonógrafos e de cilindros na Rua do Ouvidor,

⁴⁷ O aparelho foi desenvolvido e comercializado por associados de Thomas Edison. Os *jukeboxes* seriam espalhados por diversos estabelecimentos comerciais dos Estados Unidos, e eram ativados por meio de moedas usando o mesmo princípio das máquinas caça-níqueis. Os rolos de cilindros não permitiam um repertório diverso, mas esses aparelhos, antes do rádio, foram responsáveis pela popularização de cantores e de bandas, especialmente após o desenvolvimento do *jukebox* de discos em 1915.

⁴⁸ Essa realidade não era tão distante quando o que aconteceu nos Estados Unidos. De acordo com Marcia Tosta Dias (2000, p. 34), também se difundiu naquele país como uma máquina de entretenimento, em que as pessoas se reuniam em salões para apreciá-lo.

⁴⁹ Há um problema de datas desconstruídas entre os autores consultados. O historiador Marcos Napolitano (2007) e o pesquisador Clodo Ferreira (2016) apontam a inauguração da loja de Figner aconteceu em 1901. Mas optamos por ficar com a versão de Tinhorão por duas razões. A primeira é que o pesquisador explica que a Casa Edison se mudou três vezes na Rua do Ouvidor: a primeira e pioneira loja ocupou o lote 105 em 1897, já a mais famosa e duradoura ocupou o lote 107 na mesma rua em 1901. A segunda razão é que, diferente de Napolitano e de Ferreira, Tinhorão cita duas fontes de informação,

centro da cidade do Rio de Janeiro. É também nesta época que são formados clubes e sociedades para apreciação dessa tecnologia fundados e apoiados pelo próprio Figner. Foi uma forma de fomentar o mercado consumidor de discos naquele início de século XX, uma vez que fonógrafos e gramofones eram aparelhos caros (Napolitano, 2007; Tinhorão, 2014; Ferreira, 2016).

Figner também criou a primeira gravadora brasileira em 1902, quando instalou um estúdio – ainda que precário – também na Rua do Ouvidor. O comerciante convidou para os primeiros registros cantores populares à época, como Bahiano e Cadete, além da banda do Corpo de Bombeiros. Gravava em discos de 7 e de 10 polegadas (para 78 rotações por minuto), e depois os vendia sem ter que pagar aos autores os devidos direitos autorais (algo que não era discutido à época no Brasil). Eram gravadas modinhas, tangos, valsas, lundus e discursos famosos lidos pelos convidados. Segundo Napolitano (2007, p. 14) foram feitas cerca de 733 gravações no pequeno estúdio de Figner em sessões realizadas durante o mês de maio de 1902. Os discos resultantes dessas sessões foram prensados na Europa pela empresa Zon-O-Phone, em um processo de alguns meses entre a gravação, o envio da matriz à fábrica e o retorno das cópias: tudo por navio.

Figner foi pioneiro mais uma vez ao instalar no Rio de Janeiro, em 1913, a Odeon: a primeira fábrica de discos da América Latina, com a capacidade de prensar 1,5 milhão de discos ao ano (Vicente e Marchi, 2014). Os artistas populares eram os que mais se beneficiavam com a indústria. A popularidade do samba, por exemplo, cresce com o suporte industrial. O primeiro samba, *Pelo Telefone*, foi gravado em 1916 por Donga, e depois regravado em 1917, com o selo da Casa Edison, pelo cantor bahiano. *Pelo Telefone* tornou-se um sucesso carnavalesco e cunhou o termo “samba” para as massas (Diniz, 2006; Neto, 2017).

O samba foi se desenvolvendo no interior de terreiros e nas festas dos casarões das chamadas “tias”.⁵⁰ Nos anos 1920, graças à imensa popularidade comercial, o samba ganhou o gosto da classe média carioca, proporcionando o surgimento de uma nova

que seria no livro de memórias *O Rio do verdor dos meus anos e o muro dos sem-vergonhas*, de Adelino J. Paes (1964), e *Tipos Populares do Recife Antigo*, de Eustórgio Wanderley (1954).

⁵⁰ As “tias” eram mulheres que desempenhavam papéis de líderes comunitárias em bairros pobres no Rio de Janeiro e nas nascentes favelas. As tias eram mães de santo, e isso fazia com que elas exercessem uma autoridade de tradição religiosa na comunidade na qual estavam. Além disso, algumas delas eram proprietárias dos chamados casarões, que funcionavam como um pensionato que recebia operários pobres recém-chegados ao Rio de Janeiro, em especial vindos da Bahia. A “tia” mais famosa foi Hilária Batista de Almeida, mais conhecida como Tia Ciata, que foi uma cozinheira e também mãe de santo, proprietária de um casarão que ficava em frente à Praça 11, na região central do Rio de Janeiro. Tia Ciata foi uma das autoras do samba inaugural “Pelo Telefone”.

geração de cantores e compositores responsáveis pelo refinamento e modernização desse gênero musical (Severiano, 1998; Diniz, 2006; Neto, 2017). Entre os expoentes dessa geração que ficaria conhecida como “época de ouro”, destacam-se Ismael Silva, Mário Reis, Bide (Alcebíades Maia Barcelos), Ary Barroso, Sinhô, e Noel Rosa – todos esses artistas seriam personagens importantes no conteúdo da *Revista da Música Popular* na década de 1950, como veremos adiante.

A música erudita, conectada à elite, não desfrutava dos benefícios da indústria na mesma proporção. Ela perdia em apelo popular não apenas para os ritmos brasileiros, como também para a música estrangeira, em especial para o jazz, que era uma coqueluche nos anos 1920 (Teixeira, 2003; Tinhorão, 2012). À margem da indústria e da popularidade, músicos, professores e compositores eruditos lutavam pela organização de um circuito de espetáculos, pela organização profissional, e pela educação do público como ouvinte. A vantagem que a música erudita ainda tinha sobre a música popular estava nas páginas dos jornais e nos críticos que prezavam mais pelo mundo dos concertos do que, por exemplo, pelas peripécias de Pixinguinha e dos Oito Batutas.

Mesmo que a nascente indústria fonográfica não apoiasse a música erudita brasileira na mesma proporção da música popular, ainda assim, o início do século revelou uma geração de novos compositores que seria, ao lado dos românticos, uma das mais importantes da história do país, cujo maior representante foi Heitor Villa-Lobos (Castagna, s/d). O maestro, compositor das Bachianas Brasileiras, era ideologicamente muito próximo aos propósitos modernistas, sendo que ele mesmo fez viagens pelo Brasil a fim de inteirar-se com a música folclórica e popular e incorporar tais elementos nas próprias composições tanto eruditas, quanto nos estudos sobre a música popular (Acquarone, 1948).

2.5 Revista da Música Popular (1954-1956)

A *Revista da Música Popular* – doravante *RMP* – foi um periódico mensal que circulou com edições irregulares entre os anos de 1954 e 1956, no Rio de Janeiro. Foi criada e idealizada pelo jornalista Lúcio Rangel, e codirigida por Pêrsio de Moraes. Tinha como principal tema a música popular urbana,⁵¹ mais especificamente o samba feito

⁵¹ Preferimos o uso de música popular urbana do que música popular brasileira, porque a primeira vai tratar especificamente dos gêneros musicais nascidos e desenvolvidos nos centros urbanos brasileiros, sobretudo no Rio de Janeiro. Música Popular Brasileira é um conceito que requer um horizonte mais amplo de compreensão. Ainda existe o complicador de a música popular brasileira ser confundida com a MPB, que foi um gênero musical elitista, surgido nos Centros Populares de Cultura (CPC) vinculados a

durante a chamada época de ouro por personagens como Pixinguinha e Noel Rosa. A proposta, como seria destacada nos editoriais, era resgatar o que os diretores chamavam de samba autêntico em detrimento dos modismos, conforme primeiro editorial da revista.

A tabela a seguir sintetiza a *RMP*:

Tabela 3 – Visão geral da *Revista da Música Popular*

PERÍODO	1954-1956
LOCAL	Rio de Janeiro – RJ
NÚMERO DE EDIÇÕES	14
PERIODIODICIDADE	Mensal (não regular)
FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO	Por assinatura. Vendas diretas.
PROPRIETÁRIO	Lúcio Rangel
EDITORES	Lúcio Rangel e Pêrsio de Moraes

Fonte: Própria autora, março de 2022

Além de abordar o gênero musical nacional especificamente da chamada “época de ouro”, a revista também se propôs a falar sobre o jazz. Novamente, não qualquer jazz, mas sim o chamado “de raiz”, feito pelos pretos norte-americanos, em especial vindos de New Orleans. A *RMP* também publicou, por meio de colunistas, atualidades sobre a boemia musical, sobre a rádio e os bastidores, e também algumas resenhas de discos.

Justificamos a escolha da *RMP* por esta ter uma boa reputação a respeito da qualidade editorial (Souza, 2006) e das discussões a respeito da música popular urbana, que moldariam uma forma de pensar das gerações seguintes de jornalistas e de estudiosos do tema (Wasserman, 2002; Napolitano, 2010). Para Moraes (2019), a *RMP* foi uma publicação importante que compõe o conjunto de outras obras dedicadas na compreensão historiográfica da música popular urbana. De acordo com Wasserman (2002), o periódico representou o triunfo do pensamento dos folcloristas urbanos, grupo de jornalistas e pesquisadores da música popular herdeiros diretos do modernismo e do pensamento de Mário de Andrade (o que faz uma conexão com a revista anterior, *Ariel*). Os folcloristas urbanos, grupo que incluía Mariza Lira, Jota Efegê e Almirante (todos colaboradores da *RMP*), consagraram o samba produzido especialmente na década de 1930 como um exemplo de pureza e de manifestação nacional autêntica, mas indiretamente condenaram ao ostracismo o romântico samba-canção⁵² produzido nos anos 1940 e 1950.

União dos Estudantes (UNE) nos anos 1960, alinhado ao marxismo, que tinha como norte a valorização da música regional feita pelo povo como autêntica, e a rejeição à música estrangeira estadunidense (Napolitano, 2018; Tinhorão, 1998).

⁵² O samba-canção teria um pequeno movimento de reabilitação nos anos 2010 pelas mãos de jornalistas e pesquisadores como Ruy Castro e Zuza Homem de Mello. Ambos chamam a atenção para a importância do gênero musical e como ele fazia sentido dentro do contexto cultural brasileiro dos anos 1940 e 1950.

A *RMP* fazia oposição ao tipo de jornalismo praticado nas revistas mais populares do segmento, que se dedicavam mais às fofocas e à vida privada dos artistas do que necessariamente a fazer discussões sobre a música. Pagou o preço do conteúdo mais restritivo e especializado com uma vida curta de existência (apenas 14 edições). Por outro lado, ao passo que a *Revista da Rádio* se tornou um modelo para o segmento das revistas de fofoca e de culto a celebridade, a *RMP* permaneceu no eixo da evolução do que compreendemos como jornalismo musical. Foi possível reconhecer nela elementos que vieram de revistas já citadas nesta tese, e também identificamos influências da *RMP* em revistas que surgiram posteriormente.

José Geraldo de Moraes (2019, p. 55) levantou a hipótese de que a *RMP* foi consagrada e influenciou gerações por ter sido endossada à época pela própria comunidade de jornalistas e de intelectuais. Mesmo que a *RMP* não tivesse uma grande tiragem, nem, aparentemente, uma vendagem alta, o prestígio de Lúcio Rangel e dos demais colaboradores, como Fernando Lobo e Manoel Bandeira, teriam assegurado uma posição de importância histórica frente a outras revistas de música que existiram na mesma época, e que eram mais populares.⁵³ Esses são alguns dos pontos que explicam porque a *RMP* foi objeto de pesquisas acadêmicas que envolvem o desenvolvimento da crítica e das discussões a respeito da identidade e da música popular brasileira. Esses autores foram alguns que se dedicaram a estudar academicamente o periódico, além de termos jornalistas que usaram a revista como fonte de informação, como foi o caso de Sérgio Cabral (1990) na biografia de Ary Barroso.

2.5.1 A imprensa dos anos 1950

A imprensa brasileira viveu um período de controle e censura severo na segunda metade da década de 1930 e primeira metade da década de 1940. Foi um período em que os casos de repressão falaram mais alto do que as inovações e aprimoramentos tecnológicos. O controle da imprensa no período começou com a implementação do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que funcionou entre 1934 a 1939. O órgão, ligado ao Ministério da Justiça, abrigava a censura oficial, que àquela

⁵³ Esse mesmo “fenômeno” aconteceu na música popular brasileira: cantores aprovados por uma comunidade de jornalistas, por intelectuais formadores de opinião e por produtores midiáticos, foram consagrados com o tempo, mesmo que não tivessem a mesma popularidade, presença radiofônica e vendagens de discos de outros cantores preferidos pela massa. Artistas popularescos, em contrapartida, foram condenados ao ostracismo depois que o auge das carreiras passou. Esses casos são bem narrados e explicados no livro *Eu Não Sou Cachorro Não*, do jornalista Paulo César Araújo.

época atuava mais no controle das produções cinematográficas, vistas como uma mídia estratégica na ditadura de Getúlio Vargas (Barbosa, 2007). Além de atuar como um regulador dos veículos midiáticos, era no DPDC que eram pensadas as estratégias de propagação dos ideais getulistas e nacionalistas, que ainda eram consideradas moderadas.

O Decreto Lei nº 1915, de 27 de dezembro de 1939, criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que extinguiu o DPDC, e endureceu a censura aos veículos de imprensa, aos produtos audiovisuais, e que fazia diversas outras imposições em comércio e até na vida cultural dos brasileiros. Jornais e revistas de oposição à Getúlio Vargas e ao Estado Novo ou podiam ter suas redações invadidas e destruídas, ou o chefe de redação poderia ser preso e substituído por um outro imposto pelo governo. Os jornais que fossem favoráveis ao discurso e ao governo getulista eram agraciados economicamente tanto em subsídios para a compra de papel importado quanto em verbas trazidas pelas propagandas oficiais (Barbosa, 2007; Martins e De Luca 2008). O DIP funcionou até 1945, com a queda da ditadura getulista.

Barbosa (2007) traz alguns exemplos da atuação do DIP, como fazer do dia do aniversário de Getúlio Vargas uma data oficial, e obrigar donos de estabelecimentos comerciais a ter um retrato do ditador na parede. Na imprensa, por exemplo, *O Estado de S. Paulo* tem a redação tomada pela censura getulista em 1940, após “denúncias” de que a redação do jornal estaria “em armas”. De acordo com Hamilton Ribeiro (1998), o *Estadão* tornou-se um jornal totalmente controlado pela ditadura getulista do Estado Novo. O mesmo aconteceu com o jornal carioca *A Noite*, e com a *Rádio Nacional*, que foi estatizada. Apenas em 1945, com a queda de Getúlio Vargas, o *Estadão* foi devolvido aos proprietários, a família Mesquita. Após 1945 e por quase dez anos, o *Estadão* publicou apenas notícias internacionais na primeira página para não dar destaque a “certos políticos”. Ironicamente, essa política editorial foi rompida em 1954, com o suicídio do próprio Getúlio.

Se por um lado o regime de exceção procurou colocar em prática o total controle cultural e de acesso à informação da sociedade brasileira, por outro, foi a ditadura getulista que promoveu a consolidação urbana-industrial do Brasil. A produção de aparelhos de rádio foi nacionalizada, massificada, e o eletrodoméstico tornou-se um dos poucos produtos eletrônicos acessíveis às todas as camadas sociais no país. O rádio passou a ser mídia de informação e de entretenimento mais importante e influente do país nas décadas de 1940 e meados da década de 1950, sendo que a *Rádio Nacional* foi a

empresa mais importante, com média de 70% da audiência nos anos 1940, contra uma média de 10% da Rádio Tupi, a segunda colocada (Aguiar, 2007).

Na *Rádio Nacional*, as notícias primeiramente eram sínteses nas matérias publicadas pelo jornal *A Noite*. A rádio criou uma divisão de radiojornalismo, instalada no edifício da empresa na praça Mauá, do Rio de Janeiro. A redação, chamada Plantão Repórter Esso, funcionava 24 horas por dia. Essa equipe intercalava-se em quatro turnos de rodízio e era formada, no mínimo, por um secretário de redação (chefe), redator, redator auxiliar, dois locutores, noticiarista e repórter (Aguiar, 2007). O Repórter Esso inovou a fórmula do noticiário radiofônico no Brasil. Ia ao ar quatro vezes ao dia e era formado por um bloco de cinco minutos com notícias sucintas, formadas pela manchete e pela lide. Apesar de Pompeu de Souza ter sido creditado como o introdutor da lide e dos ideais estadunidenses de objetividade e imparcialidade nos jornais impressos, na reforma editorial que promoveu no jornal *Diário Carioca*, nos anos 1950, o Repórter Esso, quase dez anos antes, já colocava a fórmula em prática (Ortrivano, 2003).

As inovações tecnológicas no parque industrial gráfico proporcionaram mais avanços no design e diagramação dos jornais impressos. *A Última Hora* e *a Tribuna da Imprensa* iniciaram o movimento de remodelação gráfica que visava tornar a mídia mais atraente para o público, com a valorização de cores e de fotos na capa, a melhor separação dos temas e das editorias, e também em inovações na cobertura jornalística, menos opinativa e com textos mais objetivos (Abreu et al., 2008; Bahia, 2009; Barbosa, 2007). Por ter sido uma época multissensorial (Bahia, 2009) graças ao apogeu da rádio como veículo de informação e a introdução da televisão que aconteceria no final da década, a melhoria gráfica e a influência da cobertura americana foram maneiras que os veículos impressos encontraram para concorrer (e sobreviver) frente à mídia eletrônica. O diagramador foi um profissional introduzido na redação nos anos 1950, cuja função também era de auxiliar os editores na instrução aos repórteres sobre a medida exata que uma matéria poderia ter (Ribeiro, 1998).

Os principais diários e revistas impressas brasileiras vivenciariam, a partir dos anos 1950, aumento da circulação de exemplares (Barbosa, 2007). Essa é uma tendência de crescimento que se sustentaria até os anos 1980, entrando em declínio nos anos 1990. Segundo dados de Barbosa (2007, p. 154), em 1951 havia 230 jornais circulando no Brasil e um global de 5,7 milhões de exemplares para um país com 52 milhões de habitantes, sendo que a maioria ainda era rural e semianalfabeta. *O Globo*, por exemplo, iniciou a década com uma tiragem de 100 mil exemplares diários, e chegou em 1959 com uma

tiragem de 187 mil exemplares. A revista semanal *O Cruzeiro* circulou ao longo dos anos 1950 com tiragem média de meio milhão de exemplares, com picos de 700 mil exemplares (Meyrer, 2007; Martins e De Luca 2008).

As inovações tecnológicas, editoriais e o aumento no número de tiragens dos diários e das principais revistas também vieram acompanhadas da mudança de negócios nos veículos de comunicação. Se antes um jornal dependia de patrocínios e de eventuais subsídios do governo para sobreviver, nos anos 1950, em especial com o surgimento e profissionalização das agências de publicidade, a receita dos veículos passou a vir especialmente dos anunciantes (Barbosa, 2007; Bahia, 2009; Martins e De Luca 2008). A distribuição dos jornais e revistas também foi melhorada no Brasil graças ao surgimento do sistema de bancas – comércio formado e incentivado pelas associações e grupos de imprensa que atuavam no país –, e pelo aprimoramento de programas e promoções de assinaturas.

É importante pontuar que em 1950 foi fundada a Editora *Abril*, por Victor Civita. A *Abril* chegou ao mercado com três sucessos comerciais principais: o licenciamento para os gibis da Disney; a revista *Capricho*, que chegaria concorrendo com os principais títulos de moda e de comportamento feminino que existiam até então; e a revista *Contigo!*, que começou comercializando fotonovela e depois se tornou uma das principais revistas de entretenimento televisivo e de celebridades nos anos 1970 e 80 (Mira, 2001). A Editora *Abril* iria lançar nos anos 1970, a revista *Pop*, que em parte seria base para o surgimento da revista *Bizz* nos anos 1980, como veremos adiante neste capítulo.

Precisamos ressaltar que as gerações dos anos 1950 e dos anos 1960 seriam as últimas a serem representadas essencialmente por pessoas que vinham de outras profissões, como advogados e arquitetos, e que se tornavam jornalistas forjados no calor da labuta e na fumaça da redação. O primeiro curso de jornalismo foi inaugurado em 1942 na Faculdade Cásper Líbero, idealizada pelo jornalista de mesmo nome e proprietário do jornal *A Gazeta* de São Paulo. A obrigatoriedade do diploma e do registro profissional seria exigido nas redações apenas em 1969, por meio do Decreto-lei 972/1969, de outubro de 1969. O decreto-lei de 1969 foi consequência de uma série de outros anteriores publicados a partir do Decreto-lei 910 de 30 de novembro de 1938, que regulamentava a profissão de jornalista no Brasil (Nascimento, 2011).

A respeito dos periódicos de música, a indústria do disco, a mídia radiofônica e a imprensa se beneficiavam mutualmente nessa época. As rádios dominavam a forma de entretenimento à época (Barbosa, 2013; Tinhorão, 2014), e também da indústria

fonográfica que, nos anos 1950 passava por uma série de inovações tecnológicas, como a introdução do microsulco, que aprimorou o som eletrônico e fez com que o tempo de duração do disco fosse de quatro para 33 minutos, permitindo o surgimento dos *long plays*, que impactariam nos anos 1960 (Dias, 2000). A imprensa não apenas repercutia os programas das rádios e os lançamentos dos discos, como também servia como uma plataforma que expandia tal universo.

Estações de rádio criaram as próprias revistas, como foi o caso da *Pranove* (1938-1941), da Mayrink Veiga, e dirigida pelo jornalista César Ladeira, que tinha como propósito principal mostrar em imagens o que o ouvinte apenas podia imaginar. A *Pranove* dividia-se entre mostrar bastidores e fazer propaganda institucional, comentar notícias e fazer algumas reportagens e entrevistas sobre artes, inclusive sobre a música (Vaz Filho, 2009). Uma das colaboradoras notórias da *Pranove* foi a professora, jornalista e folclorista Mariza Lira. A líder de audiência, a Rádio Nacional, mantinha a revista *Carioca* (1935-1954), cujo conteúdo era ainda mais diversificado e orientado para o entretenimento e para a celebridade do que a concorrente *Pranove* (Faour, 2002; Vaz Filho, 2009; Moraes, 2019), não sendo possível assim incluí-la no segmento do jornalismo musical.

Das revistas que se pautavam pelos lançamentos da indústria fonográfica, acessamos exemplares de *Parada de Discos* (1955) e *Revista do Disco* (1953), que foram digitalizados pela Biblioteca Nacional. Em geral, elas se estruturavam intercalando pequenas reportagens sobre os artistas populares do momento, com listas de lançamentos dos catálogos das gravadoras, e pequenas notas informativas. A *Revista do Disco* era vendida exclusivamente nas bancas de jornais e, no editorial do primeiro número, há, inclusive, um agradecimento especial aos diretores das fábricas de discos no Brasil. Infelizmente não encontramos na literatura maiores informações a respeito dessas publicações.

As revistas de música nasceram falando basicamente da vertente erudita, e a música popular começou a ganhar espaço em publicações dedicadas a partir da década de 1920, como vimos nos capítulos anteriores. Nos anos 1940 e 1950, além dos periódicos que repercutiam a rádio e os lançamentos de discos, havia revistas dedicadas a um gênero específico. É o caso da *Música Sacra* (1941-1959), criada por Frei Pedro Sinzig,⁵⁴ *Música Viva* (1940-1948), criada H. J. Koellreuter e dedicada à música erudita,⁵⁵ e a paulista

⁵⁴ Ver mais em MATOS (2015).

⁵⁵ Ver mais em SOUZA (2014).

Revista Sertaneja (1958-1959), dirigida por Armando Augusto Lopes e dedicada exclusivamente ao gênero da música caipira e das duplas sertanejas.

O periódico mais popular dessa época foi a *Revista do Rádio* (1948-1970), criado por Anselmo Domingos. Apesar de as principais emissoras de rádio, como a Rádio Nacional, Rádio Tupi e Mayrink Veiga, terem os próprios impressos, Anselmo teve a sagacidade de falar sobre os artistas contratados por essas empresas inserindo o elemento da fofoca e da exploração da vida privada. O sucesso da *Revista do Rádio* foi tão grande que, no auge, a publicação semanal vendia cerca de 50 mil exemplares, ficando atrás apenas do também semanário *O Cruzeiro* (Faour, 2002). A *Revista do Rádio* (que na década de 1960 se transformou em *Revista do Rádio e TV*) inspirou o lançamento de publicações similares, como a *Radiolândia* (1953-1960), da Editora Globo, do conglomerado que pertencia à Irineu Marinho.

2.5.2 Música popular e erudita dos anos 1950

Os anos 1950 foram polêmicos entre os acadêmicos e historiadores da música popular brasileira, pois se trata de uma época de transições. Houve o estouro comercial da música nordestina, em especial do ritmo baião personificado por Luiz Gonzaga. A música caipira vida do interior de Minas Gerais e de São Paulo também começou a ganhar visibilidade. Mas quando se fala de música urbana, o samba-canção foi hegemônico e concorria em preferência, inclusive, com a música.

A chamada geração “pós-época de ouro” (Severiano, 1998) dividiu jornalistas, e depois os acadêmicos e historiadores da música no sentido em que, por um lado temos um grupo de defensores do gênero, que reconhecem a importância cultural que ele teve na sociedade urbana carioca e paulista. Por outro lado, há também um grupo não menos expressivo de críticos, que argumentam que o samba-canção era um híbrido classe-média de um samba comercial com gêneros românticos, em especial com o bolero. Essa é uma discussão recorrente que encontramos na *Revista da Música Popular*.

José Ramos Tinhorão (2012 e 2013) explica que a origem do samba-canção data do final dos anos 1920, e era um termo usado para designar os sambas de “meio de ano”, ou seja, compostos fora do período de carnaval. O samba-canção tendia a ser mais elaborado melodicamente, o que agradava em especial à classe-média urbana. A polêmica a respeito do gênero começa nos anos 1940, quando o gênero se tornou hegemônico nas rádios brasileira e nas boates cariocas. Mas a sofisticação inicial foi diluída graças ao processo de hibridização com baladas e boleros feitas por músicos profissionais das

rádios, que moldaram o samba-canção para atender à uma demanda comercial. Segundo Tinhorão (2013), compositores como Cartola e Nelson Cavaquinho continuavam a produzir belos sambas-canções nos moldes tradicionais, mas eles não conseguiam gravar as músicas por falta de apoio e influência no mercado.

Como consequência, os jornalistas mais críticos destratavam o gênero e alimentavam um discurso saudosista da Época de Ouro. Tinhorão (2013, p 175) recuperou uma citação de Mariza Lira,⁵⁶ disponível no livro *Brasil Sonoro*, em que a professora e jornalista diz que o samba-canção é uma adaptação facílima em que o ritmo marca o samba e nada é propriamente dito. Tinhorão (2013) também afirma que foi essa impressão de pobreza estética e facilitamentos em nome do mercado que levaram universitários dos anos 1950 a se voltarem ao jazz e, a partir desse ritmo americano, fazer a própria reformulação do samba, o que culminaria no nascimento da bossa-nova no final dos anos 1950.

Ruy Castro (2015), por sua vez, defende o samba-canção como um gênero que personificou a sociedade e a cultura urbana e privilegiada do Rio de Janeiro nos anos 1940 e 50. Esse samba traduzia muito bem o interior das casas noturnas que existiam no Rio de Janeiro, em que os frequentadores interagiam em meio à fumaça do cigarro e ao consumo de bebidas destiladas, enquanto os artistas, que faziam as performances próximos ao público ouvinte, cantavam as letras chorosas sobre o amor com vozes empostadas e poderosas.

Naquele imediato pós-guerra, o samba-canção era a grande novidade no mercado musical. Todos os compositores e letristas do primeiro time começaram a produzi-lo e, com a implantação das boates no Rio, ele ganhara um habitat perfeito. Um passeio ao passado remoto mostraria, no entanto, que o samba-canção era a continuação natural de uma tradição romântica da música brasileira que começara no século XIX – filho ou sobrinho das canções, modinhas, valsas, serestas, dos foxes e marchas-rancho (Castro, 2015, p. 71)

A música erudita brasileira dos anos 1950 foi uma consequência das iniciativas de sistematização pedagógica musical iniciada por personalidades como Felix de Otero, Luigi Chiafarelli, que passou por Mário de Andrade e por Heitor Villa-Lobos. De acordo com Castagna (s/d), músicos como Claudio Santoro, Guerra Peixe e Gilberto Mendes

⁵⁶ Mariza Lira foi uma das colaboradoras mais assíduas da *Revista da Música Popular*. Abordaremos mais informações sobre ela no capítulo 5 desta tese. Procuramos um exemplar do livro *Brasil Sonoro*, mas se trata de um título raro, não mais disponível para vendas. *Brasil Sonoro* está disponível apenas em bibliotecas e em coleções particulares às quais não tivemos acesso.

fizeram parte do movimento denominado “música nova”, em que foram pioneiros no Brasil. A música nova tentava incorporar elementos do dodecafonismo,⁵⁷ da aleatoriedade, e da implementação de instrumentos eletrônicos na orquestra.

2.6 *Rolling Stone* (1972-1973)

O jornal *Rolling Stone* (doravante *RS*) tem origem norte-americana. Chegou às bancas pela primeira vez em novembro de 1967, criada pelo editor Jann Wenner e pelo crítico de jazz e música pop Ralph J. Gleason. A redação tinha sede na cidade de San Francisco (berço do movimento contracultural⁵⁸ à época). A publicação foi inspirada pelo fanzine *Crawdaddy*⁵⁹, de 1966, mas utilizou a mesma estrutura de editoração do jornal semanário *The Sunday Ramparts*, em que Wenner trabalhou em 1967 (Hagan, 2018). O *RS* era uma publicação quinzenal editada no formato de jornal, assim como muitos dos fanzines contraculturais à época e, rapidamente, se tornou uma das mais conceituadas e influentes publicações voltadas para o rock como manifestação cultural.

Apesar de tentar traduzir as manifestações da juventude e da política norte-americana sob uma ótica crítica, os editores nunca perderam de vista o fato de que a *RS* era uma publicação comercial que visava ao lucro. Wenner levantou cerca de 8 mil dólares para imprimir 40 mil cópias do primeiro número, dos quais 34 mil ficaram encalhados nas bancas (Merheb, 2012). O fracasso de vendas fez com que o editor entendesse que não conseguiria sustentar o negócio apenas com as vendas em banca.

Wenner fez inúmeras associações publicitárias com empresas da indústria da música que garantiram a sobrevivência da *RS*. Essas empresas, especialmente as *majors* da indústria fonográfica WEA e a CBS Records foram as principais apoiadoras, impedindo que o *RS* fosse à falência durante os primeiros anos. Mesmo com a oposição às políticas do governo estadunidense, como a crítica às guerras e por um discurso favorável ao controle de armas e ao meio ambiente, a revista induzia ao consumismo a juventude à qual a publicação se endereçava (Chappler e Garofalo, 1989).

⁵⁷ Referente à construção musical que se baseia em um sistema de organização de doze notas da escala cromática. Esse sistema foi uma tentativa de organização da música atonal experimentada por compositores como Richard Wagner e Claude Debussy.

⁵⁸ Movimento sócio-político de caráter questionador e libertário eclodido pela juventude dos anos 1960 nos Estados Unidos. Foi iniciado por grupos de jovens burgueses que tira da academia e leva às ruas e às artes, discussões sobre direitos civis, gênero, raça, liberdades individuais, políticas internacionais, entre outros. Saiba mais em Almeida e Naves (2007).

⁵⁹ *Crawdaddy!* era um fanzine publicado em formato de revista-jornal que posteriormente se transformou numa revista mensal. Foi criada pelo estudante universitário Paul Williams e circulou até 1979.

A partir de 1969, o *RS* começou o plano de expansão editorial em que passou a licenciar a marca em edições chamadas de regionais. Tais revistas poderiam utilizar a marca e os textos produzidos pela agora matriz estadunidense mediante o pagamento de *royalties*, e também produzir conteúdo de interesse ao público local. A primeira “filial” foi no Reino Unido em 1969. Em seguida surgiram as regionais australiana, japonesa e alemã. Essas publicações regionais refletem o crescimento da mundialização da música popular, assim como a predominância dos artistas anglo-americanos (Chappler e Garofalo, 1989; Hagan, 2018).

A edição brasileira surgiu no compasso do projeto para o desenvolvimento de edições regionais do *RS*. Os direitos para a publicação no Brasil foram comprados no início dos anos 1970 pelo inglês Michael ‘Mick’ Killingbeck e pelos estadunidenses Theodore George, Stephen Banks e o francês Stephane Gilles Escat, que estavam todos radicados no Brasil. Eles fundaram a editora Camelopard Produções Gráficas, e procuraram o jornalista Luiz Carlos Maciel para ser o editor-chefe. Maciel era conhecido por escrever a coluna *Underground*, editada entre 1969 e 1971 pelo quinzenal *O Pasquim*, e por tentar editar algumas outras revistas sobre música e contracultura.

Antes de começar a circular comercialmente, a equipe editorial brasileira do jornal *Rolling Stone* lançou uma edição promocional número zero em novembro de 1971 para divulgação do produto e para apresentação aos anunciantes (apesar de essa edição já conter publicidade). A primeira edição do *RS* foi lançada em fevereiro de 1972, inicialmente com a periodicidade quinzenal. A partir da edição nº 12, de julho de 1972, Luiz Carlos Maciel muda a estratégia editorial e comercial, e o *RS* passa a ter periodicidade semanal. O projeto foi encerrado na edição nº 36 em janeiro de 1973 após a perda do licenciamento da marca *Rolling Stone* e de uma série de problemas financeiros.

O jornal *Rolling Stone* pode ser resumido da seguinte maneira:

Tabela 4 – Visão geral de *Rolling Stone*

PERÍODO	1972-73
LOCAL	Rio de Janeiro – RJ
NÚMERO DE EDIÇÕES	37
PERIODICIDADE	Quinzenal/semanal
FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO	Por assinatura. Vendas diretas.
PROPRIETÁRIO	Camelopard Produções Gráficas
EDITORES	Luiz Carlos Maciel

Fonte: Própria autora, março de 2022

A vida editorial do *RS* foi curta e conturbada devido a uma administração amadora, tiragens e vendas irregulares. Em uma troca de mensagens com esta

pesquisadora, o jornalista Joel Macedo revelou que o jornal *Rolling Stone* não tinha um sistema de distribuição regular, e chegava a ser vendido por hippies nos semáforos do Rio de Janeiro. Havia também o problema da censura, que fazia que algumas das edições fossem retiradas das bancas de revistas, implicando perdas financeiras com a impossibilidade das vendas diretas. A administração fazia com que os salários dos jornalistas que trabalhavam com carteira assinada fossem pagos, como garantiu Joel Macedo, mas o mesmo não se poderia dizer dos colaboradores. Até mesmo artistas já renomados à época, como Jorge Mautner, que fez uma série de colaborações no *RS*, trabalhou de graça (Maciel, 1996).

Os administradores também não pagavam à matriz americana pelos direitos de uso do nome e nem pelas matérias produzidas no âmbito internacional, e o envio do material acabou após dois meses de contrato, fazendo o uso do nome *Rolling Stone* fosse comercializado de maneira indevida após a edição nº 14 (Barros, 2007). Segundo a jornalista Ana Maria Bahiana (comunicação pessoal, novembro de 2018), o material internacional publicado pelo *Rolling Stone*, entre textos e fotos, era traduzido e reproduzido sem a permissão dos periódicos originais. Os nomes dos autores dos textos eram mantidos, mas a procedência do material era ocultada.

Mesmo com todas essas questões desfavoráveis a respeito da idoneidade administrativa, o estudo do jornal *Rolling Stone* é importante por ser a primeira publicação especializada em música e comportamento com o licenciamento (pelo menos a princípio) de um título internacional. O Brasil teria outras franquias como as americanas *Guitar Player* nos anos 1990, e da *Billboard* além do retorno da própria *Rolling Stone Brasil* nos anos 2000. Fazendo um adendo, a chamada *Rolling Stone Brasil* foi lançada em 2006 pela Spring Comunicações, sediada em São Paulo. A revista impressa circulou, com interrupções, até novembro de 2019, e a partir de então, a marca continua ativa em website e em redes sociais.

O jornal distanciava-se do mundo da celebridade, para focar em entrevistas, análises de discos e obras, biografias, relatos sobre shows. Nesse sentido, essas opções editoriais fazem uma ponte com a prática jornalística das revistas anteriores aqui estudadas. O *RS* representou uma quebra do ponto de vista geracional, uma vez que os produtores de conteúdo que integram o periódico não têm relações evidentes com aqueles que fizeram parte dos periódicos aqui estudados. Falamos tanto por causa do momento cultural em que os jovens abraçam a contracultura em um momento de cerceamento de liberdades no país, quanto do ponto de vista legislativo. Em 1972 já estava em rigor o

decreto-lei 972/1969, e talvez por causa disso, vemos pela primeira vez entre os periódicos estudados em profundidade o emprego de jovens saídos das faculdades de Comunicação e de Jornalismo, como foi o caso de Ana Maria Bahiana. Esses mesmos jovens produtores de conteúdo foram o ponto de partida de uma geração de novos jornalistas especializados em música popular, mais especificamente do rock, que foram relevantes nos anos 1980 e 90, e que atuaram nos principais diários e também na revista *Bizz*.

Para Sberni Junior (2015), o *RS* foi um aglutinador de tendências da contracultura, que conectavam elementos globais das manifestações jovens dentro da cultura e da música brasileira. E como um produto jornalístico preocupado com a atualidade, apontava tendências e direções tomadas pela nascente cena musical do rock carioca e brasileira. O *RS* foi comercializado em um momento em que as revistas especializadas em música ressurgiam após um período inóspito nos anos 1960, em que os diários e a televisão foram os principais veículos de discussão sobre a música popular. Foi também o período de instalação do regime militar no Brasil, mas não encontramos na literatura consultada uma ligação concreta entre a censura e a ausência de novos títulos especializados.

O *Rolling Stone* tinha como tema o rock aliado à cultura jovem. Alguns pesquisadores também colocam nessa posição a revista *Pop* (1972-1979), da editora *Abril*, e que tinha como editor-chefe Gilberto Di Pierro. De fato, a *Pop* foi uma revista lançada para aproveitar o mercado consumidor jovem e para fazer concorrência ao *RS* (Oliveira, 2011), e teve como colaboradores em comum Ana Maria Bahiana e Ezequiel Neves. Porém, o projeto editorial da *Pop* era voltado para as diversas manifestações da cultura jovem, como artes, moda, esportes, cinema, e a música era apenas mais um tema entre outros. Ao contrário do que acontecia no *RS*, que abordava também moda, comportamento e, por vezes, se arriscou com a política, mas a música nunca deixou de ser o mote principal.

Outras revistas especializadas que surgiram nos anos 1970 foram a *Rock: a História e a Glória* (1974-?) editada por Tárík de Sousa e Armando Amorim e que teve na redação (novamente) Ana Maria Bahiana e Ezequiel Neves. *Música* (1973-1983), editada por Ben-Hur Teixeira Macedo, se esquivava de temas juvenis, e era voltada para apreciadores de música e também para músicos amadores e profissionais, trazendo seções dedicadas a instrumentos musicais, aspectos técnicos de som e músicas cifradas para violão e guitarra. A *Rock Espetacular* (1976-1978), publicada pela Rio Editora Gráfica, foi especializada em biografias. No final da década começou a circular a *SomTrês* (1979-

1984), editada por Maurício Kubrusly, voltada também ao público amante da música, reservando espaços, inclusive, para abordar jazz e música clássica. A *SomTrês* recebia colaborações, novamente, de jornalistas como Ezequiel Neves, Ana Maria Bahiana e José Augusto Lemos. Esse último seria um dos editores da *Bizz*.

2.6.1 A imprensa dos anos 1970

Pode-se dizer que o jornal *Rolling Stone* foi um entre outros corajosos instrumentos de resistência sociocultural e político ao se “atrever” a abordar o rock e a contracultura no período da história brasileira apelidada de “anos de chumbo” (Barbosa, 2013; Lima, 2020), entre o final de 1968 até o final dos anos 1970, quando o presidente militar Ernesto Geisel deu início ao processo de reabertura democrática, concluído pelo sucessor João Batista Figueiredo. O golpe militar instituído em 31 de março de 1964 tinha estabelecido uma censura moderada no seu tempo inicial, a ponto de jornalistas, intelectuais da sociedade e artistas escreverem artigos e editoriais com críticas ao regime e a favor da liberdade de imprensa (Barbosa, 2007; Pilagallo, 2012). No campo da música, por exemplo, ficou famosa a entrevista da cantora Nara Leão para o jornal *Diário de Notícias* em maio de 1966, quando ela defendeu a extinção das forças armadas e disse que “os militares podem entender de canhão e metralhadora, mas não pescam nada de política” (Cabral, 2008, p.99).

A censura militar endureceu drasticamente com a publicação do Ato Institucional nº 5 (AI-5) em 13 de dezembro de 1968. O AI-5 dava plenos poderes ao Presidente (militar) da República a dispensar o Congresso Nacional e todas as instituições similares nos âmbitos estaduais e municipais; a decretar interventores em municípios e estados sem delimitações previstas na Constituição; a declarar estádio de sítio; a suspender os direitos políticos de qualquer cidadão e a caçar mandatos eletivos. Sobre este último item, a suspensão de direitos implicava o direito de votar e de ser votado, a liberdade passaria a ser vigiada, e a proibição de manifestações de natureza política.⁶⁰ Os jornais passaram a ser submetidos a censura prévia e, a exemplo do que foi visto na imprensa sob o regime ditatorial getulista, redações foram ocupadas por censores, que tinham função de aprovar ou não os textos publicados (Barbosa, 2007; Pilagallo, 2012; Bahia, 2009).

De acordo com Barbosa (2007), a maioria dos diários e das revistas curvou-se e se adequou diante da nova condição de trabalho, e outros jornais sucumbiram ou por

⁶⁰ Vide: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ait/ait-05-68.htm acessado em abril de 2022.

consequência do processo de concentração de recursos de financiamento por parte dos diários apoiados por conglomerados, pelo crescimento das revistas informativas semanais, ou por ações diretas e indiretas do governo. Pereceram na década em 1970 diários importantes como o *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *O Jornal* e o *Diário Carioca*. Ainda assim, alguns encontraram uma maneira de denunciar a censura na qual estavam sendo submetidos. O *Estadão* publicava poemas de Camões no lugar dos espaços censurados, e o *Jornal da Tarde* (do mesmo grupo do *Estadão*) publicava receitas de cozinha (Ribeiro, 1998; Bahia, 2009).

É importante pontuar sobre o crescimento da televisão como fonte de informação e entretenimento nos anos 1970, em especial da *TV Globo*, que ascendeu e consolidou como canal aberto líder de audiência, posição que ainda consegue manter em 2022. Em 1971, a *TV Globo* começou o plano de expansão da emissora ao inaugurar a filial em Brasília e um sistema de transmissão capaz de cobrir o estado do Goiás (Memória Globo, 2004). A *TV Globo* criou a divisão de esportes, e transmitiu ao vivo a Copa do Mundo de 1970, na qual o Brasil conquistou o tricampeonato mundial, fato até então inédito no Brasil. Dois anos depois, a Globo voltou a transmitir outro grande evento, as olimpíadas de Munique, também ao vivo. Outros marcos da *TV Globo* na década foi a transmissão em cores, a introdução do videotape, que permitiu o arquivamento das imagens, e a consolidação do *Jornal Nacional* como noticiário de maior audiência.

Barbosa (2013) ressalva que o domínio da *TV Globo* instituiu um padrão de excelência chamado “Padrão Globo de Qualidade” e os respectivos investimentos necessários para tal, ao evitar atritos com o regime militar, fazendo uma cobertura jornalística “chapa branca” e conservadora.

Há de se considerar que no projeto de integração nacional, fundamental do ponto de vista político no Brasil neste momento, será o jornalismo que desempenhará papel-chave na construção lógica simbólica de um país uno e indivisível. Notícias de vários estados, no caso brasileiro, transmitidas em rede deixavam à mostra na tela da TV o território nacional passado diante dos olhos do público, integrando-os uma mesma territorialidade (Barbosa, 2013, p. 328).

Ao passo que a *TV Globo* adotou uma postura consensual em relação ao regime militar em vigor no país, foi na imprensa escrita que vimos os mais emblemáticos movimentos de resistência. Ora essa resistência era panfletária e marginal, ora ela era

desbundada, debochada e nanica.⁶¹ Em junho de 1969 foi inaugurado o tabloide semanário *O Pasquim*, em uma iniciativa do cartunista Sérgio Jaguaribe – conhecido como Jaguar –, e dos jornalistas Sérgio Cabral e Tarso de Castro. O projeto foi inspirado no tabloide humorístico *A Carapuça*, do jornalista Sérgio Porto, e tornou-se nos anos 1970 um dos maiores *Simbolos* de crítica e de resistência aos militares, levando ao público o pensamento contracultural e debochado da elite cultural carioca (Brasil, 2012). O “Pasca”, como era também chamado, começou com uma tiragem de 30 mil exemplares e chegou, no auge em meados dos anos 1970, a vender 250 mil exemplares (Souza, 2009; Brasil, 2012).

2.6.2 Música popular e erudita dos anos 1970

A música americana estava presente no cotidiano cultural brasileiro desde o início do século, por meio do cinema e das rádios, em especial os populares *standards*.⁶² Ao passo que o jazz era um gênero apreciado por uma elite, era a música romântica americana que circulava nas camadas mais populares da população (Severiano, 1998). O rock ganhou simpatia no Brasil entre a juventude das camadas mais populares, em especial após a exibição do filme *Rock Around The Clock* (Fred F. Sears, 1956)⁶³ nos cinemas brasileiros. Se por um lado havia uma juventude elitizada na zona sul carioca nos anos 1950, que era militante da bossa-nova, mais adiante da MPB e de uma política apoiada pelo Partido Comunista Brasileiro, contrária ao chamado colonialismo cultural *yankee*

⁶¹ A imprensa alternativa e independente dos grandes conglomerados também foi chamada de imprensa nanica no Brasil.

⁶² Standard é um padrão musical popularmente estabelecido que engloba diversos gêneros. Diz respeito tanto à música que se torna presente no repertório de diversos artistas, recebendo releituras e reedições ano após ano, quanto à fórmula estrutural e estética dessa mesma canção que é reproduzida em outras similares. Um exemplo de standard é a canção *My Way*, composta pelo francês Jaques Revaux – originalmente gravada em francês pelo cantor Claude François em 1967 com o título de *Comme D’Habitude* –, e eternizada na versão em inglês pelo cantor norte-americano Frank Sinatra em 1968. A bossa nova brasileira, criada no final dos anos 1950, tornou-se um gênero standard com o passar dos anos, sendo *Garota de Ipanema*, de Vinícius de Moraes e Antônio Carlos Jobim, a música mais famosa e mundialmente reconhecida.

⁶³ *Rock Around The Clock (Ao Balanço das Horas)* era uma espécie de ajuntamento de apresentações e videocliques dos artistas e bandas que fizeram parte da produção. Com uma narrativa irrelevante, o propósito desse tipo de filme era basicamente promover a imagem do artista em uma época em que a televisão ainda não desempenhava tal papel. O filme foi recebido com histeria entre a juventude brasileira, tamanho o impacto da produção (Severiano, 1998). Esse filme em específico povoa as memórias do meu pai, que era adolescente quando *Rock Around The Clock* chegou ao Cine Rian, na zona sul do Rio de Janeiro. O filme causou diversos problemas por causa de danos materiais que as pessoas causavam ao dançarem as músicas entre as poltronas. A polícia foi chamada para comparecer às sessões diversas vezes, e os administradores também mandavam acender as luzes do cinema sempre que as pessoas se levantavam para dançar.

(Castro, 1990; Napolitano, 2018), havia um movimento contrário na zona norte carioca avesso às questões de políticas e que abraçou o rock e toda a cultura que o envolvia (Motta, 2000). Os dois movimentos foram antagônicos até 1967, quando o movimento da Tropicália, recuperando os ideais modernistas, promoveu a síntese entre esses dois polos (Calado, 1997).

O movimento tropicalista, intelectualmente pensado por artistas como Gilberto Gil, Caetano Veloso, Torquato Neto, Tom Zé, Nara Leão e Rogério Duprat, resgatou as ideias antropofágicas do poeta e modernista Oswald de Andrade (amigo próximo de Mário de Andrade) sobre absorver as mais diferentes estéticas e “regurgitar” uma própria. Foi dessa maneira que esse grupo legitimou o rock e a guitarra elétrica tão combatidos pela ala mais radicalizada da MPB, e desprestigiada pela classe jornalística. Mal ou bem, foram os tropicalistas que legitimaram, para a classe de intelectuais, artistas da fase inicial do rock nacional, apelidada de iê-iê-iê, como Roberto e Erasmo Carlos (Mugnaini Jr., 2014). Contudo, mercadologicamente falando, os artistas popularescos e do rock não precisavam de tal aceitação, pois esses eram aqueles que efetivamente vendiam discos no Brasil e tocavam nas rádios. Os artistas populares e os roqueiros de primeira geração, pelas vendas de discos que tinham, é que viabilizavam uma gravadora investir em “artistas de prestígio” como Caetano Veloso e Chico Buarque (Dias, 2000; Araújo, 2002).

Se o chamado iê-iê-iê foi influenciado pelos três primeiros álbuns dos Beatles e grupos similares, a geração pós-tropicalista bebia das fontes do *folk* americano, do *soul*, do *hard rock*, do rock progressivo, do rock psicodélico, do *glam rock*, dos Rolling Stones e o blues-rock e, em especial, do álbum *St. Peppers* dos Beatles. São artistas de destaque que surgiram nos anos 1970 a geração mineira liderada por Milton Nascimento, e também os Novos Baianos, Tim Maia, Rita Lee, Raul Seixas, Secos e Molhados, a geração nordestina (excluindo a Bahia) encabeçada por Fagner, Zé e Elba Ramalho, Geraldo Azevedo e Alceu Valença. Tim Maia e a música preta americana inspiraram movimentos importantes como o Black Rio, no Rio de Janeiro. Todos esses artistas foram temas das reportagens e de entrevistas do jornal *Rolling Stone* e das demais revistas musicais da década. Além da sempre mercadologicamente vencedora música popularesca, os anos 1970 ainda trouxeram algumas peculiaridades na música popular como artistas

estrangeiros falsificados,⁶⁴ os fabricados pelas gravadoras⁶⁵, e veria o nascimento de dois filões comerciais: o rock nacional que eclodiria nos anos 1980, e os grupos de música infantil⁶⁶ (Barcinski, 2014).

A música erudita da época continuou a estética da chamada Nova Música, movimento que surgiu nos anos 1950 e 60. A diferença era que, devido ao regime militar no Brasil, os compositores passaram a militar politicamente, e a fazer composições com engajamento.

2.7 *Bizz* (1985-2001)

Os anos 1980 foram particularmente frutíferos no surgimento de revistas de música, tanto lançadas por grandes editoras estabelecidas quanto por editoras pequenas e independentes. Surgiram nessa época a *Rock Brigade* (1982-), especializada em *heavy metal*, que começou como um fanzine e se transformou em uma revista comercial. No mesmo período, foram lançados títulos que tiveram vida curta como *Rock Passion*, *Pipoca Moderna* e *Roll*. Nenhuma dessas revistas, no entanto, chegou a ter a mesma importância comercial e histórica da *Bizz*. Amparada pelo investimento de uma grande editora, ela foi comercialmente bem-sucedida, agregou um grupo de jornalistas especializados em música mesclando a experiência daqueles que começaram a carreira nos anos 1970 com aqueles que se destacariam a partir dos anos 1980. Por fim, a *Bizz* desempenhou um relevante papel de mediador entre artistas do pop e do rock brasileiro e indústria fonográfica com o público jovem brasileiro, ajudou a legitimar tendências e a lançar novos artistas no mercado. Pelo volume de informações que reuniu em suas

⁶⁴ Brasileiros que se passavam por cantores estrangeiros. Tratava-se de uma prática estratégica da gravadora Som Livre e de outros pequenos selos que, na impossibilidade de oferecer a música dos principais artistas internacionais nos discos de coletânea devido aos altos encargos, e atentos de que a música em inglês tinha boa aceitação entre a população, lançavam cantores brasileiros com pseudônimos estrangeiros. Essa mentira era vendida ao mercado como se fosse algo autêntico. Um exemplo desse tipo de artista foi o cantor romântico Fábio Jr., que no início da carreira gravou em inglês com o pseudônimo de Mark Davis. Outro caso famoso foi de Morris Albert, que ficou famoso por ser autor do hit 'Feelings'. Na verdade, Morris Albert, vendido como "artista americano", era o brasileiro Maurício Alberto Kaiserman. A música 'Feelings' foi sucesso mundial e foi regravação por artistas como Nina Simone e Ella Fitzgerald (Barcinski, 2014).

⁶⁵ Refere-se aos artistas lançados por gravadoras para atender a um nicho específico do mercado. Um exemplo foram as *boy bands* brasileiras formadas por meio de concursos em programas de auditório.

⁶⁶ Fenômeno regional, os grupos infantis, em especial o Balão Mágico e o Trem da Alegria, eram produtos de estratégias comerciais das gravadoras para serem inseridos em programas para crianças das grades das emissoras de TV. Esses grupos infantis surpreenderam o mercado e tornaram-se sucessos de vendas e de execução nas rádios nacionais, muito por conta da boa produção e composições da dupla Michael Sullivan e Paulo Massadas, além da colaboração com outros artistas populares e consagrados, como Djavan, Evandro Mesquita, Xuxa e Fábio Jr. O Balão Mágico vendeu mais de 4,5 milhões de cópias em cinco discos lançados, e o Trem da Alegria vendeu cerca de 3,5 milhões de cópias em sete discos.

páginas ao longo de 192 edições e quase 16 anos, a *Bizz* tornou-se também uma espécie de enciclopédia da música pop rock nacional e mundial (Além, 2018).

A revista *Bizz* pode ser resumida na tabela a seguir.

Tabela 5 – Visão geral de *Bizz*

PERÍODO	1985-2001 (+2005-2007)
LOCAL	São Paulo – SP
NÚMERO DE EDIÇÕES	192 (+23)
PERIODIODICIDADE	Mensal
FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO	Por assinatura. Vendas diretas.
PROPRIETÁRIO	<i>Abril; Azul; Simbolo</i>
EDITORES	Carlos Arruda; José Emílio Rondeau; José Augusto Lemos; Alex Antunes; André Forastieri; José Eduardo Mendonça; Otávio Rodrigues; Felipe Zobarán; Sérgio Martins; Pedro Só; Emerson Gasperin. (+Ricardo Alexandre)

Fonte: Própria autora, março de 2022

A *Bizz* foi um projeto dos jornalistas Carlos Arruda e José Augusto Mendonça, que elaboraram o projeto para uma revista especializada em rock voltada para o público jovem. A revista foi planejada em meio a uma onda de popularidade de bandas de rock cuja cena foi potencializada pela realização da primeira edição do festival Rock in Rio, realizada entre os dias 11 e 20 de janeiro na cidade do Rio de Janeiro (Mira, 2001; Alexandre, 2003; Lobão, 2017; Além, 2018). Foi uma época em que a indústria cultural brasileira percebeu que direcionar produtos ao público jovem podia ser lucrativo. Na televisão, houve o lançamento de diversos produtos conectados a essa cultura do pop e do rock juvenil, em que destacamos o seriado *Armação Ilimitada* e as novelas *Top Model* e *Vamp*, todas produções da TV Globo. No cinema, foram lançados filmes icônicos dessa geração como *Menino do Rio* e *Garota Dourada* (ambos de 1983), e *Beth Balanço* (1984), que traziam em suas respectivas trilhas sonoras artistas representantes dessa nova geração.

A *Bizz* foi a publicação que sucedeu a *Pop*, da mesma editora, no sentido de produzir conteúdo de música voltado para um público leitor jovem. “A revista que mudou a sua vida” (Alexandre, 2013) tinha como alvo leitores entre 15 a 29 anos de classe média. Desses, cerca de 70% era do sexo masculino (Mira, 2001). A partir da edição de outubro de 1986, a *Bizz* passou a ser publicada pela editora *Azul*, que era uma subsidiária da *Abril*, criada para se dedicar às publicações mais segmentadas como a *Contigo!* (novelas e celebridades), *Boa Forma* (saúde e atividade física) e *Set* (cinema).

Para Souza (1995, p. 76) a *Bizz* foi o principal instrumento de publicização das primeiras conquistas das bandas dos anos 1980, e que isso era legitimado por ter no corpo

editorial tanto críticos musicais quanto produtores e músicos que acompanhavam as trajetórias das bandas. Trata-se aqui de uma posição que supervaloriza o papel da revista. É inegável a importância da *Bizz* como instrumento de divulgação e de legitimação daquela geração dos anos 1980 e 1990. Era sim verdade que o veículo foi um aglutinador de jornalistas especializados proeminentes à época. No entanto, chamamos a atenção de que não se pode subestimar outros programas e revistas de outras mídias que foram fundamentais para tornar a cultura rock hegemônica.

As rádios foram as grandes portas de entrada da geração de 1980, em especial a Rádio Fluminense 89 FM, conhecida como “Maldita”, que apresentou uma nova geração de artistas jovens (Estrella, 2012). Nos anos 1990, a grande porta de entrada da geração que surgiria nessa época foi o canal de televisão MTV Brasil, que também pertencia ao Grupo *Abril*. Mas se considerarmos apenas os veículos impressos, então, concordamos com Souza (1995) a respeito da importância que ele delegou à revista, por essa apresentar uma identidade editorial que permitiu a reunião de diversas vozes, entre jornalistas, produtores e artistas, materializada em gêneros textuais e em seções diversificadas como de críticas, de entrevistas, de reportagens e de notas noticiosas.

Em maio de 2000, a *Bizz* passou a ser publicada pela editora *Simbolo*, que produziu a revista por mais um ano até encerrar as atividades após a publicação da edição 192 de julho de 2001, pouco antes do aniversário de 16 anos de existência. A continuidade foi interrompida por causa de um desentendimento contratual entre a Editora *Abril*, proprietária da marca, com a editora *Simbolo* (Oliveira, 2011; Alexandre 2013). A *Bizz* voltou a circular em 2005, pela editora *Abril* e graças a um projeto editorial encabeçado pelo jornalista Ricardo Alexandre, que viabilizou o retorno junto a editora e a um contrato comercial de patrocínio fixo (Alexandre, 2013). Apesar do elogiado projeto editorial, que priorizava a excelência jornalística, o retorno da revista foi um fracasso de vendas. Se nos quase 16 anos de existência, a *Bizz* tinha média de 60 a 70 mil exemplares de venda, com picos de 100 mil, na breve experiência dos anos 2000 as vendas eram entre cinco e sete mil exemplares. “Tínhamos um fato ali: nossas revistas com Bono e o Renato Russo na capa vendiam menos do que os especiais da editora sobre inteligência emocional ou sobre animais do triássico” (Alexandre, 2013, p. 216). Em julho de 2007, a história da *Bizz* como revista especializada mensal foi encerrada. A marca, no entanto, ainda foi utilizada para o lançamento de especiais temáticos, como a edição sobre a morte da cantora Amy Winehouse lançada em agosto de 2011.

Queremos elucidar, mais uma vez, que excluímos do estudo comparativo de nossa tese a análise da fase da revista editada pelo jornalista Ricardo Alexandre, entre setembro de 2005 e julho de 2007, por esse ser um período deslocado na história da revista, como explicamos no parágrafo anterior. Por outro lado, justamente por essas razões citadas neste parágrafo, não nos furtaremos a retomar as discussões a respeito desse período em nossas reflexões finais sobre as transformações do jornalismo de música.

2.7.1 A imprensa dos anos 1980

Os anos 1980 e 1990 foram marcados por grandes transformações no jornalismo tanto sob os aspectos materiais quanto a respeito das mudanças de orientação editorial e profissional. Sob o aspecto material, o ponto mais importante foi a introdução da informatização nas redações. O computador chegou às redações em 1982, primeiro na *Folha de S. Paulo*, seguido pela editora *Abril* e pelo jornal *O Globo* (Ribeiro, 1998, Martins e De Luca, 2008). O projeto de informatização foi implementado de maneira gradual nos dois últimos, porém, na *Folha de S. Paulo*, a informatização chegou como uma onda de choque e provocou alvoroço, em especial entre os profissionais mais veteranos que, em geral, costumam ser mais resistentes às mudanças abruptas. Cerca de 70 revisores da redação e da gráfica da *Folha de S. Paulo* foram demitidos em um único passaralho assim que os computadores foram instalados e um novo projeto editorial entrou em prática. Embora a função não tenha sido extinta, a quantidade de profissionais foi reduzida drasticamente.

Segundo Ribeiro (1998), a introdução dos computadores fez com que o Sindicato dos Jornalistas Profissionais de São Paulo realizasse palestras e editasse um livro para introduzir a nova tecnologia, e também a convencer os jornalistas a não combater o computador, mas sim vencer com ele, uma vez que a informatização era um processo inevitável. A princípio, o computador foi manuseado como uma máquina de escrever moderna pelos profissionais, mas a presença da tecnologia não tardou a trazer transformações no ambiente, que ficou mais silencioso sem o “teque teque” do bater das teclas de uma máquina de escrever, e mais limpo devido à quantidade menor de papel usado nas redações (Martins e De Luca, 2008). No final dos anos 1980, todas as redações dos grandes jornais brasileiros já estavam totalmente informatizadas e, em 1995, o *Jornal do Brasil* seria o primeiro diário nacional a ter uma edição publicada na internet.

Mudanças nos projetos editoriais também tiveram grande impacto no jornalismo brasileiro. A primeira grande transformação foi no chamado Projeto Folha, do jornal

Folha de S. Paulo, implementado por Otavio Frias Filho a partir de 1984. O objetivo do projeto era modernizar a estrutura editorial da empresa, que visava produzir um jornalismo mais “crítico, pluralista, apartidário e moderno”, mais eficiente (Martins e De Luca, 2008), e aproximar a redação do departamento de marketing, traçando estratégias capazes de alinhar e atrair melhor a empresa com financiadores (Ribeiro, 1998). As consequências do projeto foi a demissão quase que diária de jornalistas que não apresentassem as habilidades exigidas pela empresa em nome do projeto, ou que não se adaptassem ao manual de redação,⁶⁷ introduzido também em 1984.

O jornalismo televisivo sofreu um importante processo de modernização e autonomia com a introdução das camcorder, que substituiu a película pela fita magnética: tratava-se de uma tecnologia mais simples, os equipamentos eram mais leves e permitiam a regravação. Dessa maneira, o cinegrafista poderia conferir na própria locação se uma determinada passagem com o repórter ou se um *take* foi ou não bem-sucedido. Isso permitiu não apenas maior autonomia do jornalista e do cinegrafista nas locações das reportagens, como também aumentou a criatividade desses profissionais ao poder experimentar uma quantidade maior de *takes*, ângulos e movimentos de câmera (Ribeiro, 1998; Memória Globo, 2004).

O telejornalismo, já dominante nos anos 1970, consolidou-se no mercado como a principal forma que a população usava para se informar no Brasil. O Jornal Nacional, da *TV Globo*, registrava média diária de 70 pontos de audiência nos anos 1980 e 1990, o que significa que 70% dos lares de uma determinada região do país (geralmente a Sudeste) estavam com os televisores ligados no telejornal. Cada ponto de audiência representa o alcance a 70 mil lares em São Paulo, e o potencial de atingir 200 mil pessoas. Como comparação, os jornais de maior circulação nos anos 1990, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, atingiram o recorde de 450 mil exemplares diários, o que mal atingiria 3% de pontos de audiência (Barbosa, 2007; Ribeiro, 1998).

As revistas semanais, em especial a *Veja*, da editora *Abril*, que cresce nos anos 1980 e se torna a mais importante do país nos anos 1990 e 2000, bateria a barreira do 1

⁶⁷ Os manuais de redação foram introduzidos em 1950 pelo jornal *Diário Carioca*. O que diferencia o manual da *Folha* em relação aos demais é porque ele também é entendido como um manifesto político da empresa frente ao mercado (Albuquerque e Holzbach, 2008). Outro diferencial do manual de redação da *Folha* foi que ele se tornou um modelo popular, sendo estudado e adotado em escolas de jornalismo e também em redações de outros jornais.

milhão de exemplares⁶⁸ pela primeira vez em 1986. A editora *Abril* tornou-se a principal no mercado de revistas segmentadas com os títulos, como o licenciamento da *Playboy*, que batiam a média de 400 mil exemplares mensais (Mira, 2001).

2.7.2 Música popular e erudita dos anos 1980

Nos anos 1980, o mercado se convenceu de que o adolescente era um consumidor importante (tal como as crianças, em consonância com os pais), e passou a dedicar produtos culturais inteiramente dedicados a esse público. Falamos anteriormente sobre os produtos audiovisuais lançados no cinema e na programação de grandes emissoras, em especial na *TV Globo*, que estavam sintonizados com a cultura rock dos anos 1980 que aflorou não apenas na música, como também nos esportes, nos padrões comportamentais, na fala e expressões e na moda. É fato que o rock chegou ao Brasil em meados da década de 1950, e que houve nos anos 1960 um movimento cultural e consumidor juvenil considerável com o fenômeno do programa de televisão *Jovem Guarda*. Mas o rock era um nicho e assim permaneceu com períodos de mais ou menos popularidade até o início dos anos 1980, quando não apenas o gênero musical, como toda a cultura que o envolvia tornou-se majoritário por quase uma década inteira.

O senso comum costuma dizer que o *Rock In Rio* de 1985 foi o ponto de virada para a ascensão do rock nacional. Contudo, o que observamos é que o festival de música que colocou o Brasil no circuito de shows das bandas internacionais foi um ponto de afirmação de uma cultura musical e comportamental que estava em construção desde os anos 1960. A MPB entra em um período de baixa popularidade (especialmente de vendas) e é superada nas rádios por uma música de natureza mais pop e jovial encabeçada pelo modismo da disco, e por artistas como Rita Lee (Alexandre, 2013; Barcinski, 2014). Caetano Veloso, que nos anos 1960 foi um dos criadores do tropicalismo, chegou em 1978 com o então mais recente disco vendendo 25 mil cópias. Rita Lee, que surgiu no tropicalismo com a banda *Os Mutantes*, e era associada ao rock, fez uma leitura muito melhor dos novos tempos e, no mesmo ano, com o disco *Babilônia*, vendeu 150 mil cópias. O álbum seguinte chegaria à vendagem de 500 mil cópias, o que faria de Rita Lee a primeira artista associada ao rock e ao pop brasileiro a atingir a marca (Alexandre, 2013).

⁶⁸ De acordo com pesquisa do Poder 360, a circulação da *Veja* cairia da casa do milhão em 2014, para cem mil exemplares impressos em 2020. Ver em <https://www.poder360.com.br/economia/revistas-em-2020-circulacao-impressa-e-digital-despencam/> acessado em maio de 2022.

Paralelo a isso, e indiferentes às disputas mercadológicas entre os grandes figurões da MPB, havia grupos de jovens conectados com os movimentos igualmente jovens dos Estados Unidos e da Inglaterra, como o *punk* e o *new wave*. De acordo com Lobão (2017), que foi um dos protagonistas do rock nacional, em 1978, não apenas aquela nova geração já tentava buscar informações dos movimentos internacionais, como também já era influenciada por sucessos de bandas como Talking Heads, Police e Blondie, que chegavam às rádios brasileiras. Outra curiosidade foi a regionalização e diversidade dos grupos de jovens que começavam a se movimentar em diversas capitais, com mais destaque no Rio de Janeiro, em São Paulo, em Brasília e em Porto Alegre.

As bandas e artistas do Rio viriam com uma identificação mais inclinada ao pop, muitos deles, como a Blitz, surgiram a partir de grupos das artes cênicas (Alexandre, 2013). O movimento punk criou raízes mais fortes na periferia de São Paulo e, em paralelo, a cidade também seria palco do surgimento da Lira Paulistana, que foi um movimento cultural de vanguarda cujo nome é uma homenagem a Mário de Andrade, que foi berço de bandas como Titãs, Ira! e Ultraje a Rigor, além de artistas que se identificavam mais à MPB, como Ná Ozetti, Itamar Assumpção e Arrigo Barnabé (Lobão, 2017). Brasília se tornou um caso curioso inverso ao de São Paulo, pois os punks da capital federal tinham origem socioeconômica privilegiada e, por isso, eram mais bem informados sobre o movimento na Inglaterra e nos Estados Unidos (Francisco, 2012). Porto Alegre, também punk, desenvolveu uma cena com forte caracterização regional nem sempre bem compreendida no Sudeste, mas que, ainda assim, conseguiu romper a bolha do eixo Rio-São Paulo com bandas como Os Engenheiros do Hawaii (Ávila et al. 2012; Dapieve, 2015).

Quando o Rock in Rio aconteceu em janeiro de 1985, portanto, ele consolidou a cultura rock que já estava acontecendo, e também consagrou alguns daqueles que viram a ser protagonistas do chamado BRock (Alexandre, 2013; Dapieve, 2015), como foi o caso das bandas Barão Vermelho e Paralamas do Sucesso, ambas do Rio de Janeiro. Depois do sucesso do Rock in Rio, outros artistas aproveitaram a visibilidade aberta no mercado, como foi o caso da brasiliense Legião Urbana, cujo letrista e vocalista Renato Russo foi consagrado como grande poeta dessa geração. De acordo com Dias (2000), as bandas de rock nacional tornaram-se um grande negócio para as gravadoras, pois custavam menos para os cofres do que os velhos artistas da MPB, como Caetano Veloso, e geravam muito mais retorno financeiro em vendas. Um disco de rock chegava a um

custo de produção de 10 milhões de cruzeiros, ao passo que o custo de produção de um artista da MPB era de 50 milhões de cruzeiros.

O rock como produção é muito barato. A música de intérprete requer maestro, arranjador, músicos acompanhantes, que ganham cachês estipulados por sindicatos, que transforma uma música em milhares de dólares. O rock como fenômeno mundial tem uma raiz econômica fortíssima, ele é eficiente para sobreviver darwinianamente, como forma de vida, ele é perfeito, se auto contém com ingredientes da música com três, quatro, cinco pessoas. (Pena Schmidt in Dias, 2000, p. 85)

O final da década de 1980 também viu a ascensão de ritmos regionais que começaram a concorrer com o rock, como o pagode carioca e paulista, o axé music da Bahia, a música sertaneja do interior de São Paulo e de Goiás, e a lambada, que foi uma moda musical de vida curta. O rock se reinventaria nos anos 1990 com a chegada de uma nova geração, particularmente reforçada por outros artistas vindos de outros estados brasileiros, em especial de Minas Gerais e de Pernambuco. Contudo, mesmo com o suporte da MTV Brasil, e de outros veículos de comunicação, como a própria revista *Bizz*, o rock já não era hegemônico. Nos anos 2010, as bandas de rock desapareceriam da lista das canções mais executadas das rádios ou streaming, sobrepostas quase por completo por artistas sertanejos (Arraes Moreira, 2021).

A respeito da música erudita, segundo Castagna (s/d), os anos 1980 representaram uma espécie de retração do campo. Com a reabertura democrática, os compositores à época não viram mais necessidade de participar de manifestações políticas e já não havia sentido produzir temáticas antitadura. Isso fez com que essa geração se voltasse ao desenvolvimento da estética eletroacústica, e que se dedicassem quase que inteiramente ao estudo acadêmico. Como consequência, estabeleceu-se um cenário em que os estudos de música ganhassem corpo dentro das universidades, mas pouco disso chega ao mercado. Isso se reflete, por exemplo, nas apresentações das orquestras sinfônicas que fazem programas baseados em obras centenárias de compositores consagrados, ou quando pensam em apresentações mais populares, e para a nova geração, se dedicam a apresentar trilhas cinematográficas, de desenho animado, ou de *games*. O que se tornou também comum foram as colaborações entre artistas populares e orquestras sinfônicas, em geral como projetos especiais, como, por exemplo, o projeto ‘Sinfônico 40 anos’, que comemorou as quatro décadas de carreira da dupla sertaneja Chitãozinho e Xororó.

2.8 Conclusões do capítulo

Ao contrário do que aconteceu nos Estados Unidos e Inglaterra, onde existiram (e ainda existem) revistas centenárias, as revistas de música no Brasil são, em geral de vida curta, sendo a *Bizz* a primeira revista de música não focada em celebridades que conseguiu romper a barreira dos dez anos de publicação. Apesar da imensa e rica cultura musical brasileira, essa aparente falta de interesse pelo público consumidor para com o jornalismo de música, levantam-se algumas hipóteses: baixa escolarização; ausência do ensino de música nas escolas; desconexão dos próprios produtores de conteúdo com o gosto e os anseios populares. Não trabalhamos a fim de comprovar ou refutar as duas primeiras hipóteses, mas nos capítulos seguintes, levantamos dados e informações que mostram que a alta segmentação dos periódicos especializados e o relativo distanciamento com o que de fato era popular pode ter afetado na questão da longevidade.

Todas as revistas foram editadas no Sudeste, onde foi estabelecido o maior número de editoras e o parque gráfico nacional. Essa é uma característica observada não apenas nos periódicos analisados em profundidade, como também nos demais exemplos levantados na pesquisa de Castagna (2006) e nos periódicos citados por nós ao longo deste capítulo. Pode-se dizer que o jornalismo de música no Brasil em periódicos especializados é exercido sobretudo no Brasil nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro. O desenvolvimento nas demais capitais e regiões se deu, portanto, nos diários, uma vez que não foram registradas revistas suficientemente longevas, ou mesmo relevantes para serem estudadas academicamente, que tinham origem fora do eixo do Sudeste.

Outra informação importante é que os periódicos de música foram editados, na maior parte dos casos, fora dos grandes conglomerados midiáticos. Dos cinco analisados, apenas a *Bizz* é um título vindo de uma grande editora. Todos os demais foram publicados por editoras que hoje são entendidas como pequenas ou independentes. Mesmo uma revista de grande popularidade, como foi o caso da *Revista do Rádio*, foi o projeto de um jornalista e empresário em que, basicamente, fez do título o maior negócio. Isso mostra que o jornalismo de música em periódicos especializados foi desenvolvido no Brasil à margem das grandes corporações, com o espírito indie, mesmo quando envolvia títulos franqueados, como a *Rolling Stone* – tanto o jornal de 1972 do Rio de Janeiro quanto a revista licenciada e publicada a partir de 2006 em São Paulo.

CAPÍTULO 3 – Estudo da identidade editorial dos periódicos

A identidade editorial pode ser definida como as diferentes dimensões e processos de uma publicação que são materializados no produto editorial (Tavares, 2013). Essas dimensões vão situar o produto nos contextos culturais, econômicos, políticos e sociais, e estabelecem objetivos a serem alcançados por meio da atividade jornalística. A identidade editorial envolve um plano que estabelece a missão e os objetivos do produto jornalístico, tal como o público leitor que se quer atingir, o tipo de conteúdo oferecido, a apresentação desse conteúdo, e também traça objetivos para a dimensão comercial que vai sustentar a produção (Scalzo, 2008; Ali 2009; Tavares, 2013). A identidade editorial, portanto, traz um conjunto de informações em que é possível usar os elementos que a compõe na observação de algumas das transformações ou permanências na materialidade da revista de música. Neste capítulo, analisamos as identidades editoriais dos periódicos de música e, ao final, estabelecer uma linha comparativa sobre os tópicos estabelecidos.

3.1 Desenho metodológico do capítulo

A técnica metodológica que julgamos ser a mais apropriada para a checagem da identidade editorial foi o levantamento descritivo do conteúdo combinado com um levantamento biográfico e documental, uma vez que vamos também identificar personalidades. O conteúdo é descrito segundo as categorizações criadas: (1) identidade dos editores; (2) meios de sustentação; (3) público-alvo; (4) organização interna dos periódicos, também chamado por Charron e De Bonville (2016) de texto jornalístico; (5) natureza dos conteúdos.

Essas categorias são importantes porque elas nos permitiram fazer o retrato dos periódicos contando apenas com as informações materializadas no próprio conteúdo. Elas também são apropriadas para, ao final, criar categorias comparáveis para a compreensão das transformações do jornalismo de música. A ordem de análise foi disposta dessa maneira porque entendemos que o editor é um elemento que influencia todos os demais. Muito embora os meios de sustentação dizem respeito às possibilidades comerciais de um periódico, o *layout*, a materialidade e o texto jornalístico são elementos que sofrem interferência do editor. O público-alvo também influencia a estética, a materialidade e a natureza dos conteúdos. Sobre a organização interna, entendemos que isso está mais atrelado as convenções estabelecidas na imprensa, em que periódicos influenciam outros periódicos (Charron e De Bonville, 2016).

Para fazer as primeiras etapas do estudo, nós procuramos nos dispor do maior número possível de edições. O material que conseguimos ter posse está especificado na tabela 6.

Tabela 6 – Número de edições produzidas x disponíveis

Revista	Ano	Edições produzidas	Edições disponíveis
<i>Música para todos</i>	1896-1899	69	59
<i>Ariel</i>	1924-1929	74	13
<i>Revista da Música Popular</i>	1954-1956	14	14
<i>Rolling Stone</i>	1972	36	36
<i>Bizz</i>	1985-2001	192	192

Fonte: própria autora, março de 2022

As edições dos periódicos *A Música Para Todos* e *Ariel* provêm de encadernados disponíveis na biblioteca de Mário de Andrade no Instituto de Estudos Brasileiros (IEB) da Universidade de São Paulo (USP). O encadernado de *A Música Para Todos* possui os números de 11 a 69. A primeira edição foi digitalizada pela Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro e pode ser acessada gratuitamente no website da instituição. O encadernado de *Ariel*, disponível também pela IEB-USP possui os números 1 a 13, que correspondem à fase em que a revista foi dedicada à música. Após isso, a *Ariel* se tornou uma revista de cultura e de comportamento, conforme explicamos no capítulo anterior. Alguns dos números posteriores ao nº 13 estão na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, porém não tivemos acesso a eles.

A *Revista da Música Popular* teve a coleção completa impressa pela editora Funarte em 2006. O jornal *Rolling Stone* está integralmente disponível na internet no site www.pedrarolante.com.br. A revista *Bizz*, por ser mais recente, tem números espalhados em diversas bibliotecas públicas e de universidades, além de existirem blogues dedicados a disponibilizar toda a coleção. Existe também um CD-rom com o conteúdo digitalizado que foi comercializado pela própria editora *Abril*. Nossa coleção impressa particular constitui 73 números impressos da *Bizz*, e complementamos o conteúdo com o CD-rom.

Após fazer o levantamento das edições, selecionamos quais deveriam ser trabalhadas. Optamos pela totalidade disponível de todos os periódicos, exceto da *Bizz*. Os primeiros quatro títulos ou possuem poucas páginas (caso de *A Música Para Todos*) e ou foram lançados poucos exemplares (caso das demais). A exceção foi a *Bizz*, em virtude do grande número de números: 192 ao longo de quase 16 anos com mais de 50 páginas cada. Houve, portanto, a necessidade de reduzir a quantidade de números da *Bizz*.

Levando em consideração a totalidade da coleção, entendemos que reservar dois números de cada ano, com escolha aleatória, constituiria uma amostra sólida e suficiente. As escolhas foram aleatórias, exceto pela edição número 1. Os números de estreia geralmente contêm informações cruciais, em especial no editorial, que podem revelar as missões dos periódicos frente ao público leitor. Outra razão é que as comparações de mudanças e permanências precisam partir desse número inicial como ponto de referência, para compreender como o próprio título foi sendo modificado ao longo da existência. O montante de análise da *Bizz* foi formado, portanto, por 32 números⁶⁹.

3.2 Identidade editorial *d'A Música Para Todos*

A revista foi lançada no dia 15 de março de 1896, em São Paulo. A edição nº 1 traz como proposta a publicação de partituras para instrumentos musicais (basicamente o piano) e para o canto. De acordo com o editorial da edição nº 1, o espaço estava disponível para qualquer compositor disposto a pagar pela divulgação da peça musical popular, desde que aprovada previamente pelo editor J. B. D'Arce, responsável por atestar a qualidade da mesma. Essas partituras deveriam ter um nível de dificuldade moderado, pois assim os editores acreditavam que atenderiam tanto aos músicos iniciantes, quanto aos mais experientes. Explica o editorial que o objetivo era proporcionar às famílias uma opção barata para se adquirir uma peça musical, levando a entender que o preço de 300 réis era considerado acessível à época.

Além disso, segue o editorial, o periódico tinha a proposta de levar notícias do mundo da música ao leitor, mas sem preocupações políticas. O dado é importante devido a circulação à época de diários e demais periódicos no Brasil que se identificavam como republicanos (ex. *Estado de S. Paulo*) e como monarquistas (ex. *Jornal do Brasil*), sendo que os títulos ideologicamente alinhados com o segundo caso foram violentamente reprimidos (vide capítulo 2). Segundo Charron e De Bonville (2016) os periódicos com conexões político-partidárias estavam fortemente inseridos no tipo de paradigma jornalístico na qual os pesquisadores chamaram de Opinião. O fato de *A Música Para*

⁶⁹ Listamos aqui os exemplares selecionados da *Bizz*: #01 agosto de 1895; #5 dezembro de 1895; #10 maio de 1896; #14 setembro de 1896; #20 março de 1897; #22 maio de 1897; #30 janeiro de 1898; #34 maio de 1898; #42 janeiro de 1899; # 48 julho de 1899; #57 abril de 1900; #64 novembro de 1900; #71 julho de 1901; #76 novembro de 1901; #82 maio de 1902; #86 setembro de 1902; #92 março de 1903; #93 abril de 1903; #104 março de 1904; #107 junho de 1904; #116 março de 1905; #118 maio de 1905; #133 agosto de 1906; #136 novembro de 1906; #144 julho de 1907; #147 setembro de 1907; #159 outubro de 1908; #160 novembro de 1908; #165 abril de 1909; #172 novembro de 1909; #178 maio de 2000; #185 dezembro de 2000; ; #189 abril de 2001; #190 maio de 2001.

Todos excluir-se desse tipo de definição ou debate mostrava que a mentalidade dos editores já o levava para uma linha de maior neutralidade política e de objetividade noticiosa que caracterizou o paradigma do jornalismo de Comunicação. Essas discussões ainda eram debatidas timidamente na imprensa brasileira (Barbosa, 2010; Bahia 2009), mas já estavam em pauta na imprensa norte-americana, em decorrência a uma estratégia comercial e ao processo de industrialização (Schudson, 2009).

A linha editorial muda a partir da direção do professor Félix de Otero. Na edição 21-22, ele esclarece que a missão era de cooperar com o desenvolvimento musical da cidade de São Paulo. E para isso, o periódico estaria aberto a receber artigos a respeito de música escritos pelos leitores, e que publicaria aqueles que os editores julgassem ter algum mérito. Mas também advertiu que não seriam responsáveis pelas opiniões de quem assinasse como anônimos.

3.2.1 Identidade dos editores

A Música Para Todos foi um jornal musical fundado pelo cônsul italiano Nestore Fortunati, em sociedade com o professor de música e compositor brasileiro J. B. D'Arcé. Nestore Fortunati foi um romano nascido em 1867, e morreu na cidade paulista de Ribeirão Preto em agosto de 1924, aos 57 anos, como conta o registro de uma notinha publicada no jornal *Estado de S. Paulo* no dia 20 de agosto de 1924. Chegou em São Paulo para acompanhar o desenvolvimento da colônia italiana na cidade, que em pouco mais de meio século já contava com mais de 1,5 milhão de indivíduos (Costa, 2021).

Registros de documentos disponíveis no Arquivo Público de São Paulo mostram que Nestore Fortunati investia em propriedades imobiliárias e também em outros negócios no Brasil. Ele possuiu uma casa gráfica que imprimia jornais e revistas, e foi editor de algumas delas. Além d'*A Música Para Todos*, Fortunati também fundou o jornal *La Cronaca*, em 1897, editado em italiano (Farias et. al., 2018). Era membro da sociedade Circolo Italiano, que tinha como objetivo construir casas de saúde e de recreação para a população da colônia italiana em Ribeirão Preto (Da SILVA, 2008).

J. B. D'Arce foi maestro, compositor e professor de música, que lecionou no Conservatório Dramático e Musical de S. Paulo. Há registros sobre músicas que compôs e concertos que realizou em notas de jornais. Mas, infelizmente, não há informações biografias suficientes que possam elucidar melhor quem foi este professor, e a relevância dele na sociedade musical brasileira. J. B. D'Arce permaneceu como diretor da *Música Para Todos* até a edição nº13.

A partir da edição nº14, o conde italiano Amadeo Barbiellini Amidei passou a ser creditado como sócio, além assinar diversos textos. Traremos mais detalhes biográficos a respeito do conde (e também de Felix de Otero e de Luigi Chiaffarelli) no próximo capítulo. O conde retornou a Itália em algum momento no ano de 1897 e, de lá, seguiu trabalhando como correspondente na coluna “Sezione italiana”, escrita em italiano. Barbiellini Amidei é creditado como sócio da *Música Para Todos* até a edição nº 25-26.

A partir da edição nº 27, o professor e crítico de música brasileiro Felix de Otero assumiu o cargo de redator-diretor. Ele deixou *A Música Para Todos* na edição nº 37, e a revista ficou sendo editada apenas por Nestore Fortunati até a entrada de Luigi Chiaffarelli, na edição nº 48, que assumiu a função de diretor. Há uma nota na edição nº47 anunciando a contratação do professor italiano, e que isso foi um desejo dos leitores. É bom destacar que a palavra “contratação”, como consta na nota, sugere remuneração, mostrando que o trabalho desempenhado no periódico era de cunho profissional. Chiaffarelli foi um colaborador desde a edição nº 17-18, e colunista desde a edição nº 23, escrevendo “Escola de música do prof. Luigi Chiaffarelli – Concertos Históricos”. É o nome mais constante ao longo da história do periódico. Ele seguiu como diretor de conteúdo até o fim, na edição nº69. Resumimos os editores na tabela a seguir:

Tabela 7 – Editores de *A Música Para Todos*

Diretor de conteúdo	Edições	Total
J. B. D’Arcé	Nº1 – 13	13
Barbiellini Amidei	Nº14 – 26	12
Felix de Otero	Nº 27 - 37	10
Nestore Fortunati	Nº 38 - 47	09
Luigi Chiaffarelli	Nº 48 - 69	21

Fonte: Própria autora, março de 2020

Sobre as características de cada editor, não temos muitas informações sobre a fase de J. B. D’Arcé por ser aquela em que não temos muitos números disponíveis, mas pelo que observamos dos três existentes sob a tutela dele, o jornal musical foi dedicado mais a publicação de partituras do que ao conteúdo noticioso. É na direção de Barbiellini Amidei que podemos observar o surgimento de seções, como a de notícias do meio musical paulista, especialmente, além de colocar artigos, biografias e críticas em uma posição de importância nas páginas iniciais.

Na direção de Felix de Otero houve destaque para seções didática e para as críticas de concertos. É sob a direção desse professor de música que temos a introdução do quadro de expediente. Foi graças a essa seção que foi possível verificar quem foram os produtores

de conteúdo identificados como colaboradores. Ainda assim, não encontramos no conteúdo explicações sobre o que fazia uma pessoa ser um colaborador creditado, ou apenas alguém que escreveu de maneira ocasional, como por exemplo, um leitor que fez um artigo. Acreditamos que essa distinção tenha a ver com remuneração, embora isso não passe de uma suposição. Na direção de Nestore Fortunati, o periódico perdeu em personalidade, as críticas foram deixadas de lado e a revista enfatizou mais a publicação de correspondências dos colaboradores europeus e brasileiros, em traduções de artigos e deu destaques para colunas de Luigi Chiaffarelli, e também a coluna chamada Estética, de Maria Carolina Rebouças.

Quando Luigi Chiaffarelli assumiu a direção, ele deixou de escrever a própria coluna. Nessa fase, há um retorno das biografias, dos artigos e das críticas – essas eram especialmente assinadas por Alfredo Camarate, outra personalidade cuja biografia será melhor detalhada no capítulo a seguir.

3.2.2 Meios de sustentação e público-alvo

A Música Para Todos oferecia planos de assinatura semestrais e anuais, além da venda direta dos exemplares. A revista tinha como fonte de renda partituras de músicos que pagavam para ter suas obras divulgadas, mas não sabemos até que ponto isso foi uma estratégia sustentável, uma vez que os espaços para partituras deram lugar ao conteúdo editorial. Não se sabe se artistas consagrados à época, como Henrique Oswald e Alberto Nepomuceno tenham pago pelo espaço para ter uma de suas peças divulgadas. Além disso, a revista ainda publicou peças de Carlos Gomes e de compositores estrangeiros como Felix Mendelssohn, ambos já falecidos no tempo em que *A Música Para Todos* circulou.

No número 14 foi dada a informação sobre quais eram os pontos de venda do jornal musical: eram 14 pontos de vendas diretas por agentes, sendo que 13 eram lojas da cidade de São Paulo e uma era por meio de um agente localizado em Curitiba (Paraná). *A Música Para Todos* chegou a ser comercializado em 66 cidades de 15 estados brasileiros, além de um ponto de venda no Uruguai. Os estados de São Paulo, de Minas Gerais e do Rio Grande do Sul, nessa ordem, são os que tinham o maior número de pontos de venda avulsa e agentes. É bom lembrar que os pontos de venda avulsa à época se referiam geralmente às lojas de instrumentos musicais, e pontos de comércio como mercearias e cafés.

O periódico começou a ser vendido a 300 Réis a unidade. Também eram previstos planos de assinatura semestrais e anuais, respectivamente por 7 mil e 12 mil Réis. O jornal chegou a ser comercializado na Itália, e na edição 21-22 vemos o preço de assinatura de uma série de 24 números por 15 Francos, apesar de que esse foi um anúncio que durou somente até a permanência de Barbiellini Amidei como sócio. No número final, três anos depois, o preço das assinaturas se manteve, mas o número avulso passou a custar 1 mil Réis. Não temos dados sobre a inflação à época, e nem sobre os custos de produção para justificar o aumento.

Indicativos no conteúdo mostram a preocupação com o número de leitores e pela sobrevivência não apenas d'*A Música Para Todos*, como também dos periódicos especializados em música. Nos números 21-22, há um comentário a respeito de um texto publicado no jornal *A República*, do Rio de Janeiro. O jornal carioca agradeceu e elogiou a revista paulista, ao mesmo tempo em que lamentou o encerramento de um periódico de música do Rio devido às poucas assinaturas. A resposta do editor (não assinada) de *A Música Para Todos* é uma manifestação de resistência. “Todos os jornais musicaes, que se tem publicado no Brasil, têm succumbido, devido ao indifferentismo do nosso público pelo que diz respeito às belas-artes. Apesar disso tudo, porém, nós não desanimamos e continuaremos” (*A Música Para Todos*, nº 21-22, fevereiro-março de 1897, p 184).

Além das assinaturas e da distribuição nacional, o periódico se sustentava com a venda de espaços para anúncios. Em geral, era reservada pelo menos uma página com anúncios de lojas de instrumentos musicais (a maioria), de medicamentos e, por vezes, alguns reclames institucionais ou de produtos relacionados a colaboradores. Na imagem abaixo, mostramos duas páginas de anúncios, e ainda chamamos a atenção para o anúncio do livro *Migalhas*, escrito por Luigi Chiaffarelli, em que o professor começou a esquematizar o pensamento didático dele para o ensino do piano.

Figuras 5 e 6

Fonte: *A Música Para Todos*, edições nº 55 e 20.

Os anúncios mais frequentes n’*A Música Para Todos* foram dos Pianos Perzina, de Luiz Levi & Irmãos e d’A Companhia E. Bevilacqua & C. Notamos também a constância em quase todas as edições da propaganda do Salão Steinway⁷⁰, que era uma sala de concerto aberta no Joachim’s Hotel, que também era disponibilizado para festas, bailes e sarais. O proprietário do hotel, Frederico Joaquim, possuía uma loja de instrumentos musicais na mesma avenida São João (Barbuy, 2006; Valenzuela, 2019). Além da propaganda permanente, havia também a publicação de informes nas páginas internas sobre a programação de concertos que aconteceriam no Steinway.

A propaganda com ilustração, tal como o destaque que ela recebia, era recente na imprensa brasileira à época. Segundo Silva e Coutinho (2012), inicialmente, a propaganda que aparecia em jornais e revistas se parecia muito com os tijolinhos de classificados. Mas que a partir de 1875, as peças publicitárias nesses veículos ganharam ilustrações e espaços destacados. Para Marcondes (2001), do ponto de vista estrutural, as propagandas eram o braço informativo do sistema econômico, e também um reflexo da urbanização. A virada do século XIX para o século XX foi um período intenso de urbanização e desenvolvimento do comércio na cidade de São Paulo (Toledo, 2015), não à toa que A

⁷⁰ O Hotel Joachim seria comprado pela prefeitura de São Paulo e se tornaria sede do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo em 1909.

Música Para Todos refletiu essa dinâmica por meio dos anúncios, em especial do comércio da avenida São João, centro da cidade.

Contudo, nem todos os jornais e revistas brasileiras à época tinham propagandas. Fizemos uma rápida varredura no acervo digitalizado do Arquivo Público de São Paulo, e pesquisamos periódicos entre 1896 e 1899, ou seja, os mesmos anos de existência d'*A Música Para Todos*. Vimos que assinaturas eram o tipo mais comum de financiamento, e que os anúncios eram presença rara em revistas e jornais semanários e quinzenais. O tipo mais comum era dos anúncios tijolinhos, como os de classificados. Podemos entender, com isso, que pode existir uma relação da ausência desse tipo de financiamento com a pouca duração desses veículos e pela circulação precária. O periódico também disponibilizou um espaço de serviço ao leitor e aos professores de música que desejassem deixar contatos para aulas, ou para noticiar festas, bailes particulares e outros eventos. Bastava o interessado entregar a notícia na redação que ficava na rua Líbero Badaró n°36, região histórica do centro de São Paulo. Mas não ficou claro se esse tipo de anúncio era ou não gratuito.

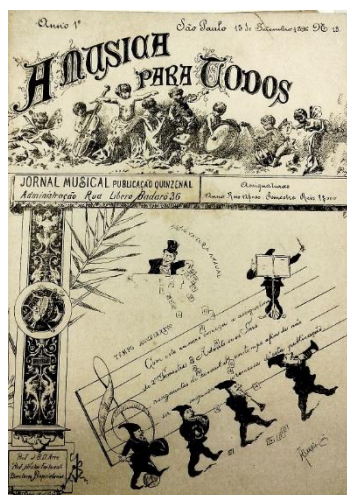
A publicidade n'*A Música Para Todos* dizia muito sobre o público-alvo. O fato de a maioria dos anúncios ser de lojas de instrumentos reflete o público de músicos profissionais e amadores na qual a revista queria atingir. Também é um dado que corrobora com a cultura do piano no Brasil do século XIX, devido aos vários estímulos por parte do governo imperial, que fundou conservatórios, estimulou bandas militares e fez tratados comerciais. Sabemos que àquela época, a educação musical era importante entre as famílias oligárquicas e privilegiadas. Muitas vezes, a música era o único tipo de educação que era permitido que mulheres pudessem ir além da alfabetização. Embora o idioma não seja uma questão para os demais periódicos que compõe o *corpus* desta pesquisa, esse aspecto é importante aqui, por causa da publicação de um número expressivo de textos em italiano, além do oferecimento de assinaturas para o público europeu. Isso mostra que não apenas *A Música Para Todos* acenava para o público da colônia italiana estabelecida principalmente em São Paulo, como também tinha planos de internacionalização.

3.2.3 Estética do período e sua materialidade

O título *A Música Para Todos* era acompanhado do subtítulo “gazeta literária musical ilustrada”, de periodicidade quinzenal. A ilustração está presente principalmente nas edições iniciais de 1896 e início de 1897 por causa das presenças de Lorenzo Piscini

e do próprio conde Amadeo Barbiellini Amidei. As capas nesse período eram desenhadas, tal como as partituras que recebiam ilustrações que auxiliavam os leitores para entenderem a emoção ou a temática de uma determinada música. Isso pode ser observado nas figuras a seguir.

Figuras 7 e 8



Fontes: A música Para Todos n° 13 e 11

A estética não era muito diferente dos periódicos europeus na segunda metade do século XIX, como checamos no banco de dados da biblioteca francesa Gallica. Na imprensa especializada em música, nosso foco de observação, o padrão visual era o título, expediente, preço, data, e identificação de propriedade no terço superior. O texto principal ocupava os dois terços da primeira página na capa dividido em duas colunas. Essa divisão de colunas era aplicada no resto da edição, que tinha em média oito páginas. Curiosamente, o padrão das publicações brasileiras da mesma época era ligeiramente diferente, com três colunas de textos e quatro páginas de conteúdo.

As revistas propriamente ditas do mesmo período costumavam seguir o padrão de livros, com textos em uma coluna única, quase sem ilustrações. A mudança estética de revistas no Brasil aconteceria com a *Revista Moderna*, de 1899, editada em uma parceria Brasil-Portugal-França, que traria inovações importantes, como a ênfase nas ilustrações e nas fotografias. Todos os periódicos especializados eram feitos no formato de jornal. Quanto às dimensões de *A Música Para Todos*, as páginas tinham 296 x 398 mm, que são próximas às dimensões das folhas A3 – do padrão internacional ISO 216.

Nas imagens a seguir, vemos a *Música Para Todos* comparada com o jornal musical francês *La Chanson*, de 1880.

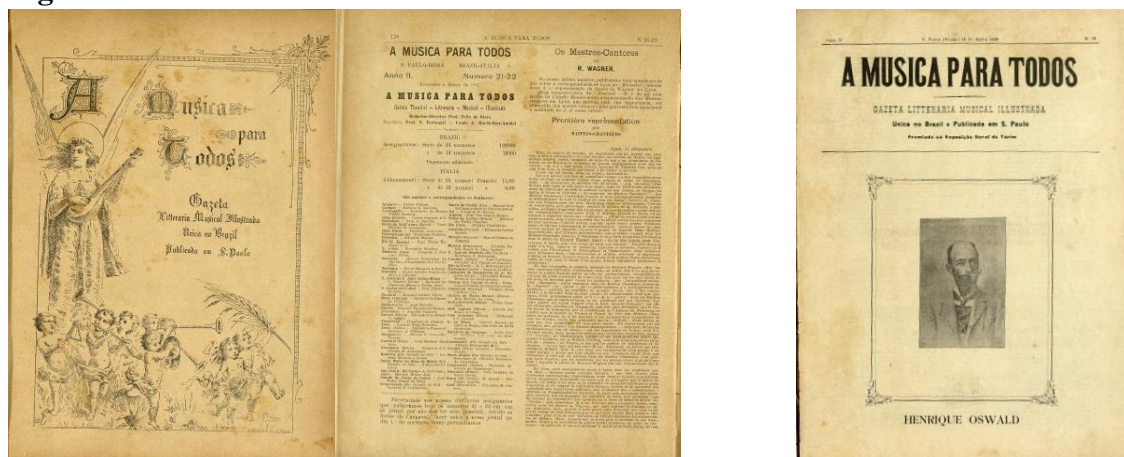
Figuras 9 e 10



Fontes: *A Música Para Todos* e biblioteca virtual Gallica.

A respeito das capas, pode-se identificar alguns padrões ao longo dos anos de existência do periódico, associados com as épocas de cada diretor. As primeiras eram ilustradas. Na era de Barbiellini Amidei, as edições tinham uma capa padrão, com contracapa ora de publicidade, ora de conteúdo, como exemplificamos abaixo. Essa capa padrão foi repetida algumas vezes a longo dos anos, em especial quando a revista passou por um período sem editor-diretor. As capas da direção de Felix de Otero tinham o padrão da imprensa europeia, e a direção de Luigi Chiaffarelli trouxe capas com o mínimo de conteúdo textual, com ilustrações ou com reproduções fotográficas de ilustres da música, como se fossem um protótipo do que viria a ser o padrão de capas de revistas no século XX.

Figuras 11 e 12



Fonte: *A Música Para Todos* n° 21-22 e 69

3.2.4 Organização interna e natureza dos conteúdos

Com o pouco material existente sobre a era J. B. D'Arce, não podemos afirmar as diretrizes que o professor deu ao periódico, porém, os poucos números dirigidos por ele se limitavam a publicação de partituras, e comentários ligeiros a respeito do autor dessas músicas. Foi com Barbiellini Amidei que o periódico ganhou corpo, divisões em seções, e diversificou os tipos de textos e de informações com colunistas, correspondentes e demais colaboradores. Mesmo que algumas das colunas ou das seções tenham se alternado de acordo com a vontade do redator-diretor, a lógica da organização se mantém até o fim.

Não havia um padrão muito claro sobre a organização da revista, muito embora os textos mais importantes eram publicados nas páginas iniciais. As seções de entretenimento, como de xadrez e de humor, encerravam o periódico. Os textos das páginas iniciais eram, geralmente, didáticos, críticas, artigos e biografias. Diversos foram os colaboradores que escreveram artigos sobre temas relacionados a universo da música erudita brasileira e paulista. Em geral, a argumentação nesses textos tinha a cultura europeia como referência. Por exemplo, na edição nº 58, página 452, há um artigo chamado 'O ensino de música nas escolas públicas', assinado por C., que se identificou como um estrangeiro, e reclamou do ensino de música de pouca qualidade empregado nas escolas brasileiras. Ele citou França, Alemanha e Itália como referências no plano didático. Também há textos traduzidos de periódicos europeus, embora estes sejam minoria em relação aos artigos escritos para *A Música Para Todos*.

Identificamos três colunistas mais assíduos: o primeiro e mais constante foi o já citado Luigi Chiffarelli; também Barbiellini Amidei, com a Sezione Italiana; e a coluna Estética, sobre aspectos da teoria musical, que era assinada por M. C. R, muito provavelmente Maria Carolina Rebouças, embora essa informação nunca tenha sido confirmada nas referências consultadas.

Diversos foram os colaboradores que assinaram textos didáticos, em especial Felix de Otero (piano), Gustavo Wethermer (piano), e Olimpia Catta-Preta (harpa). De acordo com Paulo Castagna (2006, p.3), textos didáticos sobre música não eram uma novidade, pois muitos deles eram publicados em periódicos na Europa desde o século XVIII. Associações e entidades no início do século XIX também escreviam textos didáticos destinados ao público profissional e amador. *A Música Para Todos*, portanto, dá continuidade a alguns dos modelos de publicações de música que já existiam.

A última parte do periódico era formado pela seção O movimento theatral e musical no Brazil ⁷¹, sem assinatura, que se tornou permanente, aparecendo em todas as demais edições, por vezes tendo o nome simplificado ou remodelado, como Notícias e várias. Essa era a principal seção de notícias, como concertos que aconteciam em cidades do interior e também em outros países, a passagem de algum músico pelo Brasil, uma saudação ao colaborador ou ao leitor. Os assuntos eram diversos, como podemos observar nos exemplos abaixo:

1: Grieg agora está felizmente estabelecido dos graves incômodos de que se sentia achacado nesses últimos tempos (*A Música Para Todos*, nº 19, janeiro de 1897, p. 160).

2: Richard Strauss o conhecido compositor alemão da actualidade, obteve grande successo num dos concertos populares de Bruxellas no qual se executaram unicamente composições suas. Kufferath um dos notáveis críticos do “Guide Musical” teceu-lhe calorosos elogios (*A Música Para Todos*, nº 20, fevereiro de 1897, p. 174).

3: O club Haydn de Porto Alegre deu seu primeiro concerto no mez pp. Com o seguinte programma. Quarteto de cordas de Haydn, Minueto e Sonata de D. Scarlatti para piano, trio Op. 18 de Weber, Symphonia concertante de Dancia L’oganetto, romanza para soprano do nosso patricio Araújo Vianna, e “Le ciel de Parahyba” (Lo schiavo) de C. Gomes. A avaliar por esse programma também se faz boa música noutras cidades do Brasil, o que será bom que se saiba tanto na Capital Artística, como na Capital Federal (*A Música Para Todos*, nº 25-26, maio de 1897, p. 217).

Outras seções que existiram foram: Necrologio (obituário); Humorismos; Aphorismos, Sentenças e conselhos de músicos notáveis; Xadrez; Avisos; Expediente; Carnet Bibliográfico; Salão Steinway (que continha a programação das apresentações da semana). Em várias páginas do periódico encontramos pequenas notas fora das seções formalizadas a respeito de atividades ou eventos que as pessoas do expediente do periódico estavam envoltas de pequenos avisos sobre assinaturas, sobre textos que serão

⁷¹ O nome da coluna faz todo sentido à época. De acordo com Fonseca (2017), São Paulo passou por um rápido desenvolvimento a partir de 1870 devido a força da indústria cafeeira e a crescente malha ferroviária. A expansão econômica que vinha do interior para os centros urbanos, além do rápido crescimento populacional, foram fatores que favoreceram ao surgimento de um mercado ligado ao entretenimento. O teatro e os espaços afins, como os cafés-concertos e até mesmo circos, eram locais em que a música, da popularesca à erudita, circulava e se difundia. A essência da coluna “Movimento Theatral e Musical”, mesmo que intitulada com outros nomes, continuaria a existir até o fim do periódico.

publicados no futuro, e até mesmo pequenas notícias a respeito dos colaboradores, como podemos observar nos exemplos abaixo.

1: “Recebemos – *Barbarola*, linda polka para bandolim do talentoso Eugene Orfeo bandolinista na Capital Federal. Agradecidos da fineza” (*A Música Para Todos*, Nº19, janeiro de 1897, p. 166).

2: Cumprimentos – Contractou casamento com o Snr. Egon Von Frankenberg Ludwigsdorf a distinta e muito apreciada professora de canto desta cidade M.elle Thereza Stutzer. Ao ilustre par os nossos parabéns” (*A Música Para Todos*, Nº20, fevereiro de 1897, p. 171).

3: Theatro S. José – Realizou-se no domingo o primeiro concerto symphonico da Sociedade Orchestral Paulista. No proximo numero delle falaremos (*A Música Para Todos*, Nº25-26, maio de 1897, p. 216).

As aproximações informais são explicadas pela segmentação que é característica em revistas que faz o produto se aproximar do leitor. A revista é feita para um leitor, em função das necessidades e interesses deste. O fato de a segmentação fazer com que o periódico fale a uma comunidade em específico, cria-se uma relação de parceria (Scalzo, 2008; Storch, 2013).

3.3 Identidade editorial da *Ariel*

Ariel traz no primeiro editorial, publicado na edição nº1 de outubro de 1923, a proposta de levar razão e o sentimento em meio a suposta irracionalidade a respeito da cultura nacional. Sá Pereira utilizou o simbolismo de Ariel, da obra de William Shakespeare⁷², como o arauto dessa anunciação e, em um texto altamente literário, coloca a revista como um instrumento da missão que era difundir cultura por meio da música. Qual música? Sobretudo, a erudita. Como a *Ariel* foi uma publicação herdeira do movimento modernista brasileiro e da Semana de Arte Moderna de 1922 que, por mais que evocasse o folclore e as tradições brasileiras, era uma manifestação cultural de um grupo socialmente privilegiado. Tal como acontecia em *A Música Para Todos*, embora a música popular fosse parte das discussões, a preocupação dos diretores e dos colaboradores girava em torno dos caminhos da música erudita, da produção desse gênero

⁷² Ariel é personagem da peça teatral *A Tempestade*, provavelmente escrita entre 1610 e 1611. Ariel é o espírito que resgata o personagem Prospero de um aprisionamento imposto por uma criatura chamada Sycorax. Ariel é quem reporta a Prospero o que acontece pelo mundo.

musical no país, dos principais expoentes, sobretudo os modernistas, e dos aparelhos e eventos destinados à sua difusão.

3.3.1 Identidade dos editores

A primeira fase na qual nos debruçamos teve dois diretores. O primeiro foi o músico e escritor brasileiro Antônio de Sá Pereira, que ficou à frente de *Ariel* até o número nº8, período em que a revista apresentava longos artigos que podiam ser escritos por colaboradores e também serem traduções de textos de revistas europeias. Mário de Andrade assumiu a direção dos números 9 ao 13. O nome dele nunca foi creditado como tal no sumário/expediente, mas existem duas notas de aviso na edição nº9: uma sobre a saída de Sá Pereira na direção da *Ariel* desde a edição anterior, e outra menor e deslocada em outra página, anunciado a chegada de Mário de Andrade. Na edição nº13 há uma nota que comunicou a saída de Mário de Andrade. O texto diz o seguinte: “Com este número ainda por ele organizado, deixa a direção de *ARIEL* o snr. Mário de Andrade, que substituiu o distinto maestro prof. Sá Pereira nesse posto” (*Ariel*, nº 13, outubro de 1924, p. 510)

De acordo com Flávia Toni (2015), *Ariel* foi um projeto de Sá Pereira, compartilhado e discutido em cartas com o próprio Mário de Andrade, em que ele buscava colaborações de músicos, literatos e artistas ilustradores. Contudo, o trajeto da revista mostrou que a proposta editorial foi um fracasso comercial. Como empresa, era natural que a Campassi & Camin procurasse ter ganhos com a *Ariel*, mas isso não aconteceu sob a direção de Antônio de Sá Pereira, que estava mais interessado na discussão acadêmica (Toni, 2015), o que restringia ainda mais o público-alvo em um país com 71,2% de população analfabeta (Ferraro e Kreidlow, 2004), em um país com 30,6 milhões de habitantes em 1920⁷³. Qual a garantia de que os demais 2,4 milhões de letrados poderiam consumir uma revista de nicho com teor acadêmico?

Mário de Andrade, que em 1924 já era um estudioso renomado da música popular, mas ainda não era um consumidor de discos (Toni, 2004; Tercio, 2019), foi convidado a substituir o amigo Sá Pereira com a missão de tornar o conteúdo da *Ariel* mais acessível, ou piorado, como o intelectual revelou por cartas a Milliet (Toni, 2015; Hoelz, 2016). O piorar, para Andrade, significava na prática publicar artigos menores e menos rebuscados, crônicas, algumas poesias e dar mais espaço às notícias e às críticas. *Ariel*, a partir da

⁷³ Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE).

edição nº 9 tornou-se menos acadêmica e mais ilustrada. A fotografia ganhou as páginas, o que não acontecia na fase de Sá Pereira. Outra diferença significativa entre as direções de Sá Pereira para Andrade, é que o primeiro lançava as edições com capas temáticas, ao passo que o segundo passou a estampar artistas. Podemos resumir a atuação desses dois editores da seguinte forma:

Tabela 8 – Editores de *Ariel*

Diretor de conteúdo	Edições	Total
Antônio de Sá Pereira	1 – 8	8 edições
Mário de Andrade	9 – 13	5 edições

Fonte: própria autora – março de 2020

A *Ariel* ainda teve como editores J. Câmara, N. Rolo, e M. R. Sanches, já em uma fase que não mais estudaremos aqui. Ainda assim, procuramos encontrar pistas das biografias dessas pessoas, mas sem o conhecimento do primeiro nome e sem referências na literatura, não obtivemos sucesso.

3.3.2 Meios de sustentação e público-alvo

Havia um claro conflito de interesses entre diretores e editora a respeito da relação do conteúdo com o público-alvo desejado para a revista. Como dissemos, Antônio de Sá Pereira tinha um projeto voltado à elite intelectual brasileira, aos músicos e amantes da música dessa mesma elite, e aos adeptos e simpáticos aos ideais da arte moderna. A editora Campassi & Camin, pertencente a uma indústria fonográfica, desejava um leque maior de público leitor potencial que pudesse trazer sustentação financeira ao periódico. As mudanças da linha editorial, evidenciadas na revista e também denunciadas em cartas de Mário de Andrade (Toni, 2015) dão a entender que a elite intelectual não correspondeu às expectativas comerciais. Mário de Andrade tentou fazer um trabalho que pudesse funcionar como um meio termo entre o projeto original e os interesses da editora, mas o que é retratado na literatura consultada é que o intelectual brasileiro desistiu da tarefa, e a *Ariel* sofreu uma mudança completa na identidade editorial a partir do número 14.

A estratégia comercial para o financiamento da *Ariel* era de fazer assinaturas para todo o país e exterior, pontos de vendas diretas, além da venda de espaços para anúncios. A unidade, em outubro de 1923, era vendida a 2 mil réis (valor impresso em forma de moeda em 1923), e a assinatura anual saía a 22 mil réis. Para fazer uma comparação, a

popular revista *A Cigarra*⁷⁴ (1914-1975), em dezembro de 1923, tinha o preço unitário de 1.200 réis. A *Revista Feminina* (1915-1936), em setembro de 1923, era vendida a 1.500 réis. Ambas *A Cigarra* e *Revista Feminina*⁷⁵ tinham edições volumosas com cerca de 80 páginas, sendo que de 20 a 30% delas eram de conteúdo publicitário, tal como a *Ariel*. Por esses números, percebemos que a *Ariel* era uma revista de preço unitário maior que outros veículos, mesmo mantendo basicamente a mesma quantidade de espaço das demais. Charron e De Bonville (2016) explicam que as revistas segmentadas especializadas possuem preços mais altos do que as noticiosas ou de assuntos gerais devido ao universo menor de público que conseguem atingir. É por essa razão, também, que o público das revistas mais segmentadas tende a ser mais elitizado. Isso explica o preço unitário maior de *Ariel*.

Ariel tinha vendas diretas em 47 pontos, de 16 cidades do país em nove estados brasileiros. Não temos os números de exemplares impressos por edição, pois essa informação não consta nas 13 primeiras edições. De acordo com Martins e Luca (2008), em uma época com muitos jornais e revistas circulando, mas com poucos leitores devido ao alto índice de analfabetismo, a publicidade veio a ocupar um papel primordial na manutenção financeira desses periódicos. Era necessário pagar os custos industriais, comerciais e profissionais, uma vez que o jornalista passou a ser um sujeito remunerado. Essa alta demanda propiciou o nascimento, nas décadas de 1910 e 1920, das primeiras agências profissionais de publicidade, que tinham papel intermediador entre os anunciantes e os veículos (Abreu e Paula, 2007).

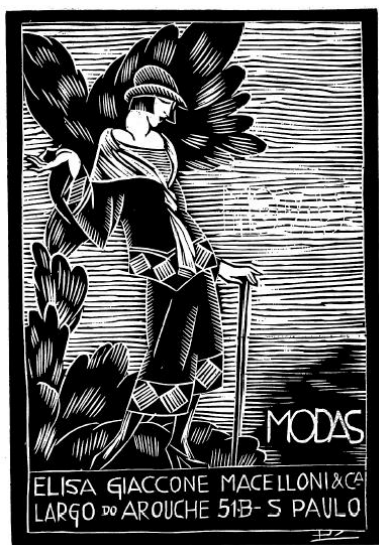
A publicidade em *Ariel* tinha um diferencial estético em relação às demais: diversos anúncios receberam o traço personalizado do pintor e ilustrador modernista Antônio Paim Vieira e, posteriormente, do desenhista Afonso J. Lanza. De acordo com Brunelli (2007), a década de 1920 foi rica no que diz respeito às discussões das ideias modernistas aplicadas na publicidade em um contexto tanto brasileiro quanto internacional. Ao passo que a profissão de designer surgiria apenas na década de 1950, foi na década de 1920 que os diálogos entre as artes plásticas e os veículos de imprensa se estreitaram. A proposta editorial em harmonizar a publicidade com a estética

⁷⁴ A revista *A Cigarra* era uma publicação sobre comportamento e vida urbana, direcionada sobretudo ao público feminino. Ao longo do tempo, *A Cigarra* recebeu colaborações de escritores como Oswald de Andrade, Monteiro Lobato e Léo Vaz.

⁷⁵ Ambas revistas possuem exemplares digitalizados e disponíveis no Arquivo Público de São Paulo. http://www.arquivoestado.sp.gov.br/site/acervo/repositorio_digital/jornais_revistas Acessado em setembro de 2020.

modernista foi executada, porém, por uma questão de necessidade, uma vez que as agências que existiam à época não prestavam o serviço de padronização dos chamados “reclames”, deixando aos veículos a responsabilidade de adequá-los aos respectivos espaços (Padilha, 2001; Brunelli, 2007). Abaixo, na figura 12, uma propaganda em *Ariel* com o traço de Paim:

Figura 12



Fonte: Ariel

Ariel tinha anúncios, sobretudo, de casas de instrumentos musicais (a maioria) e de lojas que vendiam discos e vitrolas. Também tinha anúncios de lojas de moda e de alfaiataria, de produtos de beleza e medicinais, de venda de carros, e de produtos alimentícios. Curiosamente, encontramos até uma propaganda para assinatura de uma revista estrangeira de música. Havia também anúncios da Casa Odeon, de propriedade de Frederico Figner. No caso, a propaganda se referia à filial da gravadora de discos na cidade de São Paulo, na Rua São Bento, região central.

Encontramos, assim, algumas explicações possíveis sobre fracasso comercial: (1) restrição do público-alvo devido às escolhas editoriais; (2) preço de venda acima de outros periódicos do mercado. Na carta em que Mário de Andrade explicou a situação financeira da revista Sérgio Milliet (Toni, 2015), o intelectual disse que *Ariel* não era o investimento prioritário, e que os recursos eram parcos. Flávia Toni (2015), trouxe a reprodução de uma carta de Mário a Sérgio Milliet, que explicitou exatamente o investimento feito ao impresso. No trecho, Mário disse que a situação financeira da revista era “miserável”, que

tinha um déficit de onze contos, e que ele foi chamado a editar para “piorá-la” e a tornar mais acessível “a este público de bunda do Brasil” (Toni, 2015).

Essa última fala é atribuída a uma citação de Sá Pereira a Mário de Andrade, quando os dois conversaram sobre o caso. Não quer dizer que Mário não tivesse uma visão cínica e elitista do planejamento editorial da revista (ou do público brasileiro). Ainda no trecho da carta a Milliet, Mário disse que um meio que encontrou para alavancar as vendas foi o de elogiar todo mundo, eliminar artigos pesados, colocar mais variedade e encher de notícias idiotas (Toni, 2015). Não era um trabalho gratuito, no entanto. Segundo Tércio (2019), Mário recebia 300 mil réis por mês⁷⁶ para publicar “notícias idiotas” – um trabalho que fez por cinco meses até não mais se sentir bem em fazê-lo, como revelou o trecho de uma carta enviada a Renato Almeida: “Quero ver se faço a revista viver para fazer alguma coisa de bom nela. Eu creio que não será preciso chegar à vilania. Aquela palavra canalha que empreguei há pouco está me queimando horivelmente” (Mario de Andrade *apud* Toni, 2015).

3.3.3 Estética do período e sua materialidade

Como falamos de um movimento em que as artes visuais tiveram um papel de destaque, o desenho gráfico e o design de *Ariel* tinham nome e sobrenome: Antônio Paim Vieira (1895-1988), que assinava como Paim. O ilustrador paulista era prestigiado na cidade especialmente pela passagem na revista carioca *Fon-Fon*, entre outros periódicos, além da participação na *Semana de 22*⁷⁷. Ele foi responsável pelas ilustrações das capas, pelo padrão estético das páginas do interior com inspiração indígena, tema este que não apenas era uma preocupação comum dos intelectuais modernistas (folcloristas), mas que teria particular impacto na carreira de Paim (Amaral, 1998).

A primeira fase de *Ariel* tinha, em média, de 50 a 60 páginas por edição. A menor foi a edição n°7, com 46 páginas, e a maior, a edição n°13, teve 110 páginas. Esse grande volume de páginas foi possível à época porque as revistas deram um salto de qualidade e se modernizaram no Brasil no final da década de 1900 (Martins e Luca, 2008). Quando a

⁷⁶ Barbosa (2007, p. 90) traz algumas referências do salário de jornalista nos anos 1920. Um chefe de redação ganhava entre 700 e 800 mil réis, um secretário de redação ganhava de 500 a 600 mil réis (a mesma média salarial de um funcionário público), repórteres e redatores ganhavam cerca de 200 mil réis, o que era considerado um salário baixo. Boa parte dos colaboradores nada recebiam, mas trabalhavam apenas para se ter o título de jornalista. Sendo assim, os 300 mil réis que Mario de Andrade recebia para editar *Ariel* não era considerado um bom salário.

⁷⁷ Paim Vieira participou da *Semana de 22* com obras feitas em co-autoria com o artista Yan de Almeida Prado, embora este último teria revelado que das sete peças creditadas aos dois no catálogo oficial, Yan só teria sido responsável efetivamente por três delas (Amaral, 1998).

Ariel foi lançada, em 1923, o parque industrial gráfico estava em pleno desenvolvimento, e não à toa os grandes conglomerados midiáticos nasceram nesse período (Barbosa, 2008; Martins e Luca, 2008), como vimos no capítulo anterior.

As capas da revista até a edição nº 8 eram desenhos de Paim Vieira sem relação direta com o mundo da música, porém com alguma correlação à época do ano. Por exemplo, edição nº5, de fevereiro de 1924, a capa foi um desenho do personagem Pierrot, relacionado a cultura carnavalesca. A ideia das capas também era de fornecer ao leitor a reprodução de uma peça de arte moderna, no caso, feita de Paim Viera exclusivamente para a revista. A direção de Mário de Andrade, a partir da edição nº 9, trouxe mudanças nas capas, ao colocar personalidades, ora em retratos feitos por Lanza⁷⁸, ora por reprodução fotográfica. Entre as personalidades de capa estavam Guiomar Novaes e Magdalena Tagliaferro, pianistas concertistas brasileiras de destaque à época. Vemos exemplos das capas nas imagens a seguir:

Figuras 13, 14 e 15



Fonte: *Ariel* nº2, nº9 e nº13

A diagramação interna não trazia inovações importantes, além do traço de Paim Vieira e, posteriormente, de Lanza, em relação a outras revistas no mercado. Encontramos evidências, inclusive, de que o padrão da diagramação dos artigos seguia padrões de revistas europeias, como podemos observar abaixo, nas figuras 16 e 17 que mostram, respectivamente uma página da revista belga mensal e ilustrada *L'art Flamand et Hollandais*, de 1914, e uma da *Ariel*.

Figuras 16 e 17

⁷⁸ Lanza passou a fazer colaborações para a *Ariel* a partir da edição nº9, e substituiu inteiramente o ilustrador Paim a partir da edição nº12.



L'EXPOSITION DE PEINTURES ET DE SCULPTURES NÉERLANDAISES ANTERIEURES A 1575⁷⁷

III. — JACOB COEHLER VAN OOSTHOMEN ; JAN VAN SOESTER ; MEERTEN VAN OOSTHOMEN. — LES DESSINS.



Anteriores sempre existir joad en rélie beaucoup moins important dans l'évolution de l'art primitif hollandais, que de petites villes, telles que Harlem, Gouda et Leyde. L'imprimerie — à cette époque étonnante — certain du progrès — et la gravure sur bois destinée à servir de base, étaient des métiers très florissants dans un nombre de villes de la Hollande septentrionale, dès les vingt dernières années du quinzième siècle. A Amsterdam cependant, le premier livre ne fut guère imprimé avant 1580, et c'est seulement en 1583 que Don Pieterz y ouvrit la première officine d'imprimerie où fut travaillé régulièrement. Ce fut par conséquent, pour Don Pieterz, fils d'un de la colonie occupant une Amsterdam, que travailla le premier xylographe et compositeur d'Amsterdam, dont le nom nous est connu : Jacob Coehler van Oosthomen⁷⁸.

Ce fut un beau succès pour la commission de l'Exposition d'Utrecht, d'avoir obtenu du Musée de Cassel l'emprunt d'une des parties de sa superbe collection de la Bibliothèque de Jacob Coehler. C'est certes une des œuvres les plus remarquables et les plus typiques de ce maître d'Amsterdam. Elle est datée de 1587, date qui se trouve sur un bon peu commun⁷⁹ et

⁷⁷ Voir *L'Art Flamand & Hollandais*, t. VII, p. 112 et 113 (livre de la table).
⁷⁸ Van E. W. Moer, de l'Association des artistes hollandais de l'école de la table, t. I, pag. 27, page 38.
⁷⁹ Des reproductions de ce livre et d'un autre qui s'y rattache et qui sont pas connus, sont déposées dans la collection de la section des dessins. Ce livre est le seul ouvrage de ce genre qui soit resté en Hollande. On le trouve dans la collection de la section des dessins, n° 10, et l'ouvrage est gravé sur bois et est de la collection de la section des dessins, n° 10, et l'ouvrage est gravé sur bois et est de la collection de la section des dessins, n° 10, et l'ouvrage est gravé sur bois et est de la collection de la section des dessins, n° 10.



FERRUCCIO BUSONI



MA grande luz apagou-se no mundo musical com a morte de Ferruccio Busoni. O artista que a 28 de Julho falleceu em Berlim era incontestavelmente o maior pianista da actualidade, e mais legítimo herdeiro e continuador da arte de Liszt. Organização musical das mais completas, pensador profundo e sábio, autodidacta por excelência, espírito especulativo, multiforme, levara elle pela sua vasta e harmoniosa cultura os nomes da Renascença.

Ferruccio Benvenuto Busoni nasceu em 1866 em Bressanone, no "Jardim da Toscana". Sua mãe, Anna Wehn, austríaca de origem, era uma perfeita pianista. Foi ella que dirigiu os primeiros estudos de menino-prodígio que, com 4 annos de idade, já se notabilizava por tocar de ouvido. Também o pai, Ferdinando Busoni, famoso clarinetista, occupou-se da educação musical do pequeno. Dum modo geral, pode dizer-se que em todos os seus estudos Busoni foi sempre autodidacta. Com 7 annos apenas, começou a tocar em publico. Apareceu pela primeira vez em Triente, assando semelha. Tocando em Viena, pouco depois, mereceu de Hanuálik, o critico tenido, uma longa chronica vaticinando-lhe glorioso futuro. Sem se deixar enganar pelas quasiadas proezas, mas quantas vezes fallases, o eminente critico desconfiou logo o fudo serio e nobremente musical do pequeno artista.

Aos quatorze annos o jovem pianista mudou-se para Graz, e ali durante quasi dois annos, fez serios estudos de contraponto e compozição com o velho mestre Meyer-Bienz. Quanto ao piano, contina só os seus

Fontes: L'art Flamand et Hollandais, 1914 e Ariel, 1924.

3.3.4 Organização interna e natureza dos conteúdos

Apesar de *Ariel* prezar pela excelência no conteúdo, a revista não fugiu de certos padrões e divisões editoriais comuns à época. Além dos artigos que publicava, estabelecia espaços para comentários, críticas de música, biografias, suplementos com partituras, textos didáticos, lista de revistas e de professores de música. A entrevista é um gênero jornalístico presente, ainda que de maneira rara. Os artigos eram, ou de colaboradores, aparentemente não-remunerados (Toni, 2015), ou traduções de outras revistas.

Na edição nº 7, por exemplo, há uma tradução do texto de 14 páginas (sendo uma com ilustração de Paim Vieira) do escritor e crítico de música francês Martial Douël, intitulado ‘O sentimento da morte na obra de Schubert’, publicado originalmente na revista francesa *La Revue Musicale*. Uma edição antes, havia sido publicado o texto do pianista ucraniano Alexander Siloti intitulado ‘Como Liszt ensinava piano – recordações de estudante’. Infelizmente não podemos afirmar se esta foi uma colaboração de Siloti, ou se foi uma tradução não creditada do trecho do livro *Remembering Franz Liszt*⁷⁹.

Nem tudo colocado como destaque era tradução sob a direção de Sá Pereira. Textos originais de colaboradores brasileiros também foram destacados. Como é o caso dos estudos de Mário de Andrade. Por exemplo, na edição nº 8 foi publicado como texto principal ‘Reacção contra Wagner (notas rápidas para uma história da música)’, de Mário de Andrade, em que o intelectual faz uma explanação sobre música romântica, que teve

⁷⁹ Procuramos, sem sucesso, exemplares do livro nas bibliotecas da Universidade de Brasília e da Université Libre de Bruxelles, a fim de fazer comparações dos trechos.

o ápice em Richard Wagner, e o que existia à época que poderia ser capaz de romper com os paradigmas estabelecidos pelo compositor alemão.

Havia diversas outras colaborações de autores brasileiros em textos mais curtos, sendo que alguns deles eram inseridos em seções como na de comentários. A *Ariel* possuiu dois colunistas e correspondentes regulares nesta primeira fase. O escritor e intelectual brasileiro Sérgio Milliet escreveu a coluna de correspondência estrangeira Carta de Paris, e contribuiu em seis das 13 edições, sendo que em uma delas foi com um poema. Já o poeta brasileiro Manuel Bandeira escreveu a coluna de correspondência regional Cartas do Rio em três edições. Bandeira também contribuiu com artigos e poemas. Sérgio Milliet trazia acontecimentos na qual vivenciava na Europa, ao passo que Manuel Bandeira escrevia textos mais sucintos da cena musical carioca.

A revista *Ariel* também publicou biografias, críticas de espetáculos e notícias gerais sobre o meio musical – especialmente o erudito –, notas e partituras em suplementos na qual não tivemos acesso. Há também algumas poucas entrevistas. Encontramos uma na edição nº7, com o compositor português Ruy Coelho, e outra na edição nº11, do maestro Francisco Mignone. A revista realizou ainda um concurso de música, o Prêmio Luigi Chiaffarelli, anunciado na edição nº4, destinado a jovens compositores brasileiros. O regulamento pedia a criação de uma música original para piano, de dificuldade moderada e com até quatro páginas impressas de partitura.

As seções não eram bem definidas ou regulares. Pode-se dizer que a revista teve sete: sumário/expediente; indicativo profissional; pontos de vendas; crônicas; comentários (embora nem sempre fosse publicada sob esse título); listas de revistas; e seção didática. As crônicas eram notícias de concertos e da cena musical da cidade de São Paulo, e que ocasionalmente publicava informes vindos de outras praças. O espaço também era usado para o exercício da crítica musical. Nos primeiros números, houve a publicação de notícias cariocas trazidas por Saul Torres. As de São Paulo, mais numerosas, foram trazidas por Titus, pseudônimo possivelmente usado por Sá Pereira, como sugere Toni (2015). Com o passar das edições, observamos a presença de outros colaboradores, como Jayme Gomes, e de C. Padovani, que era um dos pseudônimos usados por Mário de Andrade, como confirma Toni (2015).

Alguns exemplos de trechos de textos escritos na seção de crônicas, que foram escolhidos apenas com o propósito de ilustrar melhor o que era abordado na revista:

1: Leonidas Autuori não teve a satisfação de ver encher-se o teatro, em seu último concerto, no municipal. Mais uma vez devemos lamentar esta indiferença do público que não sabe prestar aos nossos artistas o apoio e as homenagens que merecem (*Ariel*, nº 5, fevereiro de 1924, p. 191).

2: Alice Serva – A última audição dessa já celebre professora de piano apresentava as pianistas senhorinhas Hilda Botelho Vieira, Maria Furtado e Maria dos Anjos Oliveira. Pouco Brasil ahi apareceu, infelizmente (*Ariel*, nº 9, junho de 1924, p. 332).

3: A revolução⁸⁰ – Infelizmente a revolução que inopinadamente arrebenhou em S. Paulo, trazendo o sangue para as ruas pacíficas, e a horrorosa banda musical das granadas, dos obuses e das metralhadoras, ainda veio atrasar mais a saída de *Ariel*, já prejudicada com a mudança de oficina impressora (*Ariel*, nº9, junho de 1924, p. 339).

A seção de comentários não é muito distante do propósito da seção de crônicas. Os comentários, parte que existiu nos seis primeiros números, nada mais era do que textos curtos, algumas com títulos, para assuntos variados, tratados de maneira informal sobre o mundo da música. O espaço trazia assuntos como erros de grafia em programações de espetáculos, comentários a respeito de um lançamento de livro, explicações a respeito de assinaturas e da entrega das revistas. Como podemos exemplificar em trechos de textos abaixo:

1: Uma crítica superficial – Mister H. Stottner, correspondente em Buenos Aires da revista americana “Musical Courier”, também se acha no direito de fazer as suas picuinhas aos brasileiros, escrevendo no seu periódico essas sandices... (*Ariel*, nº 1, outubro de 1923, p. 46).

⁸⁰ Mário de Andrade se referia ao movimento que ficou conhecido como Revolta Paulista de 1924, ou a Revolução Esquecida. A revolta tenentista foi evocada pelo general Isidoro Dias Lopes, e durou dos dias 5 a 28 de julho de 1924. Entre as reivindicações dos militares e apoiadores, estavam a instalação do ensino público obrigatório, o voto secreto, justiça gratuita, e a saída do então presidente Arthur Bernardes. O governo brasileiro bombardeou a cidade de São Paulo usando aviões, e dois terços do grupo de Isidoro Dias Lopes foram mortos. Apesar das reivindicações justas, houve uma onda de vandalismo e estupros em diversas cidades do interior de São Paulo permitidos e/ou praticados por grupos que estavam sob o comando dos aliados de Isidoro. Os militares sobreviventes foram depois anistiados, na década de 1930, por Getúlio Vargas. Ver mais em Ilka Stern Cohen (2007).

2: “Tetratologia de Wagner, por Renato Alvin – A casa editora N. Viggiani, do Rio, publicou um pequeno trabalho sobre a “Tetralogia de Wagner”, de autoria do snr. Renato Alvin, que não será, como diz o autor, a primeira obra dedicada a arte wagneriana, publicada em língua portuguesa, mas provavelmente a primeira aparecida no Brasil (*Ariel*, nº2, novembro de 1923, p. 85).

3: Um outro assinante (poucos, felizmente) tem se queixado da falta de pontualidade na entrega da nossa revista. Damos a seguir explicações que se tornam necessárias, observando porém que a culpa cabe, em grande parte ao correio (*Ariel*, nº6, março de 1924, p. 243).

A seção didática era reservada a lições de aprimoramento e discussão de técnicas ao piano na execução de algumas peças musicais. A seção Revistas nas Revistas era uma lista de revistas brasileiras e estrangeiras que circulavam à época, com a reprodução dos assuntos abordados na edição mais recente. Essa seção foi publicada em cinco das 13 edições, e é particularmente interessante para nos mostrar a boa quantidade de revistas de música estrangeiras que circulavam (e que os editores acompanhavam), em comparação as raras brasileiras. Foram listadas nessa seção 33 revistas estrangeiras, sendo que destas apenas cinco eram não-europeias. Das brasileiras, foram apenas três revistas: *Brasil Musical*, *Música*, *Terra do Sol*⁸¹.

A seção de indicativo profissional era uma lista de professores de diversos instrumentos e de canto com o contato dos mesmos. Nessa lista encontramos nomes de pessoas como o próprio Mário de Andrade, Alice Serva, Antonietta Rudge Miller e Antônio de Sá Pereira (piano), João Gomes de Araújo (canto), Furio Franceschini (harmonia). Chama a atenção o tamanho da lista de professores de piano em relação às demais, que é ainda reflexo da cultura do piano implementada no Brasil no século XIX (ver o capítulo 2).

3.4 Identidade editorial da *Revista da Música Popular*

A *RMP* nasceu com o propósito de “construir” uma fonte de informação que pudesse servir também como uma enciclopédia de música, segundo informou na primeira

⁸¹ Não encontramos outras referências sobre as revistas *Terra do Sol* e *Brasil Musical*, a revista *Música*, por sua vez, foi dirigida por B. Vianna Junior e foi editada no Rio de Janeiro entre 1910 e 1919. Ela tinha um formato mais semelhante ao da *A Música Para Todos*, com artigos curtos, majoritariamente sobre música erudita e teatro. Contudo, a maior parte do conteúdo era de partituras de músicas. Achemos curiosa a menção de uma revista que já havia deixado de circular.

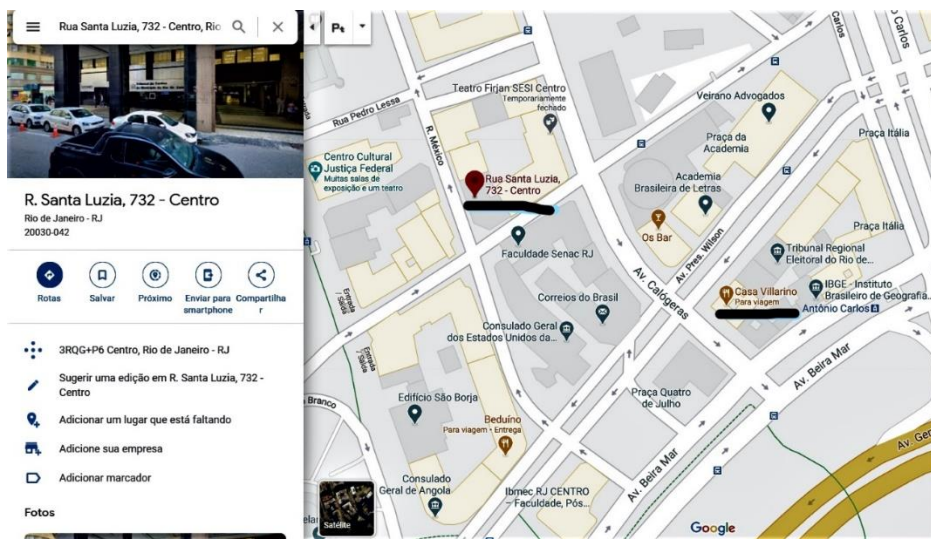
linha do editorial da revista lançada em 1º de setembro de 1954. O direcionamento proposto pelos diretores Lúcio Rangel e Pêrsio de Moraes foi focar na música popular e nos respectivos representantes da chamada época de ouro, que aconteceu nos anos 1930. Mesmo que isso não fosse explicitamente dito no editorial, a primeira capa, que estampava Pixinguinha, além do conteúdo interno não deixava dúvidas sobre quais artistas e gêneros musicais eram prioridade.

O editorial da segunda edição, de novembro de 1954, direcionava a *RMP* como uma revista especializada. Acreditamos que os editores estavam se referindo ao fato de ser uma revista dedicada especificamente ao samba e ao jazz, na contramão das demais do gênero que se voltavam aos lançamentos de discos e a fofoca sobre artistas que faziam sucesso à época. Apesar de ter “popular” no próprio título, o público-alvo não era necessariamente o ouvinte de rádio que integrava fã-clubes da Marlene ou na Emilinha Borba⁸².

A *RMP* funcionava no centro do Rio de Janeiro, na Rua Santa Luzia, 732, em uma sala comercial de um edifício de esquina. Na quadra em frente está localizada a Cinelândia, que é uma região histórica por abrigar bares e aparelhos culturais, como cinemas, teatros e bibliotecas. É na região da Cinelândia, a 350 metros da redação, que se encontra o Juca's Bar, que seria o anunciante mais frequente da revista. A 250 metros dali (segundo dados do Google Maps) fica a Casa Villarino Bar, boteco histórico que faz parte do roteiro da bossa nova carioca, e que à época funcionava também como uma redação informal que reunia jornalistas musicais e culturais de diversos veículos de imprensa, além de artistas (Lobo, 1991).

Figura 18

⁸² Marlene e Emilinha Borba foram duas cantoras brasileiras da era do rádio nos anos 1940 e 50. Porque ambas eram muito populares à época, a imprensa e as rádios, com o propósito único de vender notícia, gostava de inventar brigas entre as duas cantoras. Ao passo que as duas eram, na realidade, amigas próximas, os fãs estavam sempre em pé-de-guerra, e chegavam a brigar fisicamente nos auditórios das rádios e nas ruas (Faour, 2002; Azevedo, 2002; Aguiar, 2007).



Fonte: Google Maps

A localização da redação da *RMP* importa porque ela é um indicativo que não apenas os diretores e colaboradores estavam envolvidos no ambiente boêmio, como estavam geograficamente cercados dela: as pautas e as personalidades se encontravam, quase que literalmente, na esquina. Da mesma maneira como aconteceu com *A Música Para Todos*, o editorial do último número não dava nenhum indicativo de que a revista encerraria as atividades. Ao contrário, havia inclusive a divulgação adiantada de assuntos que deveriam ser abordados no número seguinte, que nunca aconteceu.

3.2.1 Identidade dos editores

A *RMP* foi uma criação de Lúcio Rangel, que também acumulou o papel de “diretor-responsável”. Informações extraídas da literatura mostram que a função de Rangel era, sobretudo, pensar o conteúdo, convidar e organizar os colaboradores, e também ser o representante direto do periódico. Reconhecido como um exímio colecionador de discos e conhecedor do jazz (Augusto, 2007; Moraes, 2019), ele escreveu (assinando) por nove edições a coluna *Discos do Mês*, na qual fazia pequenas resenhas (Cone, 1981) de discos, muitos deles já no formato LP, que eram lançamentos recentes.

A revista tinha também Pêrsio de Moraes como diretor-gerente, o que sugere que ele assumia uma função administrativa entre os dois fundadores. Pêrsio foi a pessoa que mais escreveu para o periódico, com 14 textos em 14 edições na coluna chamada *Um tipo de música popular*. Porém, por mais que Pêrsio tivesse sido a pessoa mais produtiva em relação a quantidade de textos publicados, a biografia dele é um mistério. Ele foi um nome

citado na literatura porque estava creditado na *RMP* como diretor ao lado de Rangel, mas não foi possível encontrar informações confiáveis e consistentes sobre ele.

O trabalho de conclusão de curso escrito por Tauane de Mendonça (2011) sobre as crônicas de Pêrsio na *RMP*, afirma que ele foi um jornalista capixaba, natural da cidade de Cachoeiro do Itapemirim. Contudo, a autora não revela a fonte da informação, nem fornece mais dados biográficos, como ano de nascimento e de morte (?)⁸³. Entramos em contato com a jornalista Maria Lúcia Rangel, filha de Lúcio Rangel, além de diversos pesquisadores que poderiam confirmar dados de Pêrsio de Moraes, como os escritores Ruy Castro, Gerdal José de Paula, do professor e pesquisador da USP José Geraldo de Moraes, e colaboradores do Dicionário Ricardo Cravo Albin. Ninguém foi capaz de trazer detalhes, pois essas fontes não se lembravam do diretor.

Apenas Haroldo Costa, um dos dois remanescentes que colaboraram na *RMP*⁸⁴, confirmou que o conheceu por meio de uma mensagem de email. Haroldo Costa (comunicação pessoal, 23 de outubro de 2020) se lembra de ver Pêrsio de Moraes ocasionalmente no Villarino, mas que era incapaz de tecer maiores detalhes. Isso exemplifica porque Pêrsio de Moraes, apesar de administrar a revista e de ser um colunista assíduo, tornou-se um personagem secundário entre grandes nomes de intelectuais, jornalistas e artistas que contribuíram na *RMP*. A figura de Lúcio Rangel era exuberante, pois o jornalista era respeitado e um colaborador de diversos veículos de comunicação, em especial da revista *Manchete*, além de também compositor e próximo à “turma” da boemia carioca que se encontrava nos bares frequentados por jornalistas e artistas como o próprio Casa Villarino Bar.

Por não haver outros editores ou diretores envolvidos, muito menos uma editora que fosse proprietária do projeto, podemos dizer que a *RMP* foi um produto criado e arcado por Rangel e Moraes, feito dentro dos ideais do jornalismo e da cultura defendidos por esses dois.

⁸³ Procuramos meios de contactar Tauane de Mendonça e também o orientador do trabalho de conclusão de curso, porém não obtivemos retorno da bacharel. O professor orientador não soube informar a respeito do caso.

⁸⁴ Os outros colaboradores sobreviventes são Hermínio Bello de Carvalho, LAN e Nice Figueiredo Rocha, mas não conseguimos entrar em contato com eles.

3.2.2 Meios de sustentação e público-alvo

A mensal *RMP* foi lançada em outubro de 1954 a um preço de capa de Cr\$ 6 (cruzeiros)⁸⁵. Era dois cruzeiros mais cara do que a semanal e popular *Revista do Rádio*⁸⁶ – lembrando que essas duas publicações não estavam vinculadas a uma editora pré-existente, nem a um conglomerado midiático. A *RMP* era, ainda, um cruzeiro mais barata do que a revista *Radiolândia*, do grupo Globo. Vemos, assim, que as diferenças de valores não eram tão expressivas, e que a *RMP* era tão financeiramente acessível quanto as demais concorrentes. Previa-se também um plano de assinatura anual por Cr\$ 80, e também foi oferecido um encadernado das dez primeiras edições a um custo de Cr\$ 250. A revista tinha representação comercial e distribuição em nove estados, além do Rio de Janeiro, mas não há qualquer indicativo do número de tiragens por edição.

As assinaturas eram disponíveis para todo o Brasil. A revista também fazia promoções de vendas, oferecendo brindes aos novos assinantes. Contudo, uma resposta de uma carta ao leitor na edição nº 3, sobre a promoção que dizia que os primeiros 200 leitores que assinassem receberiam um disco, revela que três meses depois, a *RMP* não tinha atingido esse quantitativo de assinantes, como podemos verificar abaixo:

Continuam inúmeros leitores a nos enviar cartas pedindo informações sobre a Antologia da Música Popular. Mais uma vez repetimos: são duzentos discos, fora do comércio, distribuídos exclusivamente aos assinantes. Basta enviar nome e endereço para se tornar assinante, até que o número deste alcance o total prefixado, que aliás anda perto. Somente quando da saída do primeiro disco avisaremos os assinantes para que seja feita a remessa da importância correspondente, o que poderá ser feito por cheque, vale postal, carta com valor declarado ou mesmo pelo reembolso. Em nosso próximo número publicaremos a relação de todos os sócios inscritos até o momento.⁸⁷ (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 137)

Isso é uma evidência de que a revista tinha uma situação financeira desfavorável devido ao limitado público leitor, que tinha o perfil semelhante do próprio idealizador e colaboradores: uma classe intelectualmente privilegiada, boêmia, colecionadora de discos, mas que se distanciava da vertente mais popular da música brasileira. De acordo com Mira (2001), as assinaturas eram o que dimensionavam o número de exemplares que

⁸⁵ Moeda instituída pelo Estado Novo em 1942, substituindo os Réis, moeda que circulava no país desde o período colonial.

⁸⁶ A *Revista do Rádio*, segundo dados do IBOPE de 1951 era consumida em maioria pelas classes sociais 'B' e 'C', ou seja, por pessoas vindas das faixas econômicas mais modestas da sociedade (AZEVEDO, 2002).

⁸⁷ A nota é uma boa evidência da quantidade reduzida de assinantes da revista. E a lista prometida jamais foi publicada.

uma revista, e eram uma fonte de receita mais importante do que as vendas diretas nas bancas de revista. A *Revista do Disco* trabalhava com vendas diretas. Não à toa durou menos de um ano. Se a *RMP* tinha menos de 200 assinantes até a publicação do terceiro número, já era um indicativo de problemas de sustentação.

Os editoriais dão uma boa noção dos meios de sustento e da (má) situação financeira do periódico. Nesses espaços, os editores celebravam o fato de que algumas edições da revista eram um sucesso de vendas nas bancas, e que a recepção em São Paulo era particularmente boa. A existência de anunciantes de São Paulo reforça a veracidade da informação. A edição especial n° 8 de julho/agosto que fez a cobertura da morte de Carmem Miranda foi mencionada por ter se esgotado nas bancas, o que está de acordo com o tamanho da comoção que a morte da cantora gerou no Brasil (Castro, 2005).

Por outro lado, em diversos editoriais houve queixas a respeito da venda de espaços publicitários, em que os editores reclamavam da falta de interesse das gravadoras na revista. Os editores expuseram também a contrariedade deles na troca de favores comerciais para que vinculassem determinados tipos de conteúdo, como é ilustrado no trecho do editorial da edição n°5 de fevereiro de 1955:

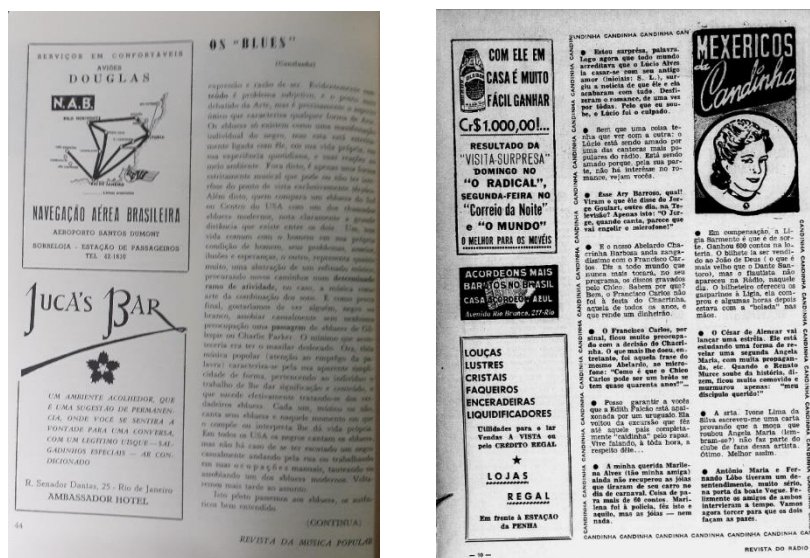
Esta revista precisa de publicidade para viver, como toda e qualquer revista. Avisamos, no entanto, que a publicidade que inserimos é em forma de anúncio. Não aceitamos reportagens e fotografias pagas. Fazemos essa declaração aos nossos leitores e a quem possa interessar, para que não se repita o caso de certo diretor de publicidade de conhecida gravadora, que nos propôs um anúncio com a condição que a capa viesse com o retrato do cantor X e, no texto, uma reportagem de duas páginas da cantora Y. Não, isso não fazemos. As capas, as fotografias e os textos que publicamos não tem nenhum interesse financeiro. Focalizamos os artistas que merecem nosso interesse e o dos leitores, e não nos prestamos ao papel de simples propagandistas de artistas muitas vezes “inventados” pelos golpes e artimanhas já muito comuns em nosso meio. (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 285)

A revista começou a apresentar edições bimensais e periodicidade irregular a partir da edição n°6. Os editores culparam a falta de papel no mercado, mas o fato é que isso passou a ser uma constante. Ao fechar uma possibilidade de receita, e também ao negar publicamente a prática, os editores podem ter criado alguns desafetos e comprometido a continuidade da *RMP*. Havia, no entanto, alguns anunciantes regulares ao longo das 14 edições de existência do periódico: muitos deles relacionados ao universo

boêmio e intelectual dos editores e colaboradores. O anunciante mais fiel foi Juca's Bar⁸⁸, que funcionava no Hotel Ambassador, no centro do Rio de Janeiro. Também eram anunciantes assíduos a companhia aérea gaúcha Varig, a Sociedade Brasileira de Aurores, Compositores e Editores de Música, Jockey Club, Captain's Bar (de São Paulo), e a gravadora Continental.

Os espaços publicitários nas páginas internas eram dispostos ao longo da publicação, sem uma seção de anúncios pré-definida, como existia na *Ariel* e demais revistas dos anos 1910 e 1920. Os anúncios eram dispostos ou no rodapé da página, ou deslocados em uma coluna, dentro de boxes, diagramados sem ilustrações, ou com ilustrações discretas. Se comparado com a publicidade encontradas nos demais periódicos brasileiros e estrangeiros, observamos que esse padrão de publicidade, com arte limpa, era uma característica da *RMP*, embora anúncios com artes semelhantes podiam ser vistos em outras revistas. Abaixo, páginas com publicidade da *RMP* e da *Revista do Rádio*.

Figuras 19 e 20



Fontes: Revista da Música Popular e Hemeroteca Digital Brasileira

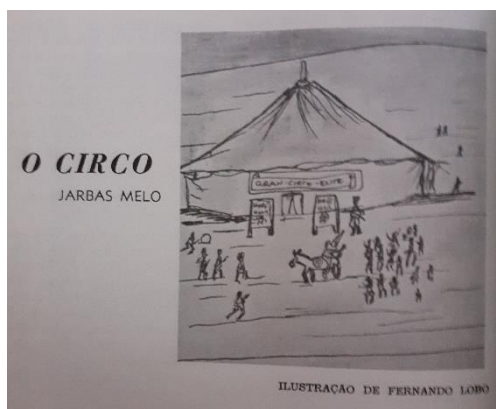
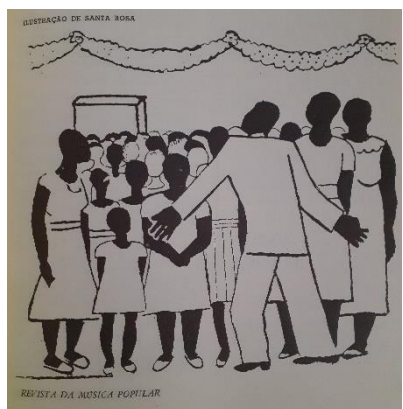
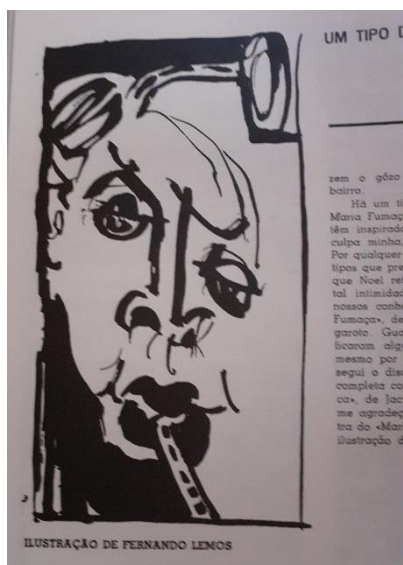
3.2.3 Estética do período e sua materialidade

Se a revista *Ariel* representou visualmente um produto da arte modernista que estava a se firmar no Brasil, a *RMP* é o resultado não apenas das melhorias das tecnologias gráficas e do desenvolvimento do design gráfico – que foi uma tônica da imprensa

⁸⁸ Juca's Bar era propriedade do artista Juca Chaves, e também um dos pontos de encontro de intelectuais e artistas no Rio de Janeiro.

brasileira em geral à época –, como também da consolidação da arte moderna como padrão estético do Século XX. A presença do pintor modernista português Fernando Lemos reforçou a herança e filiação estética. Fernando Lemos foi um colaborador da *RMP* e responsável pelo design das capas. Os traços modernistas também estão presentes nas ilustrações de Fernando Lobo, Santa Rosa, do ilustrador argentino Caribé, Millôr Fernandes (assinando como Vão Gôgo), o italiano Lanfranco Rossini – o LAN, Di Cavalcanti entre outros. Nas imagens abaixo, mostramos alguns exemplos de ilustrações feitas por esses artistas.

Figuras 21, 22, 23 e 24



Ilustrações de (da esquerda para direita) Fernando Lemos, LAN, Santa Rosa e Fernando Lobo
Fonte: Revista da Música Popular

A presença de pintores que estavam inseridos no movimento artístico modernista é uma característica que encontramos somente na *RMP*. Esta constatação veio depois que fizemos uma comparação com as principais revistas de música à época. A união da ilustração com o texto eram soluções comuns no design das revistas brasileiras. Contudo,

nas outras publicações, os desenhos mais usados eram do tipo caricatura, ou ilustrações literais para um determinado assunto. Pesquisamos também em revistas da França, Estados Unidos e Inglaterra dos anos 1940 e 1950, como a *Billboard*, *Record Whirl* e *Cash Box* (EUA), *Paris Qui Chant* (França), e *New Music Express* e *Disc Magazine* (Reino Unido). A imprensa internacional era materializada em formato de jornal ou de revista convencional. Eram publicações que faziam uso da fotografia e de infográficos na diagramação, por vezes privilegiando a imagem em relação aos textos. A francesa *Paris Quin Chant*, edição de maio de 1939, apresentava duas páginas de partituras com ilustração do pintor francês modernista Charles Kiffer, mas nenhuma dessas publicações tinha uma assinatura visual que as aproxime do movimento, o que nos faz acreditar que a *RMP* foi um caso único no Brasil e raro à época.

As capas eram padronizadas com uma arte que emoldurava a fotografia de um artista brasileiro (oito capas com artistas femininas e seis para artistas masculinos). As três primeiras edições, com concepção de Fernando Lemos, tinham o desenho de um sambista com cabeça de pandeiro. Após a quarta edição, a arte da capa foi reformulada com o nome da revista mais evidenciado, e com a retirada do desenho do sambista. Das 14 edições, houve apenas duas quebras do padrão das capas: na edição nº7, que estampou uma arte de capa inteira de Lan sobre os músicos Pixinguinha, Donga e João da Baiana, e na edição seguinte com uma foto de capa inteira de Carmen Miranda na edição especial que fez a cobertura sobre a morte da cantora. As capas são observadas abaixo.

Figuras 25, 26, 27 e 28



Fonte: Revista da Música Popular

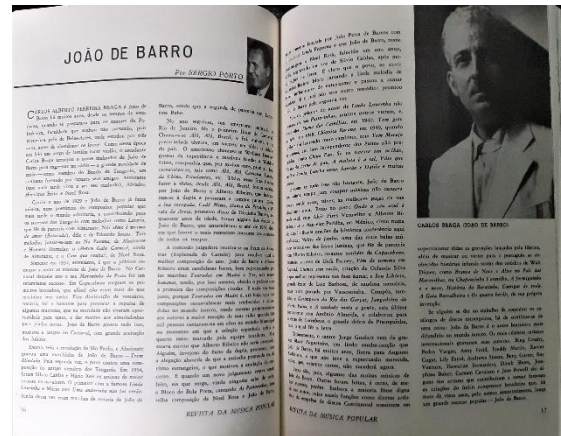
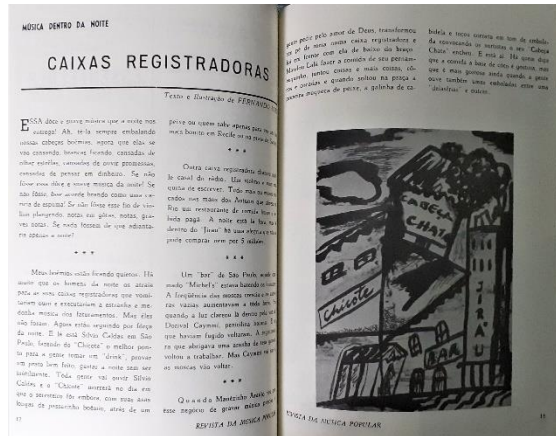
O padrão da foto de um artista envolvida em uma moldura também foi utilizado em diversas outras revistas à época, como na *Pranove*, e em revistas internacionais, como

a *Record Whirl*. Os estilos eram muito diversos, não sendo possível estabelecer padrões e influências além da própria presença da moldura. O padrão de capa em que se coloca a foto ocupando toda a dimensão da capa era mais comum, e já era utilizada desde o início do século. Esse era o padrão da líder *O Cruzeiro*, e usada também pela *Revista do Rádio*.

Os artistas destacados na capa eram todos nacionais, e a maioria foi de cantoras: oito artistas mulheres contra seis artistas homens. Isso se explica porque o Brasil é um país que gerou muitas intérpretes femininas, das quais são muito respeitadas e valorizadas⁸⁹ no mercado, em especial no samba, na MPB e nos demais gêneros regionais. Contudo, a revista parecia escolher os personagens da capa por uma questão de apreciação particular, pois nem sempre o personagem da capa era assunto de reportagens ou de entrevistas nas páginas internas.

A diagramação da *RMP* também se diferenciava das demais da época por privilegiar os espaços em branco, o que tende a deixar as páginas visualmente mais leves. Abaixo temos dois exemplos que mostram as inconsistências nos tamanhos das fontes e dos espaçamentos.

Figuras 29 e 30



Fonte: Revista da Música Popular

Havia, porém, inconsistência no uso dos espaçamentos e do tamanho das fontes. Textos menores diagramados em duas páginas espelhadas tinham o tamanho de fonte e espaçamento maior, além de mais espaços em branco. Por vezes, com o intuito de se usar

⁸⁹ Melo (2020) mostra que apesar do dito popular de que o “Brasil é o país das cantoras”, a realidade não é bem assim. Os homens ainda são os maiores detentores de direitos autorais no país, ocupam a maior parte das posições destinadas a músicos profissionais, e a trabalhos técnicos, de produção e administrativos do mercado musical. As cantoras, em especial as intérpretes, têm portanto uma posição de vitrine dentro do complexo que é a indústria fonográfica brasileira.

uma imagem ou ilustração mais destacados, o tamanho da fonte e os espaçamentos ficavam menores. O padrão da diagramação da revista era em duas colunas, com textos em páginas duplas espelhadas – havia exceções de textos dispostos numa coluna única, mas em geral estes eram publicações de crônicas, e contos feitos pelos colaboradores. Por vezes o título era deslocado na página da esquerda, por vezes ele era vazado, colocado nas duas páginas.

3.2.4 Organização interna e natureza dos conteúdos

A falta de uma seção de sumário criou algumas dificuldades para o entendimento da organização da *RMP*, por não haver um padrão sequencial aparente para a publicação das colunas, artigos, entrevistas e reportagens. A revista nunca apresentou um expediente além dos créditos dos dois diretores, mas havia um box com o nome de todos os colaboradores, que funcionavam como um conselho editorial (Moraes, 2019), e que poderiam ou não ter textos e ilustrações para a edição.

Não havia um sumário da edição até o nº4, quando os assuntos eram condensados na capa da revista, formando um bloco diagramado ao lado da fotografia do artista. Pode-se dizer que a *RMP* era dividida em duas partes. A metade inicial era destinada a música urbana brasileira, mais especificamente sobre o samba, compositores, cantores, e o ambiente social e midiático (rádio) que envolvia todos esses elementos. Nessa primeira parte, eram publicados artigos, crônicas e colunas, (poucas) reportagens e (poucas) entrevistas. Esse material podia ser tanto inédito e exclusivo, ou republicações.

Os colunistas que participavam dessa primeira parte foram Mariza Lira, Fernando Lobo, Nestor de Holanda e Pêrsio de Moraes. A primeira escreveu a coluna História Social da Música Popular Carioca, em que ela revisitava as origens dos gêneros musicais e da música popular urbana na perspectiva da etnia brasileira. Fernando Lobo contribuiu materialmente em duas frentes: na produção da coluna Música Dentro da Noite, e como ilustrador. Na coluna, ele noticiava e comentava sobre acontecimentos e curiosidades envolvendo produtores e artistas nas boates e espetáculos do Rio de Janeiro e mundo afora.

Nestor de Holanda escreveu a coluna O Rádio em 30 Dias que tratava com (muita) ironia e (pouco) humor alguns dos acontecimentos também de artistas e produtores nas rádios brasileiras. Pêrsio de Moraes escreveu a coluna Um Tipo de Música Popular de crônicas sobre o samba, e também sobre os elementos cotidianos culturais que o envolvia. Na primeira parte da *RMP* havia três seções destacadas: Noticiário, Discos do Mês e

Discografia Mensal da Indústria Brasileira. A primeira, sem assinatura, eram notas a respeito da indústria fonográfica, artistas, e por vezes questões relacionadas a própria revista. São exemplos dessa seção:

1: Elizete Cardoso, uma das mais notáveis intérpretes da música popular brasileira, está presente em um novo disco Todamérica. Nele estão reunidos os sambas A Moça do Retrato, de Wilson Franco e Jorge Roberto, e Tormento, da dupla Carioca-Jeanete Abid. (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 267)

2: Os principais intérpretes da música popular brasileira estão atuando em “boites”, rádio e televisão na capital de São Paulo. Araci de Almeida, Silvio Caldas, Dorival Caymmi, Inezina Barroso, Jorge Goulart, Cesar de Alencar, Nora Ney, Elizete Cardoso, Almirante, Leny Eversong, Lúcio Alves e muitos outros estão recebendo muitos aplausos do público paulista. (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 493)

3: Do próximo número em diante, a nossa seção de “jazz” será confiada ao conhecido crítico Marcelo Miranda. A ausência de José Sanz, absorvido pelos seus afazeres de crítico cinematográfico, em nada prejudicará a orientação da seção, pois o seu substituto tem as mesmas diretrizes e opiniões no que concerne ao assunto. (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 493)

A seção de notícias geralmente demarcava o fim do conteúdo sobre a música brasileira, e era seguida pelo conteúdo sobre o jazz. A seção de discos do mês foi inicialmente assinada por Lúcio Rangel. Trata-se de pequenas resenhas sobre lançamentos de LPs em geral de artistas da música popular brasileira. Discografia Mensal da Indústria Brasileira, organizada por Cruz Cordeiro, reunia uma extensa lista de discos recém-comercializados pelas gravadoras que atuavam no Brasil. Como é esclarecido na edição nº 9, trata-se de uma prestação de serviço gratuita que a revista se propôs a fazer para o interesse tanto do consumidor quanto dos comerciantes. Era uma seção enfadonha, visualmente carregada, que ocupava de seis a oito páginas do conteúdo da revista.

Cruz Cordeiro criou essa seção de forma semelhante ao que ele próprio fazia na revista *Phonoarte*, que editou nos no final dos anos 1920 e início dos anos 1930. Listas de lançamentos de discos foram feitas também por outras publicações contemporâneas da *Phonoarte*. Mas esse tipo de seção fazia pouco sentido em uma época em que a indústria fonográfica mesmo ainda precária, já tinha mais de 15 gravadoras atuando no país e um volume de lançamentos considerável. Além disso, podia-se ver outros periódicos prestarem o mesmo serviço, mas de uma maneira visualmente e editorialmente mais atraente ao consumidor.

A segunda parte da *RMP* era sobre o jazz americano. Essa era uma grande seção organizada pelo crítico José Sanz, e posteriormente pelo também crítico Marcelo F. de Miranda. Essa parte recebia contribuições de textos do playboy Jorge Guinle, e do crítico e musicólogo argentino Nestor R. Ortiz Oderigo (que à época estava residindo no Rio de Janeiro). Também havia colaborações ocasionais de outros produtores de conteúdo da *RMP*, como Santa Rosa, além da republicação artigos de revistas estrangeiras. A subseção Um Disco Por Mês, sem assinatura, trazia uma resenha de um disco de jazz, de preferência raro e que precisaria ser importado. A partir da edição nº10, a subseção teve direção levemente alterada, passando a indicar discos que poderiam ser encontrados no Brasil.

A *RMP* era encerrada com a seção Respondendo ao Leitor, que variou de formato com o passar das edições. A seção surgiu após a edição nº 3. Era chamada de Escreve o Leitor, e trazia trechos das cartas recebidas. Depois, já como Respondendo ao Leitor, a revista publicava uma lista numerada de respostas reproduzindo ou não trechos das cartas, e identificando ou não o leitor. Algumas das respostas eram cordiais e informativas, e outras bastante malcriadas, como podemos observar nos exemplos a seguir:

1 – Infelizmente, não vamos publicar letras de músicas em nossa revista. Existem várias publicações que fazem isso e o leitor Gilberto Barbalho poderá consultar qualquer uma delas. (*Revista da Música Popular*, 2006. p. 137)

2 – O leitor Fernando Sarmiento Martins aponta “pequenos defeitos” na discografia de Francisco Alves. Realmente, são inúmeras falhas do trabalho de Sílvio Túlio Cardoso, tanto assim que vamos publicar uma lista suplementar com todos os discos omitidos⁹⁰. Por enquanto, transcreveremos os defeitos apontados pelo leitor. (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 384)

3 – Garcia Alvim (São Paulo) - Azar o seu. A solução é fácil: deixe de comprar a nossa revista. (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 556)

A *Revista da Música Popular* lançou a edição extra nº 8 em julho/agosto de 1955, e teve as 64 páginas inteiramente dedicadas a morte da cantora brasileira Carmen

⁹⁰ Sílvio Túlio Cardoso foi um jornalista, radialista e crítico de música. Foi também um disc-jôquei famoso Globo e Nacional, além de ter sido correspondente da estadunidense *Billboard*. A lista corrigida com a discografia completa de Francisco Alves foi publicada na edição nº 9, e foi elaborada por um “conhecido discógrafo” que assinou com o pseudônimo de Enece.

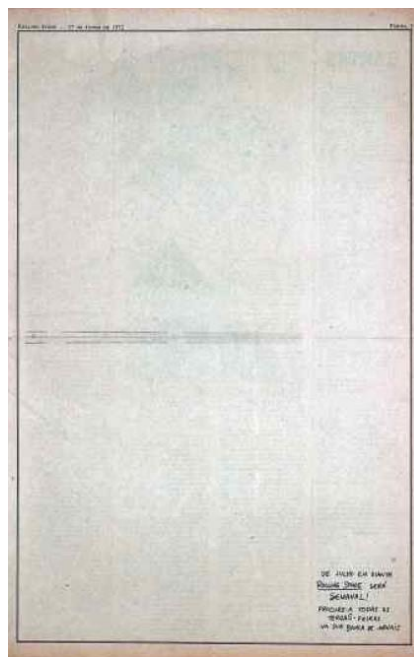
Miranda. A edição segue com 23 textos sobre a cantora, sendo que destes, 19 foram republicados de outros jornais e revistas. É uma edição farta em imagens: possui 68 fotografias reproduzidas, sendo 15 de fotos de outros personagens e cenas do enterro da cantora, além de duas pequenas caricaturas de Carmen. As fotos de Carmen Miranda ora são da artista atuando no teatro ou no cinema, ora são de bastidores ou da vida privada. A opção por fazer uma edição maior em número de páginas do que a média normal da revista, com mais fotografias e pouquíssimas ilustrações, são alguns dos detalhes que fazem dessa ser um caso à parte. No editorial, foi explicado que o especial em homenagem a Carmen Miranda era um “esforço de reportagem”, que não apenas trouxe fotos inéditas e raras, mas que tinha o propósito de fazer um documentário “dos melhores” sobre a cantora brasileira.

3.4 Identidade editorial do jornal *Rolling Stone*

Antes de começar a circular comercialmente, o jornal *Rolling Stone* lançou uma edição número zero para divulgação em novembro de 1971, trazendo na capa a cantora brasileira Gal Costa. O editorial assinado pela editora Camelopard Edições Gráficas Ltda deixava claro três pontos: que o periódico quinzenal era dedicado ao jovem de classe A e B e ao público universitário, que o tema central era a música, e que aquela era a versão brasileira da publicação norte-americana inaugurada cinco anos antes. Apesar das citações a inúmeras bandas estrangeiras, como The Who e The Band, o *RS* prometia abordar artistas e a visão brasileira frente a temas que eles consideravam internacionais.

É interessante registrar que a edição nº 1, de 1º de fevereiro de 1972, não tinha editorial. Essa seria a tônica do jornal, que lançaria avisos relevantes ao leitor esporadicamente, como na edição de 27 de junho de 1972, utilizando uma página inteira, escreveu um recado de canto de página para avisar que a partir do número seguinte o jornal passaria a ser semanal, como se pode conferir na figura a seguir.

Figura 31



Fonte: Projeto Pedra Rolante

Luiz Carlos Maciel só se pronunciaria aos leitores na posição de editor-responsável na edição de 12 de dezembro de 1972 para anunciar mudanças de formato e de conteúdo. Luiz Carlos Maciel deixou a revista na edição nº 34, juntamente com os responsáveis pela Camelopard. De acordo com Joel Macedo⁹¹, Maurício Glatt, que era administrador financeiro do jornal, disse que havia uma reserva na distribuidora que possibilitava a publicação de mais alguns números. Joel Macedo e Maurício Glatt assumiram o jornal como editores juntamente com o ilustrador Luiz Antônio Pires, o Lapi, e trabalharam por duas edições até o fim definitivo (e nunca anunciado em editorial ao leitor) do jornal *Rolling Stone* “pirata” em 5 de janeiro de 1972.

Segundo Ana Maria Bahiana (comunicação pessoal, novembro de 2018), depois que a matriz deixou de enviar o material de texto e fotográfico para a filial brasileira em junho por falta de pagamento dos royalties (Ezequiel Neves⁹² confirmou a informação), o jornal chegou a publicar traduções não-autorizadas de reportagens de outras revistas de música estrangeiras, tal como “copiar” as imagens alheias. Ou seja, o jornal *Rolling Stone* abraçou plenamente o estilo pirata de editar e publicar conteúdo por metade de sua existência em uma tentativa de vencer a péssima situação financeira.

⁹¹ Ver em <https://disconversa.com/entrevistas/entrevista-joel-maedo-entre-a-literatura-psicodelica-e-a-primeira-rolling-stone-brasileira/> acesso em maio de 2022

⁹² Ver em <http://www.rockemgeral.com.br/2008/10/22/ezequiel-neveso-exagerado-avo-do-rock/> acesso em maio de 2022.

Joel Macedo revelou que após fechar as portas, tudo foi vendido na redação instalada no segundo andar de um casarão na esquina da rua Visconde de Caravelas com a Conde de Irajá foi vendido, inclusive as máquinas de escrever. Ana Maria Bahiana (2006) possui uma visão mais poética desse fechamento. Segundo a jornalista, a *Rolling Stone* fechou as portas ao som do novíssimo Acabou Chorare, dos Novos Baianos. “Todo mundo ouvindo os Novos Baianos dizerem que tudo ia ficar lindo, a gente sabendo que a revista estava condenada, e Zeca dizendo: Mas garotinhos, vai ser um verão demais!” (Bahiana, 2006, p. 390).

3.4.1 Identidade dos editores

O jornal *Rolling Stone* foi editado do início ao quase fim por Luiz Carlos Maciel, auxiliado principalmente por Ezequiel Neves. Antes de assumir o jornal *Rolling Stone*, Maciel era um ator do campo cultural que atuava tanto na esfera artística quanto na jornalística. Apesar de ser formado em filosofia, profissão que nunca exerceu formalmente, desde a juventude ele passou por experiências no teatro e no cinema como diretor, roteirista e ator. Maciel buscou formação para tais especialidades na Escola de Teatro da Universidade da Bahia e, posteriormente, no Carnegie Institute of Technology.

Em paralelo ao mundo da dramaturgia, escreveu sobre cinema e teatro em jornais e revistas brasileiros a partir de meados da década de 1960, começando a carreira no jornalismo no nascedouro do regime militar brasileiro. Trabalhou, entre outros, nos jornais *Última Hora* e *Jornal do Brasil*. Fundou o *Pasquim* em 1969 juntamente com Millôr, que foi um dos colaboradores da *Revista da Música Popular*. Foi no *Pasquim* que Maciel ganhou a fama de guru da contracultura brasileira devido à coluna Underground⁹³, e também por estar à frente de projetos menores ligados à contracultura, como o jornal alternativo *Flor do Mal*.

Foi em virtude desse então passado recente que Mick Killingbeck o convidou para editar o jornal *Rolling Stone*, cujos direitos haviam sido recentemente adquiridos pelos sócios proprietários da editora Camelopard. Sendo uma publicação contracultural que, em certo sentido, poderia significar mais liberdades quanto às estruturas textuais, formulação de pautas, de seções, e quanto à diagramação, identificamos que a versão brasileira do *Rolling Stone* manteve o padrão visual da matriz, como discutiremos mais detalhadamente adiante.

⁹³ Ver mais em <https://bndigital.bn.gov.br/dossies/o-pasquim/memorias/luiz-carlos-maciel/> acessado em maio de 2022.

Textos e entrevistas com Luiz Carlos Maciel e com outros colaboradores do *RS* mostram visões diferentes do ambiente de redação. Joel Macedo⁹⁴ lembra de um processo de produção editorial organizado, com reuniões de pauta com horários bem estabelecidos, em que a equipe brasileira discutia a produção local e selecionava o material enviado pela matriz. Por outro lado, Joel Macedo passou boa parte da vida da *RS* fazendo correspondência no exterior. Ana Maria Bahiana (comunicação particular, novembro de 2018) se recorda de uma certa liberdade de circulação de pessoas que não faziam parte do jornal na redação, além de um ambiente descontraído, sendo Maciel o grande orquestrador e intermediador entre a redação e os “gringos” proprietários da editora.

Luiz Carlos Maciel permaneceu frente à redação em 34 das 36 edições lançadas. Os dois últimos números foram editados por Joel Macedo, Maurício Glatt e Lapi. Joel Macedo era um jovem repórter com experiência anterior no jornal *Última Hora* antes de trabalhar como correspondente na *RS*. Maurício Glatt também foi gerente administrativo d’*O Pasquim*, mas não há maiores informações disponíveis a respeito desse profissional. Lapi foi um artista gráfico e cartunista prestigiado, que começou a carreira n’*O Jornal*, dos Diários Associados, depois no *Jornal do Brasil*, e também teve passagens n’*O Pasquim*.

3.4.2 Meios de sustentação e público-alvo

O *Rolling Stone* foi uma das publicações que marcaram a imprensa alternativa no Brasil, mas isso não quer dizer que o periódico tinha como ambição permanecer restrito a um público pequeno, do *underground*. O jornal era sim um a publicação comercial que visava lucro, administrada especialmente por Mick Killingbeck, o sócio mais ativo da editora Camelopard (Barros, 2007; Sberni Jr., 2015). O jornal foi lançado ao preço de Cr\$2 e tiragem de 30 mil exemplares, com distribuição em todo território nacional, segundo informações contidas na própria edição número zero. Contudo, de acordo com Barros (2007) a tiragem era de 25 mil exemplares, sendo que no final da existência, o *RS* circulava com apenas 10 mil exemplares. Não havia, no entanto, um plano de assinatura disponível, mas era possível comprar pacotes de edições já publicadas, que davam um LP de brinde. Essas promoções geralmente vinham colocadas em cupons impressos na última página. Como comparação, o semanário *O Pasquim* era comercializado nas bancas a um preço de Cr\$1 e também não era disponibilizado um plano de assinatura e estava sujeito

⁹⁴ Ver em <https://disconversa.com/entrevistas/entrevista-joel-maedo-entre-a-literatura-psicodelica-e-a-primeira-rolling-stone-brasileira/> acessado em maio de 2022.

aos mesmos problemas com a censura. Por outro lado, *O Pasquim* tornou-se um fenômeno popular, e o volume de compras diretas mantiveram o semanário circulando por anos.

A falta de um plano de assinatura de certos veículos de imprensa, em especial da alternativa nos anos 1960 e 70, pode ser explicada tanto a falta de garantias da comercialização contínua e regular devido a uma situação financeira ruim, como também pela força repressiva do regime militar, que poderia censurar e retirar edições das bancas, ou até mesmo perseguir e fechar a redação de um veículo. Oferecer um plano de assinatura, nesses casos, seria um risco a mais no cumprimento dos compromissos do veículo de imprensa com o leitor.

De acordo com Maciel (1996), o *RS* nunca teve uma situação financeira boa. Os funcionários contratados tinham carteira assinada e salários, mas não se tinha a mesma cortesia com muitos dos colaboradores. Jorge Mautner, por exemplo, escreveu diversos textos para o *RS*, entre críticas, artigos e reportagens, sem nunca ter recebido por elas. Ezequiel Neves⁹⁵, em uma entrevista para a revista *Outracoisa*, disse que o *RS* gastou todos os recursos na produção da edição de divulgação número zero, e que os proprietários nunca conseguiram recuperar o investimento. Ele alegou que o fracasso se deu pela má distribuição dos exemplares e pela estratégia equivocada de Maciel em transformar o jornal de quinzenal para semanal. Segundo Joel Macedo (comunicação pessoal, fevereiro de 2023), o *RS* chegava a ser oferecido por hippies nos semáforos. Jefferson Dropê, antes mesmo de fazer matérias para o *RS* como repórter, foi um dos entusiastas a vender o jornal nas ruas (Barros, 2007). Ana Maria Bahiana (comunicação pessoal, novembro de 2018), disse que quando uma edição era censurada e retirada das bancas era um desespero, pois a principal fonte de renda (vendas diretas) era também cerceada.

Com as vendas diretas sob risco de censura, a publicidade deveria ser o meio de sustentação mais importante do jornal (como acontece em qualquer outro veículo de imprensa), porém havia uma média de dois anúncios por edição, e alguns dos números foram publicados zerados de investimento publicitário. Os poucos anúncios encontrados ao longo das 37 edições do *RS* explicam a dependência do jornal com as vendas diretas. A administração publicitária era gerida por Mick Killingbeck (Sberni Jr., 2015), mas a materialidade mostra que o trabalho era árduo. Ironicamente, a edição melhor servida de anúncios foi a número zero, de divulgação, contendo sete anúncios de página inteira: a

⁹⁵ Ver em <http://www.rockemgeral.com.br/2008/10/22/ezequiel-neveso-exagerado-avo-do-rock/> acesso em maio de 2022.

maior parte de gravadoras. Em contrapartida, a edição número 1 só continha um único anúncio: da gravadora Phonogram, que pagou pela publicidade de página inteira.

As gravadoras Phonogram e Continental foram as que mais investiram em publicidade de página inteira, respectivamente com 23 e 21 anúncios no decorrer das 36 edições. O restante da publicidade se resumia a raros outros anúncios distribuídos nas páginas internas. Curiosamente, na edição nº36, de janeiro de 1973, a derradeira, a Phonogram publicou uma carta estabelecendo um compromisso em continuar anunciando no *RS* no ano de 1973 por reconhecer o veículo como o único que divulgava artistas do rock e do pop. O print desse anúncio pode ser conferido abaixo:

Figura 32



Fonte: Jornal Rolling Stone, nº 36, de 5 de janeiro de 1973

Uma possível fonte de renda que nunca foi aproveitada pelo jornal foram os classificados. Apesar de haver uma seção dessa natureza, os pequenos anúncios eram publicados no *RS* gratuitamente.

O público-alvo do *RS*, como a própria editora explicitou no editorial da edição zero, era de jovens das classes A e B e de universitários. Ana Maria Bahiana (2006) revelou que o jornal conquistou leitores fieis e constantes nas cartas de leitores, que se comportavam como se o *RS* fosse deles. Esse tipo de sentimento em relação a certos veículos de imprensa, em especial às revistas segmentadas, é natural e previsto pelos estudiosos, como reportamos na introdução desta tese. A revista cumpre a sua função quando ela se integra à comunidade na qual se direciona (Mira, 2001; Scalzo, 2008; Martins, 2008; Benetti, 2013).

Luiz Carlos Maciel potencializou essa participação não apenas com a tradicional seção de cartas, como também com a seção Recado do Leitor, em que eram publicados críticas, crônicas, ensaios e até mesmo pequenas reportagens enviadas pelos leitores que formavam a comunidade do *Rolling Stone*. Entre os leitores mais recorrentes nas seções de cartas e Recado do Leitor, encontramos comentários e colaborações de Jamari França e José Emílio Rondeau. O primeiro foi um importante jornalista musical e crítico dos anos 1980 e 1990, trabalhando principalmente no jornal *O Globo*, e o segundo foi um dos editores da revista *Bizz*.

3.4.3 Estética do período e sua materialidade

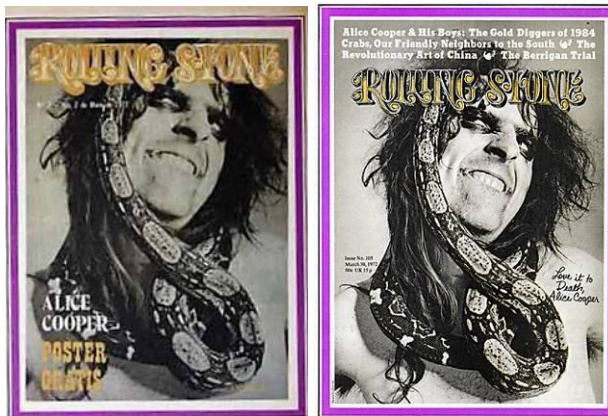
Mesmo com total liberdade em relação à escolha do conteúdo em relação à *Rolling Stone Magazine*, a versão brasileira manteve a identidade visual e o padrão da diagramação da matriz. O início da circulação da matriz americana se deu em papel jornal tamanho tabloide (280 x 430 mm), que era sendo nas bancas dobrado ao meio, a fim de que gerasse uma capa similar às das revistas. Esse tipo de padrão era comum entre os fanzines e revistas que circulavam no underground norte-americano nos anos 1960. No caso da *Rolling Stone Magazine*, o padrão publicado em papel-jornal perpetuou até 1975, quando houve a transição para o formato de revista tradicional (Hagan, 2018). A média era de 24 páginas por edição.

As capas do *Rolling Stone Magazine* sempre foram um elemento de extrema relevância não apenas como estratégia de vendas, como também na busca de uma identidade estética diferenciada em relação às demais concorrentes no mercado. Depois de um início visualmente “comum”, o editor-proprietário Jann Wenner percebeu que contratar fotógrafos para trabalhos exclusivos seria uma forma de alcançar o desejado diferencial estético, e o início do desenvolvimento dessa estratégia veio a partir da edição 10 de maio de 1968 com a capa com Eric Clapton fotografado por Linda Eastman (Hagan, 2018).

Algumas das capas do jornal *Rolling Stone* e do *Rolling Stone Magazine* de 1972 tiveram temas compartilhados, embora publicados em períodos distintos. Uma das edições brasileiras estampou, inclusive, a mesma imagem utilizada pela edição americana. Essas coincidências eram possíveis graças ao pacote de reportagens e de imagens que a matriz enviava a licenciada brasileira via correspondência. De acordo com Ana Maria Bahiana (Arraes Moreira e Lima, 2018), as decisões sobre as capas e sobre o conteúdo interno eram tomadas em parceria por Luiz Carlos Maciel e Ezequiel Neves.

Eles discutiam quais as imagens e matérias produzidas pela revista matriz que deveriam ser traduzidas e incluídas na versão brasileira. Era essa dupla também responsável por determinar e acompanhar as pautas produzidas pelos repórteres e colaboradores brasileiros, além de analisar todo o material que chegava via leitores (Arraes Moreira e Lima, 2018). Nas imagens abaixo podemos observar as imagens da capa compartilhada entre as duas publicações.

Figuras 33 e 34



Fonte: Jornal Rolling Stone nº 2 de maio de 1972 e Rolling Stone Magazine nº105 de 30 de março de 1972

O jornal *RS* costumava destacar imagens diferentes da matriz nas reportagens traduzidas. Além disso, havia um claro esforço em prestigiar a cultura e a produção nacional. O *RS* publicou 11 capas exclusivas, baseadas em assuntos nacionais, além de procurar conter em todas edições ao menos uma grande reportagem ou entrevista sobre artistas brasileiros ou produzidas por colaboradores locais. Algumas dessas imagens, no entanto, em vez de um fotógrafo renomado e badalado, foram produzidas pelo então adolescente Geraldo Mello, que tinha 16 anos à época (comunicação pessoal, novembro de 2018). Como podemos observar nas imagens abaixo, as imagens recebiam tratamento de modo que a estética ainda remetesse aos padrões da matriz.

Figuras 35 e 36



Fonte: jornais *Rolling Stone* nº20 de 12 setembro de 1972 e nº22 de 26 de setembro de 1972.

O *RS* estampou 25 capas baseadas em reportagens estrangeiras, sendo que dessas, 18 foram de artistas internacionais na capa, totalizando 27 dedicadas à música e 11 sobre outros assuntos. Das capas de artistas da música, em 20 ocasiões foram de artistas do sexo masculino, apenas cinco do sexo feminino (sendo que Gal Costa foi capa em duas ocasiões), e ambos os sexos dividiram a capa em uma ocasião (com John Lennon e Yoko Ono).

A diagramação não era nada inovadora em relação nem o *Rolling Stone Magazine*, e nem mesmo à formatação dos jornais que circulavam à época. A grande diferença da *RS* para uma edição regular de um jornal diário à época eram os destaques dados para as fotografias no início de cada reportagem que poderia ser de página inteira ou se alongar em mais uma ou duas páginas. As páginas de notícias e reportagens eram diagramadas sempre em quatro colunas, já a seção Disco chegou a ser diagramada em cinco colunas, como na matriz, mas isso foi depois abandonado. As páginas eram delimitadas por uma moldura, com o número da página e a edição da revista estampadas na margem superior. A formatação mais livre que havia no jornal era por conta da coluna Toque, assinada por Ezequiel Neves, que poderia ser desde um texto único escrito em três colunas com diagramação tradicional, quanto uma montagem livre com imagens e texto. A seguir vemos uma página do jornal *RS* e da matriz.

Figuras 37 e 38



Fonte: Jornal *Rolling Stone* nº 2 de 15 de fevereiro de 1972, *Rolling Stone Magazine* de 7 de dezembro de 1972

3.4.4 Organização interna e natureza dos conteúdos

O conteúdo do jornal era voltado à cultura juvenil e a contracultura, em que diversos assuntos de interesse poderiam ser abordados, embora a espinha dorsal era a música, mais especificamente à cultura do rock. Como mostramos no capítulo 1, é preciso entender que o desenvolvimento do rock no Brasil foi distinto dos países anglo-saxões, pois o ritmo entrou no país ainda em 1955 com status de gênero musical imperialista e invasor para uma turma de jovens intelectuais privilegiados e de esquerda⁹⁶. O rock e só foi receber o status de rebeldia e sinônimo de contestação após a indexação do gênero pela MPB, me uma aproximação iniciada pelo movimento tropicalista⁹⁷. São justamente os tropicalistas e os herdeiros destes que vão dominar o conteúdo nacional do jornal.

Sobre a organização interna, só houveram modificações significativas depois da edição nº 33. Até então, as seções se mantiveram relativamente estáveis, com modificações nos nomes delas, como nas cartas dos leitores, que nas primeiras edições se chamava Correspondência e Consultório Sentimental. A primeira página era diagramada com uma grande fotografia, de dois terços de páginas e com um teaser de uma reportagem que seria publicada no miolo do jornal. A coluna do expediente era publicada na segunda ou na terceira página (dependendo da publicidade), ao lado da coluna Toque, escrita por Ezequiel Neves.

⁹⁶ Os jovens da zona norte carioca e das camadas sociais mais humildes abraçaram o rock ainda nos anos 1950. Motta (2000) narra como o ritmo teve impacto nessa população, em especial nos jovens que viriam a ser artistas destacados alguns anos mais tarde desenvolvendo justamente o rock brasileiro, como foi o caso de Erasmo Carlos.

⁹⁷ O Brasil abraçou o movimento hippie tardiamente nos anos 1960, com o movimento tropicalista, como também uma forma de contestação política ao regime militar. O rock mudou de configuração: deixou de ter ídolos caretas e bonitos para ser representado por pessoas com visual mais sujo e desleixado, como era caracterizado à época. Rita Lee eternizou a frase “roqueiro brasileiro sempre teve cara de bandido” na música *Ôrra Meu*, de 1980, refletindo o visual e o modo de vida que nasceu no início dos anos 1970, e que ela própria vivenciou.

As outras seções fixas eram: Notas Ligadas, sobre notinhas do meio musical que geralmente ocupavam uma ou duas colunas do jornal; Recado do Leitor, que publicava críticas, comentários e notícias fornecidas por leitores; Discos, com críticas dos lançamentos; Serviço, que era uma seção de classificados, onde geralmente era colocado o cupom de “assinatura”, em que o leitor poderia recorrer edições lançadas anteriormente e ainda ganhar um LP de brinde. Houve também seções ocasionais, como Som e colunas de vida curta. O miolo do jornal era reservado às reportagens, entrevistas e ao conteúdo traduzido da matriz.

O *RS* também tinha uma seção de horóscopo, assinada por Sheila Shalders e Telmo de Jesus. O horóscopo é muito popular em diários e em revistas no Brasil, em especial as femininas. Esse tipo de conteúdo começou a ser publicado nos anos 1940, mas o auge da popularidade aconteceu nos anos 1960 e 70 (Lima, 2008), não por um acaso em plena era da contracultura, em que o misticismo ganhou espaço entre as manifestações populares e juvenis urbanas. Também foram seções esporádicas de letras de música, de equipamentos de som e de instrumentos musicais.

Entre as seções fixas, Notas Ligadas era uma seleção de notícias curtas, sem assinatura, tanto produzidas nacionalmente quando reeditadas da matriz. Com um linguajar informal, ela trazia em sua maioria, notícias sobre agenda de turnê, de gravações de discos e, vez ou outra, fofquinhas dos bastidores do meio musical. Por vezes, a seção saía em uma página inteira com diagramação que intercalava texto e imagens. Por vezes, ela saía em uma coluna na lateral da página. São exemplos dessa seção:

1 – Quebra pau entre Robert Fripp, líder do King Grinson⁹⁸, e os outros músicos do grupo. Tudo aconteceu durante os ensaios para a excursão pelo interior da Inglaterra. King Grinson criou um novo estilo de música: o “rock-exótico”. (*Rolling Stone*, nº 4, 21 março de 1972, p.5)

2 – O último LP de Clara Nunes (a Barbra Streisand nacional) já está entre os dez primeiros no Hit Parade. E mais coisas legais vão pintar: este mês, Clara se apresenta em Recife, Goiânia e Curitiba. Em julho estreia no teatro Glauce Rocha, dirigida por Hermínio Bello de Carvalho. (*Rolling Stone*, nº 11, 27 de junho de 1972, p. 3)

⁹⁸ O nome da banda é King Crimson. Possivelmente houve um erro de digitação e uma falha na revisão do texto do *Rolling Stone*.

3 – Caetano e Walter Lima Jr. estão fazendo juntos um roteiro de um filme. Caetano e Gal serão os atores principais⁹⁹. (*Rolling Stone*, nº 17, 22 de agosto de 1972, p. 6)

Caetano Veloso e Luiz Carlos Maciel eram amigos. Isso explica porque existiu uma grande quantidade de reportagens e de notícias dedicadas aos tropicalistas (que nunca foram efetivamente roqueiros, mas foram os artistas que incorporaram a contracultura) no *Rolling Stone* em detrimento a outros artistas e bandas que faziam um som mais próximo ao rock que existia à época como Os Mutantes, Ronnie Von, Raul Seixas (com Sociedade da Grã-Ordem Kavernista). A seção de cartas (que existe deste o número 1) apresenta mensagens ou trechos dessas enviadas pelos leitores. Ela também mostra uma certa frequência de correspondência de leitores, que mais tarde se tornariam jornalistas de música, como foi o caso de Jamari França, que fez carreira no jornal *O Globo*. Jamari começaria a carreira, primeiro escrevendo cartas e depois, ele mesmo sendo convidado a fazer críticas de discos já no que seria a fase final do jornal. Veja a seguir alguns exemplos das cartas aos leitores.

1 – Sr. Editor: não se pode negar que este é um bom jornal. Só acho que deveria ter mais publicações nacionais. Gilberto Gil e Caetano Veloso, apesar de serem da casa, são internacionais. Antônio V. Cunha, São Paulo – SP. (*Rolling Stone*, nº 3, 29 de fevereiro de 1972, p. 3)

2 – Sr. Editor, gostei muito da reportagem sobre a Janis Joplin, mas não entendi uma coisa: ela queria um que fosse maior e mais forte do que ela. Mas no nº 3 eu li que ela era lésbica! Sabem explicar? Mônica R. Soares, Rio - GB. Resposta da redação: *Tanto quanto você, amizade*. (*Rolling Stone*, nº 7, 2 de maio de 1972, p. 3)

3 – Sr. Editor, o que Angela Davis tem a ver com música? Ela toca em algum grupo? Minha cuca borbulhou com tanta política. Vocês têm que dar luz a novos tipos de conjuntos desconhecidos neste planeta. Exemplos: Deep Purple, Dennis Goffey Free... Vocês têm que publicar reportagens e posters desses monstros do som. E chega de política. Falô? Carlos Alberto Furlani – São Paulo – SP (*Rolling Stone*, nº 23, 3 de outubro de 1972, p. 18)

Uma das seções mais importantes foi a Discos, e esta continha as críticas de lançamentos de LPs nacionais e internacionais. Mesmo que a crítica tenha sido exercida em outros periódicos de música, o caso do *Rolling Stone* precisa ser sublinhado porque

⁹⁹ Esse suposto filme nunca saiu do papel.

ele rompeu com uma certa tendência chapa-branca da imprensa nacional em apenas escrever resenhas e críticas de discos que agradavam aos jornalistas (Oliveira, 2011). Existe, porém, uma ressalva: as críticas que apontam problemas e questões polêmicas em uma obra foram traduzidas de jornalistas estrangeiros. Essas faziam um contraponto em relação aos sempre elogiosos críticos brasileiros, entre eles o próprio editor Luiz Carlos Maciel, que na edição nº 1 escreveu a crítica positiva ao disco *Vapor Barato*, de Gal Costa, amiga pessoal dele. O mesmo se pode dizer de Jorge Mautner, amigo de Caetano Veloso, que resenhou de maneira muito elogiosa o disco *O Carnaval* de Caetano. Apenas nas edições finais que os brasileiros começaram a ensaiar críticas menos condescendentes, que apontavam os problemas tanto quanto os pontos favoráveis de cada obra.

O centro do conteúdo do *Rolling Stone* era reservado para a reportagem e a entrevista. Os veículos de imprensa estavam familiarizados com a complexidade da estrutura da reportagem há pelo menos 70 anos. Os anglo saxões já eram familiares aos textos de John Reed e John Hersey, e liam revistas especializadas em reportagens como a *New Yorker*, e também vivenciavam àquele momento a onda no *New Journalism*. O público brasileiro foi iniciado por Euclides da Cunha na tradição das grandes reportagens desde 1902 com *Os Sertões* (sendo que antes disso, a série de reportagens que deram origem ao livro foi publicada no *Estadão*), e circulava desde 1966 a revista *Realidade*, que em uma comparação rasa, era a *New Yorker* brasileira. Além disso, *O Pasquim* e os grandes diários traziam tradicionalmente grandes entrevistas. As reportagens e as entrevistas eram presença consolidada na imprensa, mas o diferencial do *Rolling Stone* foi levar a tradição desses grandes textos para um veículo segmentado em música.

Além das traduções de reportagens da matriz, o *RS* produziu grandes reportagens e entrevistas, que tinham de duas a quatro páginas, com personalidades como Caetano Veloso e Maria Bethânia (nº 2), Roberto Carlos (nº 3), Luiz Gonzaga (nº 5), Guilherme Araújo (nº13) e Tom Jobim (nº 23). A edição nº 6, de 18 de *Abril* de 1972, foi um marco para o jornal devido a publicação de uma reportagem de cinco páginas inteiras assinada por Carlos Marques sobre Nelson Duarte, membro do Scuderie Le Cocq, que era um grupo de extermínio oficial que existiu entre as décadas de 1960 e 1980. Comentaremos essa reportagem com mais detalhes no capítulo 5.

Entre os colunistas, além do Toque, de Ezequiel Nevez, o *RS* publicou de forma não seriada a Estrada, de Joel Macedo em sua atuação como correspondente internacional, e Free Press, de Jeferson Dropê. O que seria a segunda metade de vida do jornal, no

entanto, foi marcada pelas reportagens de natureza exotéricas tanto traduzidas quanto produzidas por colaboradores brasileiros. As quatro edições finais do *RS* foram marcadas por mudanças no formato, que passou a ser próximo das dimensões da folha A3 (297 x 420 mm). Embora o editor Luiz Carlos Maciel tenha clamado no editorial da edição nº 33 sobre mudanças em seções e conteúdo, apenas foi acrescentada a seção Geral que trazia diversas notícias do mundo musical agrupadas em uma única página.

3.5 Identidade editorial da *Bizz*

O editorial da edição nº zero, lançada como exemplar de cortesia com venda proibida em junho de 1985, deixa claro que a missão da revista era ocupar o mercado editorial destinado ao consumidor jovem. A proposta era fazer isso por meio da música e, em meados dos anos 1980, nada era mais identificado com o adolescente no Brasil do que o rock e a cultura estabelecida ao redor dele. O texto assinado por Victor Civita¹⁰⁰ deixa clara a preocupação da revista em acompanhar visualmente as novas linguagens multimídias que surgiam à época, em especial a do videoclipe, que ganhou expressão e importância instantânea com a inauguração na MTV norte-americana em 1981. Isso se daria por meio de uma diagramação dinâmica, privilegiando a imagem.

O texto que explicitava a missão de promover o consumo de uma faixa etária e social e específica, era destinado aos parceiros comerciais e anunciantes atuais e futuros. Já no primeiro editorial, também assinado por Civita, da edição nº1 de agosto de 1985, o discurso era voltado para o leitor, e falava do entusiasmo que *Bizz* chegava para se ligar em todo o movimento cultural que acontecia naquela época, como a proliferação de programas de videoclipes¹⁰¹, dos festivais de rock, e do aumento substancial de agenda de shows de bandas brasileiras e internacionais. A missão da revista apresentada ao público consumidor era de promover informação e também de diversão por meio do mundo da música.

Houve no início do projeto negociações e discussões sobre a linha editorial que, no intuito de agradar gravadoras e artistas (tal como as principais fontes de financiamento), tentou-se fazer uma revista chapa-branca. Contudo, essa postura não se sustentou, e o editor José Augusto Lemos foi um dos principais responsáveis por romper com o projeto pouco corajoso, no sentido de não assumir opiniões, para implementar a prática da crítica (Alexandre, 2002; Oliveira 2011; Além, 2021). Ao longo de quase 16

¹⁰⁰ Fundador e diretor do Grupo Abril.

¹⁰¹ A MTV Brasil só seria inaugurada em 1990, licenciada pelo próprio Grupo Abril.

anos, a *Bizz* passou por reformulações no que diz respeito à identidade gráfica¹⁰², e pelo menos duas grandes mudanças editoriais (entre outras mudanças menores proporcionadas pelos editores) que mudou o nome de *Bizz* para *Showbizz* em 1995.

A primeira fase, desenvolvida ao longo de quase uma década (e com diversos editores à frente), privilegiava as longas reportagens e as entrevistas. A fase *Showbizz* foi uma tentativa da editora *Azul* em modernizar a revista no sentido de estreitar ainda mais o diálogo com mídias múltiplas e se aproximar de uma geração que assistia a *MTV* e tornava-se cada vez mais visual (Oliveira, 2011). A *Showbizz* passou a privilegiar a imagem sobre o texto. A implementação desse projeto foi administrada pelo editor-chefe e depois diretor Felipe Zobaran, que também dirigia a revista de surf *Fluir*, da mesma editora. A proposta de Zobaran foi aplicar na *Bizz* uma estética e linha editorial semelhante a que já existia em outros títulos da *Azul*.

Essa fase foi duramente criticada pelo público leitor mais fidelizado, e também pelos próprios jornalistas. O projeto que privilegiava a imagem em relação ao texto foi, aos poucos, se modificando. Pedro Só foi o editor que reformulou o projeto *Showbizz* ao equilibrar a proposta de uma identidade editorial que valorizava a parte visual, mas que também dava peso à reportagem (mesmo que mais curta) e à notícia. Os esforços, porém, não foram recompensados em recuperação de vendas. A *Bizz* vendia 20 mil exemplares nos anos 2000, que era um número muito distante dos mais de 100 mil dos áureos tempos (Alexandre, 2013; Oliveira, 2011).

A concessão da *Bizz* pela *Abril* para a editora *Simbolo* provocou uma segunda grande mudança editorial, que marcaria a fase que representaria o fim da revista. O título foi assumido por Emerson Gasperin, que voltou a valorizar a reportagem e a entrevista em um projeto editorial o que dialogava com as fases que marcaram os primeiros 10 anos. A revista também voltou a valorizar artistas do rock em relação àqueles de outros gêneros musicais, sobretudo àqueles do *indie*, que estavam no auge à época. Contudo, a *Simbolo* era uma editora pequena, especializada em publicações do mundo fitness. Por mais que a nova equipe editorial tivesse conseguido recuperar o projeto, inclusive financeiramente, a *Bizz* era uma revista cara para os padrões da *Simbolo*. Um ano após o contrato de concessão, a *Simbolo* devolveu a *Bizz* para a *Abril* que, por sua vez, já começava a sentir os efeitos da crise financeira que a levaria a falência dali a alguns anos. Sem interesse da

¹⁰² A primeira fase acontece em agosto de 1985, com a inauguração da revista, a segunda reformulação aconteceu em julho de 1989, a terceira foi em maio de 1993, a quarta em outubro de 1995, a quinta em setembro de 1998 e a última em novembro de 2000.

Abril em dar continuidade à publicação, a *Bizz* “morreu” em julho de 2001, após 192 edições, sem ao menos publicar um editorial que situasse o leitor.

3.5.1 Identidade dos editores

A *Bizz* contou com 11 editores em quase 16 anos de publicação ininterrupta, incluindo Celso de Salles Pucci e Sérgio Martins que tiveram passagens como editores-chefes interinamente e que também receberam o cargo de “editores especiais”. Na tabela a seguir enumeramos os editores e as edições nas quais eles ficaram à frente.

Tabela 9 – Editores da *Bizz*

Editor	Edições	Totais
José Eduardo Mendonça	1 e 2 // 33 - 44	13
José Emílio Rondeau	3 - 25	22
José Augusto Lemos	14 – 25 // 45-57	23
Alex Antunes	24 – 33 // 69 -73	14
André Forastieri	58 – 68 // 74-98	34
Celso de Salles Pucci	99 // 108 - 111	04
Otávio Rodrigues	100 - 107	07
Felipe Zobaran	112 - 128	16
Sérgio Martins	129 - 130	2
Pedro Só	129 - 178	49
Emerson Gasperin	179 - 192	13

Fonte: 2022 – própria autora

José Eduardo Mendonça foi o criador do projeto. Depois de estar à frente como editor nas duas primeiras publicações (não incluindo a número zero), assumiu o cargo de diretor, que era uma função administrativa. Entre as edições 33 a 44 reassumiu a posição de editor em um momento em que o cargo de “diretor” deixou de ser creditado no expediente, provavelmente por razão de acúmulo de funções que aconteceu naquele momento. A sequência de editores é seguida por José Emílio Rondeau, José Augusto Lemos, Alex Antunes, André Forastieri, Celso de Salles Pucci (1960 – 2002), Otávio Rodrigues Felipe Zobaran, Sérgio Martins (que assumia edições interinamente), Pedro Só e Emerson Gasperin.

Há, pelo menos, dois pontos em comum em relação aos 11 profissionais que editaram a *Bizz*. O primeiro é que quase todos eles, exceto Celso de Salles Pucci, tinham como carreira principal a de jornalista. Pucci foi uma exceção porque ele ficou mais conhecido pela carreira de músico. O apelido de Pucci, inclusive, era Minho K, nome que adotou para atuar em bandas alternativas que fizeram parte da cena musical paulistana, especialmente nos anos 1980. Todos esses editores tiveram ampla atuação na imprensa

brasileira, sendo contratados para atuar em diversos veículos, especialmente na mídia impressa e na rádio.

Boa parte desses profissionais se identificou ou são identificados como jornalistas de música ou críticos musicais, sendo que a atuação na *Bizz* é um ponto sempre destacado em suas respectivas biografias em mídias sociais. O principal feito creditado na biografia de José Eduardo Mendonça foi ter elaborado o projeto que criou a revista. José Augusto Lemos se autoproclamou “um dos principais jornalistas de música no Brasil” em perfil escrito na rede social LinkedIn. Sérgio Martins¹⁰³ disse que trabalhar como jornalista musical era uma meta que traçou para a carreira, daí o fato de estudar jornalismo na Faculdade Cásper Líbero, e que trabalhar na *Bizz* foi um sonho realizado. André Forastieri foi o único entre os ex-editores a ter virado a página em relação ao jornalismo musical. Ele mudou de carreira, tornando-se professor e empreendedor. Em entrevista ao website Tenho Mais Discos Que Amigos¹⁰⁴, em 2012, Forastieri disse não ter saudades em editar revistas de música, e classificou o jornalismo musical como bonzinho, nostálgico e covarde.

O segundo ponto que identificamos ao analisar o expediente da *Bizz* é que todos eles exerceram funções diversas na revista em diferentes momentos. Além de editores-chefes foram também diretores, editores executivos, editores especiais e auxiliares, repórteres, correspondentes e, por fim, colaboradores que eram pagos pela produção por edição. Houve períodos em que a revista foi comandada por dois editores-chefes, em um sistema que poderia tanto ser colaborativo para que se diminuísse a carga de trabalho (como parece ter sido o caso de Rondeau e José Augusto Lemos), ou por uma questão de transição de comando. Esse rodízio de funções é um indicativo de que ou comunidade de jornalistas de música era relativamente pequena a pontos dos profissionais se repetirem por uma questão de mercado limitado, ou que esse grupo de jornalistas era relativamente fechado em relação a outros profissionais, formando uma espécie de uma comunidade apegada àquele produto.

O perfil dos editores mostrou também que a *Bizz*, pelos quase 16 anos de existência, foi casa de duas gerações distintas. A primeira começou a atuar ainda nos anos 1970, como foram os casos de José Eduardo Mendonça e de José Emílio Rondeau (leitor

¹⁰³ Ver em <http://www.collectorsroom.com.br/2019/06/jornalismo-musical-um-papo-com-sergio.html?m=1> acessado em junho de 2022.

¹⁰⁴ Ver em <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2012/04/20/meus-discos-meus-amigos-andre-forastieri/> acessado em junho de 2022

do jornal *Rolling Stone*), que trabalharam na revista *Pop* (antecessora da *Bizz* na editora *Abril*) e em outros veículos da imprensa paulista e carioca como jornalistas culturais e de música. O segundo perfil, representado por André Forastieri, Sérgio Martins, Pedro Só e Emerson Gasperin, são de profissionais que vivenciaram a juventude nos anos 1980, e que foram leitores da própria.

3.5.2 Meios de sustentação e público-alvo

Entre todos os periódicos aqui analisados, a *Bizz* foi o único que teve os meios de sustentação vinculados a um departamento comercial de uma grande empresa. Ainda assim, as estratégias comerciais eram sustentadas nas vendas diretas, no plano de assinaturas ofertado pelas editoras (*Abril*, *Azul* e *Simbolo*), e na publicidade. Uma curiosidade é que a inconstância dos preços de capa das revistas dos anos 1980 refletem os problemas econômicos brasileiros à época, em que os sucessivos planos fracassavam e não conseguiam deter o mal da hiperinflação e da rápida desvalorização do dinheiro. A primeira *Bizz* foi vendida a Cr\$ 9.500, e a edição nº 3 teve o preço de capa de Cr\$ 12.500 e a edição nº 5 por Cr\$14,500. Já nos anos 1990, com a estabilidade proporcionada com o Plano Real, uma edição de 1995 da *Bizz* saía por R\$ 3,50, ao passo que em 1997, uma edição era vendida por R\$ 5,00.

Os espaços publicitários eram vendidos para grandes e pequenas empresas. As grandes empresas geralmente anunciavam em página inteira ou página dupla. Já os pequenos anunciantes costumavam ter suas publicidades reunidas em uma página formatada para servir de mosaico ou no rodapé das seções de notas e de pequenas notícias, de críticas ou em outras seções menores, que não foram constantes, como de equipamentos de som. Diversas grandes empresas anunciaram na *Bizz*, como companhias telefônicas, gravadoras de música, outros conglomerados midiáticos, como o Grupo Estadão e a Jovem Pan, empresas de cigarro¹⁰⁵, empresas de bebidas, de material esportivo e calçados. Já os pequenos anunciantes eram basicamente lojas de discos e de instrumentos musicais.

O público-alvo era de jovens entre 13 e 25 anos. A proposta era vender conteúdo sobre a cultura juvenil por meio da música, mais especificamente por meio da cultura do rock. Mira (2001) confirmou que o público consumidor da *Bizz*, de acordo com pesquisa

¹⁰⁵ Propagandas de cigarro eram comuns nos anos 1980 e até meados dos anos 1990. Mas publicidade para esse tipo de produto foi restrito no Brasil em 1996 pela lei nº 9294/1996, e completamente proibido em 2011 pela lei nº 12.546/2011.

feita em 1994, tinha idade entre 15 e 29 anos, e que 70% desse universo era de homens¹⁰⁶. Mira (2001) justificou tal estatística por considerar que a relação da música com o público masculino é mais direta e exploratória, ao passo que essa mesma relação com o público feminino é intermediada pelo artista de interesse. A média de venda de exemplares variava entre 40 e 100 mil (Além, 2018), números que mudavam de acordo tanto com o cenário musical do momento quanto pelo interesse despertado em relação ao conteúdo ofertado no mês, em especial ao que era anunciado na capa (exploraremos melhor sobre o conteúdo das capas a seguir neste capítulo).

3.5.3 Estética do período e sua materialidade

A *Bizz* estampava capas com artistas da música ou para reportagens sobre música (como festivais, retrospectivas ou exercícios de futurologia). Essa regra foi quebrada em apenas uma ocasião: na edição nº 117 de *Abril* de 1995, quando destinou a posição de honra à VJ Cuca, da *MTV Brasil*, canal vinculado à *Abril* e que pode ter sido planejada devido a uma estratégia comercial. De todas as capas da revista editadas entre 1985 a 2001, 125 foram sobre artistas internacionais contra 66 sobre artistas nacionais. José Augusto Lemos disse em Alexandre (2013), que os leitores direcionavam os rumos da revista, e que a boa recepção dos artistas internacionais em detrimento aos nacionais podia ser medida no número de vendas: a *Bizz* vendeu 100 mil exemplares nos três primeiros números, mas a capa com Gilberto Gil¹⁰⁷ – o primeiro artista nacional a ser destacado – fez as vendas caírem para 60 mil.

Havia também clara desigualdade de gênero nas capas. Foram 139 com artistas masculinos, e apenas 23 estampando artistas femininas, sendo que dessas, em nove capas essas mulheres (geralmente a Madonna¹⁰⁸) apareciam em poses sensuais ou seminuas.

¹⁰⁶ Especulamos que esses números feitos também por pesquisas que circulavam internamente pelas editoras Abril e Azul devem ter influenciado na decisão editorial de colocar mulheres e artistas e modelos mulheres na capa, de maneira a explorar o corpo dessas, deliberadamente em 11 capas. Essas páginas apresentavam o artista destacado no mês e, na parte inferior esquerda constava uma foto menor dessas artistas e modelos em posições sensuais e/ou de biquini.

¹⁰⁷ É preciso considerar que Gilberto Gil não fazia parte daquela geração roqueira e juvenil dos anos 1980, portanto, era um estranho em um ambiente que não dialogava com o público-alvo. Para Lobão (2017) a geração dos anos 1980 foi a primeira e única a não “beijar a mão” e “pedir a benção” para os artistas da MPB dos anos 1960 e 1970, em especial a Caetano Veloso, Gilberto Gil e Chico Buarque. Pode-se considerar então que a escalção de Gilberto Gil foi um equívoco que nunca mais se repetiu na *Bizz*. A única artista considerada de MPB que voltaria a estampar uma capa da *Bizz* seria Marisa Monte, mas ela é um caso à parte, pois seria uma artista campeã de vendas de discos nos anos 1990 e totalmente integrada a tal geração.

¹⁰⁸ Madonna foi capa da *Bizz* em sete ocasiões. Depois dela vem a brasileira Marisa Monte, que foi capa em quatro edições.

Ambos os sexos estamparam apenas 13 números. Isso por ser um reflexo do público leitor predominantemente masculino, e também o fato de que também o universo musical, em especial no rock, é também dominado por homens.

O logotipo da revista foi modificado cinco vezes ao longo dos quase 16 anos de existência, e o artifício era usado para marcar novas fases editoriais. Contudo, o padrão de configuração da capa de manteve o mesmo, com a foto do artista em destaque, e pequenas chamadas para os principais assuntos abordados naquela edição ocupando as laterais. Abaixo, exemplos de capas contendo os cinco logotipos utilizados.

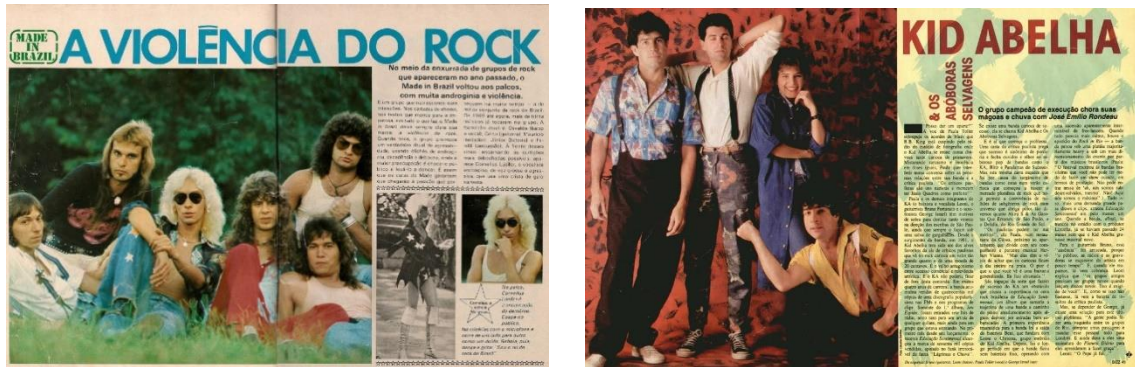
Figuras 39, 40, 41, 42 e 43



Fonte: CD-rom coleção Bizz

Em 1985, no ano de lançamento da *Bizz*, muitas das revistas de música internacionais ainda eram publicadas em formato jornal tablóide, como era o caso da *Melody Maker*, *Billboard*, *New Music Express* e *Sounds*. Eram periódicos esteticamente muito parecidos entre si, até mesmo por causa do tipo de materialidade escolhida. As *Rolling Stone Magazine*, *Nº1* e *Sounds* já haviam feito a transição para o outro formato, embora a maior mudança nesses casos tenha sido basicamente estética. Em 1985, foi inaugurada a revista norte-americana *Spin*, que seria muito influente tanto na questão editorial quanto na estética limpa na organização do conteúdo. Todos esses periódicos influenciaram diretamente a *Bizz*, contudo, a estética pop e colorida trazida pela revista brasileira era mais próximo ao padrão que a editora *Abril* já desenvolvia desde a década de 1970 com a revista adolescente *Pop*. Abaixo uma página dupla de reportagem da *Pop*, em seguida da *Bizz*.

Figuras 44 e 45

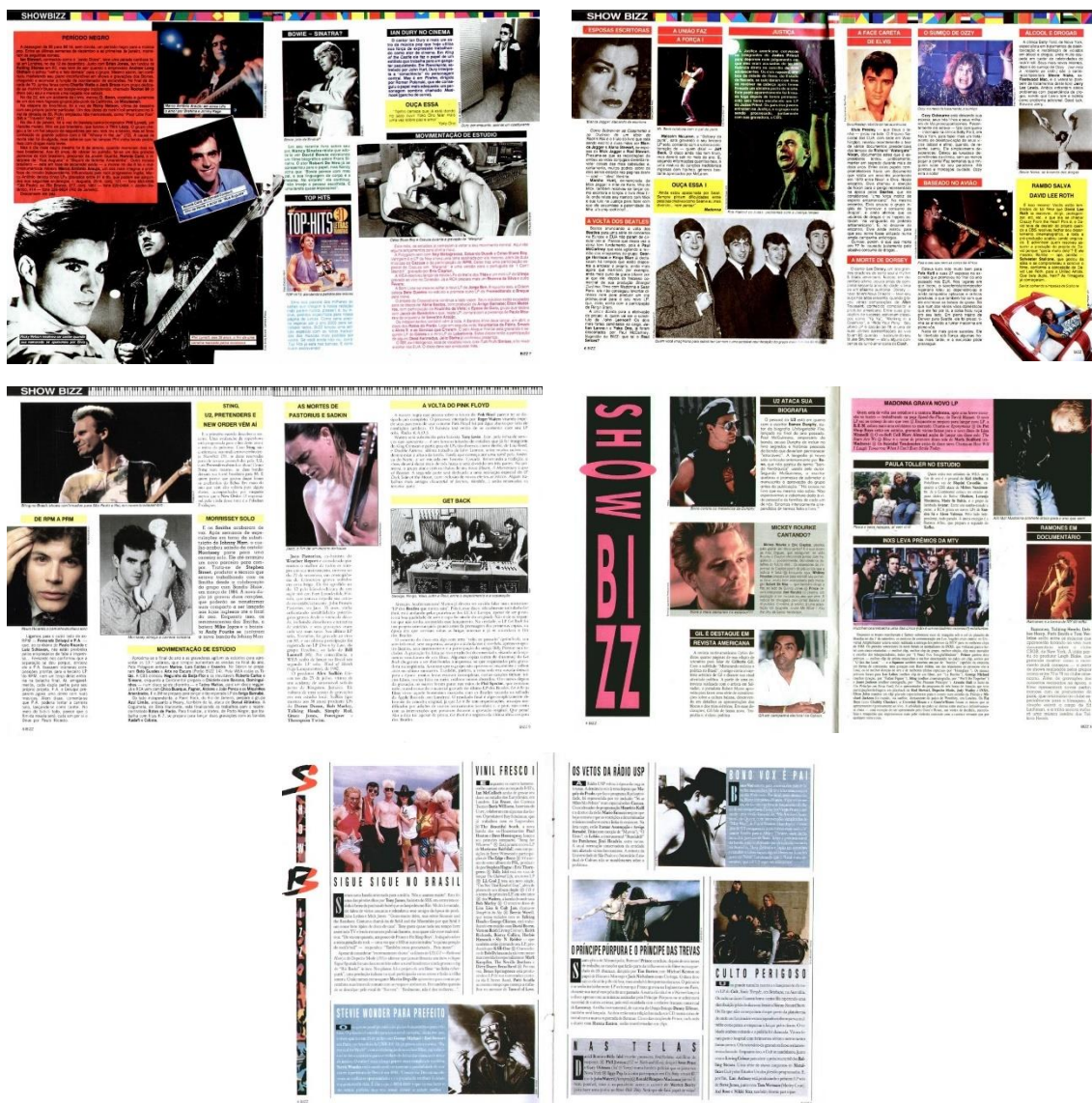


Fonte: Pop n° 2, dezembro de 1972 e Bizz n° 8, março de 1986

Sobre as reformulações estéticas que a revista sofreu ao longo dos anos, observamos que independente dos novos projetos editoriais marcados principalmente pela mudança de logotipo, pequenas alterações no padrão da diagramação eram introduzidas ano a ano. De modo geral, a *Bizz* foi perdendo a miscelânea de cores e poluição visual característica da estética dos anos 1980, em favor de um padrão mais limpo, com mais cuidado no uso das cores, que demarcou os anos 1990, mais sisudos que a década anterior.

Pegamos a seção de notas e notícias curtas como exemplo. Nas primeiras edições, as fontes tinham diversas cores, como preto, vermelho, azul e verde, por vezes até mesmo o branco quando colocado em um fundo colorido. A partir da edição n° 19, as cores das fontes foram restritas ao preto, azul e branco. A edição n° 27 já deixou as notas mais espaçadas uma das outras, passando a valorizar os espaços brancos e, como consequência, limpando ainda mais o visual. A edição n° 40 manteve o padrão, mas alterou o design da chamada da seção Showbizz. Isso se manteve até a edição n° 47, pois a seguinte marcaria a primeira mudança de logotipo (e supostamente editorial) da revista, em que as notas passaram a ser delimitadas por molduras. A sequência de imagens a seguir mostra essas mudanças aqui descritas.

Figuras 46, 47, 48, 49 e 50



Fonte: CD-rom coleção Bizz

3.5.4 Organização interna e natureza dos conteúdos

A *Bizz* teve seis mudanças gráficas principais, marcadas pela reformulação do logotipo na capa. Ao longo de todas essas fases, diversas seções foram incluídas e, posteriormente, também esquecidas, mas a revista sempre manteve como base os seguintes tipos de seções: notas e notícias, críticas e lançamentos, resenhas de shows e de eventos, carta dos leitores, serviço (classificados e correspondência entre leitores), expediente, além da chamada Discoteca Básica, que era uma parte nobre em que um jornalista ou um artista convidado falava a respeito de um disco clássico do rock e do pop. Entre as seções transitórias, existiram: letras de música, entrevistas curtas estilo bate-bola, notas sobre bandas independentes ou iniciantes, testes de conhecimento,

equipamentos de som e instrumentos. Houve, durante a era do projeto *Showbizz*, uma seção de notícias dedicadas a *MTV Brasil*, em uma tentativa de integrar as duas mídias dedicadas à música que eram vinculadas à editora *Abril*.

A seção de notas e de notícias recebeu diversos nomes como Barulho, Bizzes, Showbizz, Fast Foward, Mix, Informe Bizz. As notas não levavam assinaturas, mas as notícias geralmente tinham autoria, sobretudo porque eram escritas por colaboradores, que recebiam pagamento de acordo com a produção em cada número. Essas seções eram uma miscelânea que podiam conter agendas de show, fofocas, notícias de gravações de discos, recados da redação, e até mesmo pequenas entrevistas do tipo bate-bola. Abaixo alguns exemplos do conteúdo das seções de notas e notícias curtas.

1 – O que se passa na cabeça de Michael Jackson? Vento? Já não basta as várias plásticas que fez pra mudar o queixo, nariz lábios e bochechas, tudo para se desfazer de seus traços negros, e o rapaz ainda não se deu por satisfeito. Enquanto nós seres normais aguardamos ansiosamente o seu novo LP, ele está se submetendo a uma complicada operação que consiste numa técnica especial de *peeling* para que sua pele fique mais branca (!?!). *Holly Shit*. (*Bizz*, nº 22, maio de 1987, p. 9)

2 – Seguindo o exemplo dos artistas gringos que vira e mexe se mobilizam contra a Aids, um time nacional encampou um projeto da TV Globo – Renato Russo, Marina, Cassia Eller, Frejat entre eles. Mais original que isso é o fato de Humberto Gessinger e Carlos Maltz, dos Engenheiros do Hawaii, terem musicado e gravado um poema inédito (e interessante) de Cazuza, “Isso é amor”. O resultado virou tema da campanha, programada para entrar no ar no final de fevereiro. (*Bizz*, nº 92, março de 1993, p.7)

3 – Está cancelada a turnê de Free to Decide dos Cranberries. Dolores O’Riordan tem problemas de saúde e o grupo se reuniu na casa da cantora em Dingle, na Irlanda, para resolver que eles não voltam para a estrada antes de 1998. Eles negam, porém, que a banda vá se dissolver e que Dolores esteja saindo em carreira solo. A promoção que levaria leitores se SHOWBIZZ a Paris para assistir a um show dos Cranberries, obviamente, foi suspensa. Mas fique tranquilo: o ganhador verá outro show de um grande nome internacional. Fique atento! (*Showbizz*, nº136, agosto de 1996, p. 16)

A seção de críticas de discos foi particularmente marcante na *Bizz*, e foi quando houve a percepção de que a postura do crítico em relação à obra do artista tinha se transformado. Para Alexandre (2013), foi a geração de jornalistas de música dos anos 1980 (a que ele legitima) que rompeu com a postura e o tom paternalista das anteriores.

Mas em que medida isso é um sinal positivo ou de amadurecimento dos críticos e dos jornalistas de música brasileiros? Souza (1995) classificou algumas críticas da *Bizz* como “massacrantes” e outras que indicam “má-fé” do jornalista, principalmente em relação aos artistas nacionais. A bronca de Souza (1995) tem ecos em Lobão (2017), que acusou a revista de privilegiar artistas internacionais, ao passo que ridicularizava e achincalhava os nacionais.

Assim como as seções destinadas a notas e a notícias curtas, a de críticas de discos recebeu diversos nomes ao longo das reformulações: Lançamentos, Discos, Play, Discofagia. A seguir, alguns exemplos de críticas publicadas.

1 – *Passages* – Osamu (CBS). Nada como elementos de música étnica para tentar legitimar, nas costas largas das culturas milenares, as mais insossas misturas. Foi assim com o progressivo e o pop “africanizado”. É assim com a new age music, que quando encontra um vendilhão oriental como Kitaro faz a festa. Osamu, multi-instrumentalista japonês radicado nos EUA, é mais sutil e até curioso em certas combinações timbrísticas (instrumentos tradicionais + sintetizadores) e na percussão enfática. Mas sofre, em geral, de total falta de personalidade. A.A.¹⁰⁹ (*Bizz*, nº 34, maio de 1988, p. 21)

2 – Eu sempre fui sincero, você sabe muito bem – Sandra de Sá (WEA). Sandra andou um bom tempo batendo cabeça com canções romântico-bregas. Eu sempre fui sincero, você sabe muito bem, dedicado inteiramente ao repertório de Tim Maia, poderia ter trilhado essa direção, já que o mestre soul recentemente falecido nunca teve medo do brega. Mas seu caminho é outro. O CD tem roupagem um tanto antiquada, de soluções ora óbvias, ora pasteurizadas. Mas, contas feitas, é um belo álbum de soul e funk. Há versões elegantes e respeitosas de “Sossego”, “Azul da cor do mar”, “Eu amo você”, “Batata frita”, “O ladrão de bicicleta”. Mais: como cantora, está fora de série. Que continue assim, a caminho de tornar-se a diva soul que merece ser. Pedro Alexandre Sanches. Nota 6. (*Showbizz*, nº 160, novembro de 1998, p. 66)

Relacionadas à seção de críticas e resenhas de discos havia listagens de discos mais vendidos e das músicas mais tocadas em fontes múltiplas¹¹⁰, e também uma tabela chamada de “Bolsa de discos”, em que vários críticos colocavam suas respectivas notas em relação a um disco, o que permitia ao leitor saber a variação de opiniões em relação a uma determinada obra musical.

¹⁰⁹ A.A provavelmente se refere ao jornalista Alex Antunes.

¹¹⁰ As fontes vinham de listagem de outras publicações, como a *Billboard*, de associações de lojas de discos e até mesmo por meio de pesquisa com leitores.

3.6 Conclusões do capítulo

Foram cinco categorias de informações que levantamos por meio de uma análise de conteúdo e pesquisa biográfica para compreender a linha de transformação dos cinco periódicos analisados por meio da comparação, e também para encontrar pontos comuns que caracterizam as permanências. A primeira categoria foi em relação aos editores/diretores¹¹¹ desses periódicos. Podemos observar que esses eram cargos delegados a profissionais contratados pelos donos de gráficas ou editoras. A única exceção foi *Revista da Música Popular*, por ser um projeto pessoal conduzido em todas as instâncias administrativas por Pêrsio de Moraes e por Lúcio Rangel em um projeto que entendemos por ser *indie* e autoral.

Os nossos estudos apontaram que as condições de existência e administrativas da *Revista da Música Popular* foram de iniciativas particulares de jornalistas, diferentemente dos demais periódicos, vinculados a empresas. É dito que a imprensa *underground* e alternativa, de fanzines e de publicações que estava à margem da chamada grande imprensa, surgiu na década de 1960 nos Estados Unidos e Inglaterra em função da contracultura (McMillian, 2011). Mas o caso da *Revista da Música Popular* desafia essa premissa por ter sido um projeto pessoal de dois jornalistas, arcado por eles, com filosofia que ia de encontro às características da imprensa musical de mesma época.

O caso da *Revista da Música* popular destoa de *Ariel* e da *Bizz*. Porque as duas últimas partiram de projetos de, respectivamente, Antônio de Sá Pereira e José Eduardo Mendonça. Mas o fato de esses projetos terem sido financiados por editoras que buscavam produtos que dessem retorno na renda investida, e que se alinhassem à filosofia da empresa. Ou seja, existiam condições externas à redação que interferiam no conteúdo. Vimos que a *Revista da Música Popular* pagou o preço da independência ao conseguir publicar somente 14 edições, muito por não ceder às interferências de possíveis parceiros comerciais/anunciantes.

A primeira categoria de comparação também nos mostrou que os editores/diretores tinham a capacidade de interferir nas linhas editoriais da publicação de acordo com as características profissionais e pessoais de cada um, e por meio da equipe de colaboradores que eles convidavam/contratavam, provocando mudanças normais (Charron e De Bonville, 2016) ao longo do tempo de existência do periódico. *A Música*

¹¹¹ O diretor nos periódicos até os anos 1950 tinha a mesma função do editor-chefe.

Para Todos, *Ariel* e *Bizz* são os periódicos que melhor observamos mudanças no conteúdo e na identidade editorial provocadas pelo suceder dos editores responsáveis. A cada entrada de um novo diretor, *A Música Para Todos*, em especial nos tipos de textos (didáticos, crítica musical, biográficos, artigos), se moldava quase de acordo com o estilo do responsável. Por exemplo, Felix de Otero introduziu textos didáticos e priorizou a crítica de concertos, ao passo que Luigi Chiaffarelli tornou *A Música Para Todos* mais diplomático nas opiniões e informativo ao priorizar às biografias e às notícias.

Em *Ariel*, a entrada de Mário de Andrade na direção representou uma guinada na linha editorial da revista, que se tornou menos acadêmica e mais acessível graças ao pedido da editora, que visava o retorno financeiro. Em *Bizz*, as principais mudanças no conteúdo estavam no tom dos textos e no enfoque mais ou menos favorável a determinados estilos de bandas nacionais e internacionais que estivessem em alta naquele momento. Essas transformações na *Bizz*, portanto, não eram tão somente causadas pelo editor. Mas o responsável no posto correspondia às mudanças na cultura do pop e do rock, e nos artistas que melhor se destacavam no cenário.

José Eduardo Mendonça, José Emílio Rondeau e José Augusto Lemos presavam mais pelas bandas internacionais e pelo que estava no *mainstream* em um momento, no fim dos anos 1980, em que a geração do rock brasileiro dos anos 1980 estava em um processo de decadência. Alex Antunes e André Forastieri abriram mais espaço para bandas de hard rock, de heavy metal e mais alternativas ao cenário *mainstream* na virada dos anos 1980 para os anos 1990, porque era esse tipo de música que tocava nas rádios. Os editores que vieram a partir de Felipe Zobaran aumentaram os espaços para as bandas e artistas nacionais, inclusive na quantidade de capas dedicadas a elas devido a ascensão de uma nova geração do rock nacional nos anos 1990, e que era particularmente muito atrelada à *MTV Brasil*. Por fim, Emerson Gasperin deixou a *Bizz* mais indie rock, porque esse era o background do editor, e porque a geração dos anos 1990 entrou em declínio, fazendo que o pop e o rock encontrasse sobrevida no *indie*.

O perfil dos editores/diretores mudou de maneira significativa. Como veremos em mais detalhes no próximo capítulo, nem todos diretores de *A Música Para Todos* foram jornalistas, e nem mesmo essa carreira foi a mais proeminente nas respectivas biografias daqueles que foram identificados como críticos de música, mas todos eram professores de música ou, no mínimo, músicos amadores. Os dois diretores de *Ariel* também se encaixam em perfis semelhantes. A profissão de jornalista passou a ser proeminente entre os editores a partir da *Revista da Música Popular* nos anos 1950 e, nos anos 1980, maior

parte dos editores da *Bizz* tinham formação universitária em Comunicação ou em Jornalismo. Notamos que existe uma transformação que parte do professor de música no século XIX ao jornalista profissional nos anos 1980 e 90. A transformação desse perfil nos ajuda compreender também as razões de a notícia ganhar importância com o passar das gerações.

A segunda categoria de análise, sobre os meios de sustentação e público-alvo revelou um dado interessante: que as estratégias de financiamento desses veículos permaneceram essencialmente as mesmas. Mudaram as complexidades das estruturas, como a adição de agências de publicidades e de departamentos nas empresas destinados a fazer o trato comercial. Porém, de *A Música Para Todos* à *Bizz*, todos esses periódicos precisavam sobreviver de vendas de anúncios, de assinaturas e de vendas avulsas ao consumidor. Mesmo observando o funcionamento de canais e perfis nas redes sociais na atualidade, notamos que os meios de sustentação desses dependem de visualizações para que recebam a monetização da plataforma (venda direta). Quanto mais popular o canal é, maior a chance de atrair patrocinadores (anunciantes). Além disso, esses canais ainda contam com o engajamento da audiência para que sejam patronos: assinantes que têm acesso ao conteúdo exclusivo ou de maneira antecipada.

Outro ponto que observamos sobre os meios de sustentação foi a relação direta que esses periódicos segmentados sempre tiveram com a indústria fonográfica. *A Música Para Todos* foi a única que não possuiu uma propaganda de uma gravadora de discos, porque esse comércio não havia sido estabelecido no Brasil ainda. Todos os demais tiveram gravadoras entre os anunciantes, assim como casas editoras, lojas de instrumentos musicais e de discos, além de locais comerciais que faziam parte do circuito cultural e musical da cidade.

O público leitor a qual esses periódicos eram destinados apresentou uma mudança importante que não se refere somente à época ou a comunidade. Os leitores de *A Música Para Todos* e de *Ariel* participavam, de certa maneira, das discussões apresentadas na publicação. Não apenas isso: esses leitores precisavam apresentar um conhecimento mínimo de música (teoria e prática) para efetivamente absorver os serviços e as informações oferecidas. Não importava se esse leitor tinha idade jovem ou avançada, esse consumidor do jornalismo musical dos primeiros tempos precisava ser preferencialmente alfabetizado na linguagem musical.

Sabemos que esse panorama de perfil de leitores começou a mudar no final dos anos 1920, quando algumas publicações, em especial a *Phonoarte*, priorizou a música

popular, o agendamento de lançamentos da indústria fonográfica e, nos anos 1930, começou a se pautar também pelos programas de rádio. Esse perfil de público leitor passou a ser mais atrelado ao consumidor comum, que busca informação e entretenimento, sem necessariamente estar atrelado a uma comunidade de músicos amadores e/ou profissionais. Na *Revista da Música Popular*, encontramos uma publicação voltada totalmente para um público leitor não especializado, que proporciona uma linguagem simples, acessível, sem termos técnicos da teoria musical.

O que há de semelhante no público-alvo de *Revista da Música Popular* em relação às anteriores é a questão da idade, uma vez que o conteúdo não é direcionado a uma faixa etária específica. Isso mudou a partir do *Rolling Stone*, que pela primeira vez um periódico especializado em música assume ser destinado aos jovens adolescentes e àqueles que estavam na idade universitária. A *Bizz* acompanhou esse público-alvo. Isso porque a cultura musical do Brasil a partir do rock e da bossa-nova na segunda metade dos anos 1950 foi ficando cada vez mais jovial de classes A e B (Motta, 2000; Midani, 2015), e a imprensa musical passou a acompanhar essa tendência sócio-cultural.

Os ídolos foram rejuvenescendo na mesma medida. Oras, Henrique Oswald passava dos 45 anos quando *A Música Para Todos* lhe dava destaque como um dos compositores brasileiros mais importantes (Carlos Gomes faleceu em 1896 aos 60 anos). Heitor Villa-Lobos tinha 38 anos, à época de *Ariel*; Noel Rosa teria 44 anos caso estivesse vivo no ano de lançamento de *Revista da Música Popular* e Pixinguinha tinha 57 anos quando foi capa da primeira edição. Mas Caetano Veloso e Gilberto Gil tinham apenas 30 anos quando a *Rolling Stone* circulou, e Renato Russo (Legião Urbana) – o artista nacional que mais recebeu capas na *Bizz* – tinha 27 anos quando foi capa da revista pela primeira vez.

Sobre a nossa terceira categoria de análise, que diz respeito à materialidade e a identidade visual dos periódicos, constatamos que a questão tecnológica teve um impacto substancial no produto materializado. Os periódicos estudados não foram responsáveis por inovações estéticas, pois eles acompanharam tendências da própria época, a exceção da *Revista da Música Popular*, que tinha uma diagramação clean, e valorizava os espaços brancos. Esse tipo de diagramação clean foi mais recorrente em revistas culturais e musicais lançadas nos anos 1990. Nesse sentido, o trabalho na imprensa do artista plástico português Fernando Lemos, responsável pela identidade visual da *RMP*, nos pareceu estar à frente do próprio tempo.

As possibilidades de diagramação foram evoluindo de acordo com as inovações e atualizações proporcionadas pelo maquinário gráfico. *A Música Para Todos*, que introduziu a fotografia como elemento de capa e de ilustração no terceiro (e último) ano de circulação graças a chegada de novos maquinários no parque gráfico paulistano. O melhoramento da tecnologia permitiu que os periódicos fossem publicados com mais páginas, com cor e com mais ilustrações. A criatividade dos designers, nesse sentido, foi essencial para as inovações estética, visto o trabalho de Fernando Lemos, como já comentamos.

O choque mais profundo da tecnologia sobre a atividade jornalística começou a partir dos anos 1980 com a informatização das redações até culminar no surgimento da internet. Foi a *Bizz* o periódico que mais foi impactado por essas mudanças aceleradas causadas pela digitalização do mundo. Pegamos como exemplo as formas de comunicação com o leitor. Em todos os periódicos estudados, essa interação era por meio de cartas. A *Bizz* também foi assim até meados dos anos 1990. Já na edição nº 136 de novembro de 1996, o meio de comunicação foi impactado com a introdução do endereço eletrônico (showzz.azul.aleitor@email.abril.com.br), possibilitando que o leitor enviasse qualquer mensagem se pagamentos de taxas e sem sair de casa. Esse sistema de comunicação por meio de cartas físicas e e-mail permaneceu até o último número. A *Bizz* nunca teve um website, portanto, nunca transpôs ou criou conteúdo exclusivo para internet. Essa decisão editorial pode ter contribuído na derrocada do título, pois o meio impresso rapidamente deixou de ser interesse da geração de jovens impactada e encantada com a internet e com a nova velocidade acelerada de adquirir informações.

Sobre a última categoria de análise, da natureza e organização do conteúdo, observamos, em primeiro lugar, que a atualidade, os acontecimentos e as notícias factuais foram a base da maior parte do conteúdo de todos os periódicos estudados, por mais que as opiniões inseridas no texto também sejam uma forte característica do tipo de jornalismo observado na especialidade de música. Nós estudamos com mais detalhamento 100 textos no capítulo cinco que, já adiantamos, confirmam essa informação. Outro ponto importante é que a organização interna com a divisão de seções de notícias, de correspondências e de textos longos foi estabelecida dentro de uma estrutura básica que permaneceu ao longo de um século.

Todos os cinco veículos de comunicação tinham notícias curtas e notas; resenhas ou críticas de concertos, shows e discos. Esse conteúdo era distinto dos textos mais longos, considerados principais. O que distinguia um periódico do outro a respeito dessa

categoria era como cada periódico organizou a distribuição desse conteúdo ao longo das páginas. *A Música Para Todos* e *Ariel* majoritariamente publicavam os textos principais e mais longos nas primeiras páginas, deixando as seções de notícias e de entretenimento encerrarem as edições. A organização mais evidente na *Revista da Música Popular* foi a divisão de duas seções majoritárias: primeira sempre era de samba e de música popular, e a segunda grande seção era sempre sobre jazz. O *Rolling Stone* e a *Bizz* adotaram sistemas semelhantes, que era trazer seções de notícias, resenhas e críticas, cartas de leitores e de entretenimento no início e no fim das edições, deixando o conteúdo principal no miolo.

A natureza dos textos foi se modificando ao longo do tempo. O jornalismo de música, pela natureza opinativa, foi construído à base de artigos, de colunistas que engrossavam o conteúdo das publicações, e de críticas. Após os anos 1970, a entrevista e a reportagem passaram a ser mais praticadas e valorizadas. Isso se explica pela consolidação dos veículos de imprensa como instituição, da predominância do tipo de jornalismo mais informativo, com o surgimento de faculdades de jornalismo e pela influência de revistas estrangeiras e do New Journalism. A *Bizz* é um modelo exemplar nesse sentido, uma vez que na *Rolling Stone* ainda vai imperar o personalismo dos produtores de conteúdo, que caracterizaram a imprensa musical, e que podemos observar desde *A Música Para Todos*.

CAPÍTULO 4 – Estudo dos produtores de conteúdo dos periódicos

Em um estudo que visa identificar mudanças e permanências de uma especialidade jornalística, entendemos que é preciso voltar o nosso olhar para o agente fundamental dessas transformações: o produtor de conteúdo. Por mais que a tecnologia tenha um papel preponderante nas transformações, o principal gatilho delas é o indivíduo (Charron e De Bonville, 2016; Ruellan, 2017). Todos os componentes que formam o mercado jornalístico são realizados por pessoas que possuem interesses e motivações variadas, e que interagem entre si. Dentro de uma perspectiva microssiológica, “jornalistas e editores reproduzem ou transgridem as regras e as normas nas quais está inscrito o instável consenso de todos os agentes envolvidos na produção da atualidade” (Charron e De Bonville, 2016, p. 155). Quando nos voltamos para os produtores de conteúdo nesta pesquisa, buscamos visualizar a mudança no perfil desses profissionais, e de como as respectivas formações, gostos, ideologias impactaram nas mudanças observadas entre os periódicos. Este capítulo tem por objetivo, portanto, identificar os grupos que integraram os periódicos de música pesquisados.

4.1 Desenho metodológico do capítulo

Para fazer essa etapa do estudo, recorreremos a um levantamento de informações biográfico, porque entendemos que essa seria a maneira mais adequada para compreender como o conjunto de profissionais que atuaram no jornalismo musical contribuíram para a transformação dessa especialidade. Em um primeiro momento, fizemos um levantamento de todos os profissionais presentes nos periódicos. Nosso foco foi levantar dados dos indivíduos creditados nos expedientes dos periódicos, responsáveis por contribuir com o conteúdo informativo e/ou opinativo. Por isso descartamos aqui aqueles que se envolveram na produção do jornal de outras funções que não a de produção do conteúdo entendido como jornalístico, como secretários, fotógrafos, etc. Também descartamos a sessão de leitores. Destacamos, no entanto alguns dos ilustradores dos periódicos mais antigos porque, embora a função majoritária fosse de design, esses indivíduos interviam também na função editorial de alguma maneira, e foram determinantes na construção estética do texto jornalístico.

Na medida do possível, identificamos dados gerais de todos os jornalistas. Levantamos informações a respeito da nacionalidade, das profissões atreladas àquele indivíduo, e a função que ele exercia do periódico. É importante mapear a nacionalidade

para entender a articulação e o envolvimento de estrangeiros no jornalismo, e também na música e na cultura brasileira. Mapear as profissões mostra o desenvolvimento das carreiras que, juntamente com a participação com outros veículos são capazes de indicar em que medida esses indivíduos se envolveram com o jornalismo. As funções indicam o grau de envolvimento que esse indivíduo tinha com o veículo analisado.

Como não foi possível analisar qualitativamente todos os produtores de conteúdo, recorremos a uma pequena amostra para que compreender de que profissionais estamos falando. Selecionamos quatro profissionais de cada periódico, com base na triangulação dos critérios de notoriedade, hierarquia e produção quantitativa. Buscamos incluir neste filtro, portanto, os profissionais que assumiram uma posição relevante no quadro de expediente (diretor, editor, subeditor, repórter), mas também tiveram produção (em quantidade) significativa em relação ao material disponível, e qual a relevância que esse indivíduo alcançou perante sociedade e perante aos pares. Escolhemos personagens que atendiam a esses três níveis.

Para este estudo, nós fizemos um levantamento dos expedientes dos periódicos, e quando achamos necessário, devido à falta de confiabilidade das informações, procuramos contabilizar as assinaturas dos textos como forma de checagem. Uma vez com os nomes listados, procuramos verificar registros de cada um dos atores. Nas revistas centenárias, fizemos uma busca bibliográfica em trabalhos acadêmicos, livros de história, em jornais antigos e também nos registros online dos arquivos públicos especialmente do Rio de Janeiro e de São Paulo, além dos registros que poderiam ser encontrados em ferramentas de busca como o Google. Para as revistas mais recentes, acessamos também as redes sociais digitais que esses atores, por ventura, poderiam manter. Quando necessário e possível, entramos em contato com outros pesquisadores ou com os próprios atores a fim de tirar dúvidas sobre episódios pontuais das respectivas biografias. A respeito desse último recurso, frisamos que não se tratou de entrevistas, mas sim de comunicações particulares.

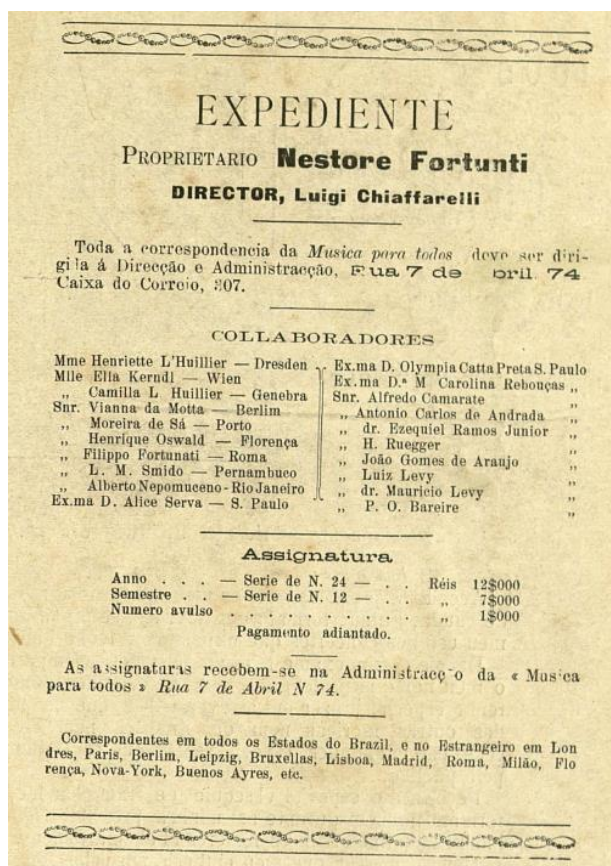
4.2 Produtores de conteúdo d'A Música Para Todos

A *Música Para Todos* demarcava o nome do proprietário e dos chamados “editores-diretores”. Esses “editores-diretores”, além de escrever, organizavam o conteúdo da revista, e tinham uma aparente posição remunerada. Sobre a remuneração, essa é uma suposição baseada em fragmentos de informações contidas no conteúdo de *AMPT*, publicadas em notas entre os artigos, pois não encontramos na literatura

informações a respeito da remuneração dessas pessoas. As evidências de remuneração estão nas notas de aviso de contratações, que é um termo que indica um determinado acordo profissional e comercial.

A *Música Para Todos* tinha uma seção de expediente que informava em letras maiores o nome do proprietário, Nestore Fortunati, com o nome do diretor logo abaixo. Em seguida, informava a lista de colaboradores, mesmo que esses não escrevessem de modo contínuo, e de onde essas pessoas correspondiam, como podemos visualizar na figura a seguir.

Figura 51



Fonte: página de *A Música Para Todos*

Lembramos que a seção de expediente apareceu pela primeira vez sob direção de Félix de Otero. O quadro desses colaboradores pouco mudou desde o primeiro publicado na direção de Félix de Otero, sendo acrescentados alguns poucos nomes, como o de Alice Serva, que passou a ser uma colaboradora após a era de Luigi Chiaffarelli como diretor. Outra observação é que os diretores passados, como Barbiellini Amidei e Felix de Otero, não voltaram a colaborar com *AMPT* depois que deixaram os cargos, e foram nomes a não figurar mais no quadro de expediente. Outro ponto é que há textos assinados por

peças que não figuram como colaboradoras, mas averiguamos que esses textos são identificados como correspondências, e uma versão pré-carta do leitor, que se tornaria uma seção recorrente das revistas de modo geral.

Listamos todos os produtores de conteúdo creditados no expediente da *A Música Para Todos*, levando em conta a nacionalidade, a profissão que o indivíduo era identificado e a posição no periódico. Chegamos então ao quadro abaixo:

Tabela 10 – Produtores de conteúdo de *A Música Para Todos*

PROFISSIONAL	NACIONALIDADE	PROFISSÕES	POSIÇÃO
Nestore Fotunati	Italiano	Consul/ Comerciante/ Gráfico	Proprietário/ Diretor
Amedeu Barbiellini Amidei	Italiano	Conde/ entomologista/ editor e jornalista	Sócio/Diretor/ Ilustrador
Felix de Otero	Brasileiro	Compositor/ Pianista/ professor de música/ crítico musical	Diretor/ Colaborador
J. B. D'Arce	Brasileiro	Professor de música/ Compositor	Sócio/Diretor
Luigi Chiaffarelli	Italiano	Compositor/ Pianista/ Professor de música	Diretor/ Colaborador
Alberto Nepomuceno	Brasileiro	Maestro/Compositor/ Pianista	Colaborador
Alfredo (Riancho) Camarate	Português	Jornalista/ Músico/ arquiteto e engenheiro	Colaborador
Alice Serva	Brasileira	Professora/ Música/ Pianista	Colaborador
Antônio Carlos de Andrada	Brasileiro	Músico/ Professor	Colaborador
(Bernardo Valentim) Moreira de Sá	Português	Violinista/ Compositor/ Professor	Colaborador
Camilla L'Huillier	Francesa	--	Colaborador
Carlos de Mello	Português	Maestro/ Crítico	Colaborador
Ella Kerndl	Austriaca	Compositora/ Pianista/ Professora de música	Colaborador
Ezequiel Ramos Junior	Brasileiro	Jornalista/ Músico/ Escritor	Colaborador
Filippo Fortunati	Italiano	--	Colaborador
Gustavo Wertheimer	Alemão	Professor de música	Colaborador
Henri Ruegger	Suíço	Músico/ Professor	Colaborador
Henriette L'Huillier	Francesa	Tradutora/ Professora de francês	Colaborador
Henrique Oswald	Brasileiro	Compositor/ Maestro/ Pianista e Diplomata	Colaborador
João Gomes de Araújo	Brasileiro	Professor/ Maestro/ Compositor	Colaborador
José Vianna da Motta	Português	Pianista/ Maestro/ Musicólogo/ Compositor	Colaborador
Luigi Maria Smido	Italiano	Músico/ Maestro/ Compositor	Colaborador
Luiz Levy	Brasileiro	Pianista/ Comerciante/ Filatelista	Colaborador
Maria Carolina Rebouças	Brasileira	Professora de música	Colaboradora
Maurício Levy	Brasileiro	Comerciante/ Enxadrista	Colaborador
Olympia Catta-Preta	Brasileira	Professora de harpa	Colaboradora

Paulo O. Bareire	Brasileira	Professor de canto e de piano	Colaborador
------------------	------------	-------------------------------	-------------

Fonte: própria autora – 2022

Os produtores de conteúdo podem ser divididos em três grupos. O primeiro é formado por colaboradores no exterior, caso do pianista português José Vianna da Motta (Alemanha), a pianista austríaca Ella Kerndl (Áustria), o maestro português Moreira Sá, de Porto (Portugal), e Felippo Fortinati (Itália). O segundo grupo, mais numeroso, estava situado em São Paulo, caso do comerciante Luiz Levy, do músico Alfredo Camarate, e das professoras brasileiras de música Olympia Catta Preta, Maria Carolina Rebouças e Alice Serva (pupila de Chiaffarelli), entre outros. O terceiro grupo, mais modesto de representantes, colaborava enviando correspondências de outras cidades do Brasil, caso do compositor e maestro Alberto Nepomuceno, que foi considerado o pai da música erudita brasileira de cunho nacionalista, e também do maestro italiano Luigi Maria Smido, que estava transitando entre Pernambuco e Ceará à época (Gonçalves, 2021).

Classificados pela nacionalidade, encontramos um quadro de colaboradores dos quais 13 eram brasileiros e 14 eram europeus provindos de seis países. Há algumas hipóteses que levantamos para explicar a maioria de estrangeiros. A primeira é de que a nacionalidade italiana de Nestore Fotunati, tal como a profissão de cônsul e de dono de uma casa de impressão¹¹², foi um fator importante para promover tais aproximações entre europeus e representantes da cultura local. A segunda hipótese é a existência de uma rede ou de uma comunidade de músicos de formação clássica, que se conhecia e que ajudou a formar o quadro de colaboradores do periódico. Como é visto em Morila (2010), boa parte dos colaboradores e dos diretores fundaram e foram docentes no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, fundado em 1906.

A respeito das carreiras, dos 27 participantes, novamente não conseguimos encontrar uma referência sólida a respeito da profissão de apenas dois deles. Há uma referência que contém o nome de Pilippo Fotunati no documento oficial sobre arquivistas do estado entre 1861 e 1918 (Cassetti e Lodolini, 2008), que mostra que ele foi um colaborador arquivista do estado. Porém, isso diz respeito apenas a uma atividade e não a uma carreira. Camilla L’Huillier é co-autora do livro ‘Les Tchèques au XIXe Siècle’, publicado em 1900. Sabe-se que Camilla acompanhava a cena boêmia e às salas de

¹¹² Nestore Fortunati também produzia o semanário *La Cronaca Italiana*, escrito em italiano, no mesmo período de *Música Para Todos* (TRENTO, 1989). O semanário também dava nome a empresa tipográfica do cônsul – empresa que depois mudou de nome, adotando a do proprietário (FARIAS et. al., 2018).

concertos na Europa, mas não conseguimos ter acesso ao livro para verificar se o conteúdo contém uma pequena biografia da autora.

Quanto aos demais produtores de conteúdo, 20 são identificados principalmente como de músico, incluindo os desdobramentos da profissão (docência, composição, condução, etc.). A carreira de jornalista e de crítico de música foi identificada nas biografias de Conde Barbiellini Amidei, de Ezequiel Ramos Junior, de Antônio Carlos de Andrada, de Alfredo Camarate (que também assinava como Alfredo Riancho), e de Vianna da Motta. Felix de Otero, apesar da carreira principal ter sido na música, também foi um crítico musical influente no final do século XIX e no início do século XX, especialmente por ter sido um contratado do jornal *Estado de S. Paulo*.

Dos 27 produtores de conteúdo, cinco foram mulheres. O que nos chamou atenção não foi o número pequeno de mulheres, mas a sim a presença delas em um tipo de especialidade jornalística nobre, que fazia parte da cultura musical erudita, ou seja, um local masculino (Silva, 2014). Identificamos que as colaboradoras brasileiras tinham algum tipo de conexão de formação pessoal-musical e profissional com os editores ou com o grupo de produtores de conteúdo que se formou em *AMPT*. Olympia Catta-Preta foi professora de harpa no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo juntamente com Maria Carolina Rebouças, Luigi Chiaffarelli, entre outros. O professor italiano foi professor e mentor de Alice Serva que, por sua vez, também lecionou no conservatório paulistano.

A maioria teve um papel de destaque na história da música brasileira. João Gomes de Araújo, Henrique Oswald e Alberto Nepomuceno¹¹³ são patronos respectivamente das cadeiras 20, 25 e 30 na Academia Brasileira de Música. A entidade foi criada em 1945, em São Paulo, por um grupo de músicos notáveis, e cujo o primeiro presidente foi Heitor Villa-Lobos. Os patronos das cadeiras da Academia Brasileira de Música são músicos reconhecidos pelos intelectuais à época pela importância da obra deixada. João Gomes de Araújo também foi o primeiro diretor do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo. Luigi Chiaffarelli e Felix de Otero foram dois renomados professores do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, sendo que o primeiro foi também reconhecido como o pai da sistematização do ensino de piano no Brasil.

Os correspondentes José Vianna da Motta e Moreira de Sá foram dois importantes maestros e professores portugueses. O primeiro deixou uma vasta obra musical como

¹¹³ Alberto Nepomuceno seria reconhecido por diversos pesquisadores e intelectuais como um pioneiro na música brasileira nacionalista (GOLDBERG, 2007).

compositor. José Vianna da Motta também foi diretor do Conservatório Nacional de Lisboa e outros de quatro livros, entre eles, *Música e Músicos Alemães*, de ensaios e críticas. Moreira de Sá, por sua vez, fundou sociedades dedicadas à concertos e à música de câmara, inclusive a Orpheon Portuense, fundada em 1881. Ele também foi um pedagogo e lecionou alemão, português, francês, inglês, matemática e música para alunos do ensino secundário em Portugal (equivalente ao ensino médio brasileiro).

Outros foram notáveis por ações além da música. O suíço Henri Ruegger, além de professor do Conservatório de Música de Genebra, inspirou a criação em 1895, em São Paulo, da União Internacional Protetora dos Animais (UIPA¹¹⁴). O português Alfredo “Riancho” Camarate, trabalhou em diversos jornais brasileiros, e foi um dos engenheiros responsáveis por diversos edifícios e casas construídos em Belo Horizonte. As mudanças na capital mineira foram registradas por Camarate em forma de crônicas chamadas *Por Montes e Vales*, publicadas entre 1892 e 1894, e reunidas e republicadas em 1985 na *Revista do Arquivo Público Mineiro*. Conde Barbiellini Amidei teve posição de destaque como jornalista, porém na área científica e agrária. Ele criou e editou a revista *Chácaras e Quintais*, publicação que teve vida longa – 1910 a 1969 – e que era voltada ao pequeno produtor rural. Daremos mais detalhes biográficos de Camarate e de Barbiellini Amidei mais adiante neste capítulo.

4.2.1 Trajetórias

Levando em consideração os critérios estabelecidos para a escolha dos produtores de conteúdo, nossas escolhas para mostrar as biografias em mais detalhes foram de Conde Barbiellini Amidei, Felix de Otero, Luigi Chiaffarelli e Alfredo Camarate, por atenderem aos critérios estabelecidos, explicados no início do capítulo.

¹¹⁴ <http://www.uipa.org.br/historia/> Acessado em dezembro de 2019.

4.2.1.1 Conde Amedeo Barbiellini Amidei (1877-1955)



Encontrar uma biografia sobre o conde italiano Amadeu Amidei Barbiellini não foi tarefa difícil. Trata-se de um cientista que chegou ao Brasil “em definitivo” em 1907, trazendo junto com ele a esposa e a filha, a única europeia dos 11 filhos

que ele teve, sendo dois meninos e nove meninas (Weltman, 2008). Amadeu tinha múltiplos interesses e desempenhou diversas funções ao longo da vida: empresário, diplomata, editor, escritor e cientista autodidata. Ele colaborou em diversas publicações científicas, formou sociedades com essa comunidade e ainda publicou pelo menos duas revistas importantes: a científica *O Entomologista* (1908-1909) e a comercial *Chácaras e Quinais* (1909-1971), voltada para o pequeno agricultor.

As principais fontes biográficas sobre Amadeu Amidei Barbiellini são as teses de Maria Isabela Gerth Landell de Moura (2004), de Wanda Latmann Weltman (2008) – cujas informações bibliográficas são retiradas especialmente de Moura (2004). O artigo publicado de Moura e Antuniassi (2005) foi base para a verbete do periódico no site Fiocruz¹¹⁵. O problema com essas fontes é a imprecisão das informações, em especial sobre detalhes da vida de Barbiellini Amidei antes de 1907, a começar pelo local de nascimento. De acordo com Moura (2004), Barbiellini nasceu na cidade italiana de Ancona em 1877. Porém, informações encontradas na database da web, encontramos, por exemplo, um artigo da revista argentina *Caras y Caretas*, n° 186, de maio de 1902, em uma nota a respeito da missão italiana na China, cita que Barbiellini Amidei nasceu em Roma.

As referências brasileiras dão um salto temporal para 1907, quando, mais uma vez, Amadeu chegou em definitivo ao Brasil. Mas se ele chegou em definitivo é porque existiram uma ou mais passagens anteriores. O estudo de *A Música Para Todos* foi a evidência mais forte e concreta da passagem de Amedeo Barbiellini Amidei no Brasil antes de 1907.

A respeito das diferenças de grafias quanto ao nome, procuramos os descendentes de Barbiellini Amidei e a pesquisadora Wanda Weltman e comunicações particulares para

¹¹⁵ <http://www.fiocruz.br/brasilliana/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=36&sid=21> Acessado em dezembro de 2019.

confirmar se Amedeo Barbiellini Amidei e Amadeu Amidei Barbiellini eram a mesma pessoa. Ambos confirmaram, que sim: Amadeu é a versão abasileirada de Amedeo. A assinatura do Conde Barbiellini Amidei em um dos artigos da *A Música Para Todos* também foi reconhecida pelo neto Marcelo Amidei Barbiellini Jr. O curioso é que Daniel Barbiellini (comunicações pessoais, 28 de dezembro de 2019), bisneto do conde, afirmou que a família desconhecia a fase como jornalista de música. Esse é um indicativo do porque essa parte da história não foi relatada nos textos biográficos.

Sobre as atividades de Barbiellini Amidei antes de 1907, em uma entrevista de Marcelo Amidei Barbiellini Jr.¹¹⁶, encontramos a informação de que Barbiellini Amidei veio ao Brasil pela primeira vez a convite do sanitarista Oswaldo Cruz, para auxílio na pesquisa sobre a febre amarela, mas sem dizer exatamente quando. Os dois se conheceram em Londres, sem precisão de data, em um encontro da Royal Society of London For The Improvement of Natural Knowledge, da qual Barbiellini era membro (foi descoberto que o mosquito era o agente transmissor, e Amidei era um entomologista, ou seja, especialista em insetos, daí a razão do convite). O então jovem italiano também foi repórter policial do jornal *Fanfulha*, destinado a colônia italiana (Weltman, 2008). Nós procuramos a revista para saber quando exatamente essa colaboração aconteceu, uma vez que não é possível conseguir tal informação por meio do website, mas não houve retorno.

Mesmo sem informações precisas, a literatura nos dá a entender que Barbiellini Amidei não foi um músico profissional, nem mesmo um crítico, mas sim um cientista que veio de uma família aristocrática italiana que recebeu a melhor educação que o título poderia lhe dar (o estudo da música costumava fazer parte do “pacote” dessa educação privilegiada). Foi também uma personalidade que se dedicou tanto aos negócios editoriais tanto quanto à própria ciência.

Barbiellini Amidei foi colaborador e diretor da *A Música Para Todos* entre 1896 e 1897. Em 1897, ele retornou a Itália, como foi anunciado na própria revista, na edição nº 17-18, de dezembro 1896/janeiro de 1897, em um pequeno aviso escrito em italiano na página 146. Marcelo Amidei Barbiellini Jr. mencionou que o avô viajou pelo mundo e que falava até chinês. Encontramos a imagem 1 e 2, que corrobora com a informação. Trata-se de uma inspeção italiana à polícia chinesa sobre uma concessão em Tianjin, China, publicada na revista *L'Illustrazione Italiana*, ano XXVIII, nº 47, novembro de 1901. A foto é creditada a Amedeo Barbiellini Amidei.

¹¹⁶ <https://www.aviculturaindustrial.com.br/imprensa/recordacoes-e-historias/20041029-102204-1442> acessado em dezembro de 2019.

Figura 52 e 53



Foto creditada a Amedeo Barbiellini Amidei e a capa do periódico em que ela foi publicada.
Fonte: Getty Images

A participação de Amadeo Barbiellini Amidei na missão diplomática à China em 1901 está registrada no periódico *Storia e Diplomacia*, de 2013, uma publicação oficial do Ministério Degle Affere Eteri e Dela Cooperazione Internazionale, da Itália. Sabe-se que antes de retornar ao Brasil em 1907, Barbiellini Amidei se dedicou também à pesquisa histórica, que resultou no livro Beatrice Cenci¹¹⁷ – *Historical Recollections of Her Life And Family*, lançado originalmente em 1905, em Roma. Szini Gyula (1910) comentou que o livro de Barbiellini Amidei é tão rico em detalhes que o fez percorrer todos os locais citados em Roma, na ocasião em que esteve na cidade.

Não há evidências que de Barbiellini Amidei voltou a escrever sobre música, ou se dedicou a outras pesquisas históricas. No Brasil, após 1907, ele ainda escreveu, com apoio do governo do estado de São Paulo, manuais como *O Almanaque Agrícola Brasileiro*, *A Biblioteca Agrícola Popular Brasileira*, *A Pequena Biblioteca do Pequeno Agricultor*, e o periódico de vida breve *Vamos Para o Campo*. Se a carreira de Barbiellini Amidei foi voltada na maior parte do tempo para a ciência e a divulgação desse mesmo conhecimento científico tanto para academia quanto para a comunidade agrícola em geral, por que ele escreveu notícias policiais e também sobre música? Nós só podemos levantar

¹¹⁷ Beatrice Cenci (1577-1599) pertenceu a uma família da nobreza italiana. Ela foi condenada à morte por articular a morte do pai, que a estuprava, além de também abusar sexual e fisicamente as esposas e os demais filhos. A população, ciente das barbaridades do progenitor, fez inúmeras manifestações de simpatia e clamou pelo perdão de Beatrice. Mesmo assim, o papa Clemente VIII a condenou a morte e confiscou todos os bens da família. Ver mais em <https://www.wantedinrome.com/news/the-tragic-life-and-death-of-beatrice-cenci.html> Acessado em julho de 2020.

algumas hipóteses a respeito. A formação musical fazia parte da educação da classe aristocrática da qual Barbiellini Amidei fazia parte. É possível que ele escreveu sobre música por gosto, por ser um assunto agradável a ele, e pela busca de novas experiências na área jornalística e editorial.

4.2.1.2 Felix de Otero (1868-1946)



O fato curioso a respeito da pesquisa bibliográfica/biográfica sobre o pianista e professor brasileiro Felix de Otero, é que um dos textos mais informativos encontrados a respeito do mestre foi publicado justamente em *A Música Para Todos*, na edição nº 54 de janeiro de 1899. O texto sem assinatura (provavelmente escrito por Chiaffarelli, porque ele estava na posição de diretor) destacou não apenas a carreira de compositor de Felix de Otero até aquele momento (Otero teria mais 47 anos de vida desde que o texto foi publicado), como também trouxe curiosidades que não constam em nenhuma outra bibliografia consultada. O texto revelou que entre 1886 e 1888, Otero foi empregado da empresa de importação e exportação Thompsen e C, na cidade de Rio Grande, onde nasceu. De acordo com o texto do periódico, o fez por necessidade e a contragosto, uma vez que a família inicialmente não apoiava a carreira artística (*A Música Para Todos*, nº 54, janeiro de 1899, p. 495). Outra boa fonte de informação biográfica é o jornal *Estado de S. Paulo*, em especial o texto publicado na edição do dia 19 de março de 1946, a respeito da morte do professor, em um texto sem assinatura.

Felix de Otero foi um gaúcho natural da cidade de Rio Grande, e veio de uma família de origem espanhola. O pai era um comerciante. Foi enviado para estudar na Alemanha aos 14 anos de idade, onde foi iniciado na música. O ano em que foi admitido no Conservatório de Música de Hamburgo, 1886, foi o mesmo em que foi convocado pela família a retornar ao Brasil para assumir um cargo na já mencionada empresa. Gosto de imaginar que ele deve ter sido um péssimo comerciante, como sugere o texto, um tão ruim, que a família permitiu que ele continuasse na música, porque viu que o jovem Felix de Otero não teria vocação para algo diferente.

Ele terminou os estudos no Conservatório Stern de Berlin, e retornou ao Brasil, mais especificamente foi para São Paulo em 1894, após ter terminado o curso e se aperfeiçoado em pedagogia musical. Foi na capital paulista que iniciou a carreira de compositor, professor e também de crítico. Felix de Otero formou diversas pequenas

escolas de música, mas destaca-se o período em que foi docente na primeira turma de professores do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, juntamente com Luigi Chiaffarelli. Em 1927, ele fundou o Instituto Musical de São Paulo¹¹⁸ juntamente com Armando Gomes de Araújo, João Gomes Junior, João Baptista Julião e Paulo Florence (Gilioli, 2003).

Felix de Otero assumiu a direção de conteúdo da *A Música Para Todos* em 1897. Ele escreveu uma série de textos, em que podemos destacar as várias críticas de concertos realizados na capital paulista. *A Música Para Todos* não foi, no entanto, a primeira experiência como jornalista e crítico. Otero atuou como crítico no jornal *Diário Popular* – hoje chamado de *Diário de S. Paulo* –, em 1896¹¹⁹ (Martins, 1995). Otero ainda criou a *Revista Artística*¹²⁰ (1899-1901) e trabalhou como crítico pelo *Estado de S. Paulo* nas décadas de 1910 e 1920 (Binder, 2018).

A informação de Binder não é precisa, no entanto. Fizemos um levantamento no acervo do jornal *Estado de S. Paulo*, e pudemos identificar citações a Felix de Otero desde a década de 1890, sendo que mais de 500 resultados são da década de 1920. Contudo, boa parte desses resultados se referem ao anúncio publicitário da escola de piano de Otero, aberta em 1901. Outros resultados são anúncios de apresentações. No texto em homenagem a Otero a respeito da morte do professor no *Estado de S. Paulo*, encontramos a informação de que ele se tornou crítico do jornal para falar de música e teatro na década de 1890 por indicação de Nestor Rangel Pestana¹²¹.

Explica-se a dificuldade de levantar o trabalho de crítico por meio das ferramentas de buscas no acervo do periódico porque nem sempre Felix de Otero assinava os textos com o próprio nome. Na edição do dia 4 de outubro de 1913 do *Estado de S. Paulo* foi publicada o texto “Guiomar Novaes e a crítica paulista”, que analisava as críticas musicais do professor. Essa é uma evidência que encontramos a respeito da (falta de) identificação de Otero como crítico. Diz o seguinte trecho assinado anonimamente:

Quem é esse sr. F. que assim agita nosso microcosmo musical.
Quem é esse typo extraordinário que consegue despertar nossos musicophilos um interesse maior do que Paderewski, do que

¹¹⁸ A instituição tinha como proposta ser um local de formação acadêmico superior de músicos e musicistas. Felix de Otero trabalhou como professor no Instituto até 1942, quando se afastou por problemas de saúde (ESTADÃO, 19 de março de 1946, p. 5).

¹¹⁹ Entramos em contato com o *Diário de S. Paulo* a respeito do acesso ao acervo para checar as contribuições de Felix de Otero àquele jornal, mas não obtivemos respostas.

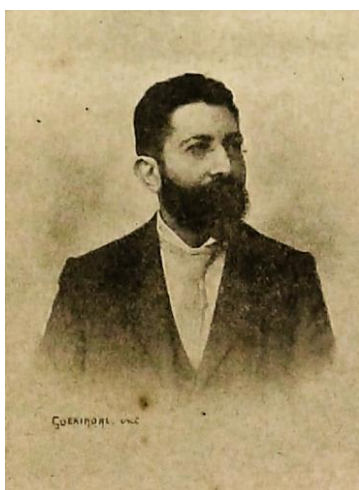
¹²⁰ Não encontramos referências e digitalizações dessa revista.

¹²¹ Nestor Rangel Pestana foi um jornalista brasileiro que trabalhou e, depois, foi diretor do jornal *Estado de S. Paulo* até 1933, quando morreu. Pestana foi o fundador da Sociedade de Cultura Artística, em 1912, entidade dedicada na promoção e divulgação de diversas formas de arte em São Paulo.

Holmann e do que Lituine, que não puderam attrahir, nesta capital artística, no demolido teatro Sant' Anna a quarta parte de sua lotação? F. é o senhor Felix de Otero, modesto mais competente professor brasileiro, que desde 1900, mantém nesta capital um curso de piano muito concorrido (...) Por lhe reconhecer a competência e, sobretudo, a autoridade moral, o nosso primeiro jornal – O Estado – confiou-lhe a secção de crítica musical e, naquela folha, os seus artigos aparecem subscriptos com a inicial F. Tem, entretanto, esse crítico um grave, gravíssimo defeito: numa terra em que o grosseiro utilitarismo e a cobardia moral constituem a regra da vida pública, o sr. Felix Otéro tem convicções, tem ideses, e ingenuamente os expõe e defende com coragem e altivez, a peito descoberto, e em plena lus (*Estado de S. Paulo*, 1913, p.8)

De acordo com Martins (1995), Otero era um crítico considerado sério e que procurava manter a imparcialidade. Mesmo sendo amigo próximo de músicos, como de Henrique Oswald e de Alberto Nepomuceno, não se furtava em ser sincero em relação às composições e aos concertos. Mesmo sendo um crítico rígido, não queria dizer que fosse um conservador na área musical: Otero foi um dos personagens de apoiaram a semana de Arte Moderna de 1922, em São Paulo, em uma evidência de que ele estava atento aos novos valores e estéticas desenvolvidas na música erudita. Otero foi eleito membro da Academia Brasileira de Música, mas quando isso aconteceu, em 1946, o estado de saúde dele já era precário, e ele nunca pôde assumir a cadeira. Morreu aos 78 anos, no dia 17 de março de 1946, no Sanatório Esperança, em São Paulo.

4.2.1.3 Luigi Chiaffarelli (1856-1923)



Apesar de ter sido um dos diretores do periódico *A Música Para Todos*, a carreira como editor não foi mencionada nas biografias e nos estudos acadêmicos sobre Luigi Chiaffarelli. O principal perfil biográfico do professor de piano e maestro italiano foi construído na tese de doutorado de Maria Francisca Paez Junqueira (1982), e verificamos que essa pesquisa alimentou todas as demais. É o caso da dissertação de mestrado de Alice Maria Borges (2019), do livro de Edgar Leite (2011), em citações de diversos artigos e nas biografias fornecidas em websites especializados em música, como

a Enciclopédia Itaú Cultural¹²²: todas usam Junqueira (1982) como base. O italiano também é citado em estudos ou biografias de outros músicos, por causa da relação que tinha entre esses pares pela amizade, pela relação aluno-professor ou por pertencerem a uma mesma comunidade de músicos.

Percebemos que a biografia de Luigi Chiaffarelli se tornou uma história única, no sentido de que foi construída uma versão unitária para falar a respeito dele. O perigo das versões unitárias, que se repetem em outros meios, é que elas apagam outras informações, devido à falta de interesse do autor/pesquisador sobre um determinado tema ou personalidade. O lado jornalista de Chiaffarelli, por exemplo, foi desconsiderado e/ou desconhecido na biografia de Junqueira, e conseqüentemente, ignorada nas demais. A própria revista *A Música Para Todos* dá indicativos de que Chiaffarelli contribuiu com outros jornais, como o *Correio Paulistano*, em 1891, em um texto sobre o músico Alexandre Levy, escrito na edição nº 19 por Barbiellini Amidei.

Luigi Chiaffarelli nasceu na cidade de Isérnia, Itália, em uma família de músicos. Foi educado no país de origem e na Suíça e, segundo Borges (2019), apesar de ter feito uma carreira prévia como concertista e conduzindo orquestras, optou por desenvolver o trabalho da docência. Chegou ao Brasil em 1885, na cidade de Rio Claro (SP), a convite de famílias fazendeiras ricas, que costumavam contratar professores europeus para educar os filhos na música. Ele chegou na capital paulista em 1888, onde fundou uma escola de música na primeira residência, no bairro de Barra Funda. Ainda de acordo com Borges (2019), Chiaffarelli teve cerca de 500 alunos entre 1892 e 1915, sendo que apenas 41 foram homens. Entre as alunas, se encontram Alice Serva (colaboradora da *A Música Para Todos*, e que também se tornou professora de piano), Guiomar Novaes e Antonietta Rudge, (essas últimas foram pianistas de destaque na história da música brasileira). Ele também foi o professor de Sousa Lima, maestro que é fundador da cadeira nº38 da Academia Brasileira de Música.

Chiaffarelli pode ser comparado a um agitador cultural. Além das escolas, organizou também uma série de concertos, entre eles o projeto “Concertos Históricos”, que eram eventos de natureza didática na qual os alunos eram convidados a se apresentarem e também a assistirem junto com um público interessado. Os “Concertos Históricos”, como foi dito anteriormente, foram fonte para a coluna que o professor assinava nas páginas da *A Música Para Todos*.

¹²² <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa638007/luigi-chiaffarelli> Acessado em dezembro de 2019.

O professor italiano ainda teve experiência como comerciante já no raiar do século XX, em 1903, ao criar a Casa Beethoven Chiaffarelli e C. que vendia pianos, oferecia serviços de manutenção e aluguel do instrumento, e também era uma editora. Foi por meio dessa casa comercial que Chiaffarelli escreveu e publicou manuais de técnicas de piano, além da venda de partituras revisadas por ele de obras de grandes compositores europeus. Também escreveu dois livros: *Método* e *Migalhas*¹²³. O primeiro era uma obra didática, destinada a pianistas. O segundo, além de uma parte didática, também possui ensaios e comentários sobre performances musicais. Em *Migalhas*, segundo Junqueira (1982), Chiaffarelli defendeu que técnica impecável não era tudo, e que era necessário conhecer a história e as histórias da música e dos respectivos autores.

Além de promover concertos de música clássica com os alunos, Chiaffarelli também participou de outras atividades envolvendo música e imprensa. Há evidências nas próprias páginas de *A Música Para Todos*, em que ele replicou no periódico alguns dos textos da própria autoria. Ele foi jurado de um concurso para eleger a melhor composição de valsa e tango, promovido pela revista *A Cigarra*, em parceria com a Casa Levy (administrada pelos amigos Luiz e Maurício Levy) (Ikeda, 1986).

De acordo com Junqueira (1982, p. 46), Chiaffarelli também teve participação indireta na Semana de Arte Moderna de 1922. Suas alunas mais destacadas Antonietta Rudge e Guiomar Movaes, juntamente com outros alunos e amigos como Mário de Andrade, Heitor Villa-Lobos e Menotti del Picchia costumavam reunir-se na casa do professor. Essa ponte é importante para quando formos compreender a cena musical paulistana da década de 1920, quando, justamente após a Semana de 22, foi lançada a revista *Ariel*, cujo um dos articulistas foi Mário de Andrade. A primeira edição da revista dos anos 1920, inclusive, traz um texto em homenagem a Chiaffarelli, que morreu em setembro de 1923, além batizar um concurso de músicas com o nome do professor.

4.2.1.4 Alfredo “Riancho” Camarate (1840 – 1904)

Alfredo Camarate foi um jornalista, engenheiro que teve diversos estudos dedicados a ele. A coleção de crônicas *Por Montes e Vales* (1892-1894), republicadas na revista do Arquivo Público Mineiro, em 1985, foram objeto de pesquisa nas dissertações de Verônica Segantini (2010), Thiago Costa (2014) e dos artigos de Lüscher (2011) e Marcelina de Almeida (2012). Alfredo Camarate também é verbete da *Enciclopédia de*

¹²³ Uma nota sobre a venda do livro ‘Migalhas’ foi feita na edição nº 69 do periódico *Música Para Todos*, em junho de 1899.

Literatura Brasileira, de Afrânio Coutinho e J. Galante de Sousa (2001). São nesses os trabalhos que encontramos uma biografia consistente de Camarate para esta pesquisa.

Português natural de Lisboa, Alfredo Camarate nasceu em 1840, estudou arquitetura na Inglaterra, e também na Academia de Belas Artes em Paris, cidade que considerava um modelo arquitetônico a ser seguido (Costa, 2014). De acordo com Eduardo Frieiro (1985), o jornalista chegou ao Rio de Janeiro em 1872, aos 32 anos de idade, com o prêmio de melhor flautista pelo Conservatório Real de Lisboa, e uma carta de engenheiro-arquiteto (Frieiro, 1985).

A experiência como músico e como crítico lhe deu um emprego de inspetor no Conservatório Imperial de Música. Os textos como crítico de arte foram publicados, entre outros, nos diários cariocas *Jornal do Commercio* e *Jornal do Brasil*, e nos diários paulistas *Commercio de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo* (Segantini, 2010; Costa, 2014), e no já citado periódico *Musical e de Belas Artes*. Camarate também assinava sob o pseudônimo de Riancho, em homenagem ao pai, e foi dessa maneira como assinou as crônicas de ‘Por Montes e Vales’. De acordo com texto publicado pela revista *Gazeta Musical*, que circulou no Rio de Janeiro em 1893, Segantini (2010, p. 14) transcreveu:

Não há contestar: Alfredo Camarate foi o primeiro jornalista que no Rio de Janeiro iniciou a crítica artística, principalmente a crítica musical, e os seus brilhantes artigos honraram por muito tempo as columnas do *Jornal do Commercio*, onde elles, felizmente, ficaram registrados para a gloria desse brasileiro adotivo (...) Começou então para o nosso collega uma verdadeira peregrinação pela imprensa e o seu talento deixou vestígios na *Gazeta de Notícias*, no *Jornal do Brazil*, no *Industrial* e em muitos outros jornaes. Infelizmente, porém, esta Capital Federal ainda não é o que muita gente pensa, e um jornalista que se occupa de cousas da arte não encontra trabalho remunerador que baste para prover a subsistência de uma família decente. Além disso, Alfredo Camarate nunca procurou ter leitores por meio de escândalos; nunca embebeu sua penna na baba da inveja ou no fel da calúnia e, finalmente, nunca procurou obter collocações para que não estivesse habilitado, ameaçando com a diffamação, no jornal em que escrevia, prevalecendo-se da circulação deste. Nada disso. Alfredo Camarate teve sempre a compreensão nítida e elevada do papel da imprensa, da sua responsabilidade, e nunca transitou com a sua probidade de jornalista. (*Gazeta Musical* do Rio de Janeiro *apud* Segantini, 2010, p. 14)

Coutinho e Sousa (2001, p. 406) enumeraram outros pseudônimos de Camarate (A. Fava, Frei Alfredo da Penitência Riancho, Callado, Júlio Huelva, Tonhão Pimenta). Também listaram outros periódicos em que o escritor português trabalhou: *O Mosquito* (1874-1876), *Gazeta de Notícias* (1875-1891), *Diário Popular* (1877-1882), *O Besouro*

(1878-1879), *Correio Paulistano* (1899), *Gil Brás* (1903). Em Minas Gerais, Thiago Costa (2014) apontou que Camarate escreveu no *Jornal de Minas Gerais* (Ouro Preto) e n' *O Contemporâneo* (Sabará). Curioso é que mesmo com tamanha lista, a revista *A Música Para Todos* não apareceu entre os periódicos que receberam a contribuição dele, isso levou a crer que a lista pode ser um pouco maior.

Alfredo Camarate passou o início da década de 1890 em Minas Gerais, onde trabalhou como engenheiro e arquiteto de diversas casas e edificações em Belo Horizonte, cidade que seria inaugurada em 1897. Não há informações na literatura consultada sobre quando o jornalista deixou Minas Gerais para morar em São Paulo, mas foi na capital paulista que ele morreu, pobre, em 1904, aos 64 anos de idade. Na ocasião, o jornal *Estado de S. Paulo* publicou um texto na coluna de “Falecimentos”, na edição do dia 28 de janeiro de 1904, sem assinatura, em que narrou o sepultamento do jornalista. O texto reconheceu a importância de Camarate como um crítico de música justo e imparcial. “Camarate soube e pôde sustentar por longos anos uma situação, ambicionada e disputada por muitos; não foi, pois, um simples satellite da redacção do *Jornal*, foi um astro de primeira grandeza, brilhando com luz própria” (Estado de S. Paulo, 1904). Nenhum colega do periódico *A Música Para Todos* teve a presença citada na matéria do jornal.

4.3 Produtores de conteúdo de *Ariel*

Não foi uma tarefa fácil apontar quem foram os colaboradores reais da revista *Ariel*. Confiar na lista de colaboradores apenas se baseando no sumário (pois não existia uma seção de expediente) seria uma imprudência neste caso, pois os editores faziam uso de vários pseudônimos, em especial Mário de Andrade, que tinha esse hábito. Apenas em *Ariel*, ele usou seis (Toni, 2008). Como a revista republicou muitos textos traduzidos, tivemos ainda que descartar o nome desses autores da lista de colaboração. Mas isso também se mostrou uma tarefa ingrata, pois nem sempre a tradução ou a republicação era devidamente creditada. Isso nos forçou usar as ferramentas de buscas para tentar encontrar pistas e indicativos a fim de averiguar se aquela contribuição era original para a revista, ou se foi uma reprodução. As evidências apontaram que a maioria das contribuições estrangeiras veio de traduções de textos publicados originalmente em outros periódicos ou livros.

Também desconsideramos todas as pessoas que foram creditadas por causa da publicação de poemas. Excluímos essas contribuições porque nos interessa aqui o conteúdo com características jornalísticas. Feito esse trabalho, de um total de 47 nomes

iniciais, entre autores de poemas e de textos traduzidos para a revista, filtramos para apenas 14 colaboradores que proveram material exclusivo para a revista. Destes, não conseguimos confirmar a identidade de três, como pode ser observado na tabela abaixo.

Tabela 11 – Produtores de conteúdo de *Ariel*

Nome	Nacionalidade	Profissão	Função
Antônio de Sá Pereira	Brasileira	Músico, escritor, jornalista	Diretor
Mário de Andrade	Brasileira	Músico, musicólogo, escritor, jornalista, fotógrafo, etc.	Colaborador/ Diretor
Antônio Paim Vieira	Brasileira	Artista plástico, pintor, ilustrador	Ilustrador/cartunista
Álvaro Moreyra	Brasileira	Poeta, cronista, jornalista	Colaborador
E. da Silva Monteiro	-	-	Colaborador
Furio Franceschini	Italiana	Músico	Colaborador
Jayme Gomes	-	-	Colaborador
João Octaviano Gonçalves	Brasileira	Músico	Colaborador
Leone Arrigo Minto	Italiano	Professor, pesquisador	Colaborador
Manuel Bandeira	Brasileira	Escritor, jornalista, professor, tradutor	Colaborador
Renato Almeida	Brasileira	Musicólogo, Jornalista e advogado	Colaborador
Saul Torres	-	-	Colaborador
Sérgio Milliet	Brasileira	Escritor, pintor e jornalista	Colaborador especial
Yan de Almeida Prado	Brasileira	Historiador, pintor, jornalista	Colaborador

Fonte: própria autora – 2022

Sem conseguir identificar as biografias de Silva Monteiro, Jayme Gomes, Saul Torres, e existe a possibilidade de esses se tratarem também de pseudônimos, trabalhamos de agora em diante com apenas 11 nomes de *Ariel*. Fazemos a anotação também da participação do artista plástico Antônio Paim Vieira, que assinava como Paim, um importante profissional que deu a revista uma unidade visual modernista e folclorista, movimentos que eram caros aos intelectuais à época, tal como os artistas envolvidos com a belas artes. Mesmo não contribuindo com conteúdo textual, Paim foi fundamental na criação da identidade visual modernista de *Ariel*, como falamos a respeito no capítulo anterior.

Dos 11 profissionais, apenas dois colaboradores eram estrangeiros: os italianos Furio Franceschini e Leone Arrigo Minto. O maestro Furio Franceschini estava radicado no Brasil e Arrigo Minto foi um professor italiano contemporâneo de Luigi Chiaffarelli, e autor do livro *Cabrino Fondulo: Senno Storico*, cuja primeira edição data de 1896. Arrigo Minto colaborou com uma homenagem a Chiaffarelli, que morreu em julho de 1923, na primeira edição de *Ariel*, de outubro do mesmo ano. Aparentemente, os dois eram amigos próximos, como podemos presumir em passagens como, por exemplo: “Há quase um ano: elle estava convalescendo de uma crise ameaçadora: sahiamos juntos da

casa de saúde da Avenida; de cada villa, de cada terreno, elle evocava uma história, datas e nomes” (*Ariel*, nº1, p. 13).

A carreira de jornalista esteve fortemente vinculada a sete desses produtores de conteúdo, como são os casos de Sérgio Milliet, Manuel Bandeira, Yan de Almeida Prado e Álvaro Moreyra. A carreira de músico (com as respectivas adjacências: compositor, professor, maestro, instrumentista) foi assinalada em quatro: além de Furio Franceschini, temos os dois editores e também João Octaviano Gonçalves, que teve uma longa carreira como compositor, professor e articulista musical. Antônio de Sá Pereira e Mário de Andrade são os únicos que tiveram carreiras de músico e de jornalista combinadas.

Existiu em *Ariel* a presença de pessoas também identificadas como pintores, como são os casos do próprio Paim, de Sérgio Milliet e de Yan de Almeida Prado. Isso é um reflexo da integração das artes proposta na Semana de 22 pela primeira geração modernista, que pensava nas artes como uma entidade conectada entre si, com a atualidade, e com as inovações tecnológicas e científicas à época.

Embora as mulheres tenham sido assunto de muitos artigos e notícias em *Ariel* – algumas delas foram capa da revista, inclusive –, nenhuma colaborou com o conteúdo editorial e jornalístico. Pensamos que isso pode ter sido fruto do momento, da primeira metade dos anos 1920, em que as mulheres da primeira geração modernista foram destacadas nas artes plásticas, com destaque absoluto para Anita Malfatti e Tarsila do Amaral, pouco contribuíram com a imprensa ao longo da vida. A primeira grande jornalista de música e que foi discípula de Mário de Andrade foi Mariza Lira, que só viria a iniciar tal carreira no final dos anos 1930. Falaremos de Mariza Lira mais adiante neste capítulo.

No que diz respeito a notoriedade, podemos dizer com tranquilidade que dez dos 11 produtores de conteúdo foram pessoas importantes na cultura brasileira. Apenas o professor Arrigo Minto foi um ilustre desconhecido nesse sentido.

4.3.1 Trajetórias

Para fazer o estudo mais refinado sobre os principais profissionais que participaram na revista *Ariel*, tal como os textos que eles escreveram, dentro dos nossos critérios estabelecidos (hierarquia, produção e notoriedade), foram escolhidos os dois diretores da revista, Antônio de Sá Pereira e Mário de Andrade, e também os dois colaboradores mais ativos, Sérgio Milliet e Manuel Bandeira.

4.3.1.1 Antônio de Sá Pereira (1888-1966)¹²⁴



O professor Antônio de Sá Pereira teve uma trajetória profissional marcada especialmente na área da pedagogia musical. A carreira como compositor e como concertista não foi tão proeminente quanto as contribuições que ele deixou sobre a organização e a sistematização do ensino musical brasileiro. Se Luigi Chiaffarelli foi o sistematizador do ensino de piano no Brasil, Sá Pereira contribuiu para a implementação e a sistematização do ensino da música tanto em nível básico, para crianças e jovens, quanto para formação superior. Assim como tantos outros

músicos, ele também teve passagens na imprensa como crítico e articulista, muito embora isso tenha sido uma parte menor da trajetória de Sá Pereira.

Os estudos acadêmicos dedicados ao músico são menos numerosos, se comparados a exuberância de estudos e obras dedicadas a Mário de Andrade. No levantamento bibliográfico que fizemos sobre Sá Pereira, destacam-se os estudos de Fátima Monteiro Corvisier (2011), de Isabel Nogueira (2008), e de Fernando Vago Santana (2016). Destes, apenas Isabel Nogueira dedicou-se a compreender o Sá Pereira articulista do modernismo, em uma análise que fez sobre os textos do músico publicados pela imprensa da cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. Os demais são estudos que se dedicaram a examinar o pedagogo Sá Pereira, mas com acenos aos textos publicados em periódicos, além da criação da revista *Ariel*. O que a nossa pesquisa indicou foi que a participação de Sá Pereira foi bem mais modesta do que dos demais profissionais aqui analisados em profundidade.

Antônio Leal de Sá Pereira nasceu em 1888, ano da abolição da escravatura no Brasil, em Salvador, Bahia. Filho de comerciante, Sá Pereira foi enviado para estudar na Alemanha aos 12 anos de idade, continente onde passaria os 17 anos seguintes. Chegou a ser aceito na Escola Politécnica de Munique e também na Escola Politécnica de Berlim-Charlottenburg, para estudar Química e Usinagem, mas deixou o curso para se dedicar inteiramente no estudo na música. Se a formação inicial em música foi na escola alemã

¹²⁴ Retrato de Antônio de Sá Pereira feito por Antônio Paim Vieira (1924)

wagneriana, foi no Conservatório Schola Cantorum, em Paris, sob supervisão do professor Ferdinand Motte-Lacroix onde teve contato com a música modernista. A guerra fez Sá Pereira deixar Paris e ir para a Suíça, onde continuou os estudos (àquela altura, também já exercia a docência), até o retorno ao Brasil em 1917 (Corvisier, 2011).

Foi a convite de Guilherme Fontainha, diretor do Conservatório de Música de Porto Alegre, que tinha um projeto de interiorização do ensino da música no estado, que Sá Pereira assumiu a direção do Conservatório de Música de Pelotas em 1918. De acordo com Fátima Monteiro Corvisier (2011), Sá Pereira colaborou com a imprensa local de Pelotas como crítico, porque considerava que isso era importante para as pessoas desenvolvessem a cultura musical na cidade. A crítica era, portanto, parte da didática do professor de música. Corvisier (2011) pontuou a colaboração apenas no jornal local *Diário Popular*, mas Isabel Nogueira (2008) mostrou que há textos publicados no jornal *Opinião Pública*, e também na revista *Ilustração Pelotense* entre 1918 e 1922.

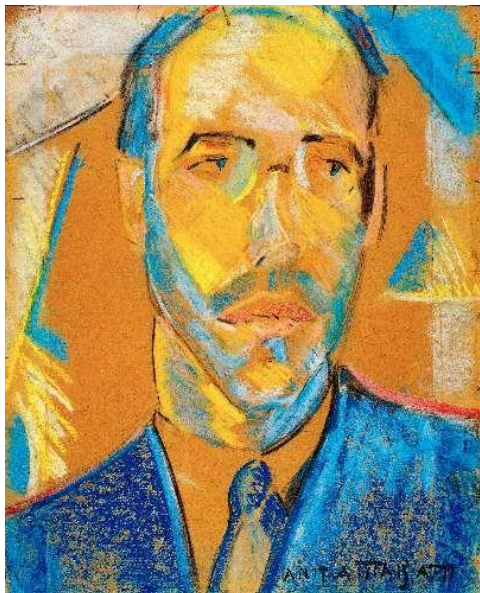
Na época em que ele deixou o Rio Grande do Sul para morar em São Paulo, fez amizade com os modernistas, em especial com Mário de Andrade, que à época, ainda era professor no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, além de também ser crítico de música. Sá Pereira trouxe na bagagem o projeto de fazer uma revista dedicada a música modernista que se chamaria Magma: Magazine de Música e Artes. O projeto, financiado pela editora Campassi & Camim, foi concretizado como *Ariel* (Toni, 2015; Corvisier, 2011).

A saída da *Ariel* encerrou as colaborações de Sá Pereira no mundo editorial jornalístico e comercial, mas ele ainda colaborou esporadicamente com a acadêmica *Revista Brasileira de Música*, fundada em 1934, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Sá Pereira também lançou oito livros didáticos e pedagógicos sobre música e técnicas de piano. O primeiro deles foi *Ensino Moderno de Piano*, de 1933. Depois da experiência como diretor de um periódico, Sá Pereira voltou-se para o ensino, lecionando no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, além de dar aulas na cidade de Santos. Nos anos 1930, foi lecionar no Conservatório Brasileiro de Música do Rio de Janeiro, se envolveu com o projeto de reforma do ensino musical do Instituto Nacional de Música, no Rio de Janeiro, que seria transformado em uma instituição de ensino com grau acadêmico superior (Corvisier, 2011).

Sá Pereira foi o membro-fundador da Academia Brasileira de Música, cujo primeiro presidente foi Heitor Villa-Lobos (outro amigo próximo). Ele ocupou a cadeira

nº6, cujo patrono é Damião Barbosa de Araújo. Ele se aposentou em 1955 por problemas de saúde, e morreu em 1966, no Rio de Janeiro.

4.3.1.2 Mário de Andrade (1893-1945)¹²⁵



Escrever a biografia de Mário de Andrade para fins desta tese, significou selecionar e resumir o bom volume bibliográfico que existe sobre esse pensador brasileiro. Uma breve pesquisa no banco de teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) com a palavra-chave “Mário de Andrade”, com delimitação de resultados apenas para as Ciências Humanas nos mostrou mais de 300 estudos registrados entre teses e dissertações.

Entre as obras não-acadêmicas, encontramos biografias sobre o pensador, livros que catalogaram correspondências e coletâneas de textos. Não checamos a quantidade de artigos gerados a partir de Mário de Andrade, porque ferramentas como o Google Acadêmico indicam mais de quatro mil resultados. O próprio deixou uma vasta bibliografia. Até 1946 foram publicados 26 livros de Mário de Andrade. Esse número cresce com as obras póstumas, que incluem publicações de correspondências e coletâneas de textos de vários gêneros e propósitos.

A boa quantidade de estudos e coletâneas póstumas é em decorrência ao grande volume de textos deixados por Mário de Andrade, além da importância da figura dele para a cultura brasileira. Ele escreveu para 23 jornais diários e 30 revistas (Tércio, 2019). O Instituto de Estudos Brasileiros (IEB), da Universidade de São Paulo, reuniu ainda um impressionante catálogo com cerca de 30 mil manuscritos e documentos relacionados a esse intelectual. Mário de Andrade é uma personalidade capaz de gerar a própria área temática nos estudos acadêmicos, que são chamados de “estudos críticos andradinos” (Castro, 2016). No entanto, o nosso propósito aqui é compreender uma pequenina parte da contribuição dele ao jornalismo de música por meio da revista *Ariel*.

Mário Raul de Moraes Andrade, ou Mário de Andrade, nasceu, cresceu e morreu na cidade de São Paulo, local que impactou profundamente a obra dele. Segundo Castro

¹²⁵ Retrato de Mário de Andrade feito por Anita Malfatti (1922)

(2016), o verso “eu sou trezentos, sou trezentos e cinquenta”, do livro *Poesias*, publicado em 1941, era a perfeita definição de um homem que foi realmente múltiplo pelos inúmeros papéis e carreiras que seguiu ao mesmo tempo: poeta, cronista, romancista, articulista, folclorista, músico e musicista, etnólogo, jornalista, fotógrafo, professor, administrador, agitador cultural, etc.

Para Eduardo Jardim (2015), a mais importante produção de Mário de Andrade concentra-se entre os anos 1917, ano inaugural do modernismo no Brasil, a 1938, com a instauração do Estado Novo e o autoexílio no Rio de Janeiro, como consequência de uma série de desilusões políticas e profissionais. “Nesses 20 anos, ele foi figura central da vida intelectual do país” (Jardim, 2015, s/p). A capital paulista moldou Mário, e ele foi um dos melhores tradutores de São Paulo. De acordo com Jardim (2015), a cidade era a obsessão dele. Mário de Andrade deixou uma vasta obra de poesias e textos inspirados em São Paulo. Entre eles, por exemplo, *Inspiração*, poema que integra o livro *Paulicéia Desvairada* (1922), ele começa com o verso: “São Paulo! Comoção da minha vida...”

Os estudos da música começaram em 1911, quando ingressou, juntamente com o irmão mais moço, Renato, no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo. Passou a lecionar piano e história da música dois anos depois e, em 1922, tornou-se catedrático em estética e história da música. Mário de Andrade não seguiu a carreira de concertista devido a um tremor que tinha nas mãos, atribuído ao estresse e ao trauma causado pela morte prematura do irmão mais moço em 1913 (Jardim, 2015; Tércio, 2019). Isso nunca o impediu de lecionar, de compor, e tão pouco de ser um grande estudioso no assunto.

O conhecimento musical de Mário o levou para o jornalismo. Foi contratado, em 1918, pelo jornal *A Gazeta*, de São Paulo, como crítico de concertos e espetáculos que aconteciam na capital paulista. Esse foi o primeiro passo de uma longa carreira na imprensa, que faria Mário contribuir com diversos diários e periódicos. Mário escreveu para a *Klaxon*, em 1922, considerada a primeira revista sobre arte modernista brasileira. Mário também escreveu em revistas como *Correio Musical Brasileiro*, *Revista do Brasil*, *Miscelânea*, *Papel e Tinta*, *Ilustração Brasileira*, *Weco*, entre outras. Foi articulista e crítico musical em jornais como *Terra Roxa*, *A Manhã*, *Jornal do Commercio*, *Diário Nacional*¹²⁶, entre outros. Isso apenas durante a década de 1920.

Não era um homem “de redação”, ou seja, não usava cadeira e mesa em nenhum desses veículos de imprensa, embora recebesse pelas contribuições que prestava. Escrevia

¹²⁶ De acordo com Paulo Castagna (1993), Mário de Andrade escreveu mais de 400 artigos sobre música no Diário Nacional. O diário era também o veículo de comunicação do Partido Democrático.

do próprio escritório, e depois enviava os textos às redações dos jornais ou aos escritórios das revistas. Porém, até o final da década de 1920, o emprego que lhe garantia o salário base de todo mês (que lhe assegurava solidez financeira) era de professor no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo. Toda a produção literária, acadêmica e jornalística aconteceu paralelamente a carreira de professor de música (Jardim, 2015; Tércio, 2019).

Mário de Andrade escreveu, ainda na década de 1920, duas obras-chave para o movimento literário modernista: *Paulicéia Desvairada* (1922), considerado o primeiro livro dele de poesias modernistas, e o romance *Macunaíma* (1928), fruto das observações de Mário sobre o povo brasileiro, feito em viagens em diversas regiões do País. De acordo com os dois biógrafos, Jardim (2015) e Tércio (2019), as viagens de Mário de Andrade especialmente à Minas Gerais, e nas regiões Norte e Nordeste do Brasil foram fundamentais nos estudos folcloristas e antropólogos que ele desenvolveu.

A carreira de jornalista e de crítico musical, ao lado das aulas de piano, foi uma importante base financeira de Mário de Andrade até a primeira metade da década de 1930. Ele foi contratado como crítico pelo *Diário de S. Paulo*, do grupo de Assis Chateaubriand, ganhando um salário mensal de 400 mil contos de réis, equivalente a dois salários mínimos à época (Tércio, 2019). Cerca de 160 artigos e ensaios sobre música para esse veículo, foram reunidos no livro *Música e Jornalismo*, lançado em 1993 pela editora Hucitec.

A política entrou na vida do intelectual ainda em meados dos anos 1920, quando ele se filiou ao Partido Democrático, que fazia oposição ao então governo representado pelo Partido Republicano Paulista¹²⁷. O Partido Democrático apoiava a chapa formada por Getúlio Vargas e João Pessoa nas eleições, Mário, em especial, ansiava por uma reforma geral nas políticas culturais e que faziam parte da agenda de ações da chapa formada por Vargas e Pessoa.

A chapa oposicionista foi derrotada nas urnas por Júlio Prestes, que representava a situação. Houve então, um movimento armado em 1930, que deu um Golpe de Estado, impedindo a posse de Júlio Prestes sob a justificativa de que as eleições foram fraudadas. Getúlio Vargas assumiu a frente de um governo provisório entre 1930 e 1937, e ele se tornaria um ditador populista com o Estado Novo (1937-1945). Mário comemorou o golpe de estado (Jardim, 2015). Na segunda metade da década de 1930, ele assumiu a

¹²⁷ Ironicamente, após o Golpe de 1930, o Partido Democrático e o Partido Republicano Paulista se tornariam aliados contra o governo Getulista (Tércio, 2019).

administração do Departamento Municipal de Cultura e Recreação, a convite do então prefeito de São Paulo, Fábio Prado. Entre outras ações, Mário de Andrade lançou bases para a fundação da Orquestra Sinfônica de São Paulo, organizou exposições gratuitas, bibliotecas públicas itinerantes, e uma discoteca pública. O Departamento também fundou o Clube de Etnografia, que financiou projetos de pesquisa, entre outros, de Claude Lévi-Strauss. Mário de Andrade ficou no cargo de 1935 a 1938, quando saiu depois que o Departamento foi desmontado financeira e politicamente, a mando do governo ditatorial de Getúlio Vargas no Estado Novo, e depois que ele próprio sofreu um processo de fritura de reputação¹²⁸ (Jardim, 2015; Tércio, 2019).

De acordo com Jardim (2015) aconteceu uma situação paradoxal, pois o governo de Vargas, por meio do ministro Capanema, se apossou do projeto modernista, que era essencialmente antiautoritário e coletivista, e o subverteu de modo que as diretrizes fossem impostas de modo centralizadora e autoritária. Outro paradoxo, foi que o governo Vargas tinha propostas de tirar o privilégio da cultura das elites para humanizá-la e disseminá-la a toda população. Por outro lado, todos os instrumentos culturais que existiam ficaram sob comando dessas mesmas elites intelectuais. Para Tércio (2019), as políticas culturais nunca foram prioridades de governo, e a razão para que as elites políticas durante o Estado Novo voltassem a atenção para elas foi pelo o único propósito de controle.

Mário de Andrade seguiu para o Rio de Janeiro devido a desilusão política e ao esgotamento emocional. Mesmo no autoexílio carioca, onde ele lecionou literatura na Universidade do Brasil¹²⁹ e desenvolveu uma carreira de acadêmico ao assumir cadeiras em associações de pesquisadores, ele ainda teve um contrato para escrever para o jornal *Estado de S. Paulo* e colaborava com o suplemento literário dominical do jornal carioca *Diário de Notícias*. Além do trabalho remunerado, havia também uma aproximação ideológica de Mário com esses jornais que faziam oposição ao governo Getulista, da qual o intelectual tornou-se um antipático. Paralelo a isso, ele continuou ainda com colaborações à periódicos, em especial à *Revista do Brasil* (Castro, 2016).

¹²⁸ Mário foi afastado do cargo após acusações de má gestão do dinheiro público, algo que nunca foi provado (Jardim, 2015, p. 142).

¹²⁹ Mário se aproximaria na ocasião de pesquisadores, jornalistas e estudantes, entre eles Mariza Lira e Lúcio Rangel, que passariam a ser conhecidos como folcloristas urbanos, e que teriam um papel fundamental na construção do pensamento sobre a cultura popular no Brasil, além de também escreverem na *Revista da Música Popular*, nos anos 1950, na qual estudaremos no próximo capítulo. Ver mais em Castro (2016).

Voltou a morar em São Paulo em 1942, retorno que também lhe garantiu um novo vínculo empregatício no Conservatório Dramático e Musical de S. Paulo, além de continuar a escrever para o *Estado de S. Paulo*. Nos anos que seriam os últimos da vida dele, Mário dedicou-se a produção literária e aos estudos sobre o tema e também sobre a música. Morreu em fevereiro de 1945, aos 51 anos de idade, devido a um enfarte. A morte dele teve grande repercussão e foi tratada com honras e homenagens para um pensador, que não se via acontecer no país desde a morte de Machado de Assis em 1908 (Tércio, 2019).

Vimos, portanto, que a frase “eu sou trezentos, sou trezentos e cinquenta” representa muito bem a alta produtividade intelectual desse pensador. Uma inquietude que se refletiu também na atuação dele como jornalista, desempenhando os papéis de articulista e de crítico de música para diversos veículos, em que não raro, escrevia para mais de um ao mesmo tempo. Fazer um levantamento de tudo não é uma tarefa simples para o estudioso “andradino” devido, também, as diversas formas como ele assinava os textos, e a quantidade de pseudônimos.

Toni (2015), Castagna (1992), Jardim (2015) e Tércio (2019) mostram que Mário de Andrade usava variações de assinatura com o próprio nome: Moraes de Andrade, Mário Raul, Raul de Moraes. Os pseudônimos também foram diversos. A primeira obra literária, *Há uma gota de sangue em cada poema*, de 1917, foi publicada pela primeira vez sob o pseudônimo de Mário Sobral. Dos textos para a imprensa, Mário usou uma vasta lista deles: Pedro de Alencar, Sacy Pererê, Antônio Cabral, Pau D’Alho, Don José, Octacílio Alecrym, Leocídio Pereira, além de todos aqueles já mencionados que Mário usou em *Ariel*, sendo o mais famoso como Florestan. Muitos desses pseudônimos foram revelados por meio de cartas que ele escrevia aos amigos, e que assim o fazia porque se sentia “medroso e humilde” (Toni, 2015; Tércio 2019).

Mário de Andrade é o patrono da cadeira nº40 da Academia Brasileira de Música, lugar que em 2020 está ocupado pela pesquisadora andradina Flávia Toni. Mesmo sendo reconhecido em vida como um dos maiores intelectuais do país, ele jamais ocupou uma cadeira na Academia Brasileira de Letras.

4.3.1.3 Sérgio Milliet (1898-1966)¹³⁰

¹³⁰ Retrato de Sérgio Milliet feito por Tarsila do Amaral (1923)



Há muitas biografias resumidas a respeito de Sérgio Milliet, que vão desde a usual Wikipedia, passando pela Enciclopédia Itaú Cultural, a Editora Globo, e existe até um resumo na página da empresa fabricante de tintas Acrilex. Isso é um indicativo não apenas da importância de Milliet como artista e intelectual, como da diversidade de áreas na qual passou: foi poeta, pintor, jornalista, sociólogo, tradutor. Músico não é uma carreira que está nessa lista. É possível encontrar um bom número de estudos sobre o intelectual em teses, dissertações e livros. Por isso, a tarefa em montar essa biografia não foi difícil. Ela foi baseada em especial nas informações da Enciclopédia Itaú Cultural, das pesquisas de Renata Rufino (2017), Maria Luiza Guarnieri (1999), além do texto “Auto-Retrato” do próprio Milliet (1982), entre outros autores.

Tal como Mário de Andrade, Sérgio Milliet da Costa e Silva nasceu e morreu em São Paulo. Mas diferente do amigo, que nunca saiu do Brasil, Milliet passou quase 15 anos (não seguidos) residindo na Europa. Foi, em 1912, para a Suíça, em um momento em que deixou de ser um garoto rico, para se transformar em um moço pobre que precisava trabalhar e se virar. Entre os trabalhos que fez, foi até dançarino (Milliet, 1982). Estudou Ciências Econômicas e Sociais na Escola de Genebra, e formou-se como sociólogo na Universidade de Berna (Pinheiro, 2018), porém as artes plásticas e literárias sempre o atraíram. Diferentemente do que aconteceu a tantos outros na qual mencionamos nesta tese neste e nos capítulos anteriores, ele não estudou música. Começou a publicar poemas em 1917 na revista suíça *Le Carmel*, que foi a primeira das muitas revistas europeias em que colaborou com poeta, crítico ou articulista (Rufino, 2017; Pinheiro, 2018).

Uma delas foi a revista belga *Lumière*¹³¹, que publicou diversos artigos de Milliet, inclusive o relato da Semana de Arte Moderna, na edição nº7 de *Abril* de 1922. Ele

¹³¹ A revista belga *Lumière* circulou mensalmente de 1919 até 1923, sob direção do dramaturgo e ensaísta Roger Avermaete. Fundada em agosto de 1919 na cidade de Antuérpia, a revista tratava de assuntos sobre a vanguarda artística, e também abria espaços para a política, e temas humanitaristas.

retornou ao Brasil em 1920, quando conheceu e se aproximou de Mário e Oswald de Andrade, amizade que se estenderia por muitos anos. Ele apresentou poemas na Semana de 22, e escreveu para a revista *Klaxon*. A primeira revista produzida pelo movimento modernista tinha uma relação estreita com a *Lumiére*. O diretor do periódico belga, Roger Avermaete, fez correspondências para a *Klaxon*, trazendo notícias sobre a cena artística na Bélgica e na França. Essa intermediação foi possível graças a Sérgio Milliet (Rufino, 2017).

Este foi um entre os vários casos de intermediação que ele fazia entre as vanguardas brasileira e europeia. Milliet traduzia e enviava artigos publicados em revistas estrangeiras para os colegas brasileiros, fazendo o caminho inverso, traduzia diversos textos e poemas brasileiros modernos e os publicava em revistas da Europa (Guarnieri, 1999). Esse tipo de mediação deu a Milliet o apelido de ponte. “É por seu intermédio, por exemplo, que Di Cavalcanti entra em contato com Braque, Picasso, Blaise Cendrars, Jean Cocteau” (Guarnieri, 1999, p. 44). Essa é uma fama, porém, que o próprio Milliet não gostava. No texto “Auto-Retrato”, originalmente publicado em 1943, ele diz que se pudesse faria desaparecer muitas coisas na própria vida. “Desejaria escamotear mesmo uma dezena deles, pelo menos, para fugir da classificação de homem-ponte, como muito me honrou a nova geração. As pontes se dinamitam nas retiradas e a perspectiva não me entusiasma” (Milliet, 1982).

As contribuições na imprensa são vastas. No Brasil, colaborou, além da *Klaxon* e da *Ariel*, com a *Revista do Brasil* no papel de correspondente em Paris (ele voltou para a Europa em 1923, regressando ao Brasil em 1925), além de *Terra Roxa*. Mas é na década de 1930 que Milliet se assumiu como jornalista, como ele se nomeia no auto-retrato. Disse ter sido treinado como jornalista nos diários *Diário Nacional* (onde também seria gerente) e *O Tempo* (Milliet, 1982). Ele assumiu a posição de crítico de arte no *Estado de S. Paulo*, ofício que desenvolveu e traçou parâmetros para as gerações seguintes (Santana, 2009; Rufino, 2017). Também nos anos 1930 fundou com Oswald de Andrade e Afonso Schmidt a revista *Cultura*, que teria pouca duração.

“Como todo jornalista que se preza” (Milliet, 1982), ele trabalharia também com a administração pública. Politicamente, foi colega de Mário de Andrade e Manuel Bandeira como filiado ao Partido Democrático (foi um dos fundadores). Ele ajudou a idealizar o Departamento Municipal de Cultura e Recreação de S. Paulo, onde assumiu o cargo de chefe da Divisão de Documentação Histórica. De acordo com Paollilo (2019), Milliet incluiu nas políticas públicas do partido, a agenda modernista de educação e

difusão da cultura. Dos produtores de conteúdo aqui estudados em detalhes, Milliet foi o mais militante na política.

Sobre outros trabalhos na gestão pública, Milliet se envolveu diretamente na criação no Museu de Arte moderna de São Paulo, o MAM, fundado em 1948, e terminou a carreira na administração pública como diretor da Biblioteca Municipal de S. Paulo (1942-1959). Como pintor, Milliet fez sete exposições coletivas entre 1942 e 1956, sendo duas delas na Bienal de Veneza. Publicou mais dez livros entre poesias, ensaios, críticas e crônicas. Morreu em São Paulo aos 68 anos de idade,

4.3.1.2 Manuel Bandeira (1886-1968)¹³²



Tanto das biografias online consultadas, quanto nos trabalhos acadêmicos, o que é ressaltado na trajetória de Manuel Bandeira é a carreira dele como poeta. É um “imortal”¹³³ que assumiu, em 1940, uma cadeira na Academia Brasileira de Letras. Talvez, devido à grande atenção ao trabalho literário de Bandeira, que as contribuições do intelectual em jornais e revistas como cronista, articulista e crítico (de literatura, de artes plásticas e de música) foram menos estudadas. Como consequência, o lado jornalista e crítico de Bandeira foi tratado de

maneira superficial na literatura que consultamos. Pesquisamos duas biografias online: a primeira do site da Academia Brasileira de Letras¹³⁴, em que o imortal Manuel Bandeira foi o terceiro a ocupar a cadeira nº24. A segunda biografia, que completa muitas informações em relação à primeira é do projeto Releituras¹³⁵.

Tal como Mário de Andrade, dezenas foram os trabalhos acadêmicos dedicados a Bandeira, o que não tornou prática a tarefa de checar uma a uma. Procuramos identificar aquela que podia nos dar pistas sobre o lado musical dele, ou que fornecesse um bom material biográfico. Escolhemos, portanto, nos basear nos estudos de Gil Roberto

¹³² Retrato de Manuel Bandeira feito por Cândido Portinari (1931).

¹³³ Os membros da Academia Brasileira de Letras são apelidados de imortais.

¹³⁴ Ver em: <http://www.academia.org.br/academicos/manuel-bandeira/biografia> acessado em abril de 2020.

¹³⁵ Ver em: http://www.releituras.com/mbandeira_bio.asp acessado em abril de 2020.

Negreiros (2008), Pedro Marques (2003), Luciano Cavalcanti (2009) e Marcus Mazzari (2002). Também usamos com referência o poema “Auto-Retrato”, e as informações contidas no livro *A Cinza das Horas*, do próprio Manuel Bandeira (1976; 2014).

Manuel Carneiro de Sousa Bandeira Filho nasceu na cidade de Recife, Pernambuco, em 1886. Foi educado em escolas do Rio de Janeiro e de São Paulo. Fez o bacharelado em Letras e chegou a começar a graduação em arquitetura, mas precisou interromper os estudos quando foi diagnosticado, ainda jovem, com tuberculose. Foi a busca pela cura dessa doença que o levou a um sanatório a Suíça em 1913, quando conheceu o poeta francês Paul Éluard e do húngaro Charles Picker. Nenhum autor explica, porém, porque isso foi importante, além da amizade estabelecida. Mas foi nesse período no asilo em que Bandeira escreveu vários dos poemas que foram publicados no primeiro livro, *A Cinza das Horas*, em 1917 (Bandeira, 2014). O poeta voltou ao Brasil em 1914 por causa da eclosão da 1ª Guerra Mundial.

O “poeta ruim que arte da prosa envelheceu na infância da arte” (Bandeira, 1976), publicou 17 livros de poesias em vida. *A Cinza das Horas* foi um livro parnasiano e simbolista, com lampejos modernistas. Bandeira só se converteu totalmente ao modernismo depois de conhecer Mário e Oswald de Andrade em 1921 (Marques, 2003; Negreiros, 2008). É interessante os textos consultados não dizerem especificamente quando Bandeira passou a contribuir com a imprensa como cronista, articulista e crítico. Sabe-se que ele enviava poemas para a publicação em jornais e revistas, mas parece ter sido com modernistas que ele começou a exercitar o lado jornalista, como articulista, cronista e crítico de artes.

Após a semana de 1922, Manuel Bandeira colaborou com a *Klaxon*, *Terra Roxa*, *Revista Antropofágica*, *Revista Nova*, *A Ideia Ilustrada*, além da *Ariel*. Dos diários, ele escreveu crônicas e críticas culturais em *A Província* (Recife), *O Estado de Minas* (Belo Horizonte), *A Noite* e *Diário Nacional* (São Paulo), *A Manhã* e *Jornal do Brasil* (Rio de Janeiro). Ele se autodefiniu como um “cronista de província” (Bandeira, 1976), e lançou, em vida, mais 15 livros em prosa, entre eles, coleções das crônicas anteriormente publicadas na imprensa (Bandeira, 2014).

Manuel foi um crítico de artes, no sentido de que fez comentários a respeito de diversas delas, inclusive de cinema. Dos quatro profissionais que aqui analisamos em detalhes, ele pertenceu a metade que nunca foi músico (o outro foi Sérgio Milliet), mas que amava a música. No auto-retrato, escreveu ser um músico frustrado “engoliu um dia o piano, mas o teclado ficou de fora” (Bandeira, 1976). Não sei dizer se aqui está a origem

da expressão de que “todo crítico é um frustrado”, mas apesar de admitir poeticamente tal condição, é certo que Manuel Bandeira não se omitiu a dizer o que pensava a respeito.

Tal como Mário de Andrade e Sérgio Milliet, Manuel Bandeira também foi apoiador do Partido Democrático. De acordo com Dimas (1977), assim como os companheiros, ele levou ao partido preocupações em relação a difusão e a educação para a cultura. Foi com esse intuito que ele colaborou com o jornal *Diário Nacional*, que era o veículo do partido.

Manuel Bandeira parecia não estar preocupado o mínimo com produção ficcional para os jornais. Grosso modo, sua orientação era a de afirmar certos traços de nacionalidade cultural, o reconhecimento de valores pretéritos e a pertinência das proposições modernistas. Sem descambar para posições radicais, Bandeira usava o DN como veículo de ensinamento e de divulgação. (Dimas, 1977. P. 36)

Manuel Bandeira, que passou a vida inteira achando que sucumbiria jovem e de tuberculose, faleceu aos 82 anos de idade de hemorragia gástrica em outubro de 1968.

4.4 Produtores de conteúdo da *Revista da Música Popular*

Foram 63 nomes que assinaram textos na *Revista da Música Popular* ao longo das 14 edições lançadas, exceto a edição especial sobre a morte de Carmen Miranda. Tal como a *Ariel*, não havia uma sessão de expediente, mas a *RMP* disponibilizou ao longo das edições uma lista de 34 creditados (incluindo os diretores Lúcio Rangel e Pérsio de Moraes), que pertenciam a um seletos “conselho editorial” (Moraes, 2019), que porventura também representava os nomes que mais frequentemente colaboravam com conteúdo editorial e jornalístico. É com base nesses 34 nomes que compõe o levantamento dos produtores de conteúdo da *Revista da Música Popular*. Todos os creditados contribuíram com, pelo menos, um texto, exceto o pintor português Fernando Lemos, que fez o planejamento visual gráfico e também diversas ilustrações.

No entanto, não há nenhuma informação na literatura consultada sobre em qual capacidade esse conselho funcionava. Esse critério aparentemente tem a ver com um acordo estabelecido por essas pessoas, que eram amigas, companheiras de boemia e parceiros musicais. O ineditismo também não parece ser um critério para ser considerado colaborador. Por exemplo, os três textos de Manoel Bandeira eram republicações. Inclusive, um deles foi o artigo ‘Literatura de Violão’, da edição nº 12, publicado originalmente na revista *Ariel* em 1924, na qual comentamos no capítulo anterior. O quadro de produtores de conteúdo da *RMP*, portanto, é o seguinte:

Tabela 12 – Produtores de conteúdo de *Revista da Música Popular*

PROFISSIONAL	NACIONALIDADE	PROFISSÕES	POSIÇÃO
Lúcio Rangel	Brasileiro	Jornalista, compositor, musicólogo.	Proprietário/ Diretor/ Colunista
Pérsio de Moraes	Brasileiro	Jornalista	Proprietário/ Diretor/ Colunista
Fernando Lemos	Português	Pintor	Ilustrador
Almirante	Brasileiro	Radialista, cantor, compositor. Folclorista	Colaborador
Armando Pacheco	Brasileiro	Pintor e ilustrador	Colaborador
Ari Barroso	Brasileiro	Músico, compositor, jornalista, político	Colaborador
Brasílio Itiberê II	Brasileiro	Músico, jornalista, folclorista	Colaborador
Bororó	Brasileiro	Compositor	Colaborador
Celso Cunha	Brasileiro	Professor, ensaísta, filósofo	Colaborador
Cláudio Murilo	Brasileiro	Jornalista, compositor	Colaborador
Clemente Neto	Brasileiro	Compositor	Colaborador
Cruz Cordeiro	Brasileiro	Jornalista	Colaborador
Fernando Lobo	Brasileiro	Radialista, jornalista, compositor	Colunista/ Ilustrador
Flávio Porto	Brasileiro	Jornalista	Colaborador
Haroldo Barbosa	Brasileiro	Radialista, compositor	Colaborador
Jarbas Melo	Brasileiro	Jornalista	Colaborador
Irineu Garcia	Brasileiro	Jornalista	Colaborador
Jorge Guinle	Brasileiro	Socialite, playboy	Colaborador
José Sanz	Brasileiro	Crítico, jornalista	Colunista
Jota Efége	Brasileiro	Musicólogo, jornalista.	Colaborador
Luiz Cosme	Brasileiro	Músico e Radialista	Colaborador
Manuel Bandeira	Brasileiro	Escritor, crítico, jornalista e etc.	Colaborador
Marcelo F. de Miranda	Brasileiro	Crítico, jornalista	Colunista
Mário Cabral	Brasileiro	Musicólogo, jornalista e advogado	Colaborador
Mariza Lira	Brasileira	Musicista, jornalista, folclorista	Colunista
Millôr Fernandes (Vão Gôgo)	Brasileiro	Ilustrador, jornalista, escritor.	Colaborador
Nestor de Holanda	Brasileiro	Jornalista, escritor	Colunista
Nestor R. Ortiz Oderigo	Argentino	Musicólogo, crítico, jornalista	Colaborador
Nice Figueiredo	Brasileira	Cantora	Colaborador
Paulo Mendes Campos	Brasileiro	Escritor, cronista.	Colaborador
Rubem Braga	Brasileiro	Jornalista, escritor.	Colaborador
Santa Rosa	Brasileiro	Pintor, ilustrador, cenógrafo, crítico	Colaborador/ ilustrador
Sérgio Porto (Stanislaw Ponte Preta)	Brasileiro	Jornalista.	Colaborador
Silvio Tulio Cardoso	Brasileiro	Radialista, crítico, jornalista.	Colaborador

Fonte: própria autora – 2022

Dos 34 participantes creditados como colaboradores, apenas dois não eram brasileiros. Foi o caso do próprio português Fernando Lemos, e do crítico argentino Nestor Oderigo: ambos residiam no Rio de Janeiro à época. Dezesete dos 34 produtores de conteúdo tiveram o jornalismo como carreira ou uma das carreiras, que podia ser combinada ou não com a de músico. É muito comum encontrar na literatura exemplos de jornalistas renomados que também se arriscavam na composição de músicas populares

nos anos 1940 e 50 em especial. Isso se deve porque os mundos sociais (Becker, 1974) de jornalistas e de músicos não eram separados e havia diversos locais nas grandes cidades, em especial no Rio de Janeiro, onde esse público interagiu regularmente¹³⁶.

Ocorre em *RMP* o inverso: músicos renomados que tiveram carreiras paralelas no jornalismo e também como radialistas (a mídia eletrônica mais importante à época). Um dos músicos mais proeminentes músicos nesse perfil foi Ari Barroso (ou Ary Barroso). O compositor e jornalista brasileiro ficou mundialmente famoso com a canção *Aquarela do Brasil*, de 1939, que fez parte da trilha sonora do filme de animação *Saludos Amigos* (1942), dos estúdios Disney. Fernando Lobo compôs junto com Antônio Maria o grande sucesso *Ninguém Me Ama*, um clássico do samba-canção interpretado por diversos cantores como Nora Ney e Nelson Gonçalves. Alberto de Castro Simões da Silva, o Bororó, foi o autor do samba-canção *Da Cor do Pecado*, amplamente regravado por dezenas de intérpretes brasileiros: de Fagner a Elis Regina e Nara Leão. Ari Barroso também teve uma carreira relevante como jornalista e radialista, em especial na Rádio Nacional, onde tinha um programa de calouros que revelou, entre outros, o compositor Luiz Gonzaga.

Duas mulheres faziam parte desse quadro colaborativo. A mais assídua foi a professora e folclorista Mariza Lira, sobre o qual falaremos em detalhes mais adiante neste capítulo. A outra representante feminina foi a cantora e atriz Mary Gonçalves, cujo nome de batismo era Nice Figueiredo Rocha. Ela escreveu uma única reportagem, ‘Philippe-Gérard, o brasileiro mais cantado em Paris’, na edição nº 5, que por uma falha da diagramação original foi cortada antes da conclusão. Nice Figueiredo havia, nos anos 1950 fez sucesso como cantora de rádio, sendo eleita “rainha do rádio”¹³⁷, em 1952. Ela encerrou a carreira em 1956, quando mudou-se para a Colômbia.

Outro ponto que conseguimos levantar é que a *Revista da Música Popular* não remunerava todos os colaboradores, conforme nos informou Haroldo Costa (comunicação pessoal, 18 de outubro de 2020). O salário do jornalista nos anos 1950 era baixo, mesmo com a atuação de sindicatos (Barbosa, 2007; Ribeiro, 1998), o que fazia com que esses profissionais trabalhassem em mais de um veículo ao mesmo tempo. Além disso, esses

¹³⁶ Ver em Castro (2015) e Mello (2018).

¹³⁷ Rainha do Rádio era uma “eleição” anual promovida pela *Rádio Nacional* entre o público ouvinte. As cantoras mais populares concorriam e a mais votada recebia o título, que marcava a carreira de maneira positiva dessas artistas. As eleições da rainha do rádio ficaram conhecidas pelas brigas entre os fãs das cantoras Emilinha Borba e Marlene, que chegavam a literalmente a irem ao confronto físico nos auditórios da Rádio Nacional.

jornalistas também abriam espaços em suas agendas para ceder colaborações aos amigos. Almirante, por exemplo, apenas em 1955, ao mesmo tempo em que faziam algumas colaborações para a *RMP*, trabalhava na *Rádio Nacional* produzindo os programas *A Nova História do Rio Pela Música* e *Recolhendo o Folclore*, organizava festivais de música, cantava e fazia composições, e ainda tinha espaço para a boemia (Almirante, 2017; Lima, 2012; Castro, 2015).

Por último, a maior parte dos produtores de conteúdo da *RMP* são personalidades importantes tanto na música quanto no jornalismo brasileiro. Ironicamente, entre todas as personalidades, quem foi apagado na história foi justo o diretor Pêrsio de Moraes, cujas referências biográficas são raríssimas tanto na internet quanto na memória dos historiadores da música popular brasileira e do jornalismo, conforme comentamos no capítulo anterior.

4.4.1 Trajetórias

De acordo com os critérios estabelecidos no início desse capítulo, nos voltamos a pesquisar mais profundamente as biografias de Lúcio Rangel, e dos colunistas Mariza Lira, Nestor de Holanda e Fernando Lobo (que ainda era ilustrador). Chegamos a cogitar estudar as biografias de José Sanz, Marcelo F. de Moraes. Descartamos, porém, Marcelo F. De Miranda pela menor produção de textos em comparação aos demais. Restou uma última dúvida entre biografar Nestor de Holanda ou José Sanz, que escreveram rigorosamente a mesma quantidade de textos, e ambos foram colunistas. Excluímos José Sanz por ele ter sido uma personalidade menos notória do que Nestor de Holanda na cultura popular e no jornalismo brasileiro.

4.4.1.1 Lúcio Rangel¹³⁸ (1914-1979)

¹³⁸ Lúcio Rangel, ao centro, entre Pixinguinha, à esquerda, e Heitor dos Prazeres, à direita. (Rangel, 2007, s/p).



Para estudar Rangel, é recomendável consultar os textos do pesquisador José Geraldo Vinci de Moraes (2019), que é uma das principais fontes na esfera acadêmica para se entender a importância dessa personalidade e do grupo de pensadores que ele fazia parte na formação do pensamento a

respeito do samba e das respectivas derivações rítmicas. Para Moraes (2019) as centenas de crônicas e artigos escritos por Lúcio Rangel em diversos diários e periódicos, combinados com o vasto conhecimento que ele tinha em relação a música e aos respectivos artistas, adquiridos tanto nas coleções de discos, quanto na convivência constante com intelectuais e artistas na boemia, fazem com que o jornalista seja uma referência documental e crítica importante a respeito da música urbana brasileira.

Muitas histórias sobre Rangel em relação à boemia e aos acontecimentos que marcaram pontos da música brasileira podem ser encontradas em diversas outras obras escritas por jornalistas como Ruy Castro (2015), Zuza Homem de Mello (2018), em livros de memória escritos amigos de Lúcio como Fernando Lobo (1991) e Nestor de Holanda. Lúcio não tem uma biografia própria, mas é possível também extrair informações sobre ele em outras obras. daquelas em que tivemos acesso, há uma boa quantidade de informações nas biografias de Sergio Porto (Sergio, 1999), de Mário de Andrade (Tercio, 2019), e de Ari Barroso (Cabral, 1990). Lúcio Rangel é citado em outras, mas não de uma maneira substancial.

Como nosso principal objetivo é marcar a biografia voltada para o trabalho jornalístico, uma boa fonte para observar o jornalista Rangel são os livros que reúnem seus escritos. O primeiro e único que ele lançou em vida é *Sambistas e Chorões*, lançado originalmente em 1962, e depois relançado em 2014 em uma edição comemorativa feita pelo Instituto Moreira Sales. O segundo é uma coletânea de artigos e crônicas *Samba, Jazz & Outras Notas* organizadas por Sérgio Augusto, jornalista e genro de Lúcio Rangel.

Lúcio Rangel nasceu carioca e vindo de uma família socialmente privilegiada. O fato de ele ter nascido com uma deficiência física nas pernas foi um fator que contribuiu para que ele fosse um leitor afincado e um apreciador voraz da música e do cinema

(Augusto, 2007). Estudou Direito na Universidade do Brasil, e foi no grêmio estudantil da universidade que ele começou a carreira de jornalista como colaborador e depois secretário da *Revista Acadêmica* (1933-1948). Criada e editada por Murilo Miranda, e com participação do jornalista e político da União Democrata Nacional (UDN) Carlos Lacerda, esse periódico universitário tratava de assuntos variados, de artes à política. O viés ideológico da publicação era modernista, esquerda não-partidária, e opositorista ao regime de Getúlio Vargas (Moraes, 2019).

Foi por meio da *Revista Acadêmica* que Lúcio Rangel conheceu e foi amigo de Mário de Andrade¹³⁹. Os dois se encontravam na noite carioca, em locais como o bar Taberna da Glória, no centro do Rio de Janeiro (Tércio, 2019). Sobre Mário, Rangel disse o seguinte: “Poucos sentiram o samba carioca como ele! Lembro-me das cantorias que fazíamos, os da roda, quando os cartões de chope tornavam-se mais volumosos. E Mário, que então residia no Rio, era sempre o provocador de tais manifestações” (Rangel, 2014, p. 26). O contato com Mário de Andrade aproximou Lúcio das ideias modernistas a respeito do folclore e da música popular, e ele remodelou tudo isso para ser um dos pensadores mais proeminentes de um grupo que deu início a historiografia do samba e da música popular urbana.

De acordo com Augusto (2007), a carreira de jornalista de música de Lúcio Rachel foi sacramentada a partir de 1945, quando passou a escrever uma coluna sobre samba e música popular no suplemento literário de *O Jornal*, de propriedade de Assis Chateaubriand, que era um dos matutinos cariocas mais lidos à época. Por outro lado, o mesmo autor acredita que Rangel começou a dominar melhor a escrita sobre o tema a partir de 1949 no *Jornal de Letras*. Lúcio Rangel foi muito produtivo a partir da década de 1950 que, além da edição da *RMP*, ele colaborou ainda com diversos jornais e revistas brasileiros. Pode-se listar, entre os diários, o *Jornal do Comércio*, *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil*, *Diário de S. Paulo*, *Última Hora*, *Diário Carioca*. E também os periódicos *Comício*, *Long Playing*, *Lady*, *A Cigarra*, *Música & Discos*, *Senhor*, *Leitura*, *Chuvisco*, *Visão*, entre outras. Ele também colaborou com o satírico *O Pasquim*, já na década de 1970, com uma coluna de notas de comentários e dicas musicais.

¹³⁹ Mário de Andrade era colaborador esporádico da *Revista Acadêmica*, onde escrevia sem receber salários e por amizade a Murilo Miranda e demais estudantes, incluindo Lúcio Ribeiro, por quem tinha apreço. Ele também era um crítico duro da *Revista Acadêmica*, e chegou a ter desacordos com Carlos Lacerda. As opiniões de Mário podem ser conferidas numa série de cartas escritas para Murilo Miranda, disponibilizadas no endereço: <http://www.cdp.ibilce.unesp.br/obras/20CMA.pdf> (acessado em novembro de 2020).

Lúcio Rangel costumava fazer inúmeras biografias de artistas, era um resenhista de música, além de fazer provocações sobre o tema com leitores e também com os próprios amigos que faziam parte do ciclo de convivência, sendo que muitos deles também atuavam na imprensa. Era comum Lúcio escrever textos em primeira pessoa, compartilhando as próprias vivências na música, na boemia e com os artistas. Ou seja, ele essencialmente praticava o jornalismo de música gonzo muito antes do próprio jornalismo de música gonzo ter sido “inventado” nos Estados Unidos dos anos 1960. Outras características marcantes de Lúcio Ribeiro eram a capacidade de ler em outros idiomas, e a memória privilegiada, que o fazia se destacar pelos conhecimentos e pela posse de uma discografia ampla do samba e do jazz, além de ser capaz de recitar trechos de obras filosóficas (Augusto, 2007; Moraes, 2019).

Segundo Lúcio Rangel, a formação de sua coleção foi central para o desenvolvimento de sua carreira de crítico e historiador da música popular. E ambos se tornaram referências de informações para todos aqueles que trabalhavam com música popular. Para os estudiosos, profissionais e interessados no assunto, nos anos 1950 e 1960, “sua discoteca supre os desastres da RCA Victor em matéria de arquivo, e a sua informação é que vale aos redatores de programas” (Moraes, 2018, s/p)

Lúcio Rangel faleceu no dia 13 de dezembro de 1979, em Nova York, aos 65 anos de idade.

4.4.1.2 Fernando Lobo¹⁴⁰ (1915-1996)



Fernando Lobo é mais um profissional dessa época em questão em que a carreira de jornalista vem em paralelo com inúmeras outras atividades, inclusive que se relacionam com o universo da música popular. Além de jornalista, a biografia do pernambucano natural de Recife também aponta para as

¹⁴⁰ Fernando Lobo ao lado da bailarina e coreógrafa estadunidense Katerina Duhan. Fonte: Lobo (1991).

carreiras de radialista e de compositor. Escreveu mais de 60 canções sozinho ou em coautoria.

Fernando Lobo não foi uma personalidade estudada na academia. Não encontramos no banco de dados da Capes teses e dissertações sobre o jornalista, nem mesmo artigos acadêmicos. Por outro lado, ele deixou o livro de memórias, *À Mesa do Vilarinho*, que usamos como referência, e é mencionado em diversas outras obras jornalísticas que retratam a música brasileira, além haver informações em biografias sobre outras personalidades. Fernando Lobo também é verbete no Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira.

Como era recorrente à época, Fernando Lobo formou-se em Direito, mas a profissão que exerceu a maior parte da vida foi o jornalismo. Ele chegou ao Rio de Janeiro em 1939, aos 24 anos, e o primeiro emprego como jornalista foi na revista *A Carioca*, em que recebia por produção (Lobo, 1991). Sobre a experiência, ele disse:

Um dia saiu minha primeira reportagem. Era sobre o Bando da Lua. O grupo acabava de voltar dos Estados Unidos, e eu e o fotógrafo Machado fomos encontra-lo no Flamengo. Quando a reportagem saiu, ganhei cinquenta mil-réis. A *Carioca* foi o meu primeiro emprego, onde consegui os primeiros e suados níqueis que me deram direito a uma meia porção no Reis e, raras vezes, a um chopinho no balcão da Brahma, na Galeria do Cruzeiro. (Lobo, 1991, p. 27-28)

Enquanto ainda tentava se estabelecer no Rio de Janeiro, ele dividiu um apartamento com outros grandes comunicadores e compositores brasileiros: Antônio Maria, Abelardo Barbosa (o Chacrinha), e Dorival Caymmi. Ao longo da carreira como jornalista e cronista, Fernando Lobo colaborou com *O Cruzeiro* e no *Diário da Noite*, além de trabalhar na Rádio Tupi na mesma época. Fernando Lobo também escreveu para as revistas *O Cruzeiro*, *Diretrizes*, *A Cigarra*, *Sombra*, *Revista da Música Popular*, colaborou com os jornais *Folha da Manhã*, *O Jornal*, *Diário da Noite*, *Diário Carioca*, *Tribuna da Imprensa*, entre outros veículos de comunicação, trabalhou por 25 anos na Rádio Nacional. Fernando Lobo chegou a colaborar com mais de um veículo de imprensa ao mesmo tempo. Nos anos 1960, Fernando Lobo passou a trabalhar para como produtor e apresentador na estação de televisão TVE no Rio de Janeiro.

O jornalista e compositor também teve experiências profissionais nas empresas de comunicação estadunidenses National Broadcasting System (NBC) e Columbia Broadcasting System (CBS) em meados dos anos 1940. Sobre a experiência internacional, Fernando Lobo escreveu que foram trabalhos temporários que ele fazia nas

estações de rádio em Nova York, juntamente com outros brasileiros que estavam nos Estados Unidos à época (Lobo, 1991).

Uma característica recorrente a respeito do trabalho de Fernando Lobo na imprensa foi escrever sobre a noite boêmia por meio de crônicas e colunas. Sobre isso, ele escreveu: “como sempre morei dentro da noite e dela bebi todos os momentos e encantos, nada mais justo do que escrever sobre ela, seus bares, suas bibocas, suas boates e suas mulheres” (Lobo, 1991, p. 19). Não à toa, Fernando Lobo escreveu na *RMP* a coluna “Música Dentro da Noite”, em que falava justamente, dos shows, dos artistas e das conversas que circulavam nesse ambiente.

Essa mesma noite, e a boemia o fez se aproximar com a nata artística do Rio de Janeiro, grupo na qual estabeleceu diversas parcerias musicais. A composição considerada obra-prima de Fernando Lobo foi a música *Chuvas de Verão*, gravada pela primeira vez em 1949 por Francisco Alves. Contudo, a mais famosa foi *Ninguém Me Ama*, em parceria com o também jornalista, radialista e compositor Antônio Maria, sucesso na voz da cantora Nora Ney em 1952. A música ganhou inúmeras regravações.

Entre esses parceiros musicais, destacamos além de Antônio Maria, Dorival Caymmi, Nestor de Holanda, Haroldo Lobo e Herivelto Martins. Apesar de a música ter grande importância na carreira de Fernando Lobo, ele próprio nunca gravou um LP. A única experiência dele como intérprete registrada em um compacto de acetado foi em 1939, quando gravou a música Pare, Olhe, Escute e Goste, de Nelson Ferreira. Na década de 1960 (a data em específico não foi encontrada) o selo Copacabana lançou o vinil de 10” *Música e Poesia de Fernando Lobo*, em que oito de suas composições foram interpretadas pelas cantoras Elizete Cardoso (creditada como Elizabeth Cardoso), Heleninha Costa e Carmim Mascarenhas.

Fernando Lobo morreu em casa, no bairro de Copacabana, de câncer aos 81 anos de idade. O filho de Fernando, Edu Lobo, foi um dos compositores e músicos mais proeminentes da segunda geração da bossa-nova e da MPB.

4.4.1.3 Mariza Lira¹⁴¹ (1899-1971)

¹⁴¹ Fonte da imagem: Acervo Chiquinha Gonzaga (IMS/SBAT).



Mariza Lira não foi a primeira mulher a produzir conteúdo para periódicos especialistas em música. A *Música Para Todos* foi pioneira nesse sentido, disponibilizando espaço para correspondências, críticas e textos didáticos produzidos por mulheres professoras de música e compositoras, como Alice Serva, pupila de Luigi Chiaffarelli e professora da pianista Guiomar Novaes. De todos os produtores de conteúdo destacados da *Revista da Música Popular*, ela foi a única a não compor músicas. Por outro lado, é primordial resgatar a história de Mariza Lira por ela ser uma das primeiras mulheres jornalistas de música do Brasil, foi a primeira biógrafa da compositora

Chiquinha Gonzaga, e por desempenhar um papel relevante nas discussões sobre a música popular brasileira no meio acadêmico (Moraes, 2019).

Mariza Lira foi carioca da gema, nascida em uma família socialmente privilegiada, formou-se na Escola Normal do Rio de Janeiro¹⁴². Profissionalmente, ela foi diretora da Escola Técnica Secundária do Rio de Janeiro, membro da Comissão do Folclore da Sociedade dos Amigos do Rio de Janeiro¹⁴³, membro da Comissão Nacional de Folclore¹⁴⁴, e integrante do Conselho Superior de MPB do Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro.

O lado pesquisador de Mariza a levou a publicar diversos artigos de natureza acadêmica e livros dedicados ao folclore e à música popular urbana brasileira. Entre as obras, além da já citada biografia de *Chiquinha Gonzaga* (1938), ela publicou também *Brasil Sonoro* em 1938, em que ela faz reflexões sobre o nascimento da música popular e do folclore brasileiro e que depois ela vai recuperá-los na coluna “História Social da

¹⁴² As ditas escolas normais eram instituições técnicas de grau que hoje corresponde ao Ensino Médio. O objetivo das escolas normais era a formação de professores alfabetizadores e direcionados para o magistério (atualmente, Ensino Fundamental). Essas escolas surgiram no Brasil em 1835, mas foram extintas no Brasil pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação de 1996, que instituiu que a formação de professores alfabetizadores deve ser realizada no âmbito do Ensino Superior.

¹⁴³ Trata-se de um grupo da iniciativa privada que promovia, exposições e outros eventos culturais na cidade do Rio de Janeiro. Mariza Lira também foi a intermediária para o ingresso de Mário de Andrade no grupo (Tércio, 2019).

¹⁴⁴ Instituída em 1947 por Renato de Almeida, por recomendação da Unesco.

Música Popular Carioca”, que escreveu na *Revista da Música Popular* (Moraes, 2006; Geraldo, 2007; Carnevali, 2018).

Contudo, o trabalho que desempenhou na imprensa brasileira foi um dos marcos na carreira de Lira, de modo que a sua biografia (e biógrafos) sempre a pontua como jornalista, ao lado de pesquisadora, folclorista e musicóloga. Lira estabeleceu uma carreira como colunista e jornalista de música continuamente entre 1936 a 1960 (Moraes, 2019), atuando em jornais como *Diário de Notícias* e *Jornal do Brasil* e em revistas como *PraNove*, *Semana*, *Revista da Música Popular*, *Fonfone* e *Vamos Ver*.

Mariza Lira se considerava uma discípula de Renato Almeida e de Mário de Andrade, tal como Lúcio Rangel, mas diferente do diretor da *Revista da Música Popular*, a relação aparentava ser mais acadêmica e distanciada (Moraes, 2019) do que uma amizade que era levada às noitadas nos bares cariocas, como foi no caso de Rangel (Tércio, 2019). Não sabemos sequer qual era a real ligação de Lira com os “boêmios” da *Revista da Música Popular*, para que a gente possa especular o modo como ela participou do conteúdo do periódico. Não sabemos que tipo de vínculo era teve com Lúcio Rangel, ou mesmo com Manuel Bandeira, que era também um frequentador assíduo do bar Villarino (Holanda, 1979).

De acordo com Moraes (2019), apesar de algumas inconstâncias no pensamento de Mariza a respeito do folclore e da música popular, é dela o mérito de inserir de fato discussões sobre artistas populares no meio acadêmico. Isso é demonstrável em diversos dos artigos acadêmicos e das colunas jornalísticas da quais publicou. Mariza Lira valorizava, inclusive, artistas populares de rádio, como Orlando Silva, Assis Valente, Ary Barroso e Carmen Miranda, reconhecendo neles talento e importância musical no meio de um contingente de coisas banais, “imprestáveis mesmo” (Lira, 1939). Essa postura é especialmente notável na biografia de Chiquinha Gonzaga, uma artista popular que antecipou a invenção da marchinha de carnaval em quase duas décadas. Para Mariza Lira (1979), Chiquinha foi uma das primeiras feministas do Brasil, que afrontou os preconceitos e hipocrisias da sociedade para fazer uma obra irrequieta e em sintonia com o próprio povo. Essa foi uma postura mais gentil e contundente do que o próprio Mário de Andrade jamais tivera pelos artistas populares (e de formação erudita) das quais ele se entusiasmava, como Ernesto de Nazareth.

Mariza Lira foi uma das mais assíduas colunistas na *Revista da Música Popular*, em que procurava pensar as origens da música popular por um viés étnico, e com considerações que hoje soam um pouco deterministas e até mesmo preconceituosas – mas

que não se pode deixar de se ter em mente que são pensamentos da própria época. Sobre o carnaval, por exemplo, enfatizou na coluna da *RMP* a contribuição portuguesa com a ousadia de José Nogueira de Azevedo Paredes, o Zé Pereira¹⁴⁵, das contribuições da mestiça Chiquinha Gonzaga ao inventar a marchinha de carnaval, e também contribuição negra de Tia Ciata e das pessoas que se reuniam no casarão dela para formatar o samba.

Para Moraes (2019), Mariza Lira foi uma estudiosa do folclore e da música popular influente à época dela, especialmente nos anos 1930, em que ela antecipou diversos tópicos em relação à música popular que só seriam melhor discutidas décadas depois. Mas que, com o passar dos anos, foi perdendo influência e sendo ainda reconhecida como biógrafa de Chiquinha Gonzaga. Apesar de certos apagamentos e até mesmo os esquecimentos naturais que as gerações posteriores causam nas anteriores, pesquisadores atentos, como José Ramos Tinhorão – muito já citado nesta tese – encontraram na bibliografia deixada por Mariza uma fonte importante para compreender a construção da música popular e as origens dos respectivos gêneros musicais urbanos.

4.4.1.4 Nestor de Holanda¹⁴⁶ (1921-1970)



Assim como Lúcio Rangel e Fernando Lobo, Nestor de Holanda foi majoritariamente um jornalista que em certos momentos (e pela convivência no meio) arriscou-se como compositor. Nasceu na cidade de Vitória de Santo Antão, em Pernambuco, e começou a carreira de jornalista ainda no estado natal, trabalhando em veículos como *Gazeta do Recife*, *Jornal Pequeno* e *Diário da Manhã*. No tempo de adolescência, começou a desenvolver o lado artístico e empreendedor ao escrever poemas e peças de teatros, além de fundar a Editora Geração, que teve vida curta. Além de ser autor de livros de memórias e crônicas, também escreveu peças de comédia e para o teatro de revista ao longo da carreira.

¹⁴⁵ Em 1848, o sapateiro português José Nogueira de Azevedo Paredes, conhecido mais como Zé Pereira, saía às ruas tocando um instrumento de percussão similar ao surdo, chamando o povo para fazer folia de carnaval no centro do Rio de Janeiro, nas proximidades da Praça 11. Zé Pereira passou a ser um personagem celebrado no carnaval carioca, sendo que alguns estudiosos o consideraram como o pai do carnaval, como foi o caso da própria Mariza Lira.

¹⁴⁶ Fonte da imagem: <http://www.nestordehollandacavalcanti.mus.br/nestordeholanda/>

Chegou ao Rio de Janeiro de Ita¹⁴⁷ em 1941. Em seu livro de memórias Holanda (1970) descreveu como rapidamente obteve o primeiro contato com o empregador, no caso Renato de Alencar, horas após a chegada ao Rio de Janeiro. Ele foi contratado para trabalhar nas publicações da Companhia Editora Americana, entre elas, as revistas *A Cena Muda* e *Revista da Semana*. Como teste, Renato de Alencar lhe disse para fazer uma entrevista com o ator Raul Roulien, que estava em cartaz no Rio de Janeiro com a peça *Prometo Ser Fiel*. “No fim da noite, escrevi a matéria à lápis em um papel de embrulho. Mal começou o dia, Renato recebeu a entrevista. Quando acabou de lê-la: ‘Está contratado!’” (Holanda, 1970, p. 35).

No Rio de Janeiro, ele ainda trabalhou para os jornais *A Noite*, *Diário Carioca*, *Folha Carioca*, *O Imparcial*, *Folha do Rio*, *Ultima Hora*. Também atuou nas revistas *Manchete* e *Carioca*. Nestor de Holanda também foi redator e produtor de programas das rádios Globo, Nacional, Clube Fluminense, Vera Cruz, entre outras. Na TV, trabalhou nas emissoras Excelsior, Continental e Rio. Nestor de Holanda fazia parte de um grupo de jornalistas com características tradicionalistas e radicais no sentido de serem opositores à música de característica mais “comercial” e a inserção da música estrangeira no Brasil (Freire, 2017). Esse grupo de jornalistas era constituído virtualmente por quase todos os colaboradores da *Revista da Música Popular*, em especial Lúcio Rangel e Sérgio Porto.

É importante lembrar que Nestor de Holanda foi o autor da expressão “macacas de auditório” (Aguiar, 2007; Castro 2015), na qual se referia às mulheres entusiastas dos artistas que frequentavam os auditórios dos programas das rádios, em especial da *Rádio Nacional*. Essas mulheres eram em maioria pertencentes às classes sociais mais humildes, e a maior parte delas eram pardas e negras. Nestor foi acusado de racismo à época e defendeu-se dizendo que ele não cunhou o termo pensando na cor da pele das mulheres, mas era sim uma referência ao som da histeria que era feito por elas diante dos artistas. De qualquer maneira, ele nunca se retratou por ter cunhado “macacas de auditório” e, talvez por isso mesmo, a expressão pegou (Castro, 2015). O termo criou raízes na cultura popular, sendo citado no cancionário popular, em crônicas de jornais e, na atualidade, é rediscutido em estudos de gênero e raça como argumento de preconceito e racismo direcionado ao público feminino.

¹⁴⁷ Ita era uma classe de navios a vapor pertencentes a Companhia Nacional de Navegação Costeira que fazia transporte de passageiros ao longo de toda costa brasileira até a metade do século XX.

De acordo com Castro (2015), Nestor de Holanda foi um cronista da noite, pois estava sempre a cobrir os acontecimentos das boates cariocas nas colunas que escrevia para jornais e revistas. O próprio livro de memórias de Holanda (1970) é basicamente sobre os acontecimentos e encontros que teve durante a vida boêmia, em especial no Café Nice, que foi um estabelecimento carioca que existiu de 1928 a 1954 e que era um dos polos de encontro de jornalistas, cantores e compositores no Rio de Janeiro, tal como a Casa Villarino reportada nas memórias de Fernando Lobo (1991). Curiosamente, Holanda e Lobo, que foram companheiros na *RMP*, e até mesmo escreveram músicas juntos, eram rivais, em que as discussões eram publicadas nas páginas da imprensa (Castro, 2015). “Fernando Lobo me xingava pelas colunas que assinava. Eu lhe pagava com a mesma moeda. Meus amigos pegavam as sobras” (Holanda, 1970, p. 263).

Nestor de Holanda foi também compositor de mais de 40 canções, e escrevia geralmente em parceria com alguém. Entre os parceiros estão o já mencionando Fernando Lobo, Aberlado Barbosa – o Chacrinha, Ari Barroso. Os parceiros mais recorrentes foram os cantores e compositores Ismael Netto e Jorge Tavares. Nestor de Holanda também foi um dos responsáveis pelo lançamento da carreira da cantora Dolores Duran, da qual era um entusiasta confesso, e que também convivia com ela na noite, entre outros locais na Casa Villarino (Holanda, 1970; Castro, 2015; Faour, 2013).

Na *RMP*, Nestor de Holanda foi responsável pela coluna “Rádio em 30 Dias”, na qual fazia um misto de crônicas e de notas a respeito dos cantores de rádio à época. Na coluna publicada na edição nº 5 da *RMP*, por exemplo, ele criticou justamente o endeusamento de artistas e as ações das “macacas de auditório”. A respeito disso, comentaremos em mais detalhes no próximo capítulo.

Ele morreu de infarte fulminante aos 49 anos de idade. Deixou dois filhos, entre eles o músico e compositor erudito e produtor musical Nestor de Hollanda Cavalcanti.

4.5 Produtores de conteúdo do *Rolling Stone*

Ao longo das 38 edições, o *Rolling Stone* listou 42 colaboradores ao todo, apesar de termos contabilizado um universo de 73 pessoas que assinaram textos, já excluindo desse quantitativo os autores das reportagens traduzidas e as colaborações de leitores na seção “Recado do Leitor”. Não se sabe porque os editores da revista optaram por não dar crédito a esses colaboradores freelancers no expediente, muito menos os critérios utilizados. O escritor e compositor Paulo Coelho, por exemplo, foi creditado como colaborador no expediente, sendo que assinou apenas um único texto. Já o músico,

compositor e escritor José Rodrix colaborou em cinco edições, mas nunca recebeu tais créditos na seção de expediente. Outros notórios que escreveram para o jornal sem ser creditados no expediente foram Tárik de Souza e Pena Schimdt.

Tabela 13 – Produtores de conteúdo de *Rolling Stone*

Nome	Nacionalidade	Profissão	Função
Luiz Carlos Maciel	Brasileira	Jornalista, poeta, dramaturgo	Editor
Reginaldo José Azevedo Fortuna	Brasileira	Cartunista	Ilustrador/ diagramador
(Luiz Antônio Pires) Lapí	Brasileira	Ilustrador, cartunista, poeta	Diretor de arte
Ana Maria Bahiana	Brasileira	Jornalista	Assistente
Anna Maria Lobo	Brasileira	Escritora, tradutora	Assistente
Ezequiel Neves	Brasileira	Jornalista, ator, produtor musical	Redação
Gabriel O'Meara	Norte-americana	Músico, tradutor, jornalista	Redação
Hélio Oiticica	Brasileira	Pintor, escultor, artista plástico	Correspondente
Jefferson “Dropê” Tommasi	Brasileira	Jornalista	Redação
Joel Macedo	Brasileira	Jornalista, escritor	Redação/ correspondente
Luiz Sérgio Nacinovic - o “Guerra”	Brasileira	Jornalista, radialista, analista de sistemas, músico	Redação
Marilene Alves da Silva	-	-	Redação
Mario Martins Moreira	-	-	Correspondente
Michele Escat	-	-	Correspondente
Mônica Hirst	Brasileira	Cientista política, acadêmica, jornalista	Redação, colaboradora
Okky de Souza	Brasileira	Jornalista	Redação
Sarah Blank	-	-	Redação
Sueca	-	-	Redação
Themira de Oliveira Brito	Brasileira	Astróloga	Redação
Carlos Alberto Sion	Brasileira	Produtor musical, jornalista	Colaborador
Carlos Marques	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Claudio Lysias	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Coiole	-	-	Colaborador
Ernesto Bono	Italiana (naturalizado brasileiro)	Psiquiatra, ufólogo, escritor, radialista	Colaborador
Fernando Lemos	-	-	Colaborador
Flávio Moreira da Costa	Brasileira	Jornalista, escritor	Colaborador
Jorge Mautner	Brasileira	Cantor, compositor, poeta, escritor	Colaborador
José Carlos Capinam	Brasileira	Poeta	Colaborador
José Schlesinger	-	-	Colaborador
Julio Hungria	Brasileira	Jornalista, produtor musical, radialista	Colaborador
Luiz Fernando	-	-	Colaborador
Luiz Guilherme Sodré Teixeira	Brasileira	Historiador	Colaborador
Maria Duhá-Klinger	Brasileira	Produtora, professora	Colaborador
Narceu de Almeida	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Paixão Pedro Bira	Brasileira	Ator	Colaborador
Paulo Coelho	Brasileira	Escritor, compositor, jornalista	Colaborador
Rose Maria Muraro	Brasileira	Escritora, editora	Colaborador
Sérgio Augusto	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Sheila Shalders	Brasileira	Astróloga	Colaborador
Tárik de Sousa	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Therezinha Russo	Brasileira	Jornalista, escritora	Colaborador

Dos 42 produtores de conteúdo listados no expediente do *Rolling Stones*, não foi possível encontrar a identidade de nove indivíduos nos sites de busca, e nem mesmo referências a essas pessoas nos trabalhos acadêmicos ou nas obras de memória que alguns dos produtores de conteúdo publicaram. Dos 33 restantes, quase que a totalidade são de brasileiros, com a exceção de Gabriel O'Meara e de Ernesto Bono. O norte-americano Gabriel O'Meara viveu no Brasil nos anos 1970, época em que foi jornalista freelancer e também guitarrista da banda de rock O Peso. Na atualidade, ele voltou a residir nos Estados Unidos e trabalha principalmente com tradução de documentos. Já o italiano Ernesto Bono formou-se em medicina e desenvolveu a carreira como psiquiatra. É autor de diversos livros sobre o assunto e também sobre ufologia, área em que é reconhecido como um dos pioneiros no Brasil.

Apesar de a carreira de jornalista estar presente na biografia de 18 dos 33 produtores de conteúdo, o jornal *Rolling Stone* recebeu a colaboração de um número expressivo de pessoas que colaboraram com a imprensa de maneira pontual e que são reconhecidos por outras atividades, como a medicina, a astrologia, a dramaturgia e as artes plásticas. Isso é explicado pelo fato de o *RS* ser uma publicação de cultura pop, apesar de o carro chefe ser a música. Obviamente que isso não seria uma boa justificativa, mas é preciso entender que existe a influência do editor Luiz Carlos Maciel, que tinha uma carreira mais proeminente na dramaturgia, o que justifica o convite a colegas como Capinam, Paulo Coelho e Paixão Pedro Bira. A contracultura e as questões do oculto que acompanharam o movimento hippie também refletiram no jornal com a presença de conteúdos desenvolvidos por pessoas como Sheila Shauders, Themira de Oliveira Brito, Ernesto Bono e Luiz Guilherme Sodr e Teixeira, ou seja, pessoas que contribuíram com conteúdo sobre a natureza comportamental e o mundo esotérico. A carreira de jornalista e de músico não é tão comum no *RS*.

Apenas Ezequiel Neves, Paulo Coelho e Gabriel O'Meara tiveram carreiras expressivas como músicos e compositores. Paulo Coelho foi o principal parceiro de composição do cantor Raul Seixas; Ezequiel Neves foi um dos parceiros de composição do cantor Cazuza tanto em carreira solo, quanto na banda Barão Vermelho. De 33 produtores de conteúdo com biografias verificadas, oito foram mulheres. Foi o primeiro emprego de Ana Maria Bahiana, como falaremos mais em detalhes ainda neste capítulo,

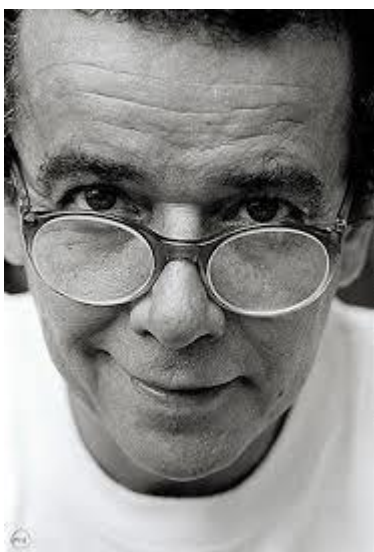
e teve ainda em destaque as presenças da dra. Mônica Hirst, que se tornou uma cientista política e acadêmica da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Entre os notórios, a pessoa mais conhecida que colaborou no *RS* foi o escritor Paulo Coelho. Nomes como Ezequiel Neves, Tárík de Souza, Ana Maria Bahiana, Okky de Sousa, Carlos Alberto Sion, Julio Hungria, Joel Macedo e Sérgio Augusto entraram para a história da imprensa nacional como jornalistas de renome.

4.5.1 Trajetórias

O jornal *Rolling Stone* apresentou certas peculiaridades em relação à própria época em que circulou. Em um momento em que se tornava obrigatória a licença de jornalista para atuar nas redações, o que vimos foi um grupo significativo de produtores de conteúdo veteranos na faixa dos 30 anos, cujo jornalismo foi uma atividade secundária em suas carreiras, e também um grupo de jovens recém-saídos das universidades (quando se formaram) que se lançaram profissionalmente nesse periódico, ou que encontrou no *Rolling Stone* um dos primeiros empregos. No primeiro caso, vamos destacar aqui Ezequiel Neves e Jorge Mautner. No segundo caso, destacamos Joel Macedo. Um dos produtores de conteúdo bem atuantes no *Rolling Stone* foi o jornalista Carlos Marques, que entre todos, foi o que mais contribuiu com reportagens e entrevistas, ao passo que os demais tinham características de articulistas e de críticos musicais.

4.5.1.1 Ezequiel Neves¹⁴⁸ (1935-2010)



Ezequiel “Zeca” Neves foi o braço direito do editor Luiz Carlos Maciel no *Rolling Stone*, e também escrevia a coluna “Toque”, presente em todas as edições publicadas. Nascido em Belo Horizonte, Zeca construiu uma carreira consistente na área da dramaturgia. Ele era um ator que estava radicado em São Paulo em meados dos anos 1960, onde atuava em peças de comédias, incluindo *Sonhos de Uma Noite de Verão*, de William Shakespeare. Na imprensa, começou a atuar em 1962 fazendo críticas de rock no jornal *Diário de Minas*. Também escreveu no final dos anos 1960 para o *Estado de S. Paulo* e para o

¹⁴⁸ Fonte da imagem <https://www.roncaronca.com.br/negativos-positivos-4/>

Jornal da Tarde (dois títulos da mesma empresa). Foi por causa do trabalho que desempenhou na imprensa paulistana que Luiz Carlos Maciel o contactou para integrar a redação do *Rolling Stone*¹⁴⁹.

Conta Ezequiel Neves¹⁵⁰ que aceitou o convite de Luiz Carlos Maciel para trabalhar no *Rolling Stone*, com redação no Rio de Janeiro, desde que os donos da editora pagassem o aluguel do apartamento que ele morou no bairro de Ipanema, zona sul da cidade. O trato foi cumprido e honrado até o momento em que os editores abandonaram a revista meses após deixarem de pagar pelos royalties. Ezequiel relatou que mesmo com toda a ambientação de bicho-grilo que pairava na redação, o trabalho era sério. Ele disse que era o responsável por toda a parte musical e rock'n'roll do jornal, e que o trabalho que realizava ao lado de Luiz Carlos Maciel era de natureza intuitiva. Ele ainda contribuiu com alguns periódicos de música, muito embora a carreira de jornalista tivesse sido praticamente encerrada nos anos 1970.

A carreira de Ezequiel Neves foi altamente vinculada à música não apenas pelas participações na imprensa, como também na atuação dele com produtor artístico em gravadoras, mais notoriamente na Som Livre, que era um braço do grupo O Globo. Essa parte da carreira dele é tão ou mais importante do que a própria experiência como jornalista. É creditado a Ezequiel Neves a descoberta de Cazusa e do grupo Barão Vermelho, que foi uma das bandas de rock mais importantes dos anos 1980.

Quase cinqüentão, Ezequiel, também conhecido como Zeca Jagger em função da sua adoração pelos Stones, era um crítico de música frustrado, cansado de receber dezenas de discos por mês, que largara as pretinhas para se dedicar a farejar e produzir talentos. De certa forma, era uma pena. Ezequiel era o crítico brasileiro que melhor encarnava o espírito rock'n'roll, escrachado, exagerado, adjetivado. Isso numa função na qual sempre foi cobrada uma inalcançável objetividade. Zeca era subjetivo paca. Daí ter-se enamorado com o Barão. (Dapieve, 2015, p. 69)

Embora não seja uma personalidade que gerou trabalhos acadêmicos dedicados a estudar sua persona e obra, Ezequiel Neves é personagem citado em obras que resgatam

¹⁴⁹ Informações retiradas de entrevista de Ezequiel Neves aos sites Rock em Geral e Do Próprio Bolso. Ver amis em: <http://www.rockemgeral.com.br/2008/10/22/ezequiel-neveso-exagerado-avo-do-rock/> e <http://www.dopropriobolso.com.br/index.php/musica-34379/44-musica-brasileira/773-ezequiel-neves-entrevista-inedita> acessado em julho de 2022.

¹⁵⁰ Informações retiradas de entrevista de Ezequiel Neves aos sites Rock em Geral e Do Próprio Bolso. Ver amis em: <http://www.rockemgeral.com.br/2008/10/22/ezequiel-neveso-exagerado-avo-do-rock/> e <http://www.dopropriobolso.com.br/index.php/musica-34379/44-musica-brasileira/773-ezequiel-neves-entrevista-inedita> acessado em julho de 2022.

a memória do rock brasileiro dos anos 1980. Além de Dapieve (2015), dedicaram parágrafos, páginas e capítulos sobre ele Araújo (2011), Alexandre (2013), Julião (2019). No cinema, foi retratado pelo ator Emílio de Mello na cinebiografia *Cazuza* (2005), dirigido por Sandra Werneck e Walter Carvalho. Ezequiel também deixou diversas entrevistas impressas e por vídeo que são facilmente encontradas nos sites de busca na internet. A produção biográfica dele foi muito discreta. Ele publicou juntamente com Guto Goffi e Rodrigo Pinto o livro *Barão Vermelho: Porque A Gente é Assim*, pela Editora Globo, que conta a trajetória da banda liderada por Cazuza e Roberto Frejat.

Ezequiel Neves teve uma relação profunda com o compositor e cantor Cazuza, exercendo um papel de parceiro criativo e de mentor (Araújo, 2011; Neves et al. 2007; Julião, 2019). Ele foi produtor dos primeiros discos do Barão Vermelho, e depois acompanhou Cazuza em carreira solo, continuando a produzir os discos além de ser parceiro em composições de sucesso radiofônico, entre elas *Exagerado* e *Codinome Beija-Flor*. Ezequiel Neves morreu aos 74 anos devido a uma cirrose, enfisema e um tumor cerebral. Mesmo o dia da morte não deixou de ser peculiar: foi exatamente 20 anos depois da morte do seu amigo e pupilo Cazuza.

4.5.1.2 Joel Macedo¹⁵¹ (1947-)



Joel Macedo, nascido na cidade do Rio de Janeiro, vivenciou a estrada na juventude em uma situação que seria considerada ideal e invejável para muitos jornalistas com sonhos do tipo: com apenas 21 anos de idade tornou-se correspondente nos Estados Unidos para o jornal *Última Hora*, e depois para o jornal *Rolling Stone*. Segundo Joel (Vieira, 2021), Samuel Wainer, proprietário do *Última Hora*, o enviou ao estrangeiro, que até aquele final dos anos 1960 fazia a cobertura dos movimentos estudantis, como forma de protegê-lo da perseguição política. Nos Estados Unidos ele teve contato direto com a efervescente do movimento hippie, do rock'n'roll e de todos os demais elementos que

¹⁵¹ Fonte da imagem: arquivo pessoal de Joel Macedo

envolveram a contracultura. Foi justamente essa experiência que levou Maciel a contratá-lo como repórter para o *Rolling Stone*.

A participação de Joel na revista gerou colocações dos textos deles de foram diversas, ora assinando reportagens e entrevistas, ora na posição de colunista e correspondente no momento em que ele retornou ao exterior e, de lá, despachou o material. Ainda de acordo com Joel (Vieira, 2021), ele não era do tipo de jornalista que tinha o hábito de fotografar ou que fazer arquivo de objetos que marcaram as experiências que vivenciou. Os textos que produziu e publicou são, portanto, os principais registros desses acontecimentos.

Não tenho muita coisa na memória pois sou péssimo arquivista, eu estava na onda pelo barato, assim como a Janis Joplin. Não ficava tirando foto, guardando recordações. Cheguei a ir ao camarim do West, Bruce and Laing e não peguei um autógrafo, eu não tinha muita organização. Eu era mais um personagem do movimento hippie do que um jornalista, a profissão foi uma consequência. (Vieira, 2021, s/p)

Joel Macedo ainda teve uma primeira experiência como editor nos momentos finais do *Rolling Stone*, quando Luiz Carlos Maciel deixou a revista juntamente com os proprietários da Camelopard Produções Gráficas. Após a experiência no *Rolling Stone*, Joel Macedo trabalhou nos jornais *O Dia*, *O Fluminense*, *Tribuna da Imprensa*, *Jornal do Brasil* e *O Globo*, ocupando cargos de editor, de redator, de jornalista cultural e político, além de crítico literário (Joel Macedo, comunicações pessoais, novembro de 2021). Na atualidade, Joel Macedo trabalha como tradutor, e ele também é autor de livros de ficção que têm em comum a temática da contracultura, do movimento hippie, do rock e demais acontecimentos dos anos 1960 e 70. São eles: *Tatuagem: Histórias de uma geração na estrada*; *1961: Uma novela na era Kennedy*; *Albatroz: O encontro das tribos na Califórnia*. O primeiro livro de Joel, porém foi o de ensaios *Despertador: Espiritualidade dos anos 70*, lançado originalmente em 1979.

A produção jornalística e ficcional de Joel Macedo não foi objeto de estudo acadêmico até a apresentação dessa tese, contudo, os textos dele fazem parte do corpus de análise dos estudos relacionados ao jornal *Rolling Stone*, como nos trabalhos de Barros (2007) e de Sberni Junior (2015).

4.5.1.3 Jorge Mautner¹⁵² (1941-)



No jornal *Rolling Stone*, Jorge Mautner foi um colaborador com entrevistas, artigos e críticas. Não era um iniciante quando foi apresentado ao editor

Luiz Carlos Maciel nos anos 1970. Até 1972, Mautner já era um conhecido poeta, compositor e escritor da contracultura brasileira. Nascido no Rio de Janeiro, foi um prodígio que começou a escrever ainda adolescente e começou a publicar nos anos 1960, três livros que ficaram conhecidos como a trilogia da *Mitologia do Kaos*¹⁵³. Essas obras que foram estudadas em detalhes em quatro dissertações e teses de Chaves (2019), Silva (2016), Assunção (2003) e Morais Junior (1992). Para Chaves (2019), o que chama atenção sobre Mautner é por ele ser um habilidoso narrador de si mesmo, deixando contribuições importantes na literatura autobiográfica e de testemunho. No total, até o momento, Mautner publicou 12 livros.

Ele começou a se envolver na música e no jornalismo nos anos 1970, após retornar de uma viagem à Londres, quando conheceu os cantores e compositores Caetano Veloso e Gilberto Gil, e ficou próximo a eles, em uma amizade para a vida toda. O primeiro trabalho de destaque na imprensa foi escrevendo para o *Pasquim*. Foi por causa da junção desses elementos que ele conheceu Maciel e decidiu colaborar com o jornal *Rolling Stone*.

Jorge Mautner era *relax*, talvez um pouco no meu próprio gênero, mas, eu acho, mais radical. Já era do tempo do *desbunde*, pois vinha do tempo do *beat generation*, e acho que foi o primeiro *beatnik* brasileiro, quando escreveu seu primeiro livro, *Depois da chuva e da morte*. Ia sempre à redação da revista para levar (ou fazer) artigos, que nunca lhe eram pagos. Os gringos não tinham dinheiro, as contas cresciam e a revista ia muito mal das pernas. Mas, enfim, o Mautner gostava de escrever e escrevia sempre. E muito. E rápido. Chegava na redação, sentava junto a uma máquina de escrever e arremetia, folha após folha, numa velocidade que me deixava pasmo. Era capaz de produzir um

¹⁵² Fonte da imagem: <https://novabrasilfm.com.br/notas-musicais/curiosidades/10-curiosidades-sobre-jorge-mautner-no-dia-do-seu-aniversario/>

¹⁵³ As obras são *Deus da chuva e da morte* (1962), *Kaos* (1964) e *Narciso em tarde cinza* (1966)

texto de várias laudas em poucos segundos. Sem exageros.
(Maciel, 1996, p. 248)

Apesar de ser um ocasional colaborador em diversos veículos de imprensa, ele não carrega tal identidade. Jorge Mautner é um artista que flertou com o cinema e com a dramaturgia, mas que majoritariamente se destacou no campo da música e da literatura. A discografia dele contém dez álbuns de estúdio, dois registros de shows, três compilações e quatro compactos. Apesar de ser um compositor celebrado por jornalistas, críticos e pelos pares intelectuais, nunca foi, no entanto, um artista com apelo popular e de grandes vendagens (Silva, 2016). Sua composição mais famosa é *Maracatu Atômico*, composto em parceria com Nelson Jacobina, lançada no disco Jorge Mautner de 1974. Contudo, a música ficou famosa na voz de Gilberto Gil, que regravou a música ainda em 1974 e, depois, *Maracatu Atômico* foi resgatada por Chico Science e a Nação Zumbi em 1996.

Jorge Mautner foi tema do documentário *Jorge Mautner - O Filho do Holocausto*, de 2012 com direção de Pedro Bial. O filme foi exibido em diversos festivais, sendo o mais proeminente o Festival de Gramado, na qual recebeu os prêmios de melhor montagem, melhor trilha-sonora e melhor roteiro.

4.5.1.4 Carlos Marques (1944-)

Para Carlos Marques (2012) o *Rolling Stones*, “que durou apenas dois verões”, foi a primeira publicação brasileira que verdadeiramente exerceu a imprensa contracultural e underground no Brasil. O jornalista nasceu na cidade de Jaboatão dos Guararapes, que fica no litoral pernambucano. Como muitos colegas de profissão que poderiam ser retratados neste estudo a partir dos anos 1970, ele não foi um sujeito que ficou famoso por ser também um artista ou por ter um envolvimento próximo com a classe: ele foi um jornalista atuante, que passou por diversos veículos de imprensa, e que, nos jornais em que trabalhou, teve a oportunidade de se encontrar e de conhecer muita gente notória, além de escrever reportagens que tiveram repercussão na sociedade.

Marques foi o único produtor de conteúdo do *Rolling Stone* que escreveu uma autobiografia, chamada *Lá sou amigo do rei*, lançada pela Geração Editorial em 2012. Essa obra foi um grande facilitador em nossa pesquisa, provendo informações valiosas para compreender as relações entre os colegas de mesma e de gerações diferentes no jornalismo.

Carlos Marques foi um repórter contratado pelo *Rolling Stone*. Foi nesse periódico que ele publicou uma das reportagens mais marcantes da carreira dele como jornalista, a entrevista com o policial Nelson Duarte, publicada na edição nº6 de 18 de *Abril* de 1972. O personagem da entrevista que era um torturador e que participava de um grupo de extermínio. A reportagem provocou a demissão do policial. Essa foi uma edição extremamente marcante, anos depois ainda lembrada por Ezequiel Neves¹⁵⁴, por Luiz Carlos Maciel (Duarte, 2012) e também em depoimento de Ana Maria Bahiana para este autor. Marques (2012) rememora que combinou a tal entrevista na própria delegacia onde Nelson Duarte trabalhava munido das armas papel e caneta, e que conseguiu arrancar confissões do policial estimulando a própria vaidade da personalidade.

A edição com Nelson Duarte na capa me renderia frutos doces e amargos. Zuenir Ventura saudaria o trabalho como jornalismo de resistência, e Ana Maria Bahiana, generosamente, o chamaria de clássico da imprensa alternativa. Nos quartéis e delegacias, os algozes viriam de novo atrás de mim, inconformados pelo pobre delegado ter caído na minha sórdida armadilha. (Marques, 2012, s/p)

Marques começou a carreira em Recife, trabalhando para o *Diário de Pernambuco* e, posteriormente, na sucursal local do jornal carioca *Última Hora*. Ele se mudou para o Rio de Janeiro nos anos 1960, onde trabalhou no *O Globo*, no *Diário Carioca*, *O Jornal* e na revista *Manchete* e nas emissoras TV Rio e TV Globo. Foi na revista *Manchete* que ele tomou familiaridade com o jornalismo musical ao acompanhar o desenvolvimento do rock no Brasil por meio da *Jovem Guarda* e do movimento tropicalista. Os textos elogiosos ao ritmo americano irritavam colegas jornalistas então mais experientes, como o próprio Sérgio Porto (Marques, 2012), colaborador da *RMP*, sobrinho de Lúcio Rangel, e integrante da turma mais radicalmente contrária a invasão de estrangeirismos na música brasileira. Tal como o exemplo da rivalidade entre Fernando Lobo e Nestor de Holanda, colaboradores da *RMP*, as discussões sobre a música em uma perspectiva mais geracional ficaram no campo das ideias (mesmo que publicadas na imprensa). Mesmo sendo fã da fase iniciante e romântica do rock brasileiro, o chamado *iê iê iê*, e depois da *Tropicália*, Carlos Marques foi pupilo do cantor Ismael Silva, e foi hóspede do próprio Lúcio Rangel.

Ele ainda dividiu residência também com colegas jornalistas como Ruy Castro, na qual descreveu como sendo um sujeito de admirável habilidade literária e invejável

¹⁵⁴ Ver em: <http://www.dopropriobolso.com.br/index.php/musica-34379/44-musica-brasileira/773-ezequiel-neves-entrevista-inedita> acessada em julho de 2022.

aparência (Marques, 2012), e foi um dos residentes do casarão Solar da Fossa¹⁵⁵, em 1966, época em que teve como vizinhos Caetano Veloso, Gilberto Gil e Gal Costa. Carlos Marques foi um asilado político nos anos 1970, perseguido pela ditadura militar em decorrências às reportagens de natureza social e política, além da conexão dele com as ideologias marxistas. Paris foi a cidade de destino, onde ele reside até a atualidade, colaborando com empresas midiáticas locais e também escrevendo livros (Carlos Marques, comunicações pessoais, outubro de 2022). Carlos Marques tornou-se documentarista, muito como um desdobramento da carreira de jornalista e da experiência na produção de programas televisivos brasileiros, em especial na Rede Globo. Ele produziu, dirigiu e roteirizou filmes como *Carnaval, o aval da carne* (1983) e *O caso Brugger* (1984).

4.6 Produtores de conteúdo da *Bizz*

De todos os cinco periódicos, o expediente da *Bizz* é o mais fidedigno, especialmente por ser parte de uma grande empresa que estava comprometida em um mercado regulado e profissional, fiscalizado por sindicatos. Pela natureza comercial e profissional da editora *Abril*, da *Azul* e da *Simbolo*, todas as pessoas creditadas em uma edição, mesmo como colaboradoras (leia-se *freelancers*), foram pagas pelo trabalho executado. Nossa maior dificuldade aqui foi separar os cargos administrativos da redação daquelas que efetivamente trabalhavam com o conteúdo editorial. Nós contabilizamos o segundo grupo. Nos 16 anos não completos da *Bizz*, chegamos ao seguinte grupo que desempenhou funções com vínculos contratuais e produção de conteúdo.

Tabela 14 – Produtores de conteúdo da *Bizz*

Nome	Nacionalidade	Profissão	Função
Alex Antunes	Brasileira	Jornalista/ crítico/ escritor	Editor/ colaborador/ repórter
André Forastieri	Brasileira	Jornalista	Editor/ colaborador
Celso de Salles Pucci	Brasileira	Jornalista/ músico	Repórter/ editor assistente/ editor
Emerson Gasperin	Brasileira	Jornalista	Editor/ colaborador
Felipe Zobaran	Brasileira	Jornalista	Editor
José Augusto Lemos	Brasileira	Jornalista	Editor/ consultor/ colaborador
José Eduardo Mendonça	Brasileira	Jornalista	Editor/ colaborador
José Emílio Rondeau	Brasileira	Jornalista/ produtor musical/ cineasta	Editor/ correspondente
Otávio Rodrigues	Brasileira	Jornalista/ DJ	Editor
Pedro Só	Brasileira	Jornalista/ escritor	Editor/ colaborador

¹⁵⁵ A pensão de 85 apartamentos Solar da Fossa teve a história contada no livro de mesmo nome de Toninho Vas, lançado pela Casa da Palavra em 2011.

Sérgio Martins	Brasileira	Jornalista	Editor/ editor assistente/ colaborador
Ana Maria Bahiana	Brasileira	Jornalista/ escritora	Correspondente/ colaborador
Anamaria G. de Lemos	Brasileira	Jornalista/ professora	Correspondente/ colaborador
Andrea Estevam	Brasileira	Jornalista	Repórter / colaboradora
Antônio Carlos Miguel	Brasileira	Jornalista	Redator/ editor assistente
Bia Abramo	Brasileira	Jornalista/ escritora	Repórter/ colaborador
Camilo Rocha	Brasileira	Jornalista/ DJ	Editor assistente
Carlos Eduardo Miranda	Brasileira	Produtor musical/ jornalista	Repórter/ colaborador
Celso Ferrari Masson	Brasileira	Jornalista	Redator/ colaborador
Cesar G. Lima	-	-	Correspondente/ colaborador
Claudia Grechi	Brasileira	Jornalista/ escritora	Repórter/ colaborador
Eva Joory	Brasileira	Jornalista	Correspondente/ colaborador
Gabriela Dias	Brasileira	Jornalista	Redator/ editora assistente
José Flávio Jr.	Brasileira	Jornalista	Repórter/ editor assistente/ colaborador
José Couto Nogueira	Portuguesa	Jornalista/ fotógrafo/ escritor	Correspondente/ colaborador
Letícia Calmon	-	-	Repórter
Lorena Calábria	Brasileira	Jornalista	Redator/ editora assistente
Lu Gomes	Brasileira	Jornalista/ ilustrador/ músico	Redator
Luiza de Oliveira	-	-	Repórter
Marisa Adán Gil	Brasileira	Jornalista	Redator/ editora assistente
Pepe Escobar	Brasileira	Jornalista/ músico	Correspondente/ colaborador
Silvano Michelino	Brasileira	Jornalista/ músico	Correspondente/ colaborador
Sônia Rosa Maia	Brasileira	Jornalista	Repórter
Thomas Pappou	Brasileira	Jornalista/ músico	Repórter/ colaborador

Fonte: Própria autora, março de 2022

Observamos na tabela acima que são 31 produtores de conteúdo brasileiros verificados, apenas um de nacionalidade portuguesa: José Couto Nogueira, jornalista nascido em Lisboa em 1945, e que primeiro trabalhou como fotógrafo para, depois, iniciar a carreira de jornalista nos dez anos em que viveu radicado em São Paulo. Não conseguimos confirmar a nacionalidade de três produtores de conteúdo porque não havia essa informação disponível nos bancos de busca, ou devido a quantidade de homônimos que impossibilitou a identificação desses, ou pela falta de dados dentro dos resultados obtidos.

Dois terços desses profissionais verificados são homens, e nenhuma das mulheres chegou ao cargo de editora-chefe, apesar de Gabriela Dias, Marisa Adán Gil e Lorena Calábria terem exercido a função de editora-assistente, que está em um nível hierárquico abaixo. Não quer dizer que essas profissionais não tenham se destacado após a experiência na *Bizz* em editorias e periódicos de cultura ou de outras especialidades. Ana Maria Bahiana já era uma referência do jornalismo musical quando produziu conteúdo

para a *Bizz* no papel de correspondente e de *freelancer*. A então iniciante Lorena Calábria ficou nacionalmente reconhecida pelo trabalho na Rede Globo, na MTV e outros canais abertos e por assinatura da TV brasileira. Sônia Maia e Bia Abramo se estabeleceram como jornalistas de música muito respeitadas. Marisa Adán Gil foi editora do caderno Ilustrada da *Folha de S. Paulo* e, posteriormente, editora-chefe da revista *Marie Clarie*, da editora *Abril*.

Dos 31 profissionais verificados que tiveram vínculo com a redação da *Bizz* (ou com as Editoras *Abril/Azul*), 18 tiveram formação universitária em Comunicação ou em Jornalismo, cinco tiveram formação universitária em outras áreas e não foi possível encontrar referências sobre oito deles. O paralelismo com carreiras artísticas continua aqui, porém de maneira mais contida. Sete desses produtores de conteúdo também possuem carreira como músicos ou como produtores de artistas de música. Lu Gomes e Thomas Pappon, por exemplo, têm suas biografias relacionadas com o movimento punk rock, por meio do trabalho deles em bandas como Esquadrilha da Fumaça e Fellini, respectivamente. É preciso dizer que ao contrário de outros notórios do passado, que realmente tiveram uma participação relevante na música popular brasileiras, os músicos que colaboraram com a *Bizz* integraram grupos independentes e de pouca popularidade.

O número de colaboradores (produtores de conteúdo *freelancers*) ao longo dos 16 anos de história da *Bizz* é extenso, com mais de 50 nomes diferentes. Mapear cada um significaria ter que verificar absolutamente todas as edições lançadas. Tal trabalho se tornaria fora de proporção em um estudo já deveras extenso, mas não podemos de deixar de destacar alguns nomes que são proeminentes jornalistas, escritores e músicos, que produziram conteúdo para a *Bizz* em mais de uma ocasião, mesmo que esses não sejam usados para fins estatísticos. Alguns, como Robert Halfoun e Alexandre Matias, produziram um número tão expressivo de matérias, de reportagens e de críticas quanto os profissionais com vínculos contratuais. Outros, como Tom Leão, Fábio Massari, André Barcinsky e Régis Tadeu tornaram-se celebridades no jornalismo de música. Há ainda colaboradores da *Bizz*, como Julio Hungria, que atuaram no *Rolling Stone* e ajudam nesse quadro a reforçar as conexões entre as diferentes gerações do jornalismo musical. Na tabela abaixo listamos alguns dos colaboradores mais ativos.

Tabela 15 – Lista parcial de colaboradores da *Bizz*

Nome	Nacionalidade	Profissão	Função
Abonico R. Smith	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Alexandre Matias	Brasileira	Jornalista	Colaborador

Álvaro Pereira Jr.	Brasileira	Jornalista	Colaborador
André Barcinsky	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Arthur G Couto Duarte	Brasileira	Jornalista/ psiquiatra/ empresário	Colaborador
Ayrton Mugnaini Jr.	Brasileira	Jornalista/ músico/ escritor	Colaborador
Bernardo Araújo	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Carlos Albuquerque	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Carlos Calado	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Carlos Marcelo	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Daniel Oliveira	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Danilo Monteiro	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Fabiana Batistela	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Fábio Massari	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Fernando Rosa	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Gastão Moreira	Brasileira	Jornalista/ músico	Colaborador
Hélio Gomes	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Jaime Biaggio	Brasileira	Jornalista/ tradutor	Colaborador
Jean-Yves de Neufville	Francesa/Brasileira	Jornalista/ crítico/ musicólogo	Colaborador
Jotabê Medeiros	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Julio Hungria	Brasileira	Jornalista, produtor musical, radialista	Colaborador
Kid Vinil	Brasileira	Jornalista/ escritor/ compositor	Colaborador
Leopoldo Rey	Brasileira	Jornalista/ radialista	Colaborador
Lourival C. Santana Jr.	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Lúcio Ribeiro	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Luiz Antônio Giron	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Marcel Plasse	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Marcelo Froes	Brasileira	Jornalista/ escritor/ musicólogo/ produtor musical	Colaborador
Pedro Alexandre Sanches	Brasileira	Jornalista	Colaborador
René Ferri	Brasileira	Jornalista/ escritor/ empresário	Colaborador
Régis Tadeu	Brasileira	Jornalista/ crítico	Colaborador
Ricardo Alexandre ¹⁵⁶	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Robert Halfoun	Brasileira	Jornalista/ empresário	Colaborador
Roberto Sadowski	Brasileira	jornalista	Colaborador
Tárik de Sousa	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Thales de Menezes	Brasileira	jornalista	Colaborador
Tom Leão	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador
Valéria Rossi	Brasileira	Jornalista	Colaborador
Zeca Camargo	Brasileira	Jornalista/ escritor	Colaborador

Fonte: Própria autora – 2022

Podemos observar nesta tabela que os colaboradores freelancers da *Bizz* mantiveram mais ou menos o mesmo perfil dos produtores de conteúdo sob um contrato. A maioria é de brasileiros, exceto o francês Jean Yves Neufville, radicado no Brasil e que foi um prestigiado crítico e jornalista musical até a morte por ataque cardíaco fulminante aos 55 anos em 2013. Todos são, ou foram, jornalistas com alguma notoriedade. Poucas mulheres participaram da revista. O único músico entre essa lista, Gastão Moreira, ganhou fama como VJ na *MTV* e tocou guitarra na banda R.I.P Monsters, independente e de pouca expressão.

¹⁵⁶ Ricardo Alexandre foi editor da *Bizz* entre os anos 2005-2007, mas como essa fase está fora da nossa pesquisa, até 2001, o jornalista apenas foi um dos tantos colaboradores da revista.

4.6.1 Trajetórias

Os editores da *Bizz* de certa maneira retomam a tradição de *A Música Para Todos* e *Ariel* no sentido de serem altamente produtivos para o conteúdo da revista. Não à toa, três dos quatro escolhidos para esse estudo biográfico foram editores. Foram eles: José Emílio Rondeau, André Forastieri e Pedro Só. José Emílio Rondeau foi, de longe, o que mais produziu seja na condição de editor, seja na condição de correspondente, função que exerceu até 1995. Das 36 edições que estudamos qualitativamente, havia algumas delas em que não era raro encontrar duas ou três reportagens de Rondeau na mesma edição, sem contabilizar os textos menores. A quarta produtora de conteúdo notória que escolhemos foi Ana Maria Bahiana. Entre as mulheres que produziram conteúdo para a revista, ela não foi a com mais textos em quantidade, porém, ela já tinha uma carreira estabelecida desde a estreia das páginas do jornal *Rolling Stone*, e era considerada uma das mais importantes jornalistas de música pelo meio.

4.6.1.1 José Emilio Rondeau¹⁵⁷ (1956-)



O ano em que José Emílio Rondeau começou no jornalismo é bem delimitado: 1977. É uma data um pouco estranha, considerando que ele era um leitor muito ativo do jornal *Rolling Stone*, em 1972, e teve os primeiros textos publicados na seção Recado do Leitor. Porém, de acordo com o próprio José Emílio (comunicações pessoais, novembro de 2022), ainda adolescente ele havia descoberto o que chamou de “maravilhoso mundo da imprensa musical” ao ter acesso a jornais e revistas internacionais especializadas em música, e também as trade magazines, como a *Billboard*. O *Rolling Stone*, nesse contexto, seria um oásis, um evento que engatilhou a produção do jornalismo musical de rock no Brasil.

Antes da estreia como jornalista em 1977, escrevendo sobre o assunto que gostava, Emílio estagiou no *Jornal do Brasil* editoria de notícias internacionais sob supervisão do

¹⁵⁷ A fonte da imagem era do website www.jeRondeau.com. Porém, a página foi desativada em janeiro de 2023.

jornalista Renato Machado¹⁵⁸. “Meu objetivo me treinar o suficiente, me preparar para escrever sobre música. Era o que eu queria desde o dia zero” (Rondeau, comunicações pessoais, novembro de 2022). O desejo de Rondeau era escrever no mensal *Jornal de Música*, editado por Tárík de Sousa, e que tinha na equipe de reportagem Ana Maria Bahiana e Ezequiel Neves. O objetivo não foi apenas alcançado, como Rondeau passou a escrever sobre música para diversos outros veículos especializados, construindo uma carreira que o levaria a ser considerado um dos principais jornalistas de música do país (Oliveira, 2011)

Em 1982, José Emílio Rondeau e Ana Maria Bahiana criaram e produziram a revista *Pipoca Moderna*.

Foi um dos projetos mais sensacionais que envolveu uma porção de pessoas e que iniciou a carreira de muita gente no jornalismo musical. [A *Pipoca Moderna*] Publicou uma das primeiras matérias do Hermano Vianna¹⁵⁹ e do Paulo Ricardo Medeiros, que depois seria o vocalista do RPM. Foi uma revista de lançar tendências, foi excepcional, mas que durou pouco porque não tinha muito bolso para fazê-la funcionar, e porque ela não crescia a partir de um determinado número de leitores. (Rondeau, comunicações pessoais, novembro de 2022)

Esses antecedentes curriculares levaram José Emílio Rondeau a ser convidado para colaborar e, posteriormente, ser o editor da *Bizz* no Rio de Janeiro, onde ele trabalhou em parceria com José Augusto Lemos. Ele também foi correspondente internacional da revista por meio do escritório vinculado à editora *Azul*, que abriu em Los Angeles juntamente com a então esposa Ana Maria Bahiana. Por meio desse escritório tanto Rondeau quanto Ana Maria enviaram colaborações para a *Bizz* e para outras publicações da editora, a revista *Set*, especializada em cinema. De acordo com Rondeau (comunicações pessoais, novembro de 2022), a parceria de correspondência durou de 1987 até meados dos anos 1990. Ele considera que a maior contribuição que prestou à *Bizz* foi na questão do estilo textual e de reportagem, uma vez que o projeto já estava consolidado na *Abril*.

José Emílio Rondeau ainda produziu discos de bandas como Camisa de Vênus, Picassos Falsos e o primeiro da Legião Urbana, foi diretor de alguns dos clipes do

¹⁵⁸ Renato Machado trabalhou na imprensa diária por 12 anos, mais notoriamente no *Jornal do Brasil*, antes de se destacar nacionalmente quando foi trabalhar como repórter, correspondente internacional e, posteriormente, âncora televisivo em noticiários e em programas jornalísticos da *Rede Globo*.

¹⁵⁹ Hermano Vianna é antropólogo, musicista, jornalista e produtor televisivo. Hermano é irmão de Herbert Vianna, guitarrista e vocalista da banda Os Paralamas do Sucesso, e teve papel fundamental na apresentação e divulgação na mídia carioca das bandas de Brasília dos anos 1980, como a Legião Urbana.

Fantástico¹⁶⁰ no início dos anos 1980. Trabalhou como crítico no *O Globo* e na *Folha de S. Paulo*, e colaborou com revistas como *Marie Clarie*, *Set*, *Trip*, *Playboy*, e os semanários *Veja* e *Época*. Mais recentemente Rondeau produziu o próprio website de notícias de músicas, que ele alega ser um lugar sem pretensões comerciais e sem pressões de atualizações com notícias, e que é destinado a exercitar o jornalismo musical.

Rondeau não foi uma personalidade que foi objeto de estudos acadêmicos, muito embora, tal como outros profissionais do jornalismo, a produção dele foi usada como arquivo de pesquisadores, como foi o caso de Oliveira (2011), e também são encontradas trechos de críticas e de citações de entrevistas concedidas a Rondeau em publicações como a de Alexandre (2013).

4.6.1.2 André Forastieri¹⁶¹ (1965-)



André Forastieri nasceu na cidade de Piracicaba, que fica no interior do estado de São Paulo. A origem o coloca numa posição de *outsider* em relação aos demais jornalistas aqui biografados, no sentido de que ele, um “caipira, pira, pora”, que cresceu numa casa sem música só com um radinho de pilha na cozinha, que foi ter as primeiras fitas k-7 de rock aos dez anos de idade (Forastieri, 2014), e precisou tomar a rodovia para chegar aos grandes centros. Outro diferencial de Forastieri é que ele teve um início importante no jornalismo musical, chegando ao auge dessa carreira justamente como editor da *Bizz*. Embora isso continue ressonando na biografia dele, o próprio André encontrou um caminho profissional como empreendedor. Fundou editoras, como a Conrad (que se especializou em publicar *graphic novels*), e empresas de redes de comunicação, consultoria e de profissionais como a Homework e a Compasso. E quanto ao rock ou mesmo ao jornalismo de música? Isso ele deixou para trás exatamente em 1995 (ele deixou a *Bizz* em 1993).

Em 1985 eu fiz 15 anos, e troquei Beatles e Pink Floyd e KC & The Sunshine Band por B-52's, Devo, Tom Petty, Clash, etc., e

¹⁶⁰ Fantástico é um programa dominical jornalístico de variedades que vai ao ar pela *Rede Globo*. Nos anos 1970 e 1980, antes do advento da *MTV*, e de programas especializados em passar videocliques no Brasil, o programa Fantástico produzia vídeos de artistas brasileiros para serem veiculados na programação do dominical e da emissora. Essas produções ficaram popularmente conhecidas como “clipes do Fantástico”.

¹⁶¹ Fonte da imagem: perfil do jornalista no Twitter.

nenhum artista brasileiro falava comigo, muito menos esses baianos cabeludos. Nunca confie num hippie, era o slogan punk. Eu era só um molequinho piracicabano, mas comprei essa de coração. Música brasileira de 1980-1985 era o que eu assistia no Cassino do Chacrinha e boa. Claro que o rock dos anos 80 produziu boas canções e momentos de verberação cultural. Mas nunca me pegaram pelas tripas. O que facilitou a minha vida quando “militei” no jornalismo cultural, *Folha e Bizz* e *General*, 1988-1995. Eu não era da turma, e me sentia muito à vontade para caçar das bandas, com crueldade gratuita de quem não quer ser aceito. (Forastieri, 2014, p. 89)

A saída de Forastieri como “militante” do jornalismo cultural, da qual ele defende que o papel do crítico é não ter nenhuma benevolência gratuita com o material analisado¹⁶² (Forastieri, s/d), o levou a desenvolver o jornalismo de games, no Brasil, que ainda era incipiente na década de 1990. Ele criou a revista *Herói*, em 1994, que foi a primeira a falar de videogames no Brasil e que cuja história da publicação ele contou no livro “Herói: a história da revista que mudou uma geração”, lançado em 2016 pela editora Tambor Digital (da qual é proprietário).

4.6.1.3 Pedro Só¹⁶³ (1967-)



Entre as maiores referências no jornalismo do carioca Pedro Só (comunicações pessoais, outubro de 2022) estão Ana Maria Bahiana e Ezequiel Neves, personalidades citadas neste mesmo capítulo, além de Ruy Castro, Ivan Lessa, Maurício Valladares, Adelzon Alves, João

Saldanha e os jornalistas ingleses Tony Parsons e Everett True. Pedro Só faz parte de uma terceira geração de jornalistas de música pós-*Rolling Stone*, grupo este que iniciou a carreira entre o final dos anos 1980 e início dos anos 1990. Ele começou a carreira engajado com a pauta cultural e esportiva nos diários do Rio de Janeiro em 1990 *O Globo*, *Jornal do Brasil* e *O Dia*. No mesmo ano, começou também a colaborar com a *Bizz*.

¹⁶² Ensaio de Forastieri intitulado “Sem crítica, não há avanço”, publicado no site oficial do jornalista. Ver em <https://andreforastieri.com.br/sem-critica-nao-ha-avanco/> acessado em agosto de 2022.

¹⁶³ Fonte da imagem: perfil do jornalista da rede social LinkedIn.

Assumi a posição de editor chefe da revista em 1995, com o auxílio de Sérgio Martins, cargo que ocupou por cinco anos, como pode ser conferido na tabela X do capítulo anterior.

Pedro Só assumiu a cadeira em um momento que a *Bizz* passou pela transição editorial para o projeto *Showbizz*, que, na opinião do jornalista, foi muito problemático devido a uma política editorial equivocada que prezava textos curtos, um tratamento equivocado das imagens, e por representar uma má aplicação de recursos. Essa política, continuou Pedro, foi mudado aos poucos por força de um trabalho discreto e pragmático feito por ele, Sérgio Martins e por Rodolfo Tucci.

A terceira geração de jornalistas de música da era pós-*Rolling Stone* teve a peculiaridade de fazer a transição entre os meios impressos para o meio digital. Pedro Só deixou o comando da *Bizz* na transição da Editora *Abril* para a editora *Simbolo*, e assumiu a direção de conteúdo do Usina do Som, que foi um dos primeiros portais sobre rock e música pop no Brasil, que não apenas fazia o conteúdo escrito encontrado tradicionalmente nos impressos especializados (notícias, críticas e entrevistas), como aproveitava os recursos que ainda eram aprimorados na web 1.0 para disponibilizar também conteúdo multi-midiático.

Em 2012, Pedro Só assumiu a editora da *Billboard Brasil*. Primeiro ele trabalhou como editor fantasma, pois se tratava até então de um trabalho paralelo, até assumir a posição de maneira efetiva, creditada no expediente. Sobre essa experiência, Pedro Só (2022) revelou que as experiências profissionais em empresas do showbusiness lhe deram a segurança para lidar com uma *trade magazine*, altamente voltada para a indústria. “Foi mais radical a mudança de trabalhar em grandes (*Abril*) e médias (*Azul*) editoras, para encarar um projeto mais personalista, de um empresário independente, sem experiência no mercado editorial” (Pedro Só, comunicações pessoais, novembro de 2022). Pedro trabalhou ainda como jornalista freelancer para projetos de grandes empresas, foi editor do *O Globo*, trabalhou ainda nas rádios Globo e Rádio Cidade do Rio de Janeiro, entre outros.

Pedro Só (comunicações pessoais, novembro de 2022) salientou a postura que ele sempre teve na carreira como jornalista profissional, sendo remunerado por toda a produção que fez.

Muitos colegas da minha geração de jornalistas especializados em música vinham da "escola" do fanzine. Eu sempre achei duvidoso esse tipo de formação, pelo mau português (em geral), o deslumbre, os achismos, a fãzoquice. Me orgulhava de ter

escrito apenas UM texto para fanzine em toda a minha carreira (a convite de um amigo) e de ser profissional, de ter sido pago pra escrever desde sempre (comecei a estagiar com 17, com 18 assinei minha primeira matéria em um caderno do *Jornal do Comércio*). Já macaco velho, fiquei ultrajado quando me convidaram para escrever de graça em uma revista, em troca de "exposição", "visibilidade" etc. (Pedro Só, comunicações pessoais, novembro de 2022)

Pedro Só também é co-autor do livro 1985 – O ano em que o Brasil recomeçou, juntamente com Edmundo Barreiros. A exemplo de André Forastieri e José Emílio Rondeau, não há estudos acadêmicos que tenham Pedro Só como objeto de pesquisa. No entanto, a exemplo dos demais, encontramos trechos de textos de Pedro Só comentados e analisados academicamente, em especial por Oliveira (2011).

4.6.1.4 Ana Maria Bahiana¹⁶⁴ (1950-)



Ana Maria Bahiana não apenas foi uma das mais importantes jornalistas de música brasileiras, como também foi uma profissional que inspirou gerações que cresceram a lendo em jornais e revistas. Dapieve (2019), jornalista de música e crítico do jornal *O Globo*, foi um desses profissionais que tiveram em Bahiana uma inspiração. “Para os poucos garotos que não achávamos impossível manter uma cultura roqueira no Brasil, Ana Maria foi uma referência” (Dapieve, 2019, p. 20). Foram duas décadas em que contribuiu imensamente com a cultura do rock e da música por meio das reportagens, crônicas, críticas que escreveu para diversos jornais e revistas. Em 1982, criou juntamente com José Emílio Rondeau a revista *Pipoca Moderna*, como já falamos a respeito, e em 1986, criou e executou o projeto do Rio Fanzine, no jornal *O Globo*, que era um espaço que falava da cultura indie e underground. Foi no Rio Fanzine, que Ana Maria revelou o então jovem jornalista Tom Leão, que foi colaborador da *Bizz* e que se tornou também um jornalista de música de referência no Brasil.

Ana Maria Bahiana é carioca e estudou Jornalismo na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Ainda estava na faculdade quando conseguiu o primeiro

¹⁶⁴ Fonte da imagem: <https://marracomunica.com.br/a-luz-da-lente/>

emprego na área, justamente no jornal *Rolling Stone*. Chegou até a redação primeiro por meio do então namorado Guerra (Luiz Sérgio Narcinovic), e foi dada a ela a posição de secretária de redação. O que fazia exatamente uma secretária de redação, Ana Maria (comunicações pessoais, novembro de 2018) não soube responder, mas ela era uma das responsáveis pela seção das cartas dos leitores. Foi no *Rolling Stone* que Ana Maria também começou a escrever profissionalmente e conheceu Ezequiel Neves, que foi um dos mentores profissionais, além de colega de redação em diversos outros veículos. As décadas de 1970 e 1980 foram os períodos de maior atuação de Ana Maria na imprensa brasileira, antes de se mudar para os Estados Unidos, onde se estabeleceu em Los Angeles a partir de 1987. Ela fez parte de projetos como a revista *Rock: A História e a Glória*, cujo os responsáveis foram Tárík de Souza e Armando Amorim, e escreveu para os principais jornais diários brasileiros, mas também colaborou com veículos independentes, como o *Jornal da Música* e o *Opinião*. Também colaborou com revistas como *Pop*, *Somtrês*, *Bizz*, e várias outras. Bahiana (2006) diz ter vivido uma década feliz nos anos 1970, apesar dos anos de chumbo, graças ao trabalho e de todas as manifestações artísticas interessantes que aconteceram no Brasil e no exterior.

Já em Los Angeles, Ana Maria pôde exercitar o jornalismo de cinema, que dominou a pauta dela dos anos 1990 adiante. Ela e o então marido José Emílio Rondeau montaram um escritório na qual ofereciam conteúdo de correspondência de jornalismo cultural a diversos veículos da imprensa brasileira. Após 1987, Ana Maria foi correspondente para a *Rede Globo*, para o canal *Telecine*, para a *TNT*, foi editora da revista inglesa *Screen International*, especializada na sétima arte, e ingressou como membro da Associação de Correspondentes Estrangeiros de Hollywood, que organiza a premiação anual Globo de Ouro. Na carreira internacional de Ana Maria, também constam colaborações às revistas *New York Times Syndicate*, *Beat*, *Escape*, *Le Film Français*, *Follow Me*, *Cinema Papers* entre outras. Ela colocou a experiência cinematográfica em prática ao ser co-roteirista e co-produtora do filme *1972* (2006), dirigido por José Emílio Rondeau, e ainda escreveu o livro *Como Ver Um Filme*, que explica com didatismo como o leitor pode melhorar as leituras sobre um filme, e a própria experiência cinematográfica, ao compreender melhor as partes que compõe uma obra do tipo. Ana Maria Bahiana publicou uma biografia de Jimi Hendrix, almanaques e compilações de entrevistas e reportagens que escreveu. Ela também traduziu o clássico *Despachos do Front*, de Michel Herr, e *Como a Geração Sexo-Drogas-Rock'n'Roll Salvou Hollywood*, de Peter Biskind.

A biografia da jornalista não foi objeto de estudo dos acadêmicos. Contudo, a produção e as posições dela ao longo da carreira foram usadas como fonte para análise sobre determinados tópicos sobre música e cinema. Lamarão (2012) destacou a defesa do rock feita por Ana Maria, e na legitimação do gênero como um som universal e inclusivo, que dava voz à juventude e também àqueles que se consideravam excluídos ou oprimidos. Ou seja, facetas que o rock carregou em uma época ditatorial em diversos países e de grandes transformações sócio-culturais. Essa percepção tem ecos em Groppo (1996), Bryan (1994) e Oliveira (2011), que destacam o grupo de jornalistas dos anos 1970 e início dos anos 1980 formado por Ana Maria Bahiana, Ezequiel Neves e José Emílio Rondeau como os jornalistas que se propuseram a olhar e a defender o rock sem preconceitos de ordem social, gênero e político.

Talvez a própria Ana Maria Bahiana problematizaria análises do tipo.

Em primeiro lugar, deve ficar claro que não se trata de atacar ou defender o rock brasileiro. Não sou contra e nem a favor, sabe por quê? Não sou contra porque não sou xenófoba rancorosa. E não sou a favor porque desconfio de qualquer propaganda: de sabão em pó, partido político, estilo musical. Principalmente música, que, ao contrário do que pensam os apresentadores de festivais-da-canção, não deve ser defendida. Música existe, brota, flui. E é só (Bahiana, 2006, p. 379).

Nas publicações não acadêmicas, os textos de Ana Maria estão presentes para pontuar certos episódios da música popular, sendo que as opiniões que ela expressou costumam ser validadas pelos autores. Para Alexandre (2013), Ana Maria Bahiana foi cirúrgica ao analisar as relações entre as bandas internacionais e nacionais que se apresentaram na primeira edição do festival Rock in Rio, em 1985, e também concordou com a jornalista a respeito da análise sobre a coletânea *Grito Suburbano*, que reuniu bandas paulistas de punk no início dos anos 1980. Dapieve (2019) escreveu que ainda guarda o recorte de jornal com a análise de Ana Maria Bahiana sobre a banda The Clash por considera-lo exemplar. “O texto de Ana Maria era um fascinante exercício de estilo, tesão, conhecimento, inteligência” (Dapieve, 2019, p. 20).

Ana Maria Bahiana colaborou especialmente nos primeiros anos da revista *Bizz*, fazendo resenhas de shows realizados no exterior e em críticas de discos.

4.7 Conclusões do capítulo

Neste capítulo, nós levantamos os nomes de 136 produtores de conteúdo que colaboraram em cinco periódicos especializados em música ao longo de um período de

tempo de 105 anos de história de jornalismo de música no Brasil. Destacamos, ainda, a biografia de 20 indivíduos selecionados com base no critério de produção, envolvimento com o periódico e notoriedade. O estudo desses grupos nos permitiu compreender algumas das mudanças e das permanências na prática dessa especialidade, sob o ponto de vista do indivíduo.

No que diz respeito à nacionalidade, vimos que o jornalismo musical foi introduzido ao longo do século XIX, por estrangeiros ou com a grande participação dessas pessoas. Isso pôde ser observado no expediente de *A Música Para Todos*, que era uma revista de propriedade de um estrangeiro, com dois dos diretores italianos e um grupo de colaboradores internacionais correspondendo no Brasil (especialmente em São Paulo) e no exterior. Isso porque o jornalismo era uma atividade nascida na Europa e que foi trazida para cá por europeus a partir da permissão da família real portuguesa. Além disso, era uma atividade que envolvia discussão pública na qual refletia a voz de uma elite intelectualizada, direcionado para um público igualmente privilegiado e letrado.

Os primeiros grandes investidores e editores de jornais e revistas nas duas principais capitais do país, São Paulo e Rio de Janeiro, foram em boa parte feito por estrangeiros (Barbosa, 2010; Bahia, 2009). Vimos, no capítulo 2, que a música erudita foi desenvolvida no país em grande parte por incentivos da família real portuguesa e, posteriormente, pelo imperador Dom Pedro II. Esses incentivos foram feitos por meio da contratação de professores estrangeiros de música para lecionar e administrar conservatórios recém-formados, e a tutelar a formação de músicos. Esses músicos trouxeram consigo a tradição europeia em discutir a música como parte de uma ação quase que pedagógica entre eles próprios e entre o público interessado.

Houve também o projeto migratório de natureza eugenista que visava substituir a mão de obra escrava pela mão de obra assalariada europeia e japonesa direcionada para os campos e para a nascente indústria (Schuwarcz e Starling, 2015). Daí o surgimento de diversas colônias, principalmente nas regiões sudeste e sul. O estado de São Paulo, em particular, abrigou em massa a colônia italiana, que representou uma força motriz na cidade para o desenvolvimento do comércio e da indústria (Toledo, 2012 e 2015; Schuwarcz e Starling, 2015). Por esse cenário, entendemos a razão de as primeiras resenhas de música terem sido publicadas em um jornal cujo dono era um francês, a primeira revista de música foi iniciativa de um maestro

Nos anos 1920, o que encontramos em cidades como a de São Paulo é pelo menos uma ou duas gerações de brasileiros descendentes diretos desses estrangeiros. Também existe

um grupo de artistas eruditos brasileiros formados no próprio país, além de outros artistas e brasileiros de bom poder aquisitivo que vão à Europa estudar, e voltam ao país trazendo informações sobre novos movimentos artísticos e estéticos que foram chamados de modernistas (Toledo 2015; Gonçalves, 2012). Esse é o cenário social que é refletido dos produtores de conteúdo de *Ariel* de poucos estrangeiros participantes, e de brasileiros altamente influenciados pela cultura europeia, por mais que o modernismo brasileiro trouxesse em sua ideologia a busca e a valorização da cultura nacional.

Ariel foi um projeto de um professor e músico brasileiro, por outro lado foi materializado por uma editora cujos proprietários eram estrangeiros, conforme explicamos no capítulo 2. Essa configuração se repete no jornal *Rolling Stone*, cujo conteúdo era produzido por uma maioria de brasileiros, mas que a editora era de propriedade de estrangeiros, e na *Bizz*, por se tratar de um projeto 100% nacional, mas em uma editora fundada por um italiano nascido nos Estados Unidos e naturalizado brasileiro. Mas consideramos que esses casos sejam pontuais e não refletiam mais o cenário jornalístico e editorial nacional.

A partir de *Ariel*, apenas sete estrangeiros colaboram com o conteúdo dos periódicos estudados, contra 14 em *A Música Para Todos*, sendo que o crítico argentino Nestor R. Ortiz Oderigo, especialista em jazz, e o pintor modernista português Fernando Lemos são as personalidades mais notórias desse grupo. Entendemos com isso que, pelo menos no que diz respeito ao jornalismo de música, o produtor de conteúdo estrangeiro era um protagonista e peça fundamental no desenvolvimento do jornalismo musical brasileiro no século XIX, mas que essa condição se transformou na medida em que o jornalismo de música foi se nacionalizando. Vimos em *Ariel* que o estrangeiro, de peça fundamental, passou a ser um convidado e um colaborador ocasional nas redações dominadas por brasileiros. Esses estrangeiros dificilmente desempenhavam papel de correspondentes no exterior, como foi o caso de José Couto Nogueira, na *Bizz*, e geralmente eram pessoas momentaneamente radicadas no país. Esses foram os casos de produtores de conteúdo como Furio Franceschini, Nestor Oderico e Gabriel O'Meara.

A respeito da identidade dos jornalistas de música, Jacke, James e Montano (2014) e Forde (2001) avaliaram que esse produtor de conteúdo se transformou de uma condição de *insider* para de um *outsider*. O *insider* tem como ponto de referência o próprio meio musical, em que professores e artistas se encarregavam em desenvolver a especialidade, partindo da música erudita. No início do século XX, os *outsiders*, ou seja, as pessoas que gostavam e consumiam música, eram jovens sem a mesma especialização musical,

passaram a ocupar um espaço de desprestígio, que era da música popular, e essas pessoas que desenvolveram o jornalismo de música. O levantamento dos produtores de conteúdo mostra que no Brasil, a perspectiva do *insider/outsider* é muito relativa, e não consideramos que seja um bom parâmetro de classificação pela falta de critérios e de detalhamentos. Mesmo assim, achamos interessante usar a perspectiva de Jacke, James e Montano (2014) e Forde (2001) apenas como um exercício analítico nessas conclusões primárias do capítulo.

A *Música Para Todos* mostrou que o grupo que nele atuou tem as características do *insider*, ou seja, do músico, do especialista, pelo menos na maioria dos casos. Alfredo Camarate, Luigi Chiaffarelli e Félix de Otero, nomes que destacamos em biografias, eram músicos profissionais, sistematizadores de métodos pedagógicos do ensino de instrumentos. Contudo, no Brasil, o jornalismo de música popular não foi desenvolvido por jovens aventureiros ocupando um espaço de desprestígio. Primeiro porque a discussão da música popular na imprensa vem a partir de *insiders* e acadêmicos. Falamos de nomes como Mário de Andrade e Antônio de Sá Pereira na *Ariel*, além da pesquisadora acadêmica Mariza Lira (*Revista da Música Popular*), que levou a discussão da música popular à academia nos anos 1920 (Moraes, 2019). Mariza, em particular, também foi a primeira desse grupo estudado que iniciaria a carreira de jornalista falando da música popular urbana ao longo dos anos 1930 em revistas populares sobre o rádio e as respectivas celebridades, e nos diários.

Como separar o *insider* do *outsider* pegando como exemplo os produtores de conteúdo de *Revista da Música Popular*? Porque falamos de indivíduos que eram jornalistas, mas que também eram compositores, cantores, instrumentistas, pessoas que não apenas reportavam, como também estavam diretamente inseridas no meio musical a qual se referiam. Esse foi o caso de Lúcio Rangel, Nestor de Holanda e de Fernando Lobo, apenas para citar os biografados em destaque. Por tudo isso que entendemos que a perspectiva do *insider/outsider* não é um bom parâmetro.

Poderíamos usar o conceito de mundo social de Becker (1976) para compreender as intersecções entre os produtores de conteúdo em relação aos pares, às pessoas sobre as quais eles reportaram. Becker (1976) entende como mundo social à interação entre pessoas e organizações que participam de um determinado meio em diferentes graus e atividades, e são orientadas por ele. A imprensa de música é uma parte integrante do mundo das artes musicais, no sentido que o jornalismo é uma das atividades que integra o sistema de divulgação e de validação. É possível dizer também que jornalismo e música

são dois sistemas que interagem e criam múltiplas intersecções entre esses mundos. Mas os produtores de conteúdo e os músicos ou os artistas participam de um mesmo meio social? As biografias nos mostraram que até a década de 1950, com a *Revista da Música Popular*, esses mundos se cruzavam intensamente, no sentido de que o produtor de conteúdo também era o músico.

Contudo, a lei da obrigatoriedade do diploma de jornalista pelo decreto-lei 972/69, e as faculdades de Jornalismo e de Comunicação trouxeram impactos importantes na formação dos produtores de conteúdo nos periódicos, e conseqüentemente nas relações e interações entre quem relatava sobre a música e quem a produzia. A formação acadêmica introduziu nos estudantes os dogmas e mitos sobre a imparcialidade e ideologias a respeito do papel do jornalista. As leis regulamentarias, que vieram no sentido de afirmar estatutos da categoria, foram elementos importantes para a forçar a separação desses dois mundos, dos artistas e dos jornalistas de música.

São dois grupos que podem ser formados no *Rolling Stone*: àqueles que foram jornalistas e se envolveram com o mundo da produção musical de alguma maneira, como Jorge Mautner, mas que em 1972 ele era mais escritor do que músico, e outros colaboradores de ocasião, como Paulo Coelho (tornou-se escritor) Guerra (morreu jornalista) e Gabriel O'Meara (tornou-se tradutor). Houve também aqueles que se tornaram observadores da música. A maioria foram os jovens encantados com o rock (música popular) e que construíram carreiras como jornalistas, sempre acompanhando os movimentos musical e culturais como observadores ou observadores-participantes. É nesse grupo que se encontra Ana Maria Bahiana, Okky de Souza, Carlos Marques, Joel Macedo, Jefferson Dropê, e o próprio editor Luiz Carlos Maciel.

A *Bizz* foi o periódico que montou grupos de produtores de conteúdo que se distanciaram dos artistas. O rompimento mais drástico é visto na geração que assume a revista a partir dos anos 1990, como André Forastieri, Pedro Só, Alexandre Matias, Ricardo Alexandre. Esse é um grupo de jornalistas que rechaça o cenário de que o profissional da imprensa e o artista não deveriam sentar em uma mesa de um bar e se tornar amigos, talvez parceiros musicais. “Lembra aquela história de que os artistas sempre nos decepcionam?” (Alexandre, 2013, p. 146). André Forastieri (2014) ressaltou a própria capacidade de poder ser cruel com os artistas, uma vez que ele não faz parte da turma (da música). Essa é o tipo de postura dos chamados críticos da *Bizz* observada e analisada em trabalhos acadêmicos como de Souza (1995). Esse distanciamento geracional explica porque Alexandre (2013), editor da *Bizz* na era pós-morten, acusou as

gerações passadas de ser condescendentes com o trabalho dos artistas, e ratificou apenas a geração dele como aquela que verdadeiramente pratica o jornalismo de música.

Os perfis biográficos dos grupos de produtores de conteúdo dos periódicos mostraram que as transformações do jornalismo musical no Brasil foram diferentes no que aconteceu nos Estados Unidos e na Inglaterra, devido a uma série de peculiaridades que envolveram o desenvolvimento da profissão em cada um desses países, inclusive de natureza legislativa. A maneira mais segura de se entender as transformações desses grupos no que diz respeito a carreiras seja do músico → jornalista/músico → jornalista, porque ela visualiza melhor as transições dos grupos no caso brasileiro.

A pesquisa mostrou que o jornalismo musical se transformou também pela força do tipo de música que marcou uma determinada geração. Os colaboradores de *A Música Para Todos* faziam parte da cena erudita brasileira e mundial, eram professores de música, e entendiam o jornalismo como uma extensão de um projeto pedagógico voltado a ensinar e qualificar audiências. Os produtores de conteúdo pouco transformam esse entendimento do que era o jornalismo de música, porque os seus diretores, Mário de Andrade e Antônio de Sá Pereira, especialmente o primeiro, foram alunos e trabalharam na mesma instituição (Conservatório Dramático e Musical de São Paulo) que seus mestres. Mário de Andrade começou a introduzir as pautas a respeito da música popular no meio erudito, muito por causa dos ideais da própria geração modernista, contudo, isso era tratado ainda sob uma perspectiva academicista (Gonçalves, 2012; Jardim, 2015; Tércio, 2019).

O samba era um ritmo popularesco e periférico nos primeiros anos, até que a partir dos anos 1930, com ajuda de um programa estatal, o ritmo musical foi alçado o status de prestígio (Neto, 2017). O grupo atuante em *Revista da Música Popular* é em maioria de uma geração que vivenciou os anos 1930 a própria adolescência/juventude, caso de Lúcio Rangel, Fernando Lobo, Sérgio Porto e Nestor de Holanda. Foi o momento em que muitos produtores de conteúdo despontaram artisticamente falando, como Ari Barroso, Almirante e Haroldo Barbosa. O samba dos anos 1930 é chamado da era de ouro dada a qualidade musical e dos artistas que influenciaram o gênero à época, especialmente Pixinguinha e Noel Rosa. Mas os anos 1950 foi a década do choroso samba-canção diluído entre boleros e outros ritmos românticos estrangeiros. Essa era a música que estava nas rádios, seus intérpretes eram muito midiáticos pelos programas radiofônicos e pelas revistas de fofoca. A geração de Lúcio Rangel achava música então atual e o jornalismo de música uma barbárie. Daí a razão de eles proporem um periódico que foi

de resistência a então atualidade cultural, buscando resgatar a música que marcou a própria juventude, e o auge das carreiras de alguns ali.

A partir dos anos 1960, a juventude mudou e a música também. É exportada a ideia de que o Brasil do final dos anos 1950 e início dos anos 1960 era uma eterna praia ensolarada com uma juventude tocando bossa-nova ao violão. A bossa-nova foi um ritmo elitista de jovens privilegiados da zona sul carioca (Castro, 1990), endossado pela classe de jornalistas, muitos deles que vinham ou se influenciaram pela geração daquele grupo de produtores de conteúdo da *Revista da Música Popular*. Mas mercadologicamente falando, quem arrastava a juventude era o rock (Motta, 2000). De início, o rock chegou ao Brasil inofensivo, com a chamada Jovem Guarda¹⁶⁵, para começar a ter “cara de bandido”¹⁶⁶ e se encaixar como trilha sonora de uma geração sob o rigor de uma ditadura militar a partir dos anos 1970 (Mugnaini Jr., 2021). Essa é a geração do jornal *Rolling Stone*, e o periódico foi trazido ao Brasil contento as ideias de contracultura, do rock, da cultura hippie, da ideia de resistência ao sistema. A imagem dos produtores de conteúdo à época reflete essas ideias. A *Bizz*, nos anos 1980/90, já falou para a geração da redemocratização brasileira. O rock tornou-se comercial e o grupo de produtores de conteúdo tornou-se profissional.

O jornalismo musical é uma especialidade jornalística que por cem anos foi predominantemente masculina, e nessa questão de gênero, ele pouco mudou. Mulheres editavam jornais e revistas femininas e de comportamento desde o século XIX no Brasil, como as pioneiras Joana Paulo Manso de Noronha e Maria Josefa Barreto Pereira Pinto¹⁶⁷. Margarida Izar, nos anos 1930, foi pioneira no sentido de se intrometer em editoriais masculinas e passou a reportar “assuntos gerais” no *Estado de S. Paulo* (Ribeiro, 1999). Na pauta musical, as mulheres tinham presença, contudo sempre foram minoria e não alcançavam posições de direção e como editoras-chefe nos periódicos especializados e nem mesmo dos diários até os anos 1990. Ana Maria Bahiana foi co-criadora da revista *Pipoca Moderna*, mas não foi necessariamente editora. Da mesma geração de Ana Maria, Lena Frias foi considerada uma das grandes especialistas em música popular brasileira,

¹⁶⁵ Programa de televisão que passava nas tardes de domingo na TV Record que durou de 1965 a 1968. O rock dessa geração era espelhado nos primeiros discos dos Beatles, e essa primeira fase do gênero foi chamado no Brasil de iê-iê-iê.

¹⁶⁶ Referência a Rita Lee na música Ôrra Meu.

¹⁶⁷ Maria Josefa Barreto Pereira Pinto, gaúcha da cidade de Viamão, teria fundado em novembro de 1833 o jornal *Bellona Irada Contra os Sectários de Momo*. O semanário de cunho monarquista circulou até janeiro de 1834. Juana Paula Manso de Noronha era uma escritora, professora e dramaturga argentina que editou o *Jornal das Senhoras*, em 1852, no Rio de Janeiro.

mas ela fez carreira especialmente nos diários (sobretudo no *Jornal do Brasil*), não chegou à cadeira de editoria e também não colaborou com os periódicos estudados. A revista *Rolling Stone Brasil* foi ter mulheres no cargo de editoras-chefe após 2010, como foi o caso de Stella Rodriguez. Dos vinte biografados em destaque nesta pesquisa, apenas duas são mulheres: Mariza Lira e Ana Maria Bahiana. Mesmo esse pequeno quadro reflete a desproporção de produtores de conteúdo em relação ao gênero, e que isso foi uma tônica ao longo de um século.

A respeito da notoriedade, muitos dos produtores de conteúdo até a década de 1970 desses periódicos tornaram-se pessoas reconhecidas tanto pela atuação no jornalismo quanto na música popular brasileira. A lista, nesse sentido, é muito expressiva envolvendo nomes como Luigi Chiaffarelli, Felix de Otero, Mário de Andrade, Ari Barroso, Jorge Mautner, etc. Contudo, a maneira como esses produtores de conteúdo conquistou notoriedade depois da década de 1970 mudou. Os, agora, jornalistas não mais tinham a produção artística e da literatura para se destacar devido a separação desses mundos sociais, e passaram a ser reconhecidos pelos pares e por um nicho de leitores. Os jornalistas de música que ficaram mais conhecidos são aqueles que realizaram trabalhos em televisão e, por causa disso, tornaram-se celebridades, como foram os casos de Ana Maria Bahiana e Lorena Calábria (e os freelancers Fábio Massari e Zeca Camargo). Isso nos mostra que a imprensa escrita não mais era uma plataforma que proporcionava reconhecimento. Na era da televisão, e posteriormente da internet, os jornalistas de música notórios se tornaram, de certa maneira, celebridades na tela de TV.

Os expedientes mostram conexões entre os periódicos por meio dos produtores de conteúdo. Há os que colaboraram de maneira artificial, e outros de maneira direta. A colaboração artificial aconteceu entre *Ariel* e *Revista da Música Popular*, em que a segunda republicou textos de Mário de Andrade e de Manuel Bandeira originalmente impressos na primeira. A colaboração direta aconteceu entre o *Rolling Stone* e a *Bizz* em que Ana Maria Bahiana, Julio Hungria e Tárík de Souza publicaram textos inéditos nos dois veículos. Contudo as biografias revelam conexões mais pessoais. Luigi Chiaffarelli, Antônio Pereira de Sá e Mário de Andrade não apenas lecionaram na mesma instituição, como ambos foram amigos próximos de Liddy Chiafarelli Mignone, filha do antigo diretor de *A Música Para Todos*. Luigi Chiaffarelli foi um apoiador da geração modernista, e alguns dos representantes dela se reuniam na casa do professor de piano, inclusive Mário de Andrade. A revista *Ariel* promoveu um concurso de composição que levou o nome de Chiaffarelli em homenagem ao velho mestre.

Mário de Andrade teve muitos admiradores e discípulos, entre eles esteve o então adolescente Lúcio Rangel, ávido pelas opiniões do modernista e também pela ascensão e desenvolvimento do samba e do choro, em especial pelas mãos de Noel Rosa e de Pixinguinha. Outra discípula foi a própria Mariza Lira, que teve uma troca de informações em uma esfera acadêmica, muito embora tenha sido ela (Moraes, 2019) quem levou a pauta da música popular para tal meio e o fez ser levado com seriedade. Mariza Lira e Lúcio Rangel estiveram na *Revista da Música Popular*. Sérgio Porto, sobrinho de Lúcio Rangel e também colaborador da *Revista da Música Popular*, era um combatente das novas músicas da juventude, em especial do rock. Este por sua vez era defendido por Carlos Marques, jornalista que produziu conteúdo para o *Rolling Stone* e que foi hospedado no Rio de Janeiro pelo próprio Lúcio Rangel.

A lição que tiramos disso é que, observando o jornalismo de música no Brasil sob a perspectiva dos produtores de conteúdo, vemos que esse é uma especialidade jornalística que tem um nicho muito pequeno. As pessoas, mesmo de diferentes gerações, se relacionavam profissionalmente e também pessoalmente, estabelecendo uma extensa comunidade que se estendia para além do discurso jornalístico.

CAPÍTULO 5 – Estudo dos textos dos produtores de conteúdo

O texto é a unidade mais interna nos estudos de jornalismo. De acordo com Charron e De Bonville (2016, p. 124), o jornalismo é uma construção sociocultural marcada pelo contexto de sua formulação, sendo o texto, o produto central da prática discursiva do grupo de profissionais que o integra. É por meio dos textos jornalísticos que conseguimos identificar os temas e as histórias que um grupo considerou relevantes suficiente para serem noticiadas e discutidas dentro da esfera pública. O texto é, portanto, um produto moldado por um sujeito histórico envolto em determinados ambientes e condições. O texto também é a base material para o entendimento dos jornalistas como uma comunidade interpretativa. Segundo a teoria de Barbie Zelizer (2010), é por meio dos discursos, das narrativas das estruturas de *storytelling*, além dos canais de interação entre os produtores de conteúdo, que essa comunidade é capaz de refletir as formas como eles entendem a produção de notícias, além das ideologias e da forma como eles veem o mundo. Neste capítulo, nos voltaremos a compreender os textos dos produtores de conteúdo na qual destacamos no capítulo anterior. Nosso objetivo é compreender por meio dos textos as ideias centrais desses notáveis e como essas mesmas transitavam ou eram eliminadas com o avançar das gerações.

5.1 Desenho metodológico do capítulo

Nos inspiramos na análise de discurso desenvolvida por Porto (2010) para fazer as descrições dos textos, levando em consideração os aspectos que dizem respeito aos acontecimentos e à leitura parafrástica. O autor elaborou seis leituras interpretativas, ou de “camadas da cebola”, como Porto (2010) a nomeou, que são estratégias de análise que permitem o pesquisador dissecar cada texto realizando leituras analíticas: polissêmica, parafrástica, arqueológica, enunciativa, estratégia discursiva, de acontecimento. O pesquisador pode percorrer as seis leituras, ou escolher algumas delas, de acordo com as próprias metas (Porto, 2010).

A leitura parafrástica visa identificar as ideias dominantes do texto. “É o momento de se observar as intenções dos interlocutores, ver em que medida inovam e em que medida insistem nas mesmas ideias” (Porto, 2010, p. 28). A leitura de acontecimento é, segundo Porto (2010) o encontro da estrutura da linguagem com a história e com as ideologias. Se o fato é o fenômeno, o acontecimento é a junção de outros fenômenos

desencadeados pelo fato (Sodré, 2012). Trata-se de uma projeção discursiva e sócio-histórica do que aconteceu.

Para realizar esta etapa da tese, nós recuperamos os quatro colaboradores mais notórios e mais ativos em número de textos assinados, os mesmos que biografamos no capítulo quatro, e escolhemos aleatoriamente cinco textos que esses atores assinaram nos periódicos na qual foram destacados. Isso eliminou, por exemplo, os textos que Ana Maria Bahiana escreveu no *Rolling Stone*, e os textos reproduzidos de Mário de Andrade na *Revista da Música Popular*. Entendemos que o quantitativo de textos escolhidos aleatoriamente, que formam um conjunto de 20 textos por periódico, foi suficiente para nos dar um bom parâmetro das discussões que esses produtores de conteúdo estavam engajados, para quem e porque eles exploravam tais assuntos.

A estrutura metodológica desse capítulo foi montada da seguinte maneira: (1) a descrição dos textos sorteados de cada produtor de conteúdo destacado no capítulo 4, (2) a identificação da ideia central e dos acontecimentos a respeito de cada texto, (3) o que essas ideias e acontecimentos dizem respeito do momento histórico e como essas personalidades se colocaram diante delas; (4) por último, fizemos as conclusões preliminares desse capítulo em questão.

5.2 Textos de notórios d'A Música Para Todos

De maneira geral, o conjunto de textos publicados pelos produtores de conteúdo notórios de *A Música Para Todos* é formado por artigos, biografias, textos didáticos e críticas. Destacamos a produção de Amedeo Barbiellini Amidei, Felix de Otero, Luigi Chiaffarelli e Alfredo Camarate.

5.2.1 Textos de Amedeo Barbiellini Amidei

A primeira participação de Barbiellini Amidei aconteceu na edição nº11, com o texto a respeito do músico Henrique Oswald. Ao retornar à Itália, em 1897, ainda estaria ligado ao periódico por meio de textos de correspondência publicados na coluna Sezione Italiana, anunciada a partir da edição nº 17-18. A coluna era despachada de Roma, e escrita no idioma italiano. A coluna teria pouco tempo de vida, e seria publicada até a edição nº 20. Da produção de Barbiellini Amidei, sorteamos cinco textos para descrição e análise. São esses: 'Henrique Oswald', da edição 11; 'Carlos Gomes no Guarany', da edição 14; 'Giorgio Polaco', da edição 17-18; 'Giuseppe Vilalta', da edição 17-18; 'Alessandro Levy', da edição 19.

‘Henrique Oswald’ teve o propósito de anunciar uma apresentação do compositor brasileiro em São Paulo, no dia 26 de agosto de 1896. Para a ocasião, o periódico também publicou a partitura da música ‘Réverie’, de Oswald. ‘Henrique Oswald’ foi o único conteúdo jornalístico publicado na edição além do editorial na primeira página. Barbiellini Amidei aproveitou a agenda do concerto para relatar que, coincidentemente, estava no mesmo navio que trouxe Oswald de volta ao Brasil, e descreveu as sensações e sentimentos despertados na viagem ao lado do músico. Exaltou a ligação italiana do compositor brasileiro, que estudou e viveu em Florença.

Oswald conquistou notoriedade na Itália, em especial na cidade em que se estabeleceu, mas que, segundo Amidei, o compositor brasileiro estava feliz em retornar à pátria. No texto, ele procurou capturar o estado emocional de Oswald, como podemos observar no seguinte trecho: “Quando o sol surgiu no mar e as linhas das montanhas brasileiras se foram discutando ao horizonte, Henrique Oswald emudeceu; olhou longamente, com toda intensidade, para o extraordinário espetáculo que se nos oferecia à diante” (Amidei, 1896, s/p).

Como italiano, Amidei valorizou as influências da terra dele na obra do compositor romântico brasileiro, ao mesmo tempo em que reconheceu a importância de Oswald para a própria cultura nacional. Entendeu que o retorno do compositor já com a consagração em terra estrangeira foi um acontecimento a ser enaltecido, apesar de que isso tenha sido apenas uma temporária passagem, uma vez que o compositor residiu na Europa de 1868 a 1903 (Monteiro 2011). O concerto foi no salão Steinway, que era um palco recorrente e importante para receber os grandes nomes, como o próprio Henrique Oswald, uma vez que ainda não existiam muitos equipamentos urbanos em São Paulo à época.

Os locais mais recorrentes para se ter tais eventos eram o próprio Steinway e o Salão Germânia, onde Luigi Chiaffarelli realizava os Concertos Históricos. Anúncios de concertos eram recorrentes na seção de notícias de *A Música Para Todos*, e a notoriedade do compositor realmente valia o texto. Por outro lado, não se pode deixar de notar a estratégia pedagógica do texto a um público pouco educado em relação aos próprios valores artísticos do país (Andrade, 2003b). Henrique Oswald não era um compositor erudito popular, como Carlos Gomes, por isso o reforço pedagógico e o tom entusiasmado de Amidei se justifica em uma tentativa de atrair a curiosidade do público.

O propósito de ‘Carlos Gomes no Guarany’ foi fazer uma homenagem ao maestro Carlos Gomes, que havia falecido no mês anterior (Gomes morreu em setembro de 1896,

e a edição nº14 saiu em outubro do mesmo ano). A morte do paulista Carlos Gomes gerou comoção da sociedade brasileira, apesar de o compositor se encontrar em uma situação de ostracismo e de dificuldades financeiras nos últimos anos de vida (Nogueira, 2005; Nogueira 2006). A forma entusiasmada e literária de escrever de Amidei, como se fossem as palavras de um fã e não de um crítico, continuou a ser observada nesse segundo texto. Para Barbiellini Amidei, o ponto forte do maestro brasileiro é o olhar para a natureza, tendo na ópera ‘O Guarany’, a expressão máxima.

Mais uma vez, Amidei valorizou a influência italiana na obra de compositores brasileiros, ao dizer que os anos que Carlos Gomes passou naquele país suavizou e colocou um pouco de romance no estilo firme e bem marcado que ele acredita ser a escola americana. Terminou o texto como um fã entusiasmado: “Salve ao forte campineiro, morto na sua pátria, forte e impávida, n’aquela Amazônia onde a natureza tem palpites de amor, o mais fecundo, e o amor é grande como o espaço” (Amidei,1896b, s/p). Campineiro porque Carlos Gomes nasceu em Campinas e era apelidado de “Tônico de Campinas”, e morto na Amazônia, porque ele estava em Belém a convite do governo do Pará, que o contratou para fundar o conservatório do estado.

Os três textos seguintes de Barbiellini Amidei foram publicados em italiano. Em ‘Giorgio Polaco’ e ‘Giuseppe Vilalta’, ele fez um perfil de dois músicos contratados pela companhia lírica brasileira Giovani Sansone para fazer uma turnê no Brasil. Veremos abaixo que as peças montadas por essa companhia, dois anos depois, receberia crítica de Alfredo Camarate. Ambos textos de Barbiellini Amidei são perfis elogiosos dos, respectivamente, maestro e tenor italianos. Giorgio Polaco era, então, um maestro em começo de carreira¹⁶⁸. “Tem o aspecto simpático de uma criança ingênua: falando, é afável como sempre: na cadeira do maestro com o pequeno bastão branco seu coração desaparece. Dirige de maneira surpreendente e o menino se revela um jovem forte e inteligente” (Amidei,1897, p. 146, tradução nossa¹⁶⁹). O quarto texto foi publicado em sequência de ‘Giorgio Polaco’, no bloco dedicado às contratações da companhia lírica. Em ‘Giuseppe Vilalta’, Amidei explicou que o tenor italiano era considerado um ator versátil e só dedicou a ele elogios. Para reforçar o argumento das boas qualidades do

¹⁶⁸ Giorgio Polacco faria carreira principalmente nos Estados Unidos, quando foi maestro da Metropolitan Opera, de Nova York, entre 1915 e 1917, e depois em Chicago Civic Opera, entre 1921 e 1930.

¹⁶⁹ No original: “Ha un aspetto simpatico di fanciullo ingenuo: discorrendo é affabile quant'altri mai: sulla sedia di direttore d'orchestra con la piccola bacchetta bianca sparisce i'uoro. Dirige in una maneira sorprendeur ed il fanciullo si rivela un forte giovane intelligente che hadavanzi a se una carreira.”

cantor, fez um levantamento do sucesso do tenor em palcos europeus, australianos e, também, brasileiros.

O último texto ‘Alessandro Levy’ foi uma homenagem ao músico brasileiro, que estava fazendo aniversário de cinco anos morte. No texto, Barbiellini Amidei falou do objetivo do artigo e “pediu licença” à família por tocar no assunto. Ele estruturou o texto com uma biografia brevíssima antes de tentar reconstituir o que teria sido o momento da morte do músico para, ao final, revelar as próprias impressões sobre o conjunto da obra. “Mas no primeiro dia de 1892, o grande artista, em um meio dia calmo, no meio de si mesmo, respirou sem dor e sem agonia, como a triste nota patética de um romance misterioso dizendo apenas: estou tonto” (Amidei, 1897b, s/p, tradução nossa¹⁷⁰). Sobre a obra do compositor, Barbiellini Amidei continuou: “Alessandro Levy tem uma melancolia chorosa, desencadeada e um sentimentalismo gerado em lágrimas” (Amidei, 1897b, s/p, tradução nossa¹⁷¹).

Alexandre Levy (“Alessandro” foi a grafia italianizada) foi um compositor brasileiro prodígio, morto aos 28 anos, cuja família era muito respeitada na sociedade musical paulista por, entre outras razões, ser proprietária da loja de instrumentos Casa Levy, que ainda está aberta. A família Levy atuava como mecenas das artes em uma cidade ainda precária de vida cultural como São Paulo. A família também era um dos anunciantes de *A Música Para Todos*, Maurício Levy, irmão de Alexandre, foi um dos colaboradores, e o professor alemão Gustavo Wertheimer foi um dos professores que participaram da formação musical de Alexandre Levy. Todos esses são elementos que contribuem na justificativa para a produção de um texto lembrando o aniversário de morte do compositor, que realmente deixou uma obra inovadora e de excelência no que diz respeito a qualidade musical (Tuma, 2008), mas que também foi uma oportunidade para dar um aceno a uma família importante na manutenção do periódico.

5.2.2 Textos de Felix de Otero

O professor e músico Felix de Otero assinou 11 textos entre as edições 15 e 37. Otero produziu sobretudo textos didáticos e críticas de concertos. Desses, escolhemos para análise: ‘O Piano’, da edição 17-18; ‘O Piano’, da edição 23; ‘Concertos Históricos

¹⁷⁰ No original: ma sui prime del 1892 il grande artista in un meriggio clam, in mezzo ai suoi, spiro senza dolore e senza agonia, come l’ultima nota patética di una romanza misteriosa dicendo solo: Estou tonto!

¹⁷¹ No original: Alessandro Levy ha una malinconia lacrimosa, che si sfoga e um sentimentalismo che si genera in pianto.

do Professor Luigi Chiaffarelli’, da edição 28; ‘Concerto Tavares’, da edição 34; ‘Concerto Romeu Dionesi’, da edição 37.

Os dois primeiros eram didáticos, sobre o piano forte, e fizeram parte de uma série de quatro textos que Otero publicou entre as edições 17-18 e 23. Ele fez uma pesquisa histórica para explicar as origens e evoluções do instrumento musical, as versões de fabricação que demandavam modos diferentes de tocar, as posturas de braços e mãos mais adequados. O primeiro texto da série foi um resgate histórico da construção do piano, que é um instrumento de cortas e teclas que veio a partir da tecnologia de outros instrumentos similares pré-existentes, por exemplo, o cravo e suas respectivas variantes, como a espineta e o virginal. Felix de Otero comentou: “O som desses instrumentos era breve, áspero e incapaz de ser graduado. Só com o piano-forte pudemos atingir ao ideal de uma sonoridade tal como a que hoje conhecemos” (Otero, 1897, p. 148).

O último texto da série ‘O Piano’, na edição 23, foi dedicado aos músicos virtuosos que Otero considerava fundamentais na construção das técnicas para piano nas diferentes escolas do instrumento, e como cada modo de tocar era fundamental na construção de efeitos. “O ataque do som merece por si só o mais aprofundado estudo, e para se obter todos esses efeitos possíveis, as maneiras de ataque são inteiramente livres” (Otero, 1897b, p. 192). Para ilustrar, ele detalhou técnicas de Sigismond Thalberg que, citando um depoimento de Liszt, “era o único que conseguia tocar violino no piano” (Otero, 1897b, p. 194).

Esses textos são reflexos da cultura pianística brasileira no século XIX (Valença, 1990; Amato, 2006 e 2010; Severiano, 2008), como mencionamos no capítulo 2. Além disso, *A Música Para Todos* foi um periódico que publicava partituras de piano, e que foi editada na maior parte do tempo por professores de piano. Alguns deles, sendo que Chiaffarelli foi o mais bem-sucedido, buscava sistematizar em livros o método pedagógico. Essa geração teria na inauguração do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, em 1906, uma das conquistas mais expressivas.

‘Concertos Históricos do Professor Luigi Chiaffarelli’ requer uma breve contextualização. Luigi Chiaffarelli iniciou na edição nº 23 a publicação de ‘Concertos Históricos’, que seria a mais longa coluna publicada nesse periódico. Trata-se do registro de apresentações das alunas (na maioria) do professor italiano, em que ele próprio relata o evento, e faz considerações a respeito das escolhas das peças executadas. Mas a coluna provocou uma grande polêmica com Felix de Otero, e a discussão entre os dois

foi a público nas páginas da revista. O texto da edição nº 28 era uma tréplica de Otero de todas as discussões que ocorreram.

Observamos que a crítica de Felix de Otero a Chiaffarelli foi o maior texto publicado em uma única edição de *A Música Para Todos*, ocupando três páginas e meia, ou sete colunas e meia de extensão. O principal ponto de discórdia entre Chiaffarelli e Otero foi quanto ao uso do título “Concertos Históricos”. O professor Italiano, em um texto publicado na edição nº 27, argumentou que que seguiu o exemplo do pianista Arthur Rubinstein, que fez uma série de concertos com o propósito de formar uma antologia da literatura pianística, e que assim chamou de “concertos históricos”. O termo, dessa maneira, pôde ter inúmeras aplicações. Mas Otero não foi convencido. Para o professor brasileiro de piano “história deriva de histórico e quem fizer a história, seja do que for, tem que seguir o caminho que lhe é traçado pela própria história” (Otero, 1897c, p. 235). Adiante retruca um dos principais argumentos de Chiaffarelli.

Si Rubinstein não fez uma escolha acurada entre as composições dos autores, a crítica fez bem em testemunhar-lhe a sua desaprovação, mas o que é incontestável e que nesses concertos de Rubinstein foi absolutamente respeitado o princípio estabelecido pelo título – histórico. Todas as epochas foram representadas pelos autores que n’ellas ocuparam lugar proeminente, relativamente a literatura de piano, e a ordem que o mestre empregou na classificação desses autores é justíssima, é histórica. (Otero, 1897c, p. 235)

Não conseguimos encontrar na literatura qualquer indicativo de que pudesse haver rivalidades entre Otero e Chiaffarelli além das discordâncias pedagógicas que poderiam colocar mais complexidade na discussão pública. Para Morila (2016), o método pedagógico de Chiaffarelli dizia que a expressão e a interpretação eram tão importantes quanto a precisão técnica. A metodologia dele provocou muitas discussões entre os professores já estabelecidos em São Paulo, como Félix de Otero e Gustavo Wertheimer (que também entrou na discussão favorecendo Otero em outro texto), e essa polêmica vazou para as páginas do periódico.

Em ‘Concerto Tavares’, Otero mostrou o lado de crítico musical. Ele era um crítico que fazia notas a respeito das qualidades dos artistas e obras que viu e ouviu, sem ocultar os pontos que não o agradou. Contudo, sobre o tenor português Tavares (não foi mencionado o primeiro nome do artista), que se apresentou no salão Steinway, em alguma data anterior à segunda quinzena de setembro de 1897, Otero mostrou ser um sujeito pouco condescendente. Ele escreveu: “O snr. Tavares possui bela voz, forte e bem timbrada além desses dons naturais, porém, nada mais encontramos a outras qualidades

que somente se adquirem por meio de estudos longos e aprofundados” (Otero, 1897d, p. 277).

O texto ‘Concerto Romeu Dionesi’ confirmou o estilo do crítico Felix de Otero. Apesar de achar que o compositor italiano radicado no Brasil ser talentoso e de “temperamento vivo”, Felix se justificou que ele, no papel de crítico, não poderia se furtar em dizer os defeitos que havia encontrado. “Ouvimos certas modulações e algumas harmonizações de frases melódicas que nos embaraçam devéras tal é a trivialidade e o mau gosto com que foram feitas” (Otero, 1898, p. 308). Se as composições próprias de Dionesi não encantaram de Otero, o crítico terminou por elogiar a escolha e a execução de obras de compositores nacionais para o programa de orquestra.

A questão fundamental nesses textos a respeito dos acontecimentos não se refere às críticas, mas sim ao momento. A virada do século XIX para o XX em São Paulo representou também uma transformação de uma cidade provinciana e agrária, para uma moderna e industrial. A música erudita era um sinônimo de civilidade e de sofisticação, por isso houve um esforço em montar circuitos de concertos e de criar sistemas, como a organização de sociedades filarmônicas e de orquestras (Bomfin, 2019).

5.2.3 Textos de Luigi Chiaffarelli

O professor italiano foi o colaborador da *A Música Para Todos* que mais produziu textos. Contabilizamos 25 assinaturas, sendo que a maior parte delas foi em decorrência a coluna Concertos Históricos. Dos cinco textos que sorteamos, quatro fazem parte dessa coluna: edições 27, 30-31, 37 e 47. O quinto texto é ‘Henrique Oswald’, publicado na edição 69.

Como mencionamos na seção de textos de Felix de Otero, a coluna Concertos Históricos causou controvérsia com o então diretor-editor de *A Música Para Todos*, que achava pretencioso e errôneo que apresentações feitas por estudantes de Chiaffarelli recebessem tal título. A edição nº 27, de junho de 1897, foi a primeira reação à crítica de Otero. Trata-se de uma longa carta endereçada ao diretor-editor, que ocupou duas páginas e meia da edição. Na primeira parte do texto, Chiaffarelli levantou a hipótese de que a pouco familiaridade dele com a gramática portuguesa pode ter contribuído para que as ideias dele a respeito da coluna não tenham sido claras o suficientemente.

Em seguida, ele se dedicou a dar diversos exemplos sobre definições de concertos históricos aplicados a programas de apresentação de música erudita. “Na Itália, artistas com valor indiscutível tentaram com êxito concertos pianísticos históricos, isto é,

dispostos em ordem cronológica” (Chiaffarelli, 1897, p. 220). Ele usou os concertos de Arthur Rubinstein como o melhor exemplo de definição de concertos históricos, na qual ele procurou aplicar. Chiaffarelli explicou a Otero:

Os Concertos históricos de Rubinstein contiveram toda a música pianística mais importante? Não. Contiveram peças fracas? Sim. Concluo: não há nada de perfeito sobre esta terra. Mas, enfim de contas quero eu comparar meus concertos históricos com os de Rubinstein? Meu lugar seria no Hospício de Alienados. O Cyclo de Concertos na intenção de Rubinstein devia formar como que uma antologia viva da literatura pianística. (Chiaffarelli, 1897, p. 221)

Por fim, Chiaffarelli explicou a proposta pedagógica dos concertos históricos, que seriam parte da avaliação do curso, cujo objetivo era instruir e preparar os alunos na cultura pianística e nos concertos públicos. A edição nº 30-31 foi a resposta direta à replica que Otero escreveu na edição nº 28, e que descrevemos na seção de textos do músico e crítico brasileiro. Chiaffarelli fez uma seleção de comentários de outros críticos europeus que validaram e elogiaram a proposta didática e da programação. Entre os citados estavam Eugenio Von Pirani, que comentou favoravelmente a Chiaffarelli no jornal alemão *Charlottenburger Zeitung*, e o professor Emilio Breslaur que escreveu sobre os concertos históricos de Chiaffarelli no periódico também alemão *Der Klavierlehrer*¹⁷².

Ao fim do texto, Chiaffarelli disse que diante das opiniões de pessoas que ele considerava “mestres” que lhe socorreram “em boa hora” quando ele “estava a ponto de ser esmagado ao peso de tantos argumentos” (Chiaffarelli, 1897b, p. 250). E deixou um desafio a Otero. Caso, ele não encontrasse opiniões de “mestres” que endossassem a crítica dele, Chiaffarelli deu o assunto por encerrado. De fato, a discussão acabou com aquele texto, apesar do periódico ter publicado a repercussão do debate em outras publicações.

As colunas das edições 37 e 47 trazem, respectivamente, os concertos de Isermina de Sousa Queiroz e de Maria Antonietta Serva. Mas a coluna não se comprometeu a fazer uma crítica do desempenho das alunas na execução das peças. Isso foi secundário. Luigi Chiaffarelli dedicou-se mais em explicar as obras de forma didática, e em dar detalhes sobre as técnicas de execução delas. A coluna, assim, funcionava como uma extensão do curso que o professor ministrava. Ao comentar, por exemplo, a obra ‘Fantasia em Fá

¹⁷² *Der Klavierlehrer* foi um periódico produzido pela Associação Alemã de Professores de Música. É possível encontrar à venda encadernados de edições a partir de 1878, editadas por Emilio Breslaur.

sustenido menor’, de Mendelssohn, executado por Serva, Chiaffarelli explicou que Mozart é o precursor das fantasias, como gênero, mas que aquela de Mendelssohn seria destinada a ser uma sonata, mas que o compositor teria construído novas formas de explorar o gênero, tal como os demais românticos como Chopin e Schurmmann (Chiaffarelli, 1898, p. 403). A coluna Concertos Históricos e os comentários que ele escrevia nas páginas de *A Música Para Todos* tinham finalidades pedagógicas e também para ajudar a disseminar o método que havia desenvolvido. Outra razão não menos importante sobre os eventos que geravam a coluna foi de ajudar a movimentar a cena erudita paulistana (Amato, 2010; Morila, 2016).

O último texto, ‘Henrique Oswald’ foi uma biografia protocolar sobre o músico brasileiro, mas que também foi inserido no texto a própria opinião a respeito da música do colega. “O brasileiro Oswald é um daqueles compositores dos mais destemidos e dos mais originaes. Que o Brasil olhe para este facto, e que o Brasil ampare este seu filho” (Chiaffarelli, 1899, p. 579). Esse texto terminou com uma lista de composições do artista e, no rodapé, um aviso de que por falta de espaço, a crítica da apresentação só seria publicada no número seguinte, mas que o concerto de Oswald foi triunfal.

O que a passagem do texto sugeriu a respeito de cena musical, é que artistas com maior renome, como Henrique Oswald, não tinham problemas para preencher o Salão Steinway ou outra sala de teatro de São Paulo à época. Chiaffarelli também disse sobre questões que envolviam tanto atualidade, como também planejamento das edições revista. Se houve tempo de encaixar uma nota dizendo que o espetáculo aconteceu e que isso seria dito na edição seguinte, nos perguntamos por que não reelaborar um texto sobre o espetáculo e manter a informação o mais “quente” possível? Uma possibilidade seja a falta de “tino” de Chiaffarelli na posição de “diretor de conteúdo”, e do próprio amadorismo dele como jornalista. Afinal, ele era um professor de música e concertista em primeiro lugar, sendo que a experiência como editor de revista foi em um breve período.

5.2.4 Textos de Alfredo Camarate

Para o levantamento dos textos, consideramos tanto as assinaturas como Alfredo Camarate, quanto como Alfredo Riancho, porque este último era uma assinatura alternativa, reconhecida e recorrente na carreira do músico e jornalista. Contabilizamos 12 contribuições entre as edições 42 e 68, e escolhemos aleatoriamente os seguintes textos:

‘A Música em S. Paulo’, edição 44; ‘Temporada Lyrica’, edição 53; ‘Músicos Amadores’, edições 66 e 67; ‘Dura Lição’, edição 68.

‘A Música em S. Paulo’, diferente do que o título pode sugerir, nada mais foi do que uma carta endereçada a Luigi Chiaffarelli para elogiar o desempenho da então aluna Alice Serva – que na edição 44, ainda não era registrada como colaboradora do periódico –, durante um dos Concertos Históricos. A introdução do texto explica que a carta foi enviada particularmente à Chiaffarelli, e que a razão para que ela fosse à público porque seria “um atestado aos serviços prestados às artes e ao Estado de S. Paulo pelo emérito professor” (Camarate, 1898, p.379).

No texto, Camarate elogiou essencialmente a técnica de Alice Serva e a sensibilidade da pianista na execução das peças. Diz que entre as inúmeras alunas do professor, que era um dever do crítico reportar o que sentiu ao presenciar a ação de uma pianista que ele classificou “de primeira ordem”. O crítico faz uma série de elogios à mão esquerda¹⁷³ da pianista, e diz que ela tem uma habilidade digna de estudo, e uma técnica na mão esquerda mais refinada do que com a mão direita. É justamente essa particularidade que a faz ser uma grande pianista, na opinião do crítico.

Apesar do elogio de Camarate ser dedicado à Alice, percebe-se que o objetivo central era em promover o sistema didático de apresentações de alunos de Luigi Chiaffarelli (algo que Félix de Otero criticou), do que propriamente defender um talento feminino. Ressaltamos que o posicionamento vem de uma edição, que naquele momento era dirigida por Nestore Fortunati. Não está clara qual foi a intensão de Chiaffarelli ao permitir a publicação de uma carta escrita em privado: se foi para promover o próprio trabalho, se foi para mostrar um apoiador em meio aos críticos na cidade (vide seção sobre Félix de Otero), ou se foi realmente fazer justiça ao talento de Alice Serva.

O segundo texto, ‘Temporada Lyrica’, foi sobre a temporada de apresentações da Companhia Lyrica da empresa Sansone & Rotoli, que fez diversas temporadas de óperas no país. Aproveitamos para lembrar aqui dos textos elogiosos de Barbielini Amidei sobre as contratações italianas dessa companhia, publicadas no início de 1897. Naquela temporada de 1898, a empresa montou diversas óperas da escola francesa e italiana, além de *O Guarany*, de Carlos Gomes. Camarate dividiu a crítica em subtítulos, o que era raro

¹⁷³ A mão esquerda, no piano, é responsável pela execução da harmonia de uma peça musical, ao passo que a mão direita é responsável pela melodia. Uma das grandes dificuldades para tocar piano, em especial para iniciantes destros, é “destravar” a mão esquerda, e fazer com que ela ganhe a mesma agilidade da mão direita.

acontecer nos textos da *A Música Para Todos*. Após contextualizar o trabalho da companhia em São Paulo, Camarate fez comentários, nesta ordem, sobre os cantores, as massas, o repertório e concluiu. Os cantores mereceram bons adjetivos, exceto o tenor Ventura (não é identificado o primeiro nome), que teria voz “desigual”, “graves defeitos” e definido como um “mau ator”. Ele também criticou a falta de baixos¹⁷⁴ na companhia.

Camarate criticou duramente as massas, ou seja, os componentes de palco (dançarinos) e coral, lamentou a ausência de uma ópera da escola alemã na programação da companhia, e concluiu que o ponto alto da companhia foi o desempenho da mezzo-soprano Zaira Montalcino no papel de Dalila, na peça *Sansão e Dalila*, de Camillo Saint-Saens. Disse também que a companhia não conseguiu lucrar com as montagens, e que os críticos tiveram recepção mista. “Os críticos musicais disseram coisas boas, sofríveis e más, como acontece inevitavelmente em todos os países em que há: críticos, cobras, lacraias, centopéas e outros bichos venenosos” (Camarate, 1898b, p. 452).

‘Músicos Amadores’ foi um longo artigo, dividido em duas partes publicadas nas edições nº 66 e 68. Trata-se de um texto que classifica os tipos de músicos considerados amadores de acordo com o grau de conhecimento musical. Camarate faz uma classificação fundamentada no grau de treinamento. O texto começa da seguinte maneira:

São como os tuberculosos pulmonares, não há capital e nem cidade populosa que não os tenha. Há amadores que deleitam, outros que divertem, outros que apoqueitarão e outros, finalmente, para quem a força, a guilhotina e as torturas da inquisição serão penas demasiadamente leves, pelo que eles nos fazem sofrer. (Camarate, 1899, p. 554).

O primeiro tipo, que mereceria a guilhotina, seria aquele que inicia os estudos aprendendo o lundu, conhece poucos acordes ao piano, que não tem técnica e postura para tocar o instrumento, por isso o faz como se “furasse um bolo”. Esse músico amador tocava trechos de canções de ouvido sempre em dois tons: em dó menor ou em lá maior. Para Camarate, esse é o tipo mais comum de músicos amadores, e ele não é gentil nas palavras em compreendê-los. “Se o leitor tiver a desgraça de se encontrar com um destes, dê-lhe desapiedadamente com um cacete, que eu comprometto-me a ir advogar-lhe a causa, compromettendo-me também em fazer-lhe sair do tribunal em triunfo” (Camarate, 1899, p. 555).

¹⁷⁴ O alcance das vozes masculina são divididas em tenor, barítono e baixo, sendo o primeiro consegue alcançar as notas mais agudas, e o último apresenta a voz mais grave.

O segundo tipo de amador seria aquele o que Camarate chama de “amolador”: que tem um pouco mais de conhecimento teórico, conseguem compor ritmos da música popular e de baile, como polcas, quadrinha e modinhas. Esses músicos tem “lampejos” de talento, porém fazem as composições em um mesmo formato. “Dos pianistas que divertem, pouco há que dizer. Estudão música com método e não se apresetão em público senão com suas peças bem sabidas” (Camarate, 1899, p. 555). O texto prossegue em outro número do periódico, em que ele vai falar dos pianistas amadores que agradam devido ao bom estudo musical.

Para Camarate, esses são raros no mundo, mas que, no Brasil, é um contingente formado por mulheres com os estudos tão apurados na música, e de ouvidos lapidados, que são capazes antecipar um erro de ordem harmônica. “Mas é, sobretudo, na maneira porque acompanhão ao piano que se manifesta o sentimento musical das amadoras brasileiras. Seguem o canto ou o instrumento como se toda a vida tivessem sido maestros-concertadores” (Camarate, 1899, p. 555). Os homens, quando chegam a tal nível, são raros, porque a maioria se profissionaliza como professores ou vai integrar orquestras.

Camarate, como um homem do século XIX, vai tecer muitos elogios a “essas senhoras” que chegam a um excelente grau de estudo, mas que continuam a trilhar o caminho do amadorismo. Essa passagem de Camarate ajuda a elucidar sobre o papel secundário da mulher e o espaço limitado frente à sociedade à época. Ela não se profissionalizava, e poucas foram as que se tornaram professoras ou concertistas profissionais, como foi o caso de Alice Serva, que Camarate tanto elogiou na carta a Chiaffarelli, como cometamos anteriormente.

Na segunda parte do artigo, publicado na edição nº 67, Camarate disse que todos os amadores que descreveu eram referentes ao piano, mas que haveria tipos diferentes de amadores para outros instrumentos como flauta, rabeca e corneta. De maneira geral, ele falou da mediocridade no trato desses instrumentos – mas que se isentaria falar dos cantores, pois o ato é comparado em mexer em um “ninho de marimbondos”. Camarate encerrou o texto com o humor ácido. “E, demais, eles já não devem estar macios, e faço ponto no assumpto; não porque receie que me descompanhão, mas porque temo que me venhão dar uma serenata, em frente da janela!” (Camarate, 1899b, p. 563).

O último texto, ‘Dura Lição’, é uma crítica ao concerto do barítono De Anna, conhecido por ter feito a ópera O Guarany, de Carlos Gomes, fez uma apresentação para um público esvaziado em São Paulo. Não houve críticas diretas ao desempenho do barítono, que Camarate chamou de cantos com voz, plangente, arrastada, e que cabia

perfeitamente no estilo da ópera de Carlos Gomes. Mas o público não compareceu de forma esperada, mesmo com um repertório que calcado na obra de Gomes. Para Camarate, o esvaziamento no espetáculo foi devido a suposta falência das óperas líricas que, na opinião dele, era um gênero musical superado. “Mas por tentar pôr diques a torrente do novo gosto musical; querer tornar imorredouro um gênero de música que já nasceu para morrer; querer sustentar uma escola, quando por dever só teria de sustentar um dos seus discípulos, é exigir muita gratidão nacional” (Camarate, 1899c, p. 570).

A história mostraria que Camarate estava equivocado em julgar a ópera lírica como um gênero fadado a morrer. Embora não seja um gênero que atinge as massas como acontecia nos séculos XIX e anteriores (essa é a função da música pop a partir do século XX), a ópera ainda é prestigiada e viva dentro do segmento erudito. Existem, em 2020, companhias tradicionais que formam novos artistas e produzem espetáculos, como a Ópera Lírica de Chicago, a Ópera e Lírica de Roma e a Ópera Alemã de Berlim. Na Bélgica, existem as prestigiadas Ópera Real de Wallonie e a Ópera Nacional da Bélgica. Por outro lado, é preciso reconhecer que, no Brasil, a ópera lírica não tem tradição. Uma maneira de se estudar ópera no Brasil é por meio dos cursos oferecidos nos teatros municipais de Rio de Janeiro e de São Paulo, ou em pequenas escolas especializadas.

5.3 Textos de notórios de *Ariel*

Entre os periódicos estudados, vimos que *Ariel* teve o menor número de colaboradores. Mas, assim como em *A Música Para Todos*, a maior parte foi de notórios na cultura popular brasileira, em especial Mário de Andrade, que foi um dos diretores de *Ariel* e também figura central do Movimento Modernista Brasileiro. Os principais produtores de conteúdo e pessoas notórias em *Ariel* foram, além de Mário, Antônio de Sá Pereira, Sérgio Milliet e Manuel Bandeira.

5.3.1 Textos de Antônio de Sá Pereira

Antônio de Sá Pereira anotou 14 textos assinados com o próprio nome ou variações ao longo de nove edições de *Ariel*. Descartamos os textos feitos como pseudônimo por esses não serem públicos ou recorrentes. Os textos escolhidos foram: ‘Chimera1, da edição nº1; ‘Programas’, da edição nº3; ‘Secção didática – tecnica racional do piano’, das edições nº 5 e 6; ‘Ferruccio Buseni’, da edição nº11.

‘Chimera’ foi publicado na primeira edição de *Ariel*, em outubro de 1923. Chimera, ou quimera, é uma figura mitológica híbrida de dois animais, e capaz de lançar

fogo pelas vendas. É também o simbolismo para se falar de um sonho ou de uma utopia. Qual o sonho de Antônio de Sá Pereira? O investimento e o financiamento para as montagens de orquestras sinfônicas e para mantê-las em atividade. Ele abriu o texto dizendo que era louvável as iniciativas de montagens de orquestras sinfônicas no Brasil, por acredita que elas são o instrumento capaz de gerar o interesse pela educação musical na população em geral. Citou, por exemplo, as bandas militares alemãs mantidas com dinheiro do estado. Também fez uma longa argumentação do exemplo estadunidense a respeito do financiamento da arte feito por grandes fortunas. Na passagem abaixo, demonstra, inclusive, certa ingenuidade a respeito das relações capitalistas.

Uma organização científica e humanitária como o Instituto Rockefeller, cuja poderosa acção abrange todo o globo, vindo até nós, desinteressadamente, ajudar-nos na luta contra as endemias, redime o seu fundador dos males que tinha causado ao acumular a sua desmesurada fortuna. E assim vemos todos os magnatas da plutocracia yankee absorverem-se prodigamente da injustiça do excesso. (Sá Pereira, 1923, p. 22)

De acordo com Sá Pereira, o modelo de financiamento que impera no Brasil era a filantropia rudimentar, que ele compara com o apiedar-se de dar uma esmola. A linda chimera, para ele, seria se as artes fossem patrocinadas pelo poder público, como na Alemanha, ou pelas grandes fortunas, como nos Estados Unidos. É interessante observar que o tema do financiamento das artes já era discutido em *A Música Para Todos*. O músico e crítico Felix de Otero também usou a palavra “esmola” para definir a natureza filantrópica praticada no Brasil frente às belas artes. Vimos que no século XIX até o golpe militar que gerou a proclamação da república em 1889, os principais mecenas eram os barões cariocas e a família imperial. Em São Paulo, a classe oligárquica rural e a emergente elite industrial eram as grandes patrocinadoras das artes, e essas estavam mais interessadas nos professores estrangeiros do que em apoiar os músicos locais, daí a contratação de professores como o próprio Chiaffarelli.

Nos anos 1920, o cenário não era muito diferente. De acordo com Brancalion (2020), as famílias ricas mantinham sociedades de músicos que tinham programas de fornecimento de bolsas, sendo que Heitor Villa-Lobos foi um dos músicos beneficiados com tal sistema. Essas mesmas sociedades também costumavam financiar concertos com programas que mais lhe agradassem, deixando novas estéticas à deriva (Moraes, 2000; Brancalion, 2020). Os demais músicos eruditos que estivessem fora desse sistema, tinham de se sustentar com empregos e com projetos paralelos (como Mário de Andrade e o

trabalho como jornalista), muitas vezes entrando no circuito da música popular (Moraes, 2000). Os demais textos de Antônio Pereira de Sá e, na seção seguinte, de Mário de Andrade vão atentar para tal realidade.

Em ‘Programas...’, publicado na edição nº3, de dezembro de 1923, Sá Pereira voltou a falar das questões do financiamento público para o sustento das orquestras sinfônicas, organização que ele considerava fundamental para a educação musical e formação do público para a música erudita. Mas, diferente do primeiro texto, ele se baseou no argumento que era uma condição apresentar peças novas ao público como uma urgência para oxigenar o gênero no país frente ao público. Que a repetição dos programas cansava. Sá Pereira fez uma longa lista de peças apresentadas por orquestras europeias, de compositores como Richard Strauss, Claude Debussy, Darius Milhard e Maurice Ravel.

Enumeramos esta longa série de importantes autores contemporâneos, unicamente no intuito de lembrar aos dirigentes das nossas sociedades symphonicas a necessidade de tornar mais interessantes os seus programas, incluindo nelles algumas músicas dos citados autores modernos, e dos antigos tantas e tantas obras desconhecidas e que, por isso mesmo, teriam o sabor de novidade (Sá Pereira, 1924, p. 108)

Reveremos adiante que existia alinhamento no pensamento de Sá Pereira e de Mário de Andrade sobre a importância em se apresentar o novo. O trecho também mostrou o alinhamento ideológico que ele tinha com as políticas de incentivo à cultura de Getúlio Vargas nos anos 1930, que o levou a participar da reforma do ensino musical para crianças e em instância superior.

Condensamos os dois textos seguintes em um único comentário, porque são seguimentos da coluna Seção Didactica: Technica Racional do Piano (processos modernos de estudo), publicados nas edições nº5 e 6, respectivamente de fevereiro e março de 1924. A aula de piano seriada de Sá Pereira teve início na edição nº4, e foi concluída na edição nº6. O texto didático para tocar piano não era novidade, e estava presente na revista *A Música Para Todos*, como comentamos. Outra coisa em comum é que essas seções didáticas eram escritas por aqueles cuja carreira de professor foi proeminente. Apesar de Sá Pereira ter idealizado a *Ariel*, a principal atividade dele era o ensino musical. O mesmo se pode dizer, por exemplo, de Luigi Chiaffarelli em *Música Para Todos*.

Outro aspecto interessante sobre essa coluna é a introdução dela na edição nº5.

Diz o seguinte:

A primeira parte deste estudo, publicada no número anterior, foi em geral bem acolhida. Contudo, foi também alvo, assim nos consta, de críticas e ataques, não sabemos bem por que motivo. Como pretendemos continuar a publicação deste estudo (que não passa de analyse nova de um velho assumpto), convidamos os nossos críticos a nos comunicarem por escripto as suas contestações que com prazer publicaremos. Só terão a lucrar com isso os leitores dessa secção. (Sá Pereira, 1924b, p. 192)

Isso dá uma dimensão do público da *Ariel*, que já foi dito que era uma revista de pouca vendagem, apesar de estar disponível em várias cidades do país. Mas além disso, isso nos dá também a extensão de quão reduzido era esse público letrado e consumidor da música erudita na cidade de São Paulo, e no resto do país. As críticas chegaram aos editores pelo hábito da fofoca, e essas mesmas fofocas só puderam ser conhecidas por causa do tamanho reduzido desse meio social.

‘Ferruccio Busoni’ foi publicado na edição nº11, de agosto de 1924, quando Sá Pereira já tinha deixado a direção da revista, assumida por Mário de Andrade. Trata-se de um obituário de quatro páginas escritas por alguém que se dedicou a comentar e a divulgar o trabalho do músico italiano. O texto é uma biografia com uma narrativa linear, em que o primeiro parágrafo traz a notícia da morte no mês anterior, em Berlin, e que era aclamado pelo autor como o “maior pianista da actualidade, o mais legítimo herdeiro de continuador da arte de Liszt” (Sá Pereira, 1924c, p. 387). Seguiu narrado a vida do compositor do nascimento, na cidade de Empoli, até os maiores feitos do artista, da excepcionalidade e da contribuição à música moderna que, de acordo com Sá Pereira, não foi bem compreendida pela crítica.

5.3.2 Textos de Mário de Andrade

Mário de Andrade assinou 11 textos em *Ariel* como Mário de Andrade. Como Florestan, escreveu crônicas, como C. Padovani escreveu críticas e comentários, e como G. Delage, fingiu ser um correspondente em Paris na edição nº10. Como esses não eram pseudônimos usualmente atribuídos à Mário, a exemplo de como Alfredo Riancho era para Alfredo Camarate, nós consideramos 11 textos para escolher aleatoriamente cinco. Os textos foram: ‘Coros Ucrânicos’, da edição nº1; ‘A vingança de Scarlatti’, da edição nº3; ‘Tupinambá’, da edição nº5; dois exemplos da coluna ‘Chronicas do bemol’ das edições nº11 e 13.

‘Coros Ucrânicos’, publicado na edição nº1, de outubro de 1923, foi um relato de uma página e meia sobre a apresentação do coral ucraniano, sob regência do maestro Koshetz, em setembro daquele mesmo ano na cidade de São Paulo. O primeiro detalhe que chamou a atenção foi a introdução, sem assinatura, que explica que a *Ariel* fez a opção editorial de seguir a revista inglesa *The Adelphi*, no sentido de privilegiar críticas de obras musicais, preferencialmente as mais novas, do que os concertos. Isso acontecia, segundo a introdução, devido ao grande número de concertos realizados pela Europa, eventos tais que, para o editor, a crítica só fazia sentido para aqueles que estiveram presentes. Mas como a realidade do Brasil, e de São Paulo, era diferente, a revista iria relatar alguns concertos.

É colocada na introdução da crítica uma discussão de linha editorial, mas também de valor-notícia, uma vez que é posto que nem todos os eventos seriam reportados, como supostamente poderia ser uma prática do jornalismo musical. É possível supor que o diretor Sá Pereira tivesse em mente critérios, mesmo que subjetivos, daquilo que valeria a pena receber uma crítica. Quais seriam? Com base no texto de Mário de Andrade, concertos de companhias e artistas estrangeiros satisfaziam tal critério. Isso mostra um pouco das origens da hipervalorização de artistas estrangeiros em relação aos nacionais que dominaria o jornalismo de música também nos anos 1970, 80 e 90. Apesar de que esse cenário é justificado pela própria desorganização brasileira em questões de profissionalização dos músicos, amadorismo na organização e realização de eventos, pouco desenvolvimento da indústria fonográfica: problemas que apenas seriam amenizados após os anos 1980 com a realização do Rock in Rio. A vinda do artista estrangeiro significava a montagem de uma estrutura, mesmo que provisória, superior à realidade nacional (Moraes, 2000; Mello, 2003; Midani, 2015; Gonçalves, 2013; Alexandre, 2013).

Após o texto de apresentação, temos uma amostra do lado crítico musical de Mário de Andrade. Ele introduziu a apresentação do coral, desacreditando a própria cultura musical brasileira, no sentido que os europeus anulavam a individualidade em prol do coletivo, ao passo que isso não aconteceria localmente. “Vem d’áí uma diferença basilar pela qual nos conjuntos deles evidencia-se, nítido, um conceito mais teórico de pluralidade, ao passo que permanece em nossas orquestras e coros um exemplo mais humano de multidão” (Andrade, 1923, p. 26). Embora Mário não tenha aprovado por completo o repertório apresentado, ele elogiou o compromisso das 40 vozes do coral na execução das peças com clareza e precisão.

A leitura que fazemos sobre o aparente ranço ou má vontade de Mário com as organizações de orquestra e de coral no Brasil não se deve à falta de capacidade em trabalhar no coletivo. A questão era a falta de formação musical e de financiamento para que orquestras pudessem existir, como bem colocou Sá Pereira nos textos que escreveu em *Ariel*. Não havia na década de 1920, um grupo orquestral com financiamento da iniciativa pública, nem mesmo uma escola com esse fim. A Orquestra Sinfônica de Recife, considerada a mais antiga do país com atividade interrompida, foi criada em 1930, pelo maestro Vicente Fittipaldi. A orquestra Sinfônica do Rio de Janeiro, mantidas com financiamento público, foi criada em 1931. A de São Paulo foi fundada apenas em 1954.

O segundo texto, ‘A Vingança de Scarlatti’, ocupa cinco páginas (contando uma ilustração de Paim) é o primeiro exemplo do Mário de Andrade ensaísta que vamos reportar aqui. O texto não é sobre o músico italiano Alessandro Scarlatti, como fez parecer o título. Mário usou o nome do compositor do século XVII e XVIII, conhecido por ter feito mais de 100 óperas¹⁷⁵, para discutir sobre os rumos do gênero lírico-dramático. Ele rebateu os críticos que sentenciavam a morte do gênero musical. “Coisa que não vejo, morte que não creio” (Andrade, 1923b, p. 93). Ao longo do texto, Mário usou uma série de argumentos para ilustrar as transformações estéticas da música clássica, inclusive àquela que se utiliza do canto. A ópera poderia não mais se desafiadora ou atrair aquele músico que buscava o que ele chama de arte pura, mas ela seria vista apenas como música puro e simples, que entretém o público. Isso jamais deixaria de existir.

E virão novas arias bem nutridas de franca melodia, onde a voz deslize, sem constricções, em toda sua riqueza e esplendor! Novos coros e novas cenas de conjunto vocal, deliciosas de ouvir-se! Tudo sob novos ritmos de incrível variedade, a que a orquestra acompanhará com retumbos de bateria e irônicas risadas do jazz, então já integrado inconscientemente na sinfonia e não superposto como nas experiências de Milhaud. (Andrade, 1923b, p. 95)

Vimos neste capítulo que Alfredo Camarate, na revista *A Música para Todos*, em 1899, fez a mesma discussão. Mas ao contrário de Mário, ele defendia a tese de que a ópera e o gênero lírico-dramático estavam fadados ao esquecimento. Camarate tinha a perspectiva dos modismos e das novas tendências. Mário compreendeu as transformações e adaptações que a música e as artes sofrem ao longo do tempo. Mas, independentemente

¹⁷⁵ Ver mais na Enciclopédia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Alessandro-Scarlatti> acessado em março de 2020.

de ele ter ou não razão, isso nos mostrou que certos assuntos perpetuaram como tema de discussão que se mostrou recorrente entre a crítica e os músicos.

Em ‘Tupinambá’, publicado na edição nº 5, de fevereiro de 1924, Mário adentrou na questão sobre a música popular, que foi abraçada pelo mercado, pela indústria fonográfica, isso conseqüentemente, era tema de discussão por uma imprensa musical ainda tomada por intelectuais, artistas e professores da música erudita. Que música popular ele se referiu? Aquela amplamente difundida pela indústria, inclusive muitas peças de samba, para Mário era “submúsica” (Andrade, 1993), não porque ele não gostava delas, mas porque ele as considerava simplistas e triviais. Mas existia uma música popular feita por compositores de excelência, com formação erudita, que ele endossava.

Mário partiu de um concerto do compositor paulista Marcello Tupinambá, em São Paulo, para justificar o ponto de vista. A crítica do concerto não passou de um parágrafo das seis páginas que compõe o ensaio. Disse que as músicas para canto de Tupinambá eram de assimilação fácil para o público em geral, e que nem de longe tinham a brasilidade que Mário tanto buscava e valorizava. Mas Marcello Tupinambá e Ernesto Nazareth, eram artistas que faziam música popular, para dançar, de maior qualidade. Ele defendeu que os compositores são os melhores, pois abraçam a brasilidade em músicas de grande riqueza melódica e rítmica, sendo que Nazareth é genial no ritmo. “O que exalta a música de dança de Marcello Tupinambá é a linha melódica. Muito pura e variada. O compositor encerra nela a indecisão heterogênea da nossa formação racial” (Andrade, 1924, p. 180).

Marcelo Tupinambá e Ernesto Nazareth foram músicos com formações eruditas, e que criaram músicas reconhecidas pelo grande valor melódico. Tanto no texto ‘Coros Ucrânicos’ quanto em ‘Tupinambá’, Mário criticou as peças que considerou fáceis, popularescas, mostrando que, por mais que ele pensasse e valorizasse a música popular, os parâmetros dele ainda eram elitistas¹⁷⁶.

A coluna Crônicas do Bemol era um lugar de críticas leves e elogiosas de peças e concertos. Quando Mário queria ser irônico, escrevia sobre o nome de Florestan. Quando queria ser mais rigoroso, usava outros pseudônimos. Mas como Mário de

¹⁷⁶ O lado pouco tolerante com a simplicidade de algumas vertentes da música popular e da música popular comercializada nas rádios e pelas gravadoras é bem observado no livro *A Música Popular Brasileira na Vitrola de Mário de Andrade*, organizado por Flávia Camargo Toni. Mesmo Marcelo Tupinambá não escapou de certos comentários cheios de dissabores. Sobre o acetato lançado em 1931 que trazia as músicas ‘Eu hei de ser de você’ e ‘Viola mimosa’, Mário escreveu: “Gostosura banal sem valor” (Toni, 2004, p. 158).

Andrade, a figura intelectual já conhecida nacionalmente em 1924, ele escrevia em tom mais gentil e elogioso sobre as peças. É difícil saber até que ponto era sincero, pois, como vimos anteriormente, Mário revelou em cartas que escrevia elogios tolos, na tentativa de tornar a revista mais comercialmente vendável.

A coluna da edição nº11 possuía, presumidamente, três textos. Não podemos ter essa certeza pois há duas páginas ausentes nesta edição – um problema que acompanhou o arquivo digitalizado. A coluna começa na página 407 do encadernado de *Ariel*, as páginas 408 e 9 estão ausentes, e há um texto que terminou na página 410, com assinatura do intelectual. Os dois primeiros textos são: ‘Gavotta all’antica – de Zacharias Autuori’; ‘Saldures – de Leopoldo Miguez’. No primeiro texto, Mário elogiou a composição para quarteto de cordas de Autuori, que era uma peça inédita considerada como leve e agradável. O segundo texto é uma reprodução de uma crítica publicada no jornal carioca *O Paiz* sobre a execução da ópera composta pelo compositor brasileiro.

Por causa do lapso das duas páginas no encadernado, não temos certeza se o último texto sequer fazia parte da coluna. Contudo, Mário de Andrade começou a página concluindo um pensamento sobre a interpretação distinta de peças de grandes compositores, como Chopin, dada por certos concertistas, citando o caso de Magda Tagliaferro. Mas que a pianista Lúcia Branco era uma concertista que fazia uma interpretação muito acurada e fiel ao que o compositor concebeu. A posição de Mário aqui vai ao encontro do que Felix de Otero pensava na *A Música Para Todos*. Felix de Otero advogava pela acuracidade na execução das partituras e era avesso às interpretações mais individualistas. Mas é claro que isso quer dizer mais sobre o gosto desses músicos e críticos.

A coluna da edição nº13 possui três críticas: ‘Per uma favola cavalleresca – de F. Malipieno’; ‘Páginas de Álbum – João Gomes J.’; ‘Dansas brasileiras – C. Pagliuchi’. O primeiro texto é uma crítica da música da peça de 1914 do diretor do Conservatório de Florença, F. Malipieno, executada pelo concerto mensal da Sociedade de Concertos Simphonicos, sob a batuta de F. Mignore. Mário disse que não era uma das melhores peças do compositor, embora apresentasse “passagens admiráveis”, mas ele ressaltou a importância em se colocar com mais frequência nos programas, músicas modernas e inéditas ao público brasileiro.

É interessante que Mário usa o texto seguinte, sobre o caderno de partituras do compositor paulista João Gomes Junior para desenvolver a ideia iniciada no texto anterior, sobre a importância em se apresentar o novo. Aqui, o jornalista usa um texto

próprio, assinado sob pseudônimo de Florestan, para lançar a tese do porquê da resistência em se arriscar com o novo.

No último número de *ARIEL* o nosso colaborador Florestan comentava com bom humor o que caracterizava a deficiência dos programas dos concertos, que apresentavam um pequeno número de atores de peças. Esse efeito está na preocupação de agradar o público e obter aplausos com peças excitantes e já conhecidas. Essa sujeição ao mau gosto do público em geral que é preguiçoso, pouco curioso e pouco amigo de mudar, é um defeito que avilta os virtuosos e professores (...) O artista que quiser ter a nobreza que a sua arte lhe dá, deve dominar o público e sujeita-lo aos seus ideais e não se deixar escravizar por ele (Andrade, 1924b, p. 494)

A falta da curiosidade do público era como Mário justifica o “abandono” do álbum de João Gomes Junior nas prateleiras de vendas de partituras: um conjunto que ele julga ser merecedor de atenção por ter três peças que ele considera interessantes. No último texto da coluna e também a ser mostrado nesta seção, ‘Dansas brasileiras – C. Pagliuchi’, Mário elogiou a coleção de peças do artista paulista, também professor do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo. O que considerou de mais valioso foi a busca do compositor pela nacionalidade tão cara aos modernistas. “O compositor cria livremente suas peças segundo a maneira popular brasileira de compor. Serve-se apenas dos elementos que caracterizam a criação folclórica para criações pessoais” (Andrade, 1924b, p. 495).

É interessante observar como os cinco textos sorteados, na verdade, conseguiram nos apontar elementos que eram caros a Mário de Andrade como o modernista que era: valorização do novo, do folclore e da música popular brasileira, mesmo que em parâmetros elitistas.

5.3.3 Textos de Sérgio Milliet

Sérgio Milliet foi correspondente internacional de *Ariel* em Paris, França, escrevendo a coluna Cartas de Paris em cinco das 13 edições que faz parte do nosso corpus. Ele ainda teria o poema ‘Bahia’, publicado na edição nº13, mas nossos critérios excluem a análise desse tipo de conteúdo literário. Como são cinco textos produzidos, não houve a necessidade de sorteio, sendo assim, vamos analisar as colunas das edições números: 1, 2, 6, 7 e 12.

A coluna da edição nº 1 de *Ariel* foi introduzida com o que parece ser tópicos de assuntos, escritos em caixa alta:

ASPECTOS DO BANQUETE COM QUE O MINISTRO SOUSA DANTAS FEZ A SUA ENTRADA EM PARIS – COMUNHÃO DE ARTISTAS FRANCESES E BRASILEIROS – FUTURISTAS D’AQUEM E D’ALÉM ATLÂNTICO – O CÉLEBRE “GRUPO DOS SEIS” – VISITA AO ATELIER DE UM PINTOR CUBISTA – UMA SÉRIE DE OPINIÕES SOBRE ARTE. (Milliet,1923, p. 15)

Não é possível afirmar se Milliet planejou tal introdução, ou se isso foi uma adição do editor Sá Pereira. Como isso não se repete nas demais, somos inclinados a pensar que a segunda possibilidade seja a mais provável. O texto de três páginas não apresenta subdivisões. É um relato num corpo único sobre uma recepção organizada por Sousa Dantas ao assumir a embaixada de Paris, após sair da Roma de Mussolini. O embaixador convidou para o evento os artistas brasileiros que estavam na cidade, além de uma série de artistas estrangeiros. O próprio Milliet estava lá como convidado.

É um texto de bastidores, em que Milliet descreveu situações corriqueiras como Tarsila do Amaral cortar um pedaço de carne para o poeta suíço Blaise Cendrars. O representante do “Grupo dos Seis”¹⁷⁷ era o compositor francês Darius Milhaud, que morou alguns anos no Brasil, daí a aproximação dele com o grupo de artistas modernos. Os pintores cubistas eram os franceses Fernand Léger, que “comia com apetite”, e André Lhote. “Uma série de opiniões sobre a arte” é uma referência ao que eles discutiam sobre literatura, música e pintura. O próprio Milliet soltaria opiniões sucintas a respeito da arte dos colegas. Considerou, por exemplo, que Tarsila era uma artista de técnica segura, “permitindo-lhe realizar as mais ousadas concepções” (Milliet, 1923, p. 16).

A coluna da edição nº2, de novembro de 1923, é diferente da primeira. O texto agora foi de um articulista tratando a respeito do Grupo dos Seis e os complicadores para a compreensão da arte erudita, que esses e outros artistas trouxeram ao indexar o jazz e a música negra. “No século dos problemas e das entrevistas, todo artista que se respeita tem um e não lhe faltam seguidores sobre a arte” (Milliet,1923b, p. 52). Milliet argumentou que muitos desses problemas encontrados na arte são decorrentes de uma polissemia de opiniões, em que acertos e equívocos também faz parte desse jogo da discussão.

Disse que dos Grupo dos Seis, Millhaud era o mais bem-sucedido, o que não significava que fosse o mais bem compreendido. Parafraseou, sem citar nomes, a opinião de um “antigo crítico” que diria que o que se salva da obra do compositor francês era a

¹⁷⁷ Grupo dos Seis foi um influente grupo de compositores franceses no início do século XX. Além de Darius Milhaud, o grupo era formado por Georges Auric, Loius Durey, Arthur Honegger, Francis Poulenc, e a única mulher do grupo, Germaine Talleferre.

linha melódica. Mas Milliet discordou, pois a linha melódica é “emprestada” do jazz. Ressaltou os talentos de Honegger e de Talleferre, da qual considerou serem os menos compreendidos do Grupo dos Seis. Milliet, por fim, reproduziu a de Villa-Lobos sobre o grupo em questão: “Satie é um caso sério, Milhaud é um menino genial; os outros são rebuscados e mais fracos. Brincam demais com a arte. Mas acima de todos, acima das escolas e das agremiações plana o gênio de Strawinsky” (Milliet, 1923b, p. 54).

Na coluna da edição nº6, publicada em março de 1924, Milliet celebrou o momento singular que as artes brasileiras passavam na Europa, visto a atenção que os artistas ganhavam nos programas culturais e na imprensa especializada. Existia naquele momento, uma embaixada informal brasileira na França formada por Brecheret, Tarsila do Amaral, Anita Malfatti, Souza Lima, Maria Antônia, Alonso da Fonseca e Villa-Lobos. Interessante que Milliet excluiu a si mesmo do grupo seletivo.

Ele também ressaltou o artigo escrito por Milhaud na *Revue Musicale*, falando a respeito das músicas de Ernesto Nazareth e Marcelo Tupinambá. Este último a qual, segundo Milliet, o compositor francês considerou um gênio. Milhaud conheceu o samba, o maxixe e o choro, além de Ernesto Nazareth, no período em que viveu no Brasil. Os elogios do compositor francês foram uma deixa para que Milliet fizesse a defesa da música regional e popular, que era um tópico importante na ideologia modernista.

É um grande erro considerar-se o maxixe música sem importância. Ele representa parte da nossa alma, e a alma de uma raça é coisa seríssima. Justamente, o que devemos cultivar são os elementos espontâneos brotados em nosso povo. Devemos partir dos seus característicos, a ingenuidade, a sensualidade, a melancolia e o chiste da modinha para, com esses dados, chegarmos a uma música nossa, e portanto, universal (Milliet, 1924, p. 215)

A coluna de correspondência da edição nº7 foi publicada em *Abril* de 1924. É também a última correspondência de Milliet sob a direção de Sá Pereira. Em um texto de duas páginas, ele comentou a respeito de uma enquete publicada pela revista francesa *Courrier Musical* sobre dos rumos da música modernista. Não é explicado exatamente quais foram os moldes adotados pela revista para realizar a enquete, mas dá a entender que foi uma interação da revista com o grupo de leitores, que retornaram com análises particulares. Para Milliet, essa enquete revelou que a música estava em um ponto de evolução, mas que os leitores se dividiam em chamar o momento de transição ou afirmar que existia um progresso.

Na coluna nº12, a única sob direção do amigo Mário de Andrade, foi publicada em setembro de 1924. Milliet fez um relato da temporada prolongada de teatro em Paris, causada pela realização dos Jogos Olímpicos na cidade entre maio e julho daquele mesmo ano. O jornalista escreveu que o aumento de atrações devido ao maior financiamento foi uma compensação que as Olimpíadas trouxeram ao parisiense, uma vez que o custo de vida na capital aumentou, tal como certas mudanças na cidade devido às obras. Entre atrações como a Ópera de Viena e companhias russas de dança, também houve um concerto de músicas de Villa-Lobos executado por três músicos brasileiros: senhora Rubinstein, Souza Lima e Vera Janacopolus.

Milliet fez um relato dessa apresentação em específico, colocando as impressões particulares sobre o desempenho dos músicos, além de escrever também reações de alguns ilustres presentes. Relatou que Vera Janacopolus, por exemplo, interpretou trechos difíceis com “discrição e talento”. Mas o que é interessante nessa coluna foi a demonstração de Milliet assumindo uma postura de jornalista. Na coluna ele relata que, ao final do concerto, foi entrevistar (com essas palavras) Villa-Lobos, e perguntou o que o compositor brasileiro pensava da música moderna e sua evolução. Entendemos que ele ainda estava repercutindo a coluna anterior, na edição nº7.

5.3.4 Textos de Manuel Bandeira

Tal como Sérgio Milliet, não foi necessário fazer o sorteio dos textos de Manuel Bandeira na *Ariel*, pois eles somam cinco no total. São três textos de correspondência do Rio de Janeiro, e dois artigos publicados das edições nº 10 a 13. A contribuição de Manuel Bandeira na *Ariel* (que é um fato omitido nas biografias consultadas), parte do vínculo de amizade que ele tinha com Mário de Andrade (Toni, 2015; Marques, 2003).

O primeiro texto foi publicado na edição nº10, de julho de 1924, na coluna Crônicas do Rio. Bandeira começou a coluna lamentando não apenas a ausência do público, como também de novidades na programação dos inúmeros pequenos concertos que aconteciam no Rio de Janeiro. Escreveu, em um texto curto que ocupava duas páginas, que era constrangedor para um cronista musical acompanhar tais acontecimentos. “Meu Deus, será que vivemos mesmo em 1924? Foi preciso que viesse para cá o novo Rubinstein para que ouvirmos Granados e Alberniz. Então, sim, todo mundo passou a tocar Alberniz e Granados” (Bandeira, 1924, p. 356). Em seguida, ele fez um apanhado de alguns dos concertos que aconteceram no Teatro Municipal do Rio. Mais uma vez a influência estrangeira é ressaltada. O pianista suíço Arthur Rubinstein, amigo

de Villa-Lobos, passou pelo Brasil em 1919, e ele performou na série de concertos que fez no país obras dos compositores espanhóis Enrique Granados e Isaac Albéniz. Ambos compositores espanhóis eram modernos e muito influenciados por Franz Liszt.

Na edição nº11, de agosto de 1924, a coluna passou a ser chamada de Carta do Rio, publicada, dessa vez, em três páginas. Essa coluna começou com um desencontro de datas. Falou da temporada lírica no Teatro Municipal do Rio em setembro, sendo que o texto foi publicado em uma edição de agosto. Isso pode ser um indicativo dos atrasos na periodicidade. Como um truque para dar impressão de normalidade, os editores de *Ariel* lançavam um número retroativo, mesmo que o conteúdo tivesse eventos “futuros” à data da edição¹⁷⁸.

A coluna introduziu o assunto na primeira linha, como um lead, mesmo que esse sistema de estrutura textual ainda não tivesse sido introduzido no Brasil: a temporada lírica no Teatro Municipal. Mas o assunto principal só é abordado no parágrafo seguinte: que o Teatro Municipal era um elefante branco. Argumentou que o espaço era suntuoso e grande demais para abrigar espetáculos de caráter regional, sendo destinado apenas às turnês internacionais de concertos e óperas. O espaço inadequado, o pouco público e a programação rala em frequência resultavam em ingressos com “preços excessivos”. O cronista ainda reportou uma pequena polêmica repercutida nos diários cariocas envolvendo a escalação de uma atriz nesses espetáculos, e terminou a coluna, um texto separado por uma vinheta, que haveria a continuação da temporada lírica e de concertos no Teatro Municipal.

Carta do Rio, com Manuel Bandeira, continuou da edição nº12, de setembro de 1924. Na primeira parte, Bandeira concluiu os relatos a respeito da temporada lírica e de concertos que tinha feito na edição anterior. “E louvado Deus, ouviremos A Hora Espanhola de Ravel! Assim acabamos nossa carta anterior. Entretanto, não ouviremos A Hora Espanhola¹, e Deus seja louvado a pesar de tudo e da mesma maneira” (Bandeira, 1924b, p. 433). Ele relatou os espetáculos, mas sem necessariamente fazer críticas que demonstram a expertise do autor, como Mario de Andrade normalmente faria. Mas o próprio Bandeira explicou: ele estava ali não para fazer críticas, mas para jogar conversa fiada, como se faria num bar. Que ele era apenas um “cronista musical”.

Na edição nº13, de outubro de 1924, Bandeira assinou os textos ‘Literatura de violão’ e ‘Villa-Lobos’. No segundo, nos fala o cronista musical (com lampejos de

¹⁷⁸ Revistas acadêmicas brasileiras por vezes usam esse recurso.

repórter), mas o primeiro texto nos revela o articulista. ‘Villa-Lobos’, que é uma verdadeira ode ao compositor brasileiro. O motivo de escrever para exaltá-lo foi a chegada de Villa-Lobos após um período bem-sucedido em Paris. Se nos textos de Milliet podemos vislumbrar o sucesso do compositor na passagem pela Europa, aqui, em Bandeira, a exaltação foi pela personalidade do músico, que não se deslumbrou com a atenção em Paris. Apesar do país ter revelado à época importantes nomes como Camargo Guarnieri, Francisco Mignone e João de Sousa Lima, foi Villa-Lobos o compositor nacional com carreira mais bem-sucedida no Brasil e no exterior, justificando o entusiasmo de Bandeira.

‘Literatura de violão’ é um artigo extenso, de seis páginas, em que Manuel Bandeira defende o violão não apenas como um instrumento da música popular, como também o uso dele na música erudita, que ele chama “composição dos grandes mestres”. Mas ele argumentou que o instrumento é subaproveitado pelos dois polos da música brasileira.

Para nós brasileiros violão tinha de ser o instrumento nacional, racial. Se a modinha é a expressão lírica do nosso povo, o violão é o timbre instrumental a que ela melhor se casa. No interior, e sobretudo nos sertões do nordeste, há três cousas cuja ressonância comove misteriosamente, como se fossem elas as vozes da própria paisagem: o grito da araponga, o aboio dos vaqueiros e o descante dos violões. (Bandeira, 1924c, p. 463)

No mesmo texto, Bandeira traduziu uma carta que recebeu de resposta do compositor francês Vincent d’Indy, dizendo que o violão não era o instrumento de grande interesse. Que apenas quatro suítes de Wagner para violão foram dignas de atenção. Sem se dar por vencido, Manuel Bandeira levantou a hipóteses de que fazer uma peça erudita interessante para o violão com linguagem brasileira seria uma maneira de adaptar o que já existia, como o maxixe. O próprio Villa-Lobos havia feito algumas experimentações a respeito¹⁷⁹. Manuel Bandeira citou outros instrumentistas populares, que usavam o violão como instrumento majoritário, e das quais ele dá um grande valor. É o caso de João Pernambuco, Quinca Laranjeira e Arthidoro da Costa. O mesmo texto de Bandeira foi reproduzido de maneira editada na *Revista da Música Popular* nº 12.

¹⁷⁹ Villa-Lobos compôs nos anos 1940 cinco prelúdios para violão solo, sendo que cada um deles era caracterizado por um determinado tema. Eram eles: ‘homenagem ao sertanejo brasileiro’; ‘homenagem ao Capadócio’; ‘homenagem a Bach’; ‘homenagem ao índio brasileiro’; ‘homenagem à vida social’. O prelúdio nº 5 cinco seria aquele que proveria a base harmônica da futura bossa nova.

O interesse de Manuel Bandeira mostra uma virada da cultura pianística para a cultura do violão no Brasil, mais barato, mais prático e já ratificado como instrumento da música popular e da boemia antes de ser incorporado na música erudita, em especial pelos estudos de Villa-Lobos (Severiano, 2008; Bartoloni, 1995).

5.4 Textos de notórios de *Revista da Música Popular*

A *Revista da Música Popular* foi uma publicação que procurou se distinguir das demais e mais populares da mesma época ao propor um conteúdo sobre os hits radiofônicos e sobre a vida pessoal dos artistas. Os diretores e colaboradores, sendo eles parte do conselho editorial da revista ou ocasionais, acreditavam em qualidade à frente da popularidade. O fato é que a lista de colaboradores da revista são de notáveis que tiveram grande importância para a cultura popular brasileira e para o jornalismo. Os notáveis que mais contribuíram com o conteúdo da revista foram todos colunistas: Lúcio Rangel, Mariza Lira, Fernando Lobo e Nestor de Holanda.

5.4.1 Textos de Lúcio Rangel

Lúcio Rangel assinou nove textos em 14 edições da *RMP*. O primeiro foi uma entrevista do estilo ping pong com a cantora brasileira Araci de Almeida (que depois mudou a grafia do nome para Aracy), que ficou para a história da música brasileira como uma das intérpretes mais importantes da obra de Noel Rosa (Severiano, 1998; Logullo, 2014; Rangel, 2014). O restante dos textos foi publicado na seção Disco do Mês, que consistia em pequenas resenhas. Em nosso sorteio foram selecionados a entrevista com Araci de Almeida, publicada na edição nº1, e as colunas Disco do Mês das edições números 3, 4, 5 e 10.

A entrevista estilo ping pong consiste em 15 perguntas e respostas. Foi diagramada em duas páginas espelhadas, com uma imagem vazada de Araci. Não há qualquer introdução ou contexto a respeito da artista ou das circunstâncias que envolveram essa entrevista. Araci, àquele momento, estava residindo em São Paulo, onde era artista exclusiva da rádio e da TV Record¹⁸⁰. Pelo estilo de vida que ambos levavam, presumimos que esse encontro pode ter acontecido na mesa de um bar ou uma das passagens da cantora pelo Rio de Janeiro. Isso porque a literatura nos mostra que Araci

¹⁸⁰ A partir dos anos 1960, Araci de Almeida seria jurada de calouros em programas de auditório de diversas emissoras de TV. Ela encarava a personagem da jurada mal-humorada que esculachava todos os candidatos, e era vaiadíssima pela plateia.

de Almeida e Lúcio Rangel eram amigos e que frequentavam os mesmos locais, em especial as casas noturnas e os bares cariocas (Lobo, 1991; Castro, 2015; Holanda, 1979). As perguntas são curtas, e as respostas idem, como podemos conferir no trecho a seguir, que se encontra na página 40 da coleção da *RMP*:

- P – Gosta de cantar?
R – Não.
P – E de homem?
R – Adoro.
P – O que acha de Noel Rosa?
R – Divino.
P – E Pixinguinha?
R – Idem.
P – Quais são os melhores lugares no Rio e em São Paulo?
R – Vilarino e Nick Bar.
P – Gosta de cachorro?
R – Muitíssimo.
P – E de comida?
R – Um pouco chato a gente ter de comer.
P – Quem convidaria para um bate-papo de quatro pessoas?
R – Fernando Lobo, Antônio Maria, Carlão Mesquita e um outro.
P – O que acha do uísque falsificado?
R – É a morte.
P – Que acha do Barão Stuckart?
R – Não tenho palavras (ou palavrões) para defini-lo.
(Lúcio Rangel, 2006, p. 40)

As perguntas de Lúcio Rangel partiram do próprio gosto pessoal do jornalista, que era admirador de ambos músicos citados. Além disso, Araci de Almeida foi considerada a intérprete definitiva das canções de Noel Rosa. O Villarino era a redação informal da *RMP*. A entrevista foi caseira até mesmo para falar dos desafetos de Rangel, como era o caso do Barão Stuckart. Araci respondeu que não tinha palavras ou palavrões para defini-lo (*Revista da Música Popular*, 2006, p. 40). O “desafeto” em questão era o dono da boate Vogue¹⁸¹, que ficava na avenida Princesa Isabel, que divide os bairros do Leme e de Copacabana, na zona sul do Rio de Janeiro. Apesar de ser um frequentador ocasional o estabelecimento, Lúcio Rangel era um detrator do proprietário (Augusto, 2007). O que deixa a contextualização dessa história mais atraente e com reviravoltas, é que Araci foi contratada da boate Vogue por cinco anos, época em que ela recuperou Noel Rosa, cuja obra tinha caído no esquecimento nos anos 1940. Além disso, ela era amiga de Stuckart

¹⁸¹ A Vogue foi inaugurada em 1946, com o investimento do austríaco Barão Von Stuckart. O local foi muito frequentado por celebridades, empresários e políticos. Também foi palco de cantores populares à época, como Elizeth Cardoso e Dolores Duran, e também de atrações estrangeiras, como a cantora francesa Patachou. A boate foi fechada em 14 de agosto de 1955 depois de um incêndio de proporções catastróficas (Castro, 2015b; Mello, 2018).

e até voltaria a trabalhar com ele ao final da década de 1950 (Castro, 2015). Noel Rosa tão admirado na *Revista da Música Popular*, portanto, foi resgatado para as gerações dos anos 1950 (para não ser mais esquecido) pela figura da temperamental Araci (Castro, 2015; Mello, 2018), e essa entrevista em específico foi reproduzida total ou parcialmente por diversos autores, entre eles Logullo (2014), biógrafo da cantora.

A respeito da seção Disco do Mês, Lúcio Rangel escreveu 23 notas nas quatro edições sorteadas para análise. As três primeiras colunas escolhidas datam de dezembro de 1954 a fevereiro de 1955. A última edição escolhida data de outubro de 1955. Essas datas são particularmente interessantes porque elas indicam uma mudança de mídia física comercializado pela indústria fonográfica, que naquele momento deixava de vender discos em acetado, e passava a investir no formato *long play* (LP). São 11 resenhas sobre lançamentos de acetados, todas concentradas nas edições nº 3 e 4, e 12 resenhas a respeito de LPs. Boa parte dos lançamentos em LP eram reagrupamentos de discos de acetados de um determinado artista, o que dá um indício que as coletâneas foram trabalhadas primeiro do que o conceito de álbum, que consideramos ser a concepção de um disco completo, com canções inéditas (ou não) agrupadas em torno de uma ideia estética.

Não houve uma grande variedade de artistas resenhados por Lúcio Rangel, e a coluna em si é mais uma evidência de que ele estava mais preocupado em divulgar o que gostava do que fazer uma orientação de consumo sobre os lançamentos da indústria. Das quatro colunas, ele comentou discos de Ataulfo Alves em três ocasiões, Noel Rosa e Moreira da Silva em duas, além de lançamentos de coletâneas de Almirante (colaborador da *RMP*), Dorival Caymmi, Francisco Alves, Silvio Caldas, Carlos Galhardo, Manuel Bandeira (colaborador da *RMP*), além de coletâneas de músicas de carnaval lançadas, e as que ainda estariam sendo planejadas. Nenhum desses cantores e compositores eram novatos nos anos 1950. Almirante, Ataulfo Alves, Carlos Galhardo, Silvio Caldas e Dorival Caymmi começaram suas carreiras nos anos 1930, e Francisco Alves e Noel Rosa eram personalidades que já haviam falecido. Por outro lado, isso é apenas mais um indicativo da linha editorial proposta pela revista, em resgatar o samba da era de ouro (anos 1930) e os respectivos artistas que fizeram parte dela.

A iniciativa das gravadoras em reunir em LP gravações antigas de acetado foi elogiada nas resenhas de Lúcio Rangel.

A Continental teve a feliz iniciativa de passar para um LP oito das gravações de Araci de Almeida, interpretando músicas de Noel Rosa. Foram usadas as mesmas matrizes dos álbuns anteriormente aparecidos e que tanto sucesso fizeram. (...) A

interpretação de Araci é excelente, embora o tempo de algumas peças seja demasiado lento. Orquestrações de Radamés, de boa qualidade. A apresentação do disco é perfeita, com bela capa do pintor Di Cavalcante e notas explicativas, um resumo do que, nos álbuns, disseram os cronistas Lúcio Rangel e Fernando Lobo (Rangel. 2006d, p. 248).

Podemos ver no trecho acima uma série de indicativos da predileção caseira nas resenhas de Lúcio Rangel, como citações dele próprio em terceira pessoa, além de outros dois amigos e colaboradores do periódico. Mas nem tudo publicado na coluna era elogios e caseiro. Lúcio também poderia ser ácido com aqueles que não gozavam da admiração dele, com podemos checar no trecho a seguir:

VIRGINIA LANE – Marcha da pipoca, Marcha do fiu-fiu – uma senhora que jamais foi cantora, mas que aparece em todo carnaval, às vezes com certo sucesso. A Marcha da pipoca é de mau-gosto, com sentido dúbio prestando-se a outras interpretações. A do fiu-fiu tem as mesmas características. Um disco que não recomendamos (Rangel, 2006c, p. 197)

Virgínia Lane foi uma famosa vedete do teatro de revista que atuou em diversos filmes brasileiros, principalmente entre as décadas de 1930 e 1950. Ela cantava marchinhas de carnaval que tinham duplo sentido sexual, cujo o maior sucesso foi *Sassaricando*¹⁸², de Luiz Antônio, Jota Junior e Oldemar Magalhães. O disco de Virginia Lane fez parte do grupo de discos carnavalescos que Rangel comentou na coluna, e tratava-se de um gênero muito popular à época, que demarcavam calendário e a programação das rádios (Diniz, 2008).

Especulações e a expectativa sobre o rumor ou notícias de um possível lançamento também faziam parte da coluna. Na edição n°3, ao falar sobre uma coletânea de músicas de carnaval que seria lançada pela Continental, Rangel escreveu: “Aguardamos com ansiedade uma audição desses dois discos, pois, segundo fomos informados, as orquestrações dos quatro números foram feitas pelo grande Pixinguinha, e isso quer dizer qualidade, qualidade, qualidade” (Rangel, 2006b, p. 141)

Lucio Rangel mostra na entrevista com Araci de Almeida e nas notas de resenhas, que apesar de ser um colecionador de discos destacado, e um grande conhecedor da música popular brasileira, ele seguiu a risca a missão que estabeleceu para a *RMP* na promoção da música que ele acreditava ser a mais importante, independente dos apelos

¹⁸² A música de duplo sentido fez sucesso à época e continuou sendo cantada nos dias atuais. *Sassaricando* foi o nome de uma novela da Rede Globo de Televisão dos anos 1980, e a marchinha de carnaval foi regravada pela roqueira Rita Lee como tema de abertura.

comerciais. Isso pode ter contribuído com o conteúdo personalista, com poucas concepções, que o periódico apresentou ao longo de toda existência.

5.4.2 Textos de Fernando Lobo

Fernando Lobo foi o colaborador mais assíduo depois de Pêrsio de Moraes. Ele publicou 13 textos em 14 edições, sempre com a coluna Música Dentro da Noite. “Como sempre morei dentro da noite e dela bebi todos os momentos e encantos, nada mais justo do que escrever sobre ela, seus bares, suas bitocas, suas boates e suas mulheres” (Lobo, 1991, p. 19). Fernando Lobo ilustrava os próprios textos e, por vezes, as colaborações de alguns dos colegas. A coluna não tinha um formato padrão, e o compositor e jornalista podia escrever pequenas notas, pequenas crônicas, um pequeno artigo ou até mesmo relatos de viagens. Seleccionamos cinco textos por sorteio para análise. São eles: ‘Música Dentro da Noite’ (nº1), ‘ABC da Noite’ (nº6), ‘Caixas Registradoras’ (nº10), ‘Antigamente’ (nº11), e ‘Carnaval Sem Crítica’ (nº12).

Na primeira coluna, Fernando Lobo escreveu oito notas sobre a noite carioca e a boêmia. Logo nas duas primeiras, vemos que ele dividia com o amigo Lúcio Rangel a antipatia por Barão Stucker, proprietário da boate Vogue. Na primeira, ele deixou claro que não gostava da boate, mas reconhece que foi o lugar que lançou a cantora Elizete Cardoso¹⁸³ para o estrelato. Na segunda nota, ele informou a saída do pianista Sacha da Vogue. “Difícilmente outras mãos poderão substituir as de Sacha naquele teclado, uma vez que é preciso ter paciência para aturar aquele trabalho longo, paciência para as mesmas caras, paciência para a falta de paciência do Barão” (Lobo, 2006, p.42). A antipatia pelo proprietário da boate Vogue é ainda mais explicitada no livro de memórias, em que o jornalista chama o empresário de homossexual e alemão com tendências nazistas (Lobo, 1991, p. 20).

Logo na sequência da primeira coluna, Lobo informou que o destino do pianista Sacha foi a assinatura de um contrato para trabalhar com o produtor Carlos Machado na boate que se chamaria Sacha’s, boate, aliás, que Lobo (1991) foi um frequentador. A coluna segue fazendo um “giro” da noite carioca, dos espetáculos, dos artistas e até mesmo da comida servida nesses locais. “Música exótica que a noite recebe nos

¹⁸³ A cantora Elizete Cardoso foi uma das cantoras mais proeminentes dos anos 1950, e uma das poucas artistas que gozava tanto do prestígio popular quanto a aprovação da crítica e do jornalismo especializado. Elizete Cardoso, apelidada de Sapoti na Rádio Nacional, foi a primeira a gravar a música Chega de Saudade, que inaugurou a bossa nova, e também foi uma importante referência a cantoras de gerações posteriores, em especial para Elis Regina.

entregando de volta um uísque gostoso, uns camarões que dão gosto e um bife zero quilômetro. É o Beguim” (Lobo, 2006, p.42), escreveu em referência a boate que funcionava dentro do Hotel Nacional em Copacabana, e que trazia como atração a cantora Dolores Duran¹⁸⁴, amiga próxima de Fernando Lobo (Lobo, 1991). Por fim, ele terminou a coluna com duas notas que podem ser colocadas como partes de uma crônica exaltando a música e a vida boêmia. Disse Lobo: “Mas enquanto houver este céu que é nosso, esta areia de Copacabana cujo sujo é da prefeitura, há de haver música em qualquer forma, de qualquer tom, de qualquer ritmo” (Lobo, 2006, p. 44).

O texto ‘ABC da Noite’ é uma lista de artistas, lugares, frases e coisas que fazem parte da vida musical e boêmia da cidade. A letra ‘H’, por exemplo, contém menção à cantora Helena de Lima, que teve uma carreira de sucesso em especial nos anos 1950 e se consagrou particularmente como uma cantora de boates do Rio de Janeiro e de São Paulo. A letra ‘R’ tem a frase “rasguei minha meia de nylon no diabo dessa cadeira” (Lobo, 2006b, p. 302). ‘Caixas Registradoras’ é uma crônica dividida em partes sobre situações encontradas em certos bares de São Paulo e do Rio de Janeiro usando as caixas registradoras como metáforas do que acontece nesses locais. Lobo disse, por exemplo, que o bar Michel’s, em São Paulo, era um lugar de pouco sucesso até contratar Dorival Caymmi para uma temporada de apresentações, o que salvou o estabelecimento. Mas ele profetizou que o bar voltaria a minguar tão logo o contrato de Dorival terminasse.

‘Antigamente’ da edição nº 11 é formado por uma pequena crônica e três notas. A crônica é saudosista de um tempo que Lobo considerava mais romântico e socialmente melhor. Em 1955, Fernando Lobo era um homem de 40 anos, portanto, que viveu o auge da juventude nos anos 1930. Em uma das notas, Lobo falou das boates que abriram e fecharam na avenida Princesa Isabel, em Copacabana, entre elas Vogue. Lobo comentou no primeiro texto sobre a antipatia que sentia pelo proprietário da casa noturna, e em ‘Antigamente’ ele reportou do fechamento da mesma. A Vogue foi extinta de forma trágica em agosto de 1955 devido a um incêndio no edifício provocado possivelmente por um curto-circuito, de acordo com reportagem do *Correio da Manhã*, de 16 de agosto de 1955. A tragédia aconteceu no início da noite e vitimou cinco pessoas.

Vimos que Fernando Lobo (1991) deixou muito claro o tema central dos textos que escreveu não apenas na *Revista da Música Popular*, como também em outros periódicos na qual foi colunista: noite e vida boêmia. Todos os textos na qual aqui

¹⁸⁴ Dolores Duran, assim como Elizete Cardoso, era uma cantora prestigiada pela crítica especializada dos anos 1950, embora não fosse tão popular quanto. Dolores Duran foi uma das poucas compositoras à época.

descrevemos são um retrato da vida que ele e jornalistas de mesma geração que levavam em companhia de diversos artistas. No livro de memórias ele cita Lúcio Rangel, Antônio Maria, Sérgio Porto, Raimundo Nogueira, Nestor (não sabemos se ele se referiu ao Leite ou ao de Holanda), José Sanz, e artistas como Dolores Duran, Araci de Almeida, Elizeth Cardoso, Vinícius de Moraes, Haroldo Barbosa, entre outros. A noite era a pauta, ao mesmo tempo a redação, o lugar de lazer, de socializar, e de exercer a criatividade. Não à toa que, por mais que essas personalidades exaltassem o samba da era de ouro, elas ajudaram a formatar a cultura em torno do samba-canção bem explicada e documentada por algumas dessas personalidades em seus respectivos livros de memórias, e também explicadas em Castro (2015) e Mello (2018).

Por último, em ‘Carnaval Sem Crítica’, Fernando Lobo reclamou das marchinhas carnavalescas chapa-branca dos anos 1950 em consequência de uma cultura construída sob a mão pesada do Estado. Ele voltou no tempo para exemplificar como esse tipo de música costumava revelar a crítica bem-humorada dos compositores em relação aos temas sociais, da política e da economia, mas que depois foram tolhidos graças a ação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado no governo de Getúlio Vargas com o propósito de regular e censurar a imprensa e todo material cultural que circulasse no país. “O DIP estava no gogó de todos, o samba tinha censura e a censura mandava fazer as coisas do seu interesse. Samba em louvor à malandragem não podia sair” (Lobo, 2006c, p. 629).

Vimos no capítulo 2, que Getúlio Vargas, na posição de ditador, censurou a imprensa de modo que algumas redações oposicionistas foram literalmente ocupadas pelo governo, como aconteceu com o *Estado de S. Paulo*. Vimos também que o governo getulista tomou de assalto o projeto modernista para cultura, transformando o samba em propaganda de governo. Não apenas as músicas, como também artistas foram usados para cumprir diretrizes do governo (Tinhorão, 1998). O carnaval também sofreu censura e “recomendações” do DIP de que as sacanagens e malandragens fossem evitadas, e que as escolas de samba abordassem temas nacionais, ufanistas, com caráter pedagógico. Mesmo com o fim do Estado Novo, essas “recomendações” vigoraram através dos anos 1950 devido ao condicionamento e a autocensura (Mussa e Simas, 2010).

5.4.3 Textos de Mariza Lira

Mariza Lira foi colunista da *RMP* com a História Social da Música Popular Carioca, em que ela revisitou e readaptou uma série de textos em que havia publicado no

livro *Brasil Sonoro*, lançado originalmente em 1938. A jornalista e folclorista estudou as origens da música popular urbana por meio dos gêneros tradicionais como a modinha, as trovas e as cantigas. Mariza, como folclorista da segunda geração de modernistas brasileiros, ainda mergulhou nessas origens sob o viés das diferentes “raças”¹⁸⁵. Os cinco textos escolhidos foram: *Nossos Primeiros Trovadores* (nº 4); *Ritmos Carnavalescos* (nº 5); *A Influência Ameríndia* (nº 7); *A modinha* (nº 12); *A Polca* (nº 14).

Mariza celebrou três trovadores em *Nossos Primeiros Trovadores*. Inicia o texto explicando que a música produzida no Brasil pelos portugueses até o início do século XVIII eram toadas melancólicas. Segundo Mariza, isso mudou com Antônio José da Silva, conhecido como o Judeu, que introduziu ironia e bom humor nas canções que produzia. Ela indica que o trovador Judeu morreu tragicamente queimado pela inquisição por causa da fé que possuía. Mariza exaltou mais dois compositores: Caldas Barbosa e Joaquim Manoel, ambos mestiços com pais portugueses e mães negras escravas. Explicou que Caldas Barbosa foi o responsável pela popularização da modinha brasileira e do lundu em Portugal. Já Joaquim Manoel tinha grande talento como violonista, porém o comportamento era pouco exemplar. “De tal forma se portou nas terras por onde passou, que foi detestado, embora fosse de valor a sua inspiração musical” (Lira, 2006, p. 192).

Em ‘*Ritmos Carnavalescos*’, Mariza também usou personalidades para destacar a importância do carnaval na vida cultural dos cariocas. Começou com Zé Pereira e depois mencionou Chiquinha Gonzaga, artista que biografou décadas antes, e tia Ciata.

Na rua Visconde de Itaúna, próximo a Praça 11, na casa da Tia Ciata é que se reunia o pessoal boêmio da cidade de mistura com os maiores chorões do tempo. Por ali também residia um macumbeiro prestigiadíssimo o Pai Assumano. Os cordões da época iam ali nos dias de carnaval reverenciar o Pai de Santo. A Praça 11 era o ponto de encontro mais popular da época. Tia Ciata reunia a fina flor das baianas e dos chorões da época, na sua casa em toçadas alegres e serenatas íntimas. (Lira, 2006b, p. 256)

¹⁸⁵ O entendimento que supostamente existiam raças diferentes entre os seres humanos ainda era hegemônico à época de Mariza Lira. Essa noção foi usada para o desenvolvimento de teorias racistas e eugenistas, principalmente nos séculos XIX e XX, sendo que algumas delas serviram para justificar atrocidades como a escravidão e o holocausto. Contudo, a biociência e a genética demonstraram por meio de estudos a partir dos anos 1990 que não existem diferenças genéticas e nem mesmo moleculares significativas entre os seres humanos com fenótipos diferentes, como o formato dos olhos, a textura do cabelo e a cor da pele. Portanto, o conceito de raça como é entendido nas ciências biológicas, que identifica a existência de subespécies no reino animal, não se aplica entre os seres humanos. O conceito de raça, como é entendido pelos antropólogos atuais, é usado apenas para compreender a ancestralidade das pessoas.

Em ‘A Influência Ameríndia’, Mariza atribuiu que a influência dos povos americanos originais está especialmente presente na cultura do caboclo no interior do país, e que isso se observa pelo fato de a música europeia ser diatonal¹⁸⁶, ao passo as músicas dos caboclos são unitônicas. O texto é tido como uma introdução ao assunto, uma vez que Mariza prometeu aprofundar a questão dos ritmos da zona sertaneja em uma segunda parte do texto. Em ‘A Modinha’, Mariza discutiu de maneira didática as origens do gênero musical. Embora não seja muito clara quanto a essa questão, ela pontuou, por meio de depoimentos de terceiros, as principais diferenças entre a modinha produzida em Portugal e a do Brasil. Por último, ‘A Polca’ é sobre os impactos e a popularidade desse ritmo no Brasil do século XIX. Aqui, em vez de folcloristas e historiadores que ela citou em textos anteriores, Mariza buscou contar essa história trazendo a literatura brasileira, textos em jornais e até faz referência a si mesma. Segundo Mariza, a polca foi a porção europeia na formação do maxixe, cuja outra porção seria africana por meio do lundu. Terminou dizendo que depois que o maxixe surgiu, a polca terminou fadada a ser uma dança do que ela chamou de “velho Rio”.

Nós procuramos adquirir ou ter acesso ao livro *Brasil Sonoro*, de Mariza Lira a fim de comparar esses textos, para saber com exatidão se eles foram transcritos ou se sofreram adaptações e revisões por parte da autora. Infelizmente, nunca se fez uma nova edição desse livro de 1938, e os exemplares disponíveis estão em bibliotecas das quais não temos acesso ou em posse de colecionadores. Dos textos que escolhemos para analisar, apenas ‘Ritmos Carnavalescos’ e ‘A Polca’ são textos mais palatáveis para o público de uma revista, devido ao emprego de um estilo mais simples e direto, sem se perder no volume de informações. Os demais três textos são sisudos, densos, e com ortografia desatualizada mesmo na década de 1950, como se esses tivessem de fato sido apenas transcritos do livro para a revista. Essa, infelizmente, é uma questão que vai ficar em aberto nesta tese.

5.4.4 Textos de Nestor de Holanda

Nestor de Holanda contribuiu com a *Revista da Música Popular* escrevendo na coluna Rádio em 30 Dias, que consistia em um conjunto de notas e crônicas sobre o tema, muito semelhante ao que Fernando Lobo fez na coluna Música Dentro da Noite. Holanda

¹⁸⁶ A escala diatonal possui sete notas musicais com cinco intervalos de tons e dois intervalos de semitons entre as notas. O sistema unitônico, de acordo com o musicólogo belga François-Joseph Fétis, é a primeira das quatro ordens dos sistemas de escalas constituída por unitônica, transitônica, pluritônica e omnitônica. O sistema unitônico se refere à música mais simples e primitiva.

escreveu a coluna em sete das 14 edições da revista, além de um artigo publicado na edição derradeira. Para o nosso estudo sorteamos as colunas publicadas nas edições nº 1, nº 3, nº6, nº 12 e o texto ‘A Viagem da Folclorista’, publicado na edição nº14.

Na edição de estreia, Nestor de Holanda, que já tinha cunhado o termo “macacas de auditório” àquela altura, escreveu uma coluna com uma crônica de abertura, seguida de seis notas comentando sobre personalidades, entre elas Emilinha, Ângela Maria e o sambista Black Out. A crônica é uma crítica com humor debochado sobre a situação de manipulação de audiência, artificialidade e falta de criatividade dos programas de rádio à época.

A claque paga, a falta de ideias novas, o mergulho definitivo do ramerrão, os mambos de Getúlio (o Macedo), as faixas de endeusamento, o ridículo dos “slogans”, a popularidade do lenço que o maestro Chiquinho usa no bolso do casaco (com esse lenço ele se sente mais “chiquinho”), os horríveis trocadilhos, a candidatura a vereador da venerando sra. Eladir Porto, as sambistas-cronistas, dos Fã-clubes ou Fã-pagos – tudo isso faz o bem intencionado homem de rádio falar até latim. E hoje é um grande dia para se falar latim. (Holanda, 2006, p. 50)

O tom humorístico debochado prossegue nas notas. Holanda reverenciou a popularidade de Emilinha Borba a chamando de “a Flamengo das cantoras”, concordou com o “regime da monarquia” da rádio brasileira ao reconhecer o talento de Ângela Maria como rainha do rádio. Noticiou a festança promovida pelo radialista Renato Murce, na qual disse que seria o “criador do papel carbono¹⁸⁷”, devido ao pioneirismo dele nas rádios brasileiras. Apesar de ter negado ser um racista, em especial no caso que envolveu o termo “macacas de auditório”, na qual nunca se desculpou, vimos que o pensamento racista, sendo intencional ou não, estava presente no trabalho de Nestor de Holanda. Na crônica introdutória ele chamou as frequentadoras dos auditórios das rádios de “mocinhas pardas”. Ao comentar sobre o sambista Black Out, mesmo reverenciado o talento e a simpatia do músico, disse que: “Por dentro daquela pele negra, tem um coração branquinho e um fígado que não muda de cor, de tão bom” (Holanda in *Revista da Música Popular*, 2006, p. 53). Precisamos levar em consideração que é entendido como racismo hoje é diferente de como era na década de 1950, apesar de ser claro de que a percepção da cor branca remetia a valores mais positivos em relação a cor preta.

Na edição nº3, Nestor de Holanda manteve o formato da coluna, com uma crônica principal e notas noticiosas complementares. Dessa vez a crônica chamou-se

¹⁸⁷ O papel carbono foi criado em 1806 pelo italiano Pellegrino Turri.

‘Andorinha’, em que Holanda fala a respeito do roteirista apelidado de Andorinha, que trabalhava na *Rádio Nacional*. Por ser um profissional talentoso e criativo, as piadas que inventou terminaram por fazer muito sucesso em programas humorísticos e de curiosidades a ponto, comentou Holanda, de quando esse roteirista faltava ao trabalho, alguns programas caem pela falta de um roteiro. Isso levou a crítica de Holanda em relação a carência de reconhecimento de Andorinha como profissional, e também de união dos intelectuais em relação ao mercado de trabalho, e por não organizarem um sindicato. “O intelectual, nesta terra, é explorado justamente por ser desunido. Não há reivindicações classistas, não há dissídios coletivos dos que usam o cérebro” (Holanda, 2006b, p. 157). É preciso explicar que Nestor de Holanda foi um jornalista ligado ao Partido Comunista Brasileiro, por isso tais pautas eram sensíveis a ele.

Em ‘Os 10 mais elegantes’, publicado na edição nº 6, Nestor de Holanda contestou a escolha dos homens mais elegantes promovido pela *Revista do Rádio*, pois foi, segundo o jornalista, uma lista que destacou os homens mais bem-vestidos, ao passo que elegância tinha um significado muito diferente. Para Holanda, elegantes são os homens inteligentes e cultos, com boa vida social, simpáticos, com o dom da oratória. Citou o exemplo de Waldeck Magalhães¹⁸⁸, que vestia sapatos cor de tijolos, terno cinza e gravata amarela, mas que sabia falar inglês, era um leitor ávido, além de ser um locutor muito popular. Por fim, Holanda fez a própria lista dos mais elegantes, que incluía Waldeck Magalhães e outros como Black Out e o cantor Carlos Carrié. Nas todas, ele comentou a vitória, na qual considerou merecida, da cantora Vera Lúcia como rainha do rádio de 1955, a turnê em Portugal do cantor Luiz Gonzaga, o sucesso da cantora Lana Bittencourt, e noticiou a saída de Cauby Peixoto da Rádio Nacional para ser o novo contratado da *TV Tupi*.

A nota a respeito do cantor Cauby Peixoto é particularmente interessante porque a segunda metade dos anos 1950 é um momento de transição que marca o fim da era de ouro das rádios e o início da era da televisão que, nos anos 1960, já dominaria a atenção da audiência brasileira. Na segunda metade dos anos 1950, começou um êxodo de artistas, locutores e redatores das rádios para desenvolverem programas de TV que, no primeiro momento, não passavam de adaptações de fórmulas existentes nas rádios, como os programas de auditório, os shows de calouros e programas de games do tipo “qual é a música?”.

¹⁸⁸ Waldeck Magalhães foi um radialista popular, que trabalhou na Rádio Nacional e posteriormente como apresentador na TV Continental, que foi tragicamente assassinado em fevereiro de 1963, em um domingo de carnaval, por um ouvinte.

‘Dia do Juízo’, da edição nº 12, falou da aproximação dos 40 anos de existência do rádio, como tecnologia de comunicação e entretenimento no Brasil (em 1956, o rádio tinha 34 anos de atividade no Brasil). Holanda dividiu a crônica em seis partes, sendo que em cada uma ele faz protestos e comentários sobre o que ele achava do papel que o rádio deveria desempenhar, e o que deveria ser uma realidade nesse meio de comunicação, e finaliza cada fragmento apontando um responsável pela falha ou pela virtude.

Nosso rádio, seguindo o exemplo de outros países nas quais os homens de cultura são mais prestigiados, deveria divulgar, antes de tudo, nosso folclore, nossas músicas, nossos regionalismos. Mas, não. Mambos, congas e guarachas; porros, boleros e tangos; foxtrotos, corridos e fados; tudo isso tem prioridade, vêm na frente, é impingido mais frequentemente. A educação musical do povo, pelo rádio, deveria ser um fato. Mas Getúlio Macedo não deixa (Holanda, 2006c, p. 651).

Getúlio Macedo foi um compositor brasileiro especialista em mambos, boleros, sambas-canção e músicas de cunho romântico. As músicas dele foram gravadas por diversos artistas populares da era do rádio, como Emilinha Borba, Agnaldo Rayol, Cauby Peixoto, Ângela Maria, entre outros. O pensamento de Nestor de Holanda em desejar um veículo de comunicação mais educativo e controlado, foi quase uma constante em todos os textos que escreveu na *RMP*, e refletia a própria ideologia política pelo qual ele militava. De certa maneira, diz muito sobre essa geração de jornalistas, em especial os reunidos pela *RMP*, sobre as queixas a respeito do gosto popular, e do que era comercializado em detrimento de uma música que eles achavam que deveria sobressair. O tipo de pensamento de Nestor de Holanda foi dominante entre jornalistas e jovens ligados às ideologias do Partido Comunista Brasileiro. São fatos que podem ser bem observados na formação da chamada MPB, que inicialmente não passou de uma politização da bossa-nova e, posteriormente, em eventos como a marcha contra a guitarra elétrica, que aconteceu em 17 de julho de 1967, que foi um protesto feito por certos artistas, intelectuais e militantes para “defender” a música nacional e contra a invasão da música internacional.

‘A Viagem da Folclorista’, publicado na edição derradeira. Tem o mesmo tom dos demais textos da coluna, porém não apresenta notas com pequenas notícias e comentários de Nestor de Holanda. A revista passou por uma reformulação gráfica na última edição, e o título da coluna foi retirado. Holanda começou o texto criticando o entendimento que se tinha de música folclórica e em seguida também questionou os artistas que voltavam de turnês do exterior exagerando no sucesso. “O caso é o seguinte: qualquer sambista de

esquina faz uma composição em ‘mãe preta’ e usando as corruelas ‘amô’, ‘dotô’, ‘sinhô’, ‘senadô’. Depois, sai apresentando a coisa como sendo ‘um folclore de minha autoria’” (Holanda, 2006d, p. 744). A exceção desse tipo de postura, segundo Holanda, foi a turnê no exterior da cantora Stellinha Egg, da qual ele considerou ser uma cantora de músicas folclóricas autênticas. De fato, Stellinha Egg construiu a carreira interpretando canções regionais tradicionais, além de fazer parcerias musicais com Luiz Gonzaga, Catullo da Paixão Cearense e Dorival Caymmi. Ela também foi uma pesquisadora do folclore regional da mesma geração de Mariza Lira. Holanda elogiou Stellinha pela sobriedade na qual ela noticiou as turnês ao exterior, e pela sinceridade ao dizer que ela não tinha vontade de repetir o feito. As viagens da cantora à Europa, que incluíram a ex-União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) nos anos 1955 e 56 foram as únicas registradas na carreira de Egg.

5.5 Textos de notórios do *Rolling Stone*

No caso do jornal *Rolling Stone*, o critério de notabilidade foi mais relevante do que de quantidade de produção. Ezequiel Neves, Joel Macedo, Carlos Marques e Jorge Mautner que, além de serem colaboradores assíduos, construíram carreiras sólidas no jornalismo, na produção musical e também nas artes. Os textos sorteados foram extraídos de dois colunistas (Joel Macedo e Ezequiel Neves), um articulista (Jorge Mautner) e um repórter (Carlos Marques).

5.5.1 textos de Ezequiel Neves

Ezequiel Neves escreveu a coluna Toque no *Rolling Stone*, que foi a única que esteve presente da edição nº zero à edição derradeira. O jornalista e produtor musical também fazia ocasionalmente reportagens e resenhas de shows. Em números absolutos, pode-se dizer que Neves foi o produtor de conteúdo que mais assinou textos para o jornal *underground*. Contabilizamos também textos com assinatura alternativa de Zeca Jagger, que era o apelido na qual Ezequiel Neves era conhecido. Para a nossa análise, foram escolhidos aleatoriamente os textos das edições nº 4, nº 10, nº 16, nº 21, nº 32. O formato da coluna costumava variar de edição para edição. Ezequiel poderia escrever críticas de discos, resenhas de shows ou textos biográficos, especialmente sobre uma das bandas favoritas dele: os Rolling Stones, de onde ele tirou o apelido Zeca Jagger, em referência ao vocalista Mick Jagger.

Na edição nº 4 encontramos três textos na página reservada à Ezequiel sobre três artistas que estavam lançando trabalhos: as cantoras Roberta Flack, Carly Simon e a banda Traffic. “Coincidentemente”, esses três artistas também tiveram textos dedicados ao lançamento de seus mais recentes trabalhos na mesma edição no jornal, na seção Discos, por meio de críticas traduzidas da matriz. Além disso, o lançamento de Roberta Flack era parte da publicidade da gravadora Continental inserida no jornal. Por causa desse fato, a checagem dos textos na seção Discos foi inevitável na mesma edição. Percebemos que a crítica internacional estava preocupada em avaliar o trabalho dos artistas sem condescendências, procurando contextualizar também a produção deles. O texto de Ezequiel tinha a função de introduzir esses artistas e seus respectivos trabalhos. Zeca escreveu uma biografia resumida de cada um, colocando algumas impressões pessoais, mas que, no geral, as palavras tendiam a ser elogiosas.

Sobre Roberta Flack, Ezequiel exaltou a formação acadêmica da norte-americana que, aos 15 anos, entrou para a Howard University, onde se formou como música com especialização em canto, além de ter estudado piano. “Como cantora, Roberta herdou toda a maravilhosa tradição das intérpretes negras do blues e do gospel. Sua voz consegue fundir de maneira admirável o jazz com o estilo soul, sendo incrível sua capacidade de improvisação” (Neves, 1972, p. 4). Ezequiel comentou que Carly Simon era uma cantora iniciante que tinha em si as contradições feministas se seu tempo, como o desejo de independência ao mesmo tempo em que procurava a estrutura de um casamento. Vale lembrar que o movimento de contracultura dos anos 1960 foi marcado também pela chamada segunda onda do movimento feminista que, além de avançar pautas da primeira onda, como exigir igualdade de direitos em relação aos homens, igualdade nas condições de trabalho. Foi marcada também pela luta pela liberdade sexual da mulher, e pela associação do feminismo com outras lutas políticas¹⁸⁹.

A coluna da edição nº 10, Neves escreveu uma crônica sobre um dia na rotina do jornalista que começou com um quase afogamento e terminou no apartamento dele, ouvindo discos e conversando com outros dois amigos. As referências ao mundo pop e à música são inúmeras. Para Ezequiel, o surfista que o salvou do afogamento lhe parecia como o Surfista Prateado, personagem dos quadrinhos criado por Jack Kirby, pela Marvel Comics. Aqui vai mais um ponto de “coincidência”: na mesma edição, o RS traduziu uma reportagem sobre a Marvel Comics. Continuou Ezequiel: “Tocam a campainha. Grilo

¹⁸⁹ Ver mais em: <https://www.blogs.unicamp.br/mulheresnafilosofia/ondas-do-feminismo/> acessado em outubro de 2022.

Geral. O síndico veio pedir se eu não poderia ‘diminuir um pouquinho’ a vitrola. Logo que ele saiu, coloquei *Ame Teu Vizinho* de um jeito que as paredes tremem. As pessoas se assustam – só Paulo percebe a transa e cai na risada” (Neves, 1972b, p. 4). Outro detalhe é que a música *Ame Teu Vizinho Como a Ti Mesmo* fazia parte do disco do trio brasileiro Sá, Rodrix e Guarabyra, que foi lançado em 1972. Zé Rodrix também foi um assíduo produtor de conteúdo do *Rolling Stone*, que nunca foi creditado no expediente do jornal.

A coluna da edição nº 16 foi uma colagem de perguntas e respostas que o cantor e compositor norte-americano Bob Dylan concedeu para diversos jornais e revistas ao longo da década de 1960. “Coincidentemente”, há na mesma edição uma reportagem biográfica sobre Bob Dylan assinada por Naomi Sunshine. Ezequiel Neves selecionou trechos de entrevistas em que Bob Dylan explicou a construção da música, as principais influências e os sentidos das composições de fez. Vale lembrar que o final dos anos 1960 e o início dos anos 1970 foi um período de baixa na carreira do compositor norte-americano. Foi nesse período que Bob Dylan lançou discos de country music com críticas em geral negativas, e fez algumas participações especiais em trabalhos de outros artistas. Ainda assim, as raras aparições de Dylan em público eram sempre midiaticizadas e destacadas, muito por causa da importância que o compositor teve na música folk, no movimento hippie e contracultural dos Estados Unidos.

A coluna da edição nº 21 foi dividida em três temas, sendo o primeiro uma crítica do disco *Hoje é o Primeiro Dia do Resto da Sua Vida*¹⁹⁰, de Rita Lee. A “coincidência” da vez é o lançamento publicizado na mesma edição do jornal com um anúncio de página inteira pago pela Polygram, com a citação de Ezequiel Nevez elogiando o disco, o chamando de Sgt. Peppers dos Mutantes. “Mesmo com Sérgio Baptista ausente, o disco é um produto que jorra mutantes por todos os lados, sendo também um saudável back to the roots no melhor estilo tropicália resurrection” (Neves, 1972c, p. 2). Obviamente, o texto de Ezequiel já tinha sido escrito e entregue a empresa responsável pelas propagandas da Polygram, para que a frase fosse destacada, o que é um indicativo de acordos

¹⁹⁰ Rita Lee Jones, em 1972, ainda era a vocalista e compositora da banda Os Mutantes – ela seria demitida do grupo pouco tempo depois ainda em 1972. O grupo já havia lançado naquele mesmo ano o disco *Mutantes e Seus Cometas no País do Baurets*, e a gravadora Polygam se recusou a lançar um segundo disco do grupo em 1972, porque não teria sentido comercial. Para viabilizar esse segundo álbum, foi preciso nomeá-lo como um disco solo de Rita Lee. Isso foi possível porque havia o interesse do então diretor da gravadora, André Midani, em alavancar a carreira solo da cantora. Por isso que *Hoje é o Primeiro Dia do Resto da Sua Vida* não é, na verdade, um trabalho solo de Rita Lee, mas sim da banda Os Mutantes. (Calado, 1995; Lee, 2016)

comerciais entre a empresa fonográfica e o jornal que avançavam certos limites entre a autonomia jornalística e a publicidade.

A coluna da edição nº 32 é apenas uma brincadeira de recorte de uma imagem da banda Rolling Stones, como mostrado na figura abaixo:



Fonte: Rolling Stone, 5 de dezembro de 1972, p. 2

Essa também brincadeira de recorte com a banda Rolling Stones não possui nenhum tipo de relação com o conteúdo editorial e publicitário envolvendo a banda inglesa na edição. “Coincidentemente” a mostra de textos que sorteamos dão a impressão de que o trabalho de Ezequiel Neves na coluna em que escrevia poderia funcionar como uma espécie de editorial alternativo e criativo da edição, uma vez que a coluna dele vinha invariavelmente nas primeiras páginas, ao lado da coluna de expediente. Daí uma possibilidade de ele conectar o conteúdo da coluna com o conteúdo presente na mesma edição. Isso nos levou a pesquisar colunas de outros números. Constatamos que essa impressão foi mesmo uma casualidade provocada pela escolha aleatória, pois, embora em alguns textos encontramos conexões do que ele abordava com o conteúdo do número, em outros isso não poderia ser afirmado.

Era provável que Ezequiel Neves, na função não-declarada que ele desempenhava como editor-assistente, sentisse a necessidade de apresentar e de reforçar certos conteúdos publicados no número do jornal. Ou, talvez, devido a função não formalizada de editor assistente, fizesse como que ele se influenciasse com os conteúdos de cada edição. Mas o ponto principal que notamos ao analisar os textos selecionados e os demais que compõe a coleção da coluna que a função informal de editorial não era uma regra.

5.5.2 Textos de Joel Macedo

Joel Macedo escreveu para o jornal *Rolling Stone* em duas principais situações: inicialmente como repórter, e depois como correspondente, alimentando a coluna Na Estrada – que representou a produção mais volumosa do jornalista. Nas duas últimas edições de existência do *RS*, ele assumiu a editoria interina de um periódico defunto. Dos 15 textos assinados por ele, no total, selecionamos aleatoriamente os que foram publicados nas edições nº 9, 11, 17, 23 e 31. Desses, apenas o último não foi publicado pela coluna do jornalista.

A edição nº 9 traz produção de Joel já referente à coluna Na Estrada. O texto é um relato de viagem e sobre as manifestações artísticas e culturais que ele presenciou em Nova York. A partir de um show do cantor norte-americano Chuck Berry em Nova York, Joel usou esse acontecimento para comentar a respeito do movimento nostálgico do rock dos anos 1950. O assunto que ocupou boa parte da coluna, foi sobre o trabalho da banda Elephant's Memory, formada no final dos anos 1960 e que ficou conhecida por acompanhar John Lennon e Yoko Ono entre 1971 e 1973. O trabalho autoral do Elephant's Memory ficou conhecido por recuperar a energia do rock dos anos 1950 feito por personalidades como o próprio Chuck Berry. Escreveu Joel:

O Elephant's é um grupo de dança, um grupo circense, do esporro e do barulho. Big Stan pula, grita, desafina de propósito com seu sax, diz palavrão, toma cerveja e diz para a plateia se levantar e dançar na frente do palco, enfim, o Elephant's é uma banda de freaks dos 70 com paixão pela cultura dos 50. É um grupo que transa ao mesmo tempo com John Lennon e com Hell's Angels. E com Chuck Berry, B. B. King, Bo Diddley, Buddy Miles. (Macedo, 1972, p. 21)

Joel comentou ainda na coluna sobre uma declaração de John Lennon a respeito de problemas com vistos de permanência, o que provocou uma reação do repórter no sentido de que em uma terra que foi roubada dos nativos-americanos, o governo não teria direito de expulsar ninguém¹⁹¹. Veremos nos textos seguintes que o jornalista estava envolvido e sensibilizado com a questão. Joel ainda falou sobre o entusiasmo dele com a

¹⁹¹ Em 1972, John Lennon e Yoko Ono saíram em turnê nos Estados Unidos em que, durante os shows, faziam discursos contra a campanha de reeleição do então presidente Richard Nixon. Era o primeiro ano em que jovens de 18 anos tinham direito de votar, e o governo em campanha de reeleição ficou receoso com a influência que um artista como John Lennon poderia impactar na campanha. O caso provocou discussões na sociedade. Ao passo que a população mais conservadora apoiou a ameaça do governo, artistas como Bob Dylan se manifestaram em defesa de John Lennon e Yoko Ono. Ver mais em <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/john-lennon-quase-foi-deportado-dos-estados-unidos-em-1972/> acessado em novembro de 2022.

banda de origem porto-riquenha Malo, e anunciou que após um mês na cidade iria se deslocar para o estado de New Hampshire¹⁹² para continuar a observar a revolução comportamental do (jovem) americano no ambiente em que a contracultura ainda permanecia significativa.

Na edição nº 11, Joel fez um relato de Colorado dedicado aos nativos-americanos e demais povos que ele julgava serem oprimidos pelo “homem branco” (metáfora que também pode ser interpretada como sendo o establishment). “Nossa raça desapareceu. O homem branco se encarregou de exterminá-la com sua febre de poder e dinheiro” (Macedo, 1972b, p. 6). Joel Macedo, essencialmente um homem branco e brasileiro, se colocou em toda crônica como um membro da comunidade, usando o pronome “nós” para se referir aos povos nativos. Isso porque ele considerava que hippies, imigrantes, criminosos e militantes culturais e certos grupos políticos, como os Panteras Negras, pertenciam a mesma comunidade, ou seja, aqueles que de alguma maneira faziam oposição ao *establishment*. O texto publicado na edição nº 17 tinha uma estrutura mais próxima da reportagem, e foi redigido na passagem de Joel Macedo novamente pelo estado do Colorado. Assim como no anterior, a música ficou escanteada. Joel participou de um encontro de hippies que aconteceu na cidade de Boulder, Colorado, que reuniu, segundo o relato do jornalista, 20 mil pessoas no verão norte-americano.

Joel narrou que a cidade de Boulder é um tradicional ponto de encontro hippie, e que durante o festival era comum ver pessoas acampadas pelos parques da cidade ou por opção ou por causa da falta de estrutura de hotelaria insuficiente – pelo menos à época – para o público que compareceu. Boulder é uma cidade pequena, que fica nos subúrbios da cidade de Denver, aos pés da cordilheira Montanhas Rochosas, e é o ponto de partida para fazer trilhas até o lago Strawberry, cuja trilha de 42 milhas pode ser vencida em, no mínimo, 16 horas¹⁹³. Percorrer a trilha juntamente com os hippies em busca de iluminação com ajuda de LSD e comida macrobiótica era um dos eventos do festival. Joel narrou o evento com o olhar de um jornalista e também de ativista, como podemos conferir na passagem a seguir.

A Rainbow Family vem enviando mensagens astrais a dois meses para todas as partes da América e o resultado é que está todo mundo aqui concentrado em Boulder, esperando o momento de juntar a sua tribo, por menor que seja, às outras tribos que chegam de toda parte, em caminhões, ônibus escolares, atravessando 4 mil quilômetros de carona pelo simples prazer de estarem juntos,

¹⁹² Não houve relatos de New Hampshire.

¹⁹³ Segundo informações do aplicativo Google Maps.

e passar 4 dias no meio da floresta cercados por milhares de irmãos, com música, tambores, holy pipes, banhos noturnos, contato físico e mental e experiências alucinantes com essa droga barrapesadíssima chamada amor, man. (...) Aqui estou, aqui estamos. Dos quatro pontos cardinais flui energia cósmica. A comida é boa; arroz, cereais, frutas e legumes. Nada de hambúrguer, hot dogs e peixe frito como em Woodstock e Wight. Também nada de The Who, Emerson, Lake and Palmer ou superstars de qualquer espécie. Comida pura, vibração pura. Ninguém vai ficar doente, ninguém vai nem ensaiar bad trip. (Macedo, 1972c, p. 17)

O festival hippie começou em 1968, quando se espalhou uma (falsa) notícia de que um asteroide chamado Icarus impactaria na terra. Por mais que a comunidade de astrônomos tivesse desmentido o boato, isso não impediu que a comunidade hippie do país se deslocasse às montanhas rochosas para procurar abrigo, e a cidade de Boulder foi o principal ponto de encontro. Desde então, a cidade do Colorado ganhou a fama de ser uma das cidades mais visadas por essa comunidade.

Esse boato e suas consequências dão sentido ao texto da edição nº 27, que foi o mais curto de Joel que foi sorteado para análise nesta tese. Em ‘Você meu irmão (brasileiro) é o verdadeiro profeta do mundo novo’, Joel mencionou o jornal *underground The Astral Projection* que circulava no Novo México. Joel se mostrou interessado na publicação, a ponto de querer trazê-la ao Brasil, e reproduziu um trecho de uma reportagem do periódico em que fala de uma profecia. Esse texto especulou que o planeta viveria em relativa paz até meados dos anos 1990, quando no período entre 1995 até 2010, cerca de 90% da humanidade sucumbiria, e que os 10% restante se refugiaria nos grandes cumes do planeta até ser resgatada por discos voadores. A crença em discos voadores extraterrestres com uma percepção espiritualista do fenômeno era comum no movimento hippie¹⁹⁴.

Por último, na edição nº 31 traz uma entrevista de duas páginas feita por Joel Macedo ao guitarrista norte-americano Mike Bloomfield. A grafia do nome no título está como ‘Mick’ Bloomfield, o que possivelmente é um erro cometido na edição, uma vez que o nome é redigido corretamente no corpo do texto. Joel Macedo revelou que a entrevista foi realizada na Califórnia, na residência do músico, e conduzida por Jann Wenner, o criador da *Rolling Stone*. Não se sabe, portanto, se Joel Macedo teve algum tipo de participação na pauta, ou se ele simplesmente escreveu a introdução e, por isso, a

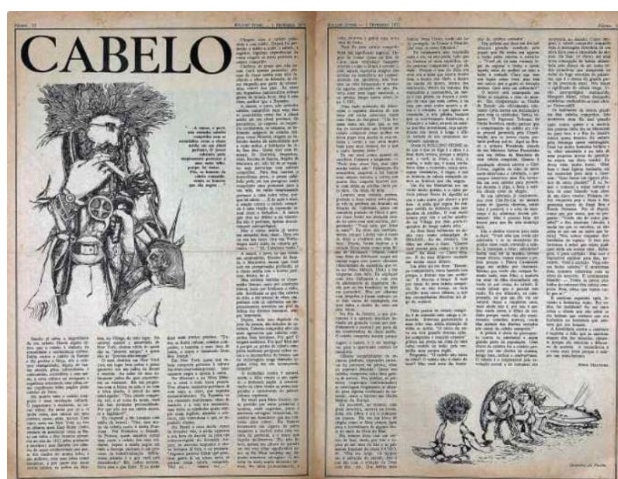
¹⁹⁴ Para saber mais, recomendamos o documentário *Aliens and Hippies*, de J. Michael Long, lançado em 2020, que explica a relação do movimento hippie com a experiência com objetos voadores não-identificados e contato alienígena.

assinatura dele foi colocada ao fim da entrevista. Como a segunda hipótese é a mais provável, nós nos abstermos em comentar o conteúdo da entrevista.

5.5.3 Textos de Jorge Mautner

Nas palavras de Luiz Carlos Maciel (1996), Jorge Mautner, que sequer era contratado pelo jornal e tão pouco recebia como freelancer, sentava em uma mesa na redação do *Rolling Stone* e escrevia muito e rápido. O resultado disso foram os extensos artigos e entrevistas que ele publicou no periódico de maneira irregular, até a edição nº 32, já próximo do fim. Da produção de Mautner, foram sorteados os textos publicados nas edições nº 1, 4, 7, 27 e 32.

O primeiro texto foi intitulado ‘Cabelo’: um longo artigo que ocupou duas páginas inteiras de um jornal formato tabloide. Disponibilizamos a imagem logo abaixo para que se possa ter uma noção da extensão do texto, e que Luiz Carlos Maciel não faltou com a verdade quando descreveu a participação do amigo.



Fonte: *Rolling Stone*, 1 de fevereiro de 1972, p. 10 e 11.

Em linhas gerais, Mautner fez uma análise cultural e comportamental de diferentes sociedades a partir da percepção do cabelo, especialmente do comprido utilizado pela geração dos anos 1960 e 70. Escrevendo em primeira pessoa, Mautner colocou na mesa as próprias experiências e impressões sobre a própria aparência: um homem de cabelo comprido com visual hippie perante diferentes ambientes e até mesmo países. “No mundo todo, cabelo comprido é uma revolução cultural. O paganismo, o desbunde, as novas tribos.” (Mautner, 1972, p. 10). O cabelo comprido, nas palavras de Mautner, era um estilo que mais de uma moda, demarcava uma questão de pertencimento social, e também um identificador entre pessoas que poderiam ser amigas ou não.

A massa, o povo, não estranha cabelos compridos nem com eles se scandaliza como faz a classe média em seu ritual puritano.

Os pescadores, os caipiras, os vaqueiros nordestinos, as caiçaras, os habitantes mágicos de cidades mágicas como Moxotó, reagem ao cabeludo dentro da visão mítica e fantástica que a vida lhes deu. Quem vive de Iemanjá, D. Dorotéia, despachos, obás, escolas de samba, nações de maracatu, etc. não há de se espantar e se horrorizar com cabelos compridos. (Mautner, 1972, p. 10)

A cultura hippie, com os aspectos que a envolve, como a espiritualidade, a filosofia, a alimentação, a economia baseada no artesanato, o consumo, as drogas vistas como instrumentos para expandir consciência, a estética da música, do corpo e da moda é a ideia central não apenas de ‘Cabelo’, como também vai permear grande parte da contribuição de Mautner no *Rolling Stone*. As duas entrevistas apresentadas aqui são conduzidas de maneira a servir mais como uma discussão dessa cultura do que necessariamente ao pensamento musical.

Na edição nº 4, Mautner fez uma entrevista com Gilberto Gil, concedida na casa do cantor e compositor. O tema predominante dessa entrevista foi sobre espiritualidade e filosofia. Das doze perguntas feitas por Mautner, apenas duas se referiam diretamente à música: na primeira Mautner recupera uma afirmação sobre Gil de que a música produzida por ele era resultado de um estado de paixão, e a segunda pergunta se referia a participação de Gilberto Gil no Festival de Música de Wight, nos Estados Unidos, que não foi noticiado na imprensa brasileira. A resposta de Gil sobre a última questão era devido ao fato de que não havia imprensa brasileira underground até aquele momento, e que o *Rolling Stone* era uma das ações pioneiras. Houve também uma pergunta sobre censura e repressão, em que Mautner questiona se o artista deve aceitar imposições do Estado, na qual Gil respondeu que aceitar imposições do Estado é como aceitar de qualquer outro tipo, inclusive as contratuais: vai depender do quando se está disposto a conceder. Mas no geral, Mautner estava mais interessado em saber como o cantor mantinha o próprio equilíbrio e se isso era ligado a filosofias orientais.

Jorge Mautner realizou uma entrevista ainda maior, com 62 perguntas e respostas ocupando quatro páginas inteiras, com o cantor e compositor Caetano Veloso na edição nº 7. Intitulada ‘Caretano’, revelou logo na introdução as condições pela qual a entrevista foi feita sem o uso de um gravador, e que foi revisada, editada e aprovada pelo próprio entrevistado, o que implica em questões a respeito da autonomia jornalística. Isso resultou em algumas passagens que acusam a interferências do tipo: Mautner perguntou se Caetano chamava o conflito em si mesmo de neurose, e o cantor respondeu: “Chamei algumas linhas acima” (Mautner, 1972b, p. 11). Em outro momento, na mesma página,

Mautner fez a seguinte pergunta: “E Dionisius, o grande Bromius, Zagreus?”, para obter a seguinte resposta: “Esse senhor já saiu lá em cima, no início da entrevista” (Mautner, 1972b, p. 11).

Assim como na entrevista com Gilberto Gil, Mautner procurou fazer com que a entrevista com Caetano tivesse como tema central filosofia e espiritualidade, colocando a música em segundo plano, com poucas perguntas direcionadas para o assunto. Mautner fez perguntas do tipo: “Você está mais perto do paganismo ou do cristianismo?” (Mautner, 1972b, p. 11); “Você acredita na imortalidade da alma?” (Mautner, 1972b, p. 12); e “Até que ponto subsiste em você e é positiva a herança do fatalismo que você carrega em suas origens?” (Mautner, 1972b, p. 11).

A edição nº 27 traz um artigo de uma página inteira de Mautner intitulado ‘A negritude das Américas’, em que ele faz uma exaltação à contribuição da cultura e de artistas pretos na cultura e na música do século XX. Esse artigo e o próximo vão explorar uma faceta de Mautner como aliado do ativismo da cultura preta. Lembrando que nos anos 1970, inspirados pelos movimentos civis norte-americanos, o Brasil começava a vivenciar o “black is beautiful” e a soul music, que contribuíram nas mudanças das direções do pensamento racial que predominava no país até os anos 1960.

Lembramos que antes, a cultura branca se sobrepunha à preta em valores positivos, e isso estava plantado nas percepções como as de Nestor de Holanda, que elogiou o artista negro ao dizer que o coração dele era “branquinho”. Porque, apesar da cultura preta e artistas pretos serem base na música brasileira, a valorização da negritude não era uma questão, e as virtudes pretas eram vistas como tendo uma essência branca. Não quer dizer que as pessoas que assim pensavam fossem racistas, mas que isso era o pensamento ensinado a elas à época, ou seja, era o paradigma sobre essa relação de cor. Atitude de artistas como Tim Maia, Tony Tornado, Jair Rodrigues e Wilson Simonal começavam a quebrar tal paradigma na música e na sociedade. Eles foram ajudados pela influência dos movimentos civis norte-americanos, em especial, pelo movimento da valorização da cultura preta. O lema “black is beautiful” teve impactos importantes no Brasil.

Escreveu Mautner: “A música dos ex-escravos invadiu a alma dos ex-senhores. A cultura superior acaba sempre triunfando. Os Beatles e os Rolling Stones são a Europa educando e se elevando culturalmente com a cultura negra-americana” (Mautner, 1972c, p. 17). A edição nº 32 foi a última do *Rolling Stone* em formato tabloide, e também a última com a contribuição de Mautner, e também a mais curta entre os textos aqui

destacados. Intitulado ‘Luiz Melodia, o gato eletrônico’, nesse artigo de duas colunas e meia página, Mautner não apenas elogia o cantor e compositor brasileiro e sua contribuição na cultura preta, como também o ressalta como um representante de uma geração tecnológica. “Melodia é o poeta do conflito, da paixão em tom eletrônico e afastado, incursões no novo sistema nervoso do homem urbano” (Mautner, 1972d, p. 16).

5.5.4 Textos de Carlos Marques

Entre todos os produtores de conteúdo aqui destacados, Carlos Marques foi aquele mais inclinado a produzir grandes reportagens para o *Rolling Stone*. A produção dele foi a menor entre as personalidades estudadas, com apenas oito contribuições em 36 edições. Os textos de Marques selecionados foram publicados nas edições nº 5, 6, 17, 26 e 31.

O primeiro deles, da edição nº 5, intitulado ‘Antipsiquiatria e repressão’, fala sobre a rotina e os tratamentos aplicados na clínica Pinel, que funcionava em Recife. Marques disse na reportagem que passou três semanas se informando sobre psiquiatria e passou mais uma semana como observador do local. A clínica Pinel tinha como base o tratamento baseado no movimento antipsiquiatria¹⁹⁵ teorizado especialmente pelo inglês Ronald David Laing e pelo sul-africano David G. Cooper. Na primeira parte do artigo, Marques fez uma longa explicação teórica do que se trata a antipsiquiatria, segundo seu fundador, para, em seguida, descrever como foi a experiência dele na clínica. Marques contou que embora a teoria fosse uma, as práticas dentro da clínica Pinel eram outras, havendo também tratamento de eletrochoque e injeção de insulina.

Na clínica Pinel que conheci o que se chama de “experiência em anti-psiquiatria” não passa de um arremedo, de um falo entrosamento médico-paciente onde o fetichismo da cura recebe seu alimento diário em doses que vão de insulina ao cigarro negado ao filho do dono da fábrica de aguardente. A necessidade de se estabelecer uma fachada para abrigar os que já tinham o seu veredicto pronunciado nos leva ao problema visto no ângulo oficial: tem que haver uma medida que impeça esse conhecimento de si mesmo senão os loucos se sentirão soltos no mundo. (Marques, 1972, p. 22)

A edição nº 6 traz a famosa reportagem ‘Nelson Duarte’, que ocupou cinco páginas do jornal. Nelson Duarte foi um delegado de polícia com acesso midiático,

¹⁹⁵ Movimento antipsiquiatria foi cunhado pelo sul-africano David G. Cooper para designar uma forma de tratamento, especialmente à esquizofrênicos, que fazia oposição ao tratamento ortodoxo psiquiátrico que existia nos anos 1960. A base metodológica e teórica desse movimento está na fenomenologia e no existencialismo, e diz, resumidamente, que os transtornos do homem se devem às questões sociais.

também apresentador de um programa televisivo, e que se intitulava “o maior caçador de bandidos, orientador, recuperador de viciados que esse país já conheceu” (Marques, 1972b, p. 9). A entrevista foi realizada na própria delegacia em que Nelson atuava, no bairro do Leblon, zona sul do Rio de Janeiro. “A conversa é tranquila em meio a aquele corre-corre entra-e-sai de policiais, recuperados, mães aflitas, pais frustrados. Sua mesa é sinônimo de desorganização” (Marques, 1972b, p. 10), e o jornalista terminou descrevendo a sala repleta de fotos do delegado e que em cima da mesa havia tanto um pote com maconha e “bolinhas” quanto abotoaduras de ouro. A grande esperteza de Marques foi deixar o personagem falar. Ele construiu a reportagem de modo que a estrutura pergunta e resposta prevalecesse aos comentários e intervenções do repórter. Dessa maneira, mostrou que, na verdade, o delegado era um homem vaidoso, com pouco conhecimento a respeito do combate ao tráfico, sobre as drogas, e que julgava que o combate correto deveria ser repreensão, violência física, discurso moralista e cadeia.

A edição nº 17 traz a reportagem ‘A despedida de Gilberto Gil’, de duas páginas, sobre a passagem do cantor e compositor para o show do álbum Expresso 2222 que não aconteceu na cidade de Recife, Pernambuco. Diferente da entrevista de Mautner comentada neste capítulo, a reportagem de Marques é mais centrada na música, passagens da carreira e no cotidiano do cantor. A escrita de Marques, mais jornalístico, tornaram o texto mais fluído e inteligível. Escreveu Marques:

Sua noite de estreia em Recife na verdade não aconteceu: na hora em que começou a cantar Oriente, logo no começo do show, faltou luz elétrica na cidade, ele ainda tentou fazer hora cantando Aquele Abraço, porque a moçada não queria sair do teatro – mesmo depois de vinte minutos às escuras – mas teve de ceder. Botou a guitarra na caixa e foi embora como se nada tivesse acontecido. “É bom. A gente pode ensaiar mais” – foi o único comentário pra depois ficar o resto do tempo na varanda conversando e tocando com o pessoal que o acompanhava (Marques, 1972c, p. 14).

A edição nº 26 traz a reportagem ‘As Drogas e o Direito’, em que fez uma entrevista com Hélio Sodré, juiz da 17ª Vara Criminal da Guanabara, Rio de Janeiro. Diferente do truculento delegado Nelson Duarte, que entrevistou para a edição nº 6, o juiz Hélio Sodré se mostrou uma pessoa ponderada – que não acredita na repreensão, mas sim na recuperação do jovem viciado, até por considerar o poder criativo que esse indivíduo possui –, fã de música popular, inclusive dos tropicalistas, e que, ao final da entrevista, ganhou o respeito do repórter. “Posso dizer de uma serenidade sentida dessa entrevista

que não terminou: foi apenas o início de um acesso profundamente esclarecedor” (Marques, 1972d, p. 17).

Por fim, na edição nº 31, traz ‘Rolling Stone em São Paulo’, que foi uma reportagem em primeira pessoa sobre a recepção e percepção do *Rolling Stone* entre jornalistas que atuavam em São Paulo. O propósito não era fazer uma propaganda do periódico especializado, mas sim verificar como profissionais do *mainstream*, mais especificamente jornalistas que trabalham na editora *Abril*, encaravam um exemplar da imprensa alternativa. O que ele constatou foi que, embora havia uma quase unanimidade de jornalistas que respeitavam a existência de um jornal underground, até por serem conhecedores das dificuldades em colocar um periódico para circular, o estilo e a liberdade textual permitida no *Rolling Stone* provocou reações tanto de desconforto quanto de admiração. Escreveu Marques:

E entre as histórias do jazz e do samba, [Sérgio Cabral] revela novidades de que, talvez por estar aqui dentro, a gente não se aperceba tanto: é esse lado carioca que a *Rolling Stone* propositalmente ou não assume. Para os paulistas (e quem chama atenção para isso é Ricardo Gontijo¹⁹⁶, hoje editor da revista *Exame*) a RS é um jornal carioca e pronto! Isso tanto pode ser bom (pela informalidade e folclore que desenvolve o mito carioca) quanto negativo (pelo bairrismo que sustenta o paulista). De qualquer forma é uma coisa que chama atenção e Sérgio Cabral, carioca, sambista, futebolista vascaíno desses que guardam dinheiro debaixo do travesseiro para dar para a diretoria do Vasco trazer o Tostão, ajuda a identifica-lo:

- Até n’O Pasquim a gente sentiu esse lado da questão, lembra? Houve uma época em que a nossa preocupação era despertar o interesse do paulista e aí a gente teve de se virar.

Suas opiniões são bem diferentes daquelas de outro colega que não via há mais de três anos e quando me encontrou na porta do elevador, entre surpreso e agressivo, me fez a pergunta:

- Ué! Virou hippie? (Marques, 1972e, p. 19)

É possível que tal tipo de reportagem não fosse fonte de interesse do leitor, e não à toa ela foi empurrada para as últimas páginas da edição, que tinha em média 24 páginas, “espremida” entre colunas da sessão de cartas do leitor e o último conteúdo que antecede as críticas de discos, a página de serviços e o horóscopo. Por outro lado, essa pequena reportagem dá um bom vislumbre de como a imprensa *underground* era percebida em

¹⁹⁶ Ricardo Gontijo é um jornalista vencedor do Prêmio Esso de Jornalismo (o equivalente brasileiro ao Pulitzer) em 1971, pela reportagem ‘Receita para São Paulo’, escrita em parceria com José Maria Mayrink. Trabalhou na revista *Manchete* (onde provavelmente conheceu Carlos Marques), no *Jornal da Tarde* e na editora *Abril*. Ficou conhecido nacionalmente quando passou a ser repórter e também correspondente na Rede Globo.

uma esfera diferente, tal como o estilo de escrita cheio de informalidades também causava estranhamento em um grupo de profissionais habituados com regras do lead e fórmulas de classificação da informação dentro de um único texto.

5.6 Textos de notórios da *Bizz*

Por ser a publicação mais longeva, que existiu por quase 16 anos, precisamos fazer um corte nas edições analisadas da *Bizz*, reduzindo as 192 para 36, usando como critério o sorteio de duas edições publicadas por ano. Essas edições estão no capítulo 3. A *Bizz* existiu em momento em que o jornalismo de música não atraía mais notórios da cultura brasileira. Essas personalidades escolhidas se tornaram famosas mais por terem se destacado entre a própria comunidade. Ana Maria Bahiana, mesmo com toda a história e a importância que ela tem no jornalismo de música e de cinema, especialmente, não mais que 1,6 mil seguidores no Instagram, ela é ainda mais popular do que José Emílio Rondeau, que é seguido por 455 pessoas, André Forastieri tem 240 nem posta nada, e Pedro Só sequer tem um perfil. A fins de comparação, o perfil de Jorge Mautner tem 19 mil seguidores. Obviamente que essas plataformas sociais não são parâmetro para a história que essas personalidades têm no jornalismo musical, mas como o Instagram é um indicador de popularidade, ele foi um meio que usamos aqui para dar suporte a nossa argumentação. Nenhum produtor de conteúdo da *Bizz* conquistou a importância histórica de um Mário de Andrade ou de um Luigi Chiaffarelli, mas certamente foram tão importantes quanto para o jornalismo musical.

5.6.1 Textos de José Emílio Rondeau

José Emílio Rondeau foi maior produtor de conteúdo em questão de quantidade de textos da *Bizz*. Seja como editor ou correspondente, Emílio assinou mais de 50 textos em 36 edições verificadas, entre reportagens, notícias, resenhas de shows e críticas. Nosso critério para a seleção de textos usado para ele e para os demais três produtores de conteúdo foi de analisar textos para os quais foram reservados a eles no mínimo uma página inteira. Por isso excluimos, por exemplo, as dezenas de críticas de discos de José Emílio Rondeau, e das pequenas notícias que levaram o nome dele ou as iniciais J.E.R. Os textos sorteados foram: ‘Black Metal’ (nº 64); ‘Fé no Futuro’ (nº 82); ‘Sujeira Sônica’ (nº86); ‘Vida Própria’ (nº 92); e ‘Enfant Terrible’ (nº 116). Todos esses textos sorteados foram produzidos por Emílio na condição de correspondente.

Na edição nº 64, de novembro de 1990, José Emilio Rondeau escreveu a matéria ‘Black Metal’, sobre a banda norte-americana Living Colour, fruto de uma entrevista feita com o quarteto. A matéria foi introduzida recapitulando uma polêmica à época da ausência do grupo no show de encerramento cheio de convidados da turnê Steel Wheels dos Rolling Stones, uma vez que o Living Colours foi encarregada de abrir os shows dos britânicos no braço norte-americano da turnê. Rondeau questionou se isso foi fruto de polêmicas de cunho homofóbico e racista desferidas pelo vocalista Axl Rose, que participou do evento, mas o quarteto elucidou que não, que embora tivessem sido convidados para o evento, optaram por não ir. Escreveu Rondeau:

O Living Colour – formado pelo guitarrista extraordinarie Venon Reid, o vocalista Corey Glover (ex-ator, trabalhou em Platoon), o baterista William Calhoun e Muzz – destacou-se facilmente da mediocridade pop que assolou o planeta em meses recentes. Alçou um voo de notável lucidez, quebrando barreiras raciais que atestavam a impossibilidade de sobrevivência de uma banda negra de rock. Como se o mundo nunca tivesse ouvido falar de Jimi Hendrix¹⁹⁷, para início de conversa. (Rondeau, 1990, p. 39).

Em ‘Fé no Futuro’, foi sobre a banda Faith No More, e foi publicada na edição nº 82, de maio de 1992. O texto ocupou quatro páginas e uma coluna, e as duas primeiras foram dedicadas a foto da banda ao título e ao subtítulo da reportagem, cuja entrevista aconteceu na cidade de Los Angeles, California. Rondeau dividiu a reportagem em cinco temas ou subtítulos: o disco novo; brigas na banda; Mike, o maduro (vocalista do Faith No More); o produtor e Brasil. Sobre o último tópico, Rondeau explorou uma brincadeira que existia à época de que a banda era tão querida pelos brasileiros que isso a tornava mais conhecida na América do Sul do que nos Estados Unidos. “Os músicos do Faith No More falam do Brasil com a familiaridade de quem consegue fazer nas mãos uma batida de partido alto” (Rondeau, 1992, p. 22).

A edição nº 86, de setembro de 1992, traz a entrevista ‘Sujeira Sônica’, em que José Emilio Rondeau se encontrou com a banda norte-americana Sonic Youth para uma entrevista de cinco perguntas curtas, porém com longas respostas. Chamou a atenção no texto de introdução foi que a entrevista foi cedida dois meses antes do lançamento do

¹⁹⁷ Com a intenção de reportar o Living Colour para também valorizar a cultura preta, Emílio cometeu algumas imprecisões. Apesar do rock ter surgido dentro das comunidades pretas, ele atingiu o mainstream com Elvis Presley. Os grandes artistas pretos do rock, como Chuck Berry, eram basicamente de artistas solos com músicos contratados. No caso de Jimi Hendrix, ele iniciou a carreira em bandas pretas, mas que ficaram no underground ou tiveram vida muito breve. A fama de Hendrix foi como artista solo, e ele teve como acompanhantes de turnê, dois músicos brancos. Nesse sentido, o Living Colour foi uma exceção e um marco ao mesmo tempo.

disco *Dirty*, trabalho no qual Rondeau iniciou o texto repercutindo a crítica recebida do álbum por dois grandes jornais norte-americanos. A própria *Bizz* abriria a seção de críticas de discos com um texto de Celso Pucci a respeito do álbum de Sonic Youth. Como o jornalista não especificou em que condições o material foi produzido, dá a entender que se trata de um material colocado na gaveta e “vendido” posteriormente em uma ocasião apropriada.

‘Vida própria’, foi uma entrevista de uma página e sete perguntas que José Emílio Rondeau fez a Mick Jagger, publicada na edição nº 92 de março de 1993. O jornalista não revela em que condições essa entrevista aconteceu. Em vez disso, preferiu resenhar o disco solo do vocalista da banda Rolling Stones. “É um disco descompromissado com modismos musicais do momento, miasma que afligiu as primeiras tentativas de Jagger trabalhar sem Keith Richards” (Rondeau, 1993, p. 32). Todas as perguntas foram focadas no disco recém-lançado e em questões que diziam respeito à carreira de Mick Jagger em relação aos Rolling Stones.

Por último, em ‘Enfant Terrible’, publicada na edição nº 116, de março de 1995, José Emílio Rondeau fugiu da temática da música ao escrever uma reportagem sobre o cineasta norte-americano Quentin Tarantino. É uma reportagem interessante para a *Bizz*, e para a nossa análise, porque foi uma das poucas reportagens sobre cinema que a revista publicou em quase 16 anos de história, fora da seção temática de cinema e TV. Rondeau, ao descrever o ambiente que circunda Tarantino, observou com certo cinismo a quantidade de puxa-sacos que passaram a rodeá-lo, muito embora o diretor fosse uma personalidade agradável e amistosa “Depois do sucesso, Tarantino passou a ser tratado como a coisa mais sensacional a abençoar o mundo do cinema desde a invenção do pão de forma fatiado” (Rondeau, 1995, p. 45).

Não fica claro se a entrevista com Tarantino foi fruto de uma coletiva de imprensa, mas certamente havia outros profissionais na sala. Ainda refletindo a respeito da quantidade de bajuladores do cineasta, Rondeau ironiza um jornalista inglês, que assim como todos os conterrâneos, na opinião dele, trata o diretor como um astro de rock. “O inglesinho está em pleno êxtase, bebendo cada palavra como se fosse o elixir da vida eterna” (Rondeau, 1995, p. 47).

5.6.2 Textos de Ana Maria Bahiana

Ana Maria Bahiana não publicou tantos textos quanto José Emílio Rondeau, nem mesmo foi a jornalista mulher mais ativa. Sônia Maia e Ana Maria Lemos escreveram

mais textos, porém nenhuma dessas duas últimas teve a mesma notoriedade de Bahiana, que começou a construir a carreira desde o *Rolling Stone*. Ana Maria Bahiana contribuiu especialmente com reportagens, entrevistas e resenhas de shows, e a produção mais significativa aconteceu nos cinco primeiros anos da *Bizz*, depois tornaram-se mais raros nos anos 1990. Foram sorteados os seguintes textos: ‘David Bowie: a sagração da primavera’ (nº 22); ‘João Bosco: o mestre se reinventa’ (nº 22); ‘Tina Turner: o fim da estrada’ (nº 30); ‘Ziggy Marley e Melody Maker’ (nº 42); ‘MTV Awards’ (nº 64).

O primeiro texto de Ana Maria Bahiana é ‘David Bowie: a sagração da primavera’, que foi capa da edição nº 22 de maio de 1987. Ana Maria Bahiana fez uma reportagem a respeito do lançamento da turnê mundial do cantor e compositor inglês, e que poderia passar pelo Brasil¹⁹⁸. A jornalista acompanhou uma coletiva de imprensa com Bowie, que havia acontecido em Nova York. Ao seu estilo, Bahiana começou a reportagem descrevendo rapidamente a situação do tempo (fazia frio e chovia granizo), política (o governo Reagan) e social (a epidemia da AIDS e de depressão entre os jovens). “O rádio tocava os grandes sucessos dos anos 70, muito Beatles e Bruce Hornsby. Quando, de repente, entrou ‘Day in, Day out’, o novo single do David Bowie. Agora sim a primavera podia começar” (Bahiana, 1987, p. 32).

Na reportagem que envolveu cinco páginas da revista, a descrição e as impressões de Ana Maria Bahiana sobre o contexto da época, sobre o que estava acontecendo no dia do evento, e sobre a própria coletiva foram maneiras encontradas de dar um caráter original e pessoal para um conjunto de informações e falas que seriam de uso compartilhado entre os profissionais de imprensa presentes. A jornalista explicou que aquela era a época propícia para se trabalhar nos álbuns que provavelmente forneceriam os hits do verão daquele ano, mostrando que era grande conhecedora o modus operante da indústria. Segundo Bahiana, o lançamento no início da primavera era uma espécie de “primeiro tempo” dessa leva de novos álbuns. Naquele início de primavera já circulava no mercado os então novos discos do U2 e do Prince. “Michael Jackson está segurando o jogo, claramente¹⁹⁹” (Bahiana, 1987, p. 32). A maneira como ela organizou as falas de Bowie para a coletiva foi por meio de tópicos como cinema (Bowie planejava fazer um filme com Mick Jagger), teatro (nenhum papel em vista que o interessasse) e produtor

¹⁹⁸ Não passou. David Bowie tocou no país pela primeira vez em 1990 pela turnê seguinte, intitulada “Sound + Vision”.

¹⁹⁹ De fato, Michael Jackson lançou o álbum *Bad* no verão em 1987, cujo primeiro single foi a música ‘I Just Can’t Stop Loving You’, lançado um mês antes e que chegou ao topo das paradas da Billboard juntamente com outras quatro músicas do mesmo álbum.

favorito (Brian Eno). Ana Maria Bahiana terminou a reportagem exercitando a crítica musical ao fazer uma análise do disco recém-lançado.

A primeira imagem – ou lembrança sonora – que vem à mente é a do Bowie de *Ziggy Stardust*, *Space Oddity*, *Diamond Dogs*, ou seja, o Bowie de 15 anos atrás. Entretanto, alguma coisa mudou, mas não para melhor – esse Bowie parece alguém tentando imitar o estilo do primeiro. (Bahiana, 1987, p. 34)

Em ‘João Bosco: o mestre de reinventa’, coincidentemente publicado na mesma edição da reportagem sobre David Bowie. Aqui, Bahiana fez uma entrevista estilo ping pong que ocupou duas páginas da revista. Foram oito perguntas, sendo que todas foram voltadas para o tema música e carreira de João Bosco. Foram questões como: “Quando você fez o seu grupo, vinte anos atrás, a situação era completamente diferente. Por hipótese: se você tivesse naquela época as condições que a garotada de hoje tem para entrar no mercado, você imagina que a sua carreira teria sido diferente? (Bahiana, 1987b, p. 45).

‘Tina Turner: o fim da estrada’ foi publicada na edição nº 30 de janeiro de 1988. A artista norte-americana estava na eminência da aposentadoria nos palcos depois de 27 anos de carreira²⁰⁰. A reportagem e entrevista exclusiva foi realizada dentro de um avião fretado por Turner que estava fazendo percurso de Atlanta, na Geórgia, para Daytona Beach, na Flórida. Ana Maria Bahiana introduziu a reportagem fazendo uma breve retrospectiva da luta para a cantora se firmar em vencer na carreira artística desde quando deixou o vilarejo de Nut Bush, no Tennessee (a cidade virou tema de um dos hits de Tina Turner). “Agora são os 80, e Tina é uma rainha: a combinação imbatível de sua voz furiosa, sua disciplina profissional e o taco empresarial de Roger Davies – o australiano que literalmente a sequestrou de Las Vegas para a Glória” (Bahiana, 1988, p. 41). Compõe a reportagem uma sequência de entrevista com onze perguntas, em que Ana Maria Bahiana primeiro procurou focar nas lembranças da cantora sobre o Brasil, incluindo uma peça publicitária da Pepsi para o país, aproveitando a imensa popularidade da cantora. A segunda parte da entrevista, por assim dizer, explorou a visão de Tina sobre a própria trajetória.

A resenha do show ‘Ziggy Marley e Melody Makers’, que aconteceu em setembro de 1988, foi publicada na edição nº 42, de janeiro de 1989. A distância entre o evento e a

²⁰⁰ A história mostraria que o anúncio de aposentadoria não poderia ser mais falso, pois Tina Turner ainda viraria o século fazendo shows, apesar de mais esporádicos.

publicação do texto diz muito mais respeito as questões editoriais da *Bizz* na década de 1980, do que à própria Ana Maria Bahiana. Mesmo em um texto curto de três longos parágrafos, a jornalista deixou o estilo dela em descrever o ambiente em que se encontrava antes de opinar a respeito do artista. O primeiro parágrafo localiza o leitor do local do show e do tipo de público que lá se encontrava, que de acordo com Ana Maria tinha rastafaris loiros e garotas que vestiam batas. “Uma geral na média de idade não deixava dúvidas: com raras exceções ali estava uma geração que estava cursando o primário (ou o jardim de infância), quando Bob Marley pregou seu evangelho reggae pelo mundo” (Bahiana, 1989, p. 21).

Na edição nº 64, de novembro de 1990, Ana Maria Bahiana fez a matéria ‘MTV Awards’ publicada em duas páginas na seção de notícias da *Bizz*. A proposta de Bahiana foi revelar alguns detalhes dos bastidores da premiação musical do canal norte-americano, que havia acontecido em Los Angeles. Cada parágrafo foi dedicado a uma ocorrência de bastidor, em especial na passagem da sala de imprensa, como a presença dos brasileiros dos Titãs em Los Angeles, a recusa da banda Faith No More em colaborar com a organização do evento, a tremedeira de Sinéad O’Connor depois de receber prêmios e a atitude esnobe de MC Hammer diante dos fãs que aguardavam na porta do teatro. Outro ponto explorado por Bahiana foi as condições de dentro do teatro, que estava quente e que as bebidas com gelo eram disputadas a tapas. Vemos nesses textos que Ana Maria Bahiana desenvolveu um estilo muito elegante de narrar os acontecimentos com humor e acuracidade. Por mais que ela criticasse certos artistas ou acontecimentos, jamais o fazia utilizando palavras ou expressões chulas.

5.6.3 Textos de André Forastieri

Mesmo no papel de editor da *Bizz*, André Forastieri contribuiu de maneira mais contida em relação ao número de textos assinados por outros editores. A produção dele se concentrou no início dos anos 1990, época em que ocupou o cargo. Ele também assinou alguns poucos textos de críticas após deixar o staff da revista. A produção mais significativa de Forastieri foi em relação às críticas de discos e as notícias. Enquanto editor, ele alimentou a coluna Tapas & Beijos, em que exercitava a acidez e a ironia em seus comentários. Os textos sorteados foram ‘Brick By Brick’ (nº 64); ‘Tapas & Beijos’ (nº 72); ‘Gente fina’ (nº 76); ‘Spinal Tap’ (nº 82); ‘O fim e a volta da factory’ (nº 92).

André Forastieri fez a crítica do disco ‘Brick By Brick’, de Iggy Pop na edição nº 64, de novembro de 1990. No capítulo anterior vimos que ele mesmo se definiu como um

jornalista que se permitia ser cruel com os artistas porque não se sentia pertencente à turma, e por isso estava liberto desse tipo de amarra. Contudo, vemos nessa crítica que quando o jornalista gostava de um trabalho, não poupava elogios. A crítica de Forastieri ao trabalho de Iggy Pop abriu a seção de críticas de discos, e por isso pode ser considerada a principal delas na edição, não à toa ocupa o espaço de página inteira. Para o jornalista, Iggy fez um trabalho superior em relação ao disco anterior, *Instinct*, graças ao bom entrosamento com o produtor Bill Laswell e também por ser fiel ao lema “rock sem risco é uma escrotidão” (Forastieri, 1990, p. 77)

Em contrapartida, na edição nº 72, de julho de 1991, André Forastieri exercitou o papel de crítico carrancudo e, de certa maneira, folclórico, na coluna chamada ‘Tapas & Beijos’, uma das raras seções do tipo na revista *Bizz*. A edição da coluna em questão falou sobre um lançamento da banda americana Guns n’Roses. Escreveu Forastieri:

Eu não queria desperdiçar esse precioso espaço falando mal das coisas. Pô, quente, apesar do lodo cerebral em que estamos submersos neste 91 desgraçado, tem uma ou outra coisa legal rolando na música, nos movies, na cultura pop internacional que tanto amamos. Só que não me ocorre nenhuma no momento. Então, ferro na boneca. **PORQUE O GUNS N’ROSES É A PIOR BANDA DO UNIVERSO** Daqui a uns dias deve sair o novo e esperadíssimo disco do Guns N’Roses, *Use Your Ilusion*, use a sua ilusão. Pois deveria se chamar “use a ilusão dos outros”, porque é o que fez a fama e a fortuna da banda: iludir o público de que eles são grandes músicos e “bad boys” de verdade, como se o grupo não tivesse de repetir a) o som do Aerosmith e b) os truques publicitários mais manjados do rock, que os Stones levaram a dimensão de arte nos 60/70. (Forastieri 1991, p. 17, grifo do autor)

Na edição nº 76, de novembro de 1991, André Forastieri fez a pequena reportagem ‘Gente fina’, sobre uma tarde na casa do músico Max Cavalera, juntamente com o produtor Carlos Eduardo Miranda e o vocalista da banda norte-americana Faith No More, Mike Patton. Em um texto em primeira pessoa, como era o estilo de Forastieri, ele começou descrevendo a bagunça do quarto do músico em que roupas e discos se encontravam espalhados pelo chão. Explicou que optou por não fazer entrevista com o músico americano pois, sendo o último dia de Patton no país, Forastieri acreditava que todas as perguntas já haviam sido feitas por outros jornalistas e veículos de imprensa. Ainda assim, publicou quatro perguntas sobre a produção de um novo disco, pois julgou que esse fosse um assunto não-abordado. “Você sabe tanto quanto eu”, foi a resposta que recebeu. (Forastieri, 1991b, p. 46).

‘Spinal Tap’ foi a notícia redigida por André Forastieri para a seção Fast Forward, na edição nº 82, de maio de 1992. O texto fala sobre a turnê da banda pelos Estados Unidos. A grande peculiaridade do evento é que a banda originou de um falso documentário *This is Spinal Tap*, filmado no início dos anos 1980. Dez anos depois, os atores, que também eram músicos, voltaram a se reunir para a sequência de shows. “Por baixo da palhaçada o investimento é alto. A Matsushita-MCA gastou meio milhão de dólares entre a tour e a gravação do disco. Mas o retorno está valendo: os shows estão enchendo, o clip está rolando e os três pilantras deram dezenas de entrevistas” (Forastieri, 1992, p. 13).

Ainda colaborando na seção de notícias, na edição nº 92 de março de 1993, André Forastieri publicou o texto ‘O fim e a volta da factory’, a respeito da gravadora de música britânica que havia lançado grandes bandas nos anos 1980, como a New Order e Happy Mondays. A gravadora faliu, de acordo com o jornalista, ao perder artistas por não elaborar contratos justos. “Quando tudo estava perdido, a notícia estourou. Vem aí a Factory 2 – menor, mais ágil, provavelmente como um selo da PolyGram, como convém nesses tempos bichudos e corporativos” (Forastieri in Bizz, 1993, p. 13).

5.6.4 Textos de Pedro Só

Pedro Só foi o penúltimo editor da *Bizz*, que à época dele era publicada como *Showbizz*, e o último enquanto a revista esteve sobre tutela da editora *Abril/Azul*. A maior contribuição de Pedro foi em relação às reportagens, às entrevistas e as resenhas de shows. Os textos sorteados foram: ‘Legião Sempre’ (nº 144); ‘O elo perdido’ (nº 147); ‘Samba Pra Burro’ (nº 159); ‘Ataque do contra’ (nº 165); ‘Selo de garantia’ (nº 172).

A entrevista ‘Legião Sempre’ foi capa da edição nº 144 de julho de 1997: a terceira da banda de Renato Russo em menos de um ano a contar pela edição de novembro de 1996, quando o cantor e compositor faleceu. A entrevista feita com Dado Villa-Lobos e Marcelo Bonfá – respectivamente guitarrista e baterista da Legião Urbana – ocupou sete páginas de conteúdo e foi capa da *ShowBizz*. Contudo é preciso relevar o fato de que a revista estava em uma fase em que a diagramação privilegiava a imagem em relação ao texto. Por isso, o número extenso de páginas não refletia necessariamente em um conteúdo longo. Pedro introduziu a entrevista recapitulando brevemente a capa anterior da revista sobre a banda (reportagem sobre um caderno de rascunhos de Renato Russo que estava de posse do músico Fê Lemos), introduzindo o assunto principal – o

lançamento de um disco póstumo com sobras de estúdio – o que cada integrante estava fazendo, e o local da entrevista, em um estúdio no bairro do Botafogo, Rio de Janeiro.

Foram 15 perguntas/comentários feitos coletivamente a Villa-Lobos e Bonfá, que obteve respostas de ambos ou de apenas um deles. Todas as perguntas foram em relação ao disco póstumo recém-lançado e questões que envolviam a carreira da Legião Urbana e dos músicos. Pedro Só fez perguntas como: “O que lhes parece a mitificação do Renato, um culto comum no rock. De Hendrix a Cobain?” (Só, 1997, p. 26); e “As letras do Renato Russo pregam relacionamentos mais limpos, mais sinceros, com mais amor. Mas músicas como ‘Clarisse’ e ‘Flores do Mal’ dão ideia de que ele não conseguiu nada disso para si mesmo.” (Só, 1997, p. 25).

A edição nº 147 de outubro de 1997 traz a reportagem de quatro páginas ‘O elo perdido’, em que Pedro Só aproveitou a ocasião do lançamento de um novo disco para explicar a influência do cantor e compositor escocês Donovan na obra de bandas como os Beatles e de músicos como Brian Jones e Jeff Beck. O texto é intercalado por falas de Donovan, parte de uma entrevista concedida ao jornalista. Apesar da reportagem tocar em temas como a espiritualidade, Pedro o faz porque esse é um aspecto importante na carreira do artista, e não por ele ser uma pessoa diretamente interessada no assunto: a música e a carreira são o foco da reportagem.

Fascinado pelo budismo desde que leu os beatniks quando adolescente, ele medita todos os dias. “Os cogumelos e a maconha eram só parte das respostas que buscávamos. Fui em busca de minhas raízes de trovador celta e, baseado em várias leituras, hoje sigo um budismo celta”. Em *Sutras*, há uma adaptação de um cântico do guru Sai Baba. “Bom, isso foi coisa do Rick. Era uma melodia bonita, e ele me pediu para fazer uma letra em inglês. Em sânscrito, o som parecia com ‘it’s a high, it’s a high’ (é uma onda, é uma onda)... (risos) Fui em frente por aí.” (Só, 1997b, p. 59)

Pedro Só escreveu a crítica do disco ‘Samba Pra Burro’, de Otto, publicada na edição nº 159 de outubro de 1998. A nota dada por Só para o trabalho em questão foi nove em uma escala de 1 a 10 (as formas de dar notas foram mudando na história da Bizz). Trata-se de um texto curto de apenas cinco parágrafos pequenos, mas que abre a seção de críticas (a ilustração ocupa a maior parte da página). Escreveu Pedro Só: “Otto não facilita, subverte e experimenta além dos limites do gosto estabelecido. Mexe com samba, ciranda e outras milongas até ‘estragar’” (Só, 1998, p. 59).

A segunda reportagem e entrevista assinada por Pedro Só sorteada para esta tese é ‘Ataque do contra’, publicada na edição nº 165, de *Abril* de 1999. A matéria é sobre a

banda norte-americana The Offspring, desenvolvida em seis páginas de conteúdo, mais duas de capa com uma fotografia, título e subtítulo. A reportagem foi introduzida com um texto de uma página e duas retrancas para explicar a história da banda e a luta que a mesma travava contra preconceitos e indiferença por parte da imprensa e público. Apesar disso, The Offspring se tornou uma banda muito popular, que vendia milhões de discos. “O Offspring é alvo constante de patrulhas fascistóides por parte dos autoproclamados punks ‘autênticos’ da Califórnia e do mundo. A crítica ‘intelligentinha’ costuma pegar pesado contra seus discos” (Só, 1999, p. 42). Pedro Só fez uma entrevista por telefone, da redação da *Showbizz*, com 33 perguntas para receber respostas curtas do vocalista e guitarrista Bryan “Dexter” Holland. A reportagem também possui três boxes. A exemplo da entrevista com Dado Villa-Lobos e com Marcelo Bonfá, Pedro Só foi muito profissional nas perguntas, se limitando a conversar sobre música, shows e carreira. A única pergunta em parte destoante foi uma curiosidade familiar.

Por último, na edição nº 172, de novembro de 1999, Pedro Só fez a resenha ‘Selo de garantia’ sobre um festival que aconteceu em Nova York em ocasião dos 10 anos do selo Matador Records. O evento aconteceu em três dias e teve 17 atrações: todas as bandas que tinham contrato com o selo norte-americano. Depois de uma rápida fala do fundador e sócio do Matador Records, Pedro Só passou a descrever as apresentações, dedicando um parágrafo para cada uma, reportando ora o que um artista disse no palco para a plateia, ora fazendo algumas observações pessoais sobre o desempenho da banda ou de algo mais que havia chamado a atenção. “Na plateia, Kim Gordon e Beck conferiram o rock estéril do Chavez, a androgenia do Khan (alemão figuraça do underground nova-iorquino) e a timidez enjoada da cantora folk Chan Marshall, que grava sob o nome de Cat Power” (Só, 1999b, p. 67).

4.7 Conclusões do capítulo

Neste capítulo, analisamos o total de 100 textos de 20 produtores de conteúdo notórios que contribuíram com cinco revistas. A seleção desses textos foi feita por escolha aleatória, seguindo as mesmas regras, exceto para a revista *Bizz*, na qual excluímos notícias e críticas curtas, que ocupassem menos de uma página. A tabela abaixo mostra a síntese do que foi encontrado.

Tabela 16 – Visão geral comparativa dos periódicos de música

	<i>AMPT</i>	<i>Ariel</i>	<i>RMP</i>	<i>RS</i>	<i>Bizz</i>
--	-------------	--------------	------------	-----------	-------------

Período	1890's	1920's	1950's	1970's	1980's/90's
Música	Erudita	Erudita	Popular	Popular	Popular
Gêneros musicais	Erudita	Erudita moderna	Samba e jazz	Rock e MPB	Rock e MPB
Acontecimentos relevantes	Imigração europeia e japonesa.	Semana de arte moderna.	Domínio do rádio, 50 anos em 5 ²⁰¹ .	Contracultura e ditadura militar.	Rock in Rio, redemocratização .
Agenda	Concertos, eventos sociais, contratações.	Concertos, eventos sociais.	Shows em boates, lançamentos de discos	Festivais, lançamentos de discos, shows.	Festivais, lançamentos de discos, shows.
Temas	Didática e técnicas, mercado profissional e consumidor, programas.	Mercado consumidor, renovação de programas, estética modernista.	Saudosismo, samba de raiz, vida boêmia.	Espiritualidade, filosofia, drogas, alimentação, comportamento .	Carreira, música, parcerias musicais, turnês.
Crítica	Crítico-professor	Crítico-professor	Amante de música	Não avaliado	Amante de música
Pontos da crítica	Estética, técnicas, performance	Estética, técnicas, performance	Qualidade das canções, qualidade dos artistas.	Não avaliado	Background do músico, estética, produção, performance.

Fonte: própria autora, outubro de 2022

Em *A Música Para Todos*, no total de 54 textos produzidos por Amedeo Barbiellini Amidei, Félix de Otero, Luigi Chiaffarelli e Alfredo Camarate, analisamos 20 textos sorteados – cinco de cada uma dessas personalidades. E assim foi feito com os demais periódicos. Amedeo Barbiellini Amidei escreveu quase que exclusivamente perfis de músicos e de cantores. Isso não é estranho, considerando a biografia levantada sobre o autor. Lembrando que Barbiellini Amidei foi o único diretor de conteúdo do periódico que nunca se envolveu profissionalmente com a música. Os textos revelam um homem que tinha conhecimento a respeito do tema, foi músico amador, contudo, que ele era muito mais um entusiasta do que um crítico. É possível dizer que Barbiellini Amidei foi um diretor de conteúdo que se portou como um fã de música.

O fã não é uma profissão, mas também não é uma condição que pode ser ignorada, porque o amante da música é parte do próprio conjunto de elementos que a envolve. Quando pensada como uma experiência coletiva, não se pode ignorar as construções sociais, culturais, sexuais, políticas e econômicas da música. (Hesmondhalgh 2013; Hennion, 2016). O fã é parte ativa e produtiva do processo por ser capaz de transformar objetos, trabalhos, performances e gostos (Hennion, 2016). A trajetória da carreira de Barbiellini Amidei indica que ele foi um cientista e um jornalista científico. Na música,

²⁰¹ A política desenvolvimentista de Juscelino Kubistchek.

ele foi um jornalista-fã, que contribuiu, por meio dos perfis e biografias, na construção da memória sobre os artistas e as músicas que escreveu a respeito. Encontramos nas biografias e nos textos analisados traços sutis desse perfil do fã-jornalista em alguns dos produtores de conteúdo notórios, em especial em Lúcio Rangel, Fernando Lobo, Jorge Mautner e em Ezequiel Neves. Esse último, inclusive, explicitou tal traço ao assinar também como “Zeca Jagger”.

Os textos de *A Música Para Todos* apontaram também outras informações importantes para a compreensão da cena erudita paulistana à época. Amadeo Barbiellini Amidei tendia a valorizar a Itália e a cultura italiana como influência na música dos artistas brasileiros. Ele assim endereçava e satisfazia à crescente colônia daquele país em São Paulo à época. Não se pode esquecer que a colônia italiana no estado e na capital paulista foi responsável pela maior parte dos empreendimentos relacionados à música. Isso impactou no comércio da venda de partituras e de instrumentos e também nas escolas e associações que organizavam e formavam músicos. A própria *Música Para Todos* é um empreendimento do cônsul italiano Nestore Fortunati, que empregou dois diretores de conteúdo italianos.

No texto ‘Henrique Oswald’, por exemplo, Barbiellini Amidei ressaltou a formação musical italiana (estudou no Instituto Musical de Florença). No texto sobre Carlos Gomes, ele disse que a Itália suavizou e poetizou a música do compositor brasileiro (O Guarany estreou no Teatro alla Scala de Milão). Informou que Alexandre Levy formou-se no Conservatório de Paris, mas Barbiellini Amidei usa palavras de Luigi Chiaffarelli (um italiano) como um recurso para legitimar do homenageado, como pode ser observado no seguinte trecho: “A música brasileira teve *o intérprete e o apóstolo* em Alexandre Levy, gostamos de repetir a especificação exata de que foi dado esse conhecedor musical espirituoso e profundo que é Luigi Chiaffarelli” (Amidei in *A Música Para Todos*, nº 19, janeiro de 1897, s/p, tradução nossa²⁰²).

A cena de música de São Paulo foi mais nacionalista nos textos de Felix de Otero. O crítico adotou o tom de militância e também de bairrismo ao fazer as críticas e ponderações. Isso vai ao encontro de todo o discurso presente no texto sobre a grande questão que aquele grupo de músicos queriam na verdade: o desenvolvimento musical de

²⁰² No original: La musica brasiliana há avuto in Alessandro Levyl’interperer e l’apostdo, ci piaco ripetea la esattissima specificazione che la dato quell’arguto e profundo conosceitore musicale che è Luigi Chiaffarelli.

São Paulo. Não qualquer música. O desenvolvimento da apreciação da música clássica, que perdia a concorrência nada amistosa com a música popular urbana.

Não há muitas informações a respeito dos espaços e da adesão do público nos textos dos quatro profissionais analisados. Essas informações podem ser melhores observadas na seção de notícias gerais relativas a concertos, músicos e teatros. Existe, no entanto, alguns indicativos em relação a dificuldade em preencher alguns concertos. Há indicativos também, sobretudo nos textos de Otero, na necessidade de organização da classe e na formação de associações que pudessem não apenas propagar a música erudita, como também profissionalizar institucionalmente os músicos.

Por último, encontramos nos textos evidências sobre as práticas do jornalismo à época, e das dificuldades que se tinha na produção de conteúdo. Na falta de recursos mecânicos e tecnológicos, os músicos com concertos anunciados pela revista faziam audições privadas aos críticos para que estes pudessem fazer as primeiras avaliações. Considerando as diferenças de época, não é muito distante das entrevistas feitas com artistas em mídias distintas, em que artistas fazem a publicidade do show. Chiaffarelli também expôs a dificuldade em ter respostas por correspondências dos artistas brasileiros e estrangeiros que residiam no país. Lembrando que apesar de algumas tecnologias já existirem no Brasil à época, como o telégrafo, a imprensa ainda apurava por meio de cartas.

Antônio, Mário, Sérgio e Manuel foram quatro notáveis da história da cultura brasileira que produziram conteúdo para a *Ariel*. O primeiro teve um campo de atuação importante na sistematização do ensino de música, e foi nessa área onde mais atuou na carreira. Os três últimos foram notáveis na literatura, intelectuais e, como era de praxe acontecer à época para pessoas como eles, tiveram as carreiras atreladas à imprensa. Como homens das artes, essas quatro personalidades dedicaram-se também a discutir, como articulistas, polemistas e críticos, sobre os mais variados temas que a permeia.

Embora a literatura consultada não revele especificamente quando Manuel Bandeira e Antônio de Sá Pereira colaboraram pela primeira vez com a imprensa na função de articulistas e de críticos²⁰³, temos dados de que Mário de Andrade e Sérgio Milliet começaram jovens nessa função. Mário, por exemplo, tinha 24 anos quando começou a escrever para jornais no papel de crítico, e já era professor no Conservatório Dramático e Musical de S. Paulo. Milliet começou a publicar poemas em revistas na

²⁰³ Manuel Bandeira conseguia publicar em jornais e revistas poemas que escreveu desde a década de 1910.

Europa ainda adolescente e, também aos 24 anos, escreveu textos como articulista. Mas se pegarmos a informação de que a idade de entrada na imprensa era ainda na adolescência, pode-se dizer que as quatro personalidades investigadas já eram pessoas experientes, e com conhecimento aprofundado naquilo que foram contratados a falar a respeito.

O projeto modernista, que abolia a separação das artes, pode ter influenciado na entrada de pessoas que não mais eram envolvidos diretamente com a música, passassem a falar sobre ela. Em *Música Para Todos*, havia a figura do conde Amadeo Barbiellini Amidei, que não era um profissional da música, e foi diretor de conteúdo de uma revista segmentada²⁰⁴. Mas quando o colocamos diante dos colaboradores à época que era “da música”, percebemos que Barbiellini Amidei foi uma exceção. O quadro de colaboradores que encontramos em *Ariel* foi diferente. A crítica ou o comentário sobre música já não era necessariamente mais feita por um músico.

Ariel trouxe Mário de Andrade, que é uma figura central na construção do pensamento sobre a música popular brasileira e urbana. Ele deixou uma obra exuberante e volumosa que pode ser reunida em diversos veículos da imprensa, além de *Ariel*. Contudo, Mário não foi o pioneiro no pensar sobre problemas referentes a música erudita brasileira. Vimos que alguns dos produtores de conteúdo do periódico *A Música Para Todos* estavam preocupados com questões que ainda ecoavam 30 anos depois, a respeito de organização profissional, formação de público, renovação de artistas e da própria música, a nacionalização da música erudita brasileira, etc. Mário, nesse sentido, continuou reverberar a linha de raciocínio dos antecessores, acrescentando, claro, pontos que eram caros a ideologia modernista.

No entanto, foi Mário de Andrade quem estruturou o pensamento da música popular brasileira e urbana que continuariam a ecoar dali a mais 30 anos na *Revista da Música Popular*, editada por Lúcio Rangel. É algo, porém, que não é possível ser entendido a partir de *Ariel*. A revista procurava atender aos padrões de uma elite intelectual, e os artistas de música popular que melhor se encaixavam em tais requisitos eram Marcelo Tupinambá e de Ernesto Nazareth. Nem mesmo abriu-se espaço para discutir a música folclórica e regionalista, tão valorizada pelos modernistas. A música em pauta era a erudita.

²⁰⁴ O trabalho de Barbiellini Amidei com música era algo obscuro tanto para os pesquisadores da literatura que consultamos, quanto para a família, que ficou sabendo desse envolvimento por esta pesquisa.

Isso se deve porque a música erudita fazia parte do cotidiano de Mário e demais produtores de conteúdo. Até a década de 1920, esse gênero musical seria dominante nas páginas dos jornais e das revistas segmentadas, porque os veículos de comunicação eram ocupados por essa elite intelectual que estava conectada a esse universo. Até 1924, quando *Ariel* encerrou a fase musical, a música popular urbana não tinha espaço, apesar de ser mais consumida nas praças, festas, no teatro de revista, no carnaval, e ser privilegiada comercialmente via indústria fonográfica.

Como isso se materializou em *Ariel*? Dos 20 textos analisados, oito são artigos, dez são textos inseridos em colunas, e dois são textos didáticos sobre o piano. Com exceção dos textos didáticos, todos os textos analisados partiram de um acontecimento, e que esse mesmo acontecimento foi usado para abrir discussões especialmente sobre música popular, inovação musical, e gerenciamento de programações de concertos. Em ‘Coros Ucrânicos’, Mário de Andrade partiu de um relato sobre uma apresentação em São Paulo para discutir formas de financiamento de orquestras e corais. Em ‘Cartas do Rio’, Manuel Bandeira usou os concertos na Estação Capital Federal para opinar sobre ausência do público e da pouca ousadia nas programações para mostrar coisas novas (essa, aliás, seria uma reclamação também de Sá Pereira e de Mário de Andrade). Em ‘Villa-Lobos’, o poeta e crítico aproveitou a notícia da chegada do maestro brasileiro ao país para exaltar a música modernista.

Como foi mostrado nas trajetórias e nas biografias, os produtores de conteúdo de *Ariel* pertenciam a um grupo de intelectuais modernistas. A maioria organizou e/ou participou da Semana de 22. Diferente do que encontramos em *A Música Para Todos*, que havia conflitos de visões e discussões públicas entre os colaboradores, revelando uma pluralidade de ideias, em *Ariel* existiu uma harmonização de temas. Os autores criticavam basicamente as mesmas coisas, tal como elogiavam e defendiam também pontos muito semelhantes.

Para esses produtores de conteúdo, havia falta de incentivo privado e público para o financiamento de orquestra, corais e outras organizações em torno da formação e na profissionalização na música erudita. Também denunciavam a postura conservadora de produtores que não se arriscavam em promover uma programação com peças recentes de compositores modernos ou contemporâneos. Promover concertos e montar peças sinfônicas e de canto não era uma iniciativa barata, e os produtores tendiam a apostar naquilo que o público conhecia e gostava.

Havia uma postura de autoelogio tremendo entre os modernistas de *Ariel*. Isso é melhor observado na coluna de correspondência de Milliet. Os artistas modernistas que estavam em Paris à época, como Villa-Lobos, Tarsila do Amaral, Oswald de Andrade, o escultor Victor Brecheret, e ele próprio, eram pessoas bem-recebidas pelos europeus, elogiadas, que estavam em contato com representantes da vanguarda daquele continente. Na música, também teciam elogios a basicamente os mesmos compositores: Claude Debussy, Ferruccio Busoni, Darius Milliaud, e o próprio Villa-Lobos.

De certa maneira, uma revista, por sua natureza segmentada, milita por algo. *Ariel*, na primeira fase na qual nos dedicamos, era destinada a uma classe intelectual, e também era uma militância modernista, realizada por um grupo de pessoas próximas entre si, e que marcaram a história da cultura brasileira.

Na *Revista da Música Popular*, os textos de Mariza Lira, até pela natureza da coluna que parte de um livro publicado quase vinte anos antes, não possuem muitas conexões aparentes com o material produzido por Lúcio Rangel, Fernando Lobo e Nestor de Holanda. Mariza fez um trabalho histórico-didático utilizado até os dias atuais como fonte de informação, apesar de que é preciso levar em consideração conceitos e pensamentos da época, como o entendimento de raça, para que esses textos possam ser devidamente compreendidos. O único texto de Mariza com ligação com os acontecimentos à época foi ‘Ritmos Carnavalescos’, publicado em uma edição de fevereiro. O ponto central da produção de Mariza na *RMP* foi compreender a música popular por uma perspectiva da raça, teoria que ainda era forte à época, e que permeou as pesquisas dos modernistas de segunda geração, como ela.

Lúcio Rangel, Fernando Lobo e Nestor de Holanda falaram de atualidades do próprio tempo, mas preservando as próprias idiossincrasias, assim como todos os demais produtores de conteúdo notórios. O conteúdo de Nestor de Holanda, principalmente, é exemplar a respeito do pensamento do intelectual ser o responsável em “iluminar” a população naquilo que é “bom”.

Essa postura não difere em essência dos professores de música de *A Música Para Todos* e de *Ariel* no sentido de que, para os produtores de conteúdo à época, a imprensa era um instrumento pedagógico para qualificar audiência. De certa maneira, os produtores da *Revista da Música Popular* continuaram o projeto modernista e nacionalista de valorização dos ritmos regionais. Esse mesmo projeto que foi apossado e usado ainda nos anos 1930 pelo governo de Getúlio Vargas, sendo essa uma das razões por elevar o samba à condição de ritmo nacional. Percebemos, em especial nos textos de Lúcio Rangel e de

Fernando Lobo (uma vez que Nestor de Holanda estava mais preocupado com as questões de classe), o comprometimento de continuar o projeto nacionalista modernista e também de Getúlio Vargas, estabelecendo a *RMP* como uma trincheira que combatia o jornalismo musical pautado em sucessos do rádio, e também da própria influência de ritmos como o bolero no combatido samba-canção.

Ainda assim, a *RMP* não escapou de construir a argumentação e a divulgação das próprias ideologias a partir dos acontecimentos da indústria fonográfica, do rádio e das casas noturnas. Nestor de Holanda ainda se pautou pela própria imprensa musical para refutar e criticar uma tola eleição de “homens mais elegantes”, hipervalorizando um evento que não passava de uma brincadeira com envolvimento de leitores, que servia apenas para refletir quem era e quem não era popular à época.

Todos os textos sorteados mostram que a contracultura e o movimento hippie foram os acontecimentos e um dos principais temas para o jornal *Rolling Stone*. Independentemente se estavam falando da música, de comportamento ou do comprimento dos cabelos, o que esses produtores de conteúdo reverberavam era a contracultura e seus subjacentes como a cultura hippie, o rock bicho-grilo, as questões sobre as drogas, a alimentação macrobiótica e saudável, a espiritualidade e as crenças como a vertente espiritualista da ufologia. Ezequiel Neves foi aquele que teve o foco na música, que era o carro-chefe do periódico. Joel Macedo e Jorge Mautner colocaram a música em segundo plano em relação ao movimento hippie, e Carlos Marques falou de música quando a pauta era música, mas não se refutou a falar de outros temas nas reportagens em que se propôs a fazer.

A ideia central foi a questão de resistência contra o *establishment*. É o comprimento do cabelo que distingue um grupo de outro, e que serve como uma ação simbólica do confronto passivo; os malucos que dormem nas ruas de uma determinada para chegar a uma lagoa para uma festa, e que são não-desejados pela administração local; o delegado que usa métodos truculentos e de doutrinação para combater o consumo de jovens; o jurista ponderado que acredita no papel da educação e da recuperação em vez da repressão do consumo de drogas; a ideia da cultura negra como elemento superior que educou a cultura branca; a entrevista com o cantor que tem como tema a comida macrobiótica e a meditação; a visita a jornalistas que estão engessados em relação a liberdade textual do *Rolling Stone*.

Nesse sentido, o *Rolling Stone* poderia ser considerado um periódico especializado, mesmo sabendo que a pauta comportamental e outros aspectos da cultura

pop também eram incluídos na pauta? A resposta é sim, porque a música sempre foi colocada como assunto principal desde o número zero, por mais que tenham existido (poucas) edições em que o espaço nobre das reportagens tivesse sido ocupado por outros temas. A questão-chave em relação o *Rolling Stone* ser um periódico especializado em música se deu graças às matérias traduzidas da matriz e de outros periódicos, que forneceram o grosso do conteúdo, deixando a redação brasileira livre para falar de música, e também a explorar aquilo que lhes interessava.

Encontramos no *Rolling Stone* (matriz e brasileira) a forte influência do New Journalism, em especial do jornalismo gonzo, que foi uma das ramificações. Obviamente que existem questionamentos em relação a originalidade no *New Journalism*, uma vez que a literatura usada em prol do relato de não-ficção não foi invenção norte-americana, e dar tal crédito a um grupo de repórteres e escritores dos anos 1950 e 60 seria reducionista (Castro, 2010). “Se o jornalismo é o império dos fatos e a literatura é o jardim da imaginação como definiu Rildo Cosson, podemos pressupor que o discurso literário e o jornalismo não correspondem a realidades estanques, mas intercomunicantes” (Castro, 2010, p. 24). O *New Journalism* surgiu como um movimento de retomada, e uma resposta a uma era do jornalismo em que se imperava o texto objetivo, engessado pela imposição do lead e substantivado (Meyer, 1989; Castro, 2010; Schudson, 2010).

O jornalismo de música anglo-saxão já recebia influências da literatura desde o início do século XX, e tinha significativas aproximações com fanzines e com a literatura pulp. Os textos que analisamos eram em primeira pessoa, e os produtores de conteúdo tinham a liberdade de se posicionarem, o que não era tão distante assim dos textos encontrados em *A Música Para Todos*, *Ariel* e *Revista da Música Popular*. Entendemos que houve sim a radicalização do uso da primeira pessoa e de elementos literários nos textos que observamos no *Rolling Stone*. Explicamos tal fenômeno em decorrência ao movimento contracultural, que foi o grande acontecimento que permeou uma década inteira, no que diz respeito aos movimentos da juventude no ocidente.

5.7.1 Transformações da crítica

Consideramos importante nos voltarmos para a crítica musical, mesmo que isso não tenha sido o foco da metodologia de análise do capítulo, porque esse é um aspecto relevante no jornalismo de música e um traço capaz de identificar mudanças. Escolhemos os estudos de Edward T. Cone (1981) como base para classificar o tipo de crítica. Obviamente que o crítico de música não é uma definição que se fecha em Cone. Na

verdade, há uma vasta literatura que discute a questão da crítica musical. Mas escolhemos o compositor e teórico musical americano como referência, porque ele compreendeu a crítica musical de uma forma mais abrangente do que uma análise ou opinião a respeito da música pop. De acordo com Cone (1981), encontramos as definições de resenhista, de professor, e de crítico, que juntos formam as três faces do que ele chama de triunvirato da crítica musical. Os três vértices podem se manifestar em uma mesma pessoa, mas é importante compreender as diferenciações entre um tipo e outro.

O resenhista seria aquele que escreve voltado para o consumo. É o apreciador de música que direciona o leitor, que nele coloca tal autoridade. O resenhista palpita sobre o que deve ouvir, comprar, quais concertos se deve ir, e o que se pode pensar a respeito de uma obra. A formação e a experiência do resenhista na música não é tão diferente do que a do público leitor. Ele pode ser alguém que não tenha um entendimento além de um apreciador, mas está em uma posição privilegiada, num veículo de comunicação que lhe dá voz. O professor é um profissional envolvido com a música, que também pode ser concertista e um compositor. Ele direciona os comentários também para um público leitor igualmente profissional ou em formação. Para Cone (1981, p. 3) a autoridade do professor reside na própria competência e no conhecimento técnico/teórico. Os julgamentos que ele tece visam aperfeiçoamentos. Por último, temos a figura do crítico clássico, que seria o amante da música que escreve para outros amantes.

O crítico é aquele que compreende o que Cone (1981, p. 4) chama de modo musicológico: o entendimento dos fatos étnicos, sociais, políticos, históricos e biográficos que contextualizam a música. O crítico também tem o conhecimento técnico/teórico, e experiência no meio musical. “O crítico, como tenho sugerido, é um professor de apreciação de altíssimo nível” (Cone, 1981, p. 5, tradução nossa²⁰⁵). A crítica possui fins (Cone, 1981) que podem ser compreendidas a partir do veículo, e das próprias trajetórias dos críticos (Cone, 1981; Jones, 2002; Klein, 2005; Powers, 2012).

Felix de Otero e Alfredo Camarate eram do tipo clássico: o especialista inserido no próprio meio que estava ali não apenas a comunicar sobre artistas, eventos ou promover a venda de partituras (lembrando que à época não existia uma indústria fonográfica, mas havia sim um mercado em construção). Otero e Camarate se dirigiam aos pares, debatiam com eles, e falavam com a complexidade da qual eles presumidamente sabiam de que seriam compreendidos. Para Morila (2004), o trabalho de

²⁰⁵ No original: “The critic, as I have suggested, is a teacher of appreciation at the highest level”.

Otero deu profundidade e desenvolveu a parte da crítica musical d'*A Música Para Todos*. É a partir dele (quando assume o papel de diretor) que a crítica e a discussão teórica ganham espaço no plano editorial do periódico.

Felix de Otero e Alfredo Camarate tinham consciência da importância do papel de mediador que desempenhavam como críticos. Assim como verificamos na trajetória de ambos, eles já exerciam tal papel antes mesmo de contribuir n'*A Música Para Todos*. As diferenças estavam na forma que cada um compreendia o próprio papel. Otero tinha o próprio conceito da função que desempenhava em tal lugar: a comunicação do que sentia ao julgar um artista, e da responsabilidade que ele desempenhava ao fazê-lo. Camarate era mais cínico sobre a própria função, e chegou a comparar o crítico como um animal peçonhento.

É importante registrar também o objeto da crítica: concertos e peças operísticas. Não encontramos nem nesses textos, nem no periódico como um todo, comentários a respeito do teatro de revista, que já existia à época, e eram uma forma importante de difusão da música popular na era pré-indústria fonográfica e pré-rádio (Severiano, 2009). A música popular não era um tema recorrente para os produtores de conteúdo que atuaram na *A Música Para Todos*. A militância dessas pessoas estava na música erudita. Era para os concertos e demais apresentações de música clássica que se procurava debater a respeito.

A crítica em *Ariel* foi exercitada especialmente por meio de Mário de Andrade, ao usar usou o espaço na coluna *Chronicas do Bemol*. De acordo com a classificação proposta por Cone (1981), mesmo que tivesse se revelado ser um cínico na própria atuação em *Ariel* (Goffman, 2002), ele exercia o papel do crítico clássico, que é aquele altamente especializado e, ao mesmo tempo, apaixonado sobre a arte que se propõe a falar a respeito. Embora Milliet e Bandeira tenham construído uma carreira na imprensa também como críticos, não encontramos em *Ariel* essa faceta dos autores. Nos textos que publicaram, a “crítica”, na verdade era um comentário a respeito de um determinado acontecimento.

A crítica musical foi pouco desenvolvida na *RMP*, limitando-se a elogiar quem se gostava e menosprezar toda produção de quem não achavam interessante. Esse tipo de posição os coloca na classificação de Cone (1981) não como o de críticos reais, pois não estão preocupados em colocar “modos de entendimento” que podem situar o leitor sobre a obra criticada. Os produtores de conteúdo da *RMP*, em especial Lúcio Rangel, se

encaixam no perfil do resenhista amante de música que escreve para orientar outros amantes de música sobre o que comprar.

Os quatro produtores de conteúdo notórios da *Bizz* apresentaram estilos distintos de como abordar questões sobre a música. Forastieri exaltava o que aprovava e destratava com expressões, sendo que em ambas situações costumava recorrer ao uso de expressões e palavras pouco educadas. Ana Maria Bahiana imprimia um estilo muito bem balanceado entre as influências do *New Journalism* e da imprensa *underground* na qual participou, com a diplomacia na qual abordava os assuntos. José Emílio Rondeau e Pedro Só já se aproximavam do ideal jornalístico em que o profissional se retira o máximo possível do texto.

A questão do agendamento pela indústria fonográfica foi forte no conteúdo da *Bizz*, e os textos foram pautados em decorrência de lançamentos de discos e acontecimentos de shows e de eventos. A música para juventude nos anos 1980 era ainda o rock, mas a contracultura tinha ficado para trás. O Brasil vivenciava uma época de redemocratização e, no cenário internacional, a guerra fria entre as potências norte-americana e soviética seria logo superada em poucos anos, promovendo uma década (a de 1990) de dominância ocidental. As pautas que eram caras ao movimento de contracultura ou haviam sido superadas por outras e/ou conquistadas e pacificadas. Questões sobre consumo de drogas, comida macrobiótica e até mesmo o comprimento do cabelo perderam a importância. Cabeludo não era mais o hippie, mas sim o metaleiro que era, em essência um capitalista e conservador²⁰⁶. Era um mundo muito mais preocupado em controlar a epidemia da AIDS e em fazer campanha em favor do sexo seguro. Por isso que os artistas brasileiros e estrangeiros estavam mais preocupados com as próprias carreiras, mais do que em pautas coletivistas.

Não houve mais o trabalho de articulistas preocupados em pensar questões sobre a música, os músicos ou a sociedade. São raros os textos em que a razão de existirem foi simplesmente uma oportunidade, como a presença de Ana Maria Bahiana que estava em um mesmo avião que a cantora Tina Turner e isso oportunizou uma entrevista exclusiva. Assim, entendemos que o conteúdo da *Bizz* funcionava como um braço das ações de marketing e de divulgação de produtos da indústria cultural, por mais que existisse uma certa independência jornalística na relação entre esses dois polos.

²⁰⁶ Conservador no sentido filosófico inglês de Edmund Burke.

Não analisamos nenhuma crítica no jornal *Rolling Stone* porque os produtores de conteúdo destacados por lá não as escreveram, com exceção de Ezequiel Neves, que a exercitou na própria coluna. Ainda assim, Ezequiel Neves não foi um crítico no sentido da definição de Cone (1981), mas sim um resenhista que escrevia para a orientação de consumo no *RS*. Dos produtores de conteúdo destacados na *Bizz*, todos escreveram críticas de discos e de shows, sendo que nós selecionamos aleatoriamente cinco desses textos, e identificamos pequenas avaliações nos demais. Dessa maneira, podemos dizer que esses produtores de conteúdo da *Bizz* não eram críticos verdadeiros, no sentido apresentado por Cone (1981), e sim amantes de música que faziam resenhas para direcionar o consumo para outros amantes de música. As impressões pessoais nesses tipos de textos eram mais colocadas nesses textos, do que uma avaliação mais cuidadosa e contextualizada sobre cada obra.

Os textos mostraram que para o entendimento do contexto do que era dito e como era dito foi preciso levar em consideração os acontecimentos mais relevantes externos e internos da comunidade. Estamos cientes de que esses elementos vistos de modo isolado não são determinantes das mudanças e permanências do jornalismo, contudo, eles ajudam a elucidar à época e dar sentido aos textos. A fase de imigração europeia e japonesa ao Brasil entre o fim do século XIX e início do XX ajuda a explicar não apenas o fato de que três dos quatro produtores de conteúdo notórios de *A Música Para Todos* serem estrangeiros, como também porque encontramos no conteúdo analisado textos em italiano, direcionados também a uma comunidade estrangeira crescente na cidade de São Paulo.

Os textos indicaram que questões como qualificação de público leitor, ajustes de programas de concertos para o novo, o problema dos espaços físicos que nem sempre eram adequados para o porte do evento eram recorrentes tanto em *A Música Para Todos* e em *Ariel*. A diferença mais significativa entre um periódico e outro é que em *Ariel*, compreendemos que o conteúdo é voltado especialmente para a tentativa de provocar uma reflexão no público leitor (qualificado, embora a revista fosse comercial), questões importantes sobre a nova estética musical, literária e gráfica do movimento modernista na qual todos os produtores de conteúdo notórios estavam envolvidos.

O modernismo foi o movimento que fez as fundações para todos os demais que se sucederiam no século XX. Os ideais modernistas estão presentes por todo conteúdo da *Revista da Música Popular*. A segunda, contudo, fala sobre a música popular urbana, mais especificamente sobre o samba. A revista começou sob o impacto do suicídio de

Getúlio Vargas e terminou na era de desenvolvimento industrial e econômico proposto no governo de Juscelino Kubistchek. Mesmo com o trágico fim de um presidente, a década de 1950 foi um período otimista na história do país. A vida boêmia foi exaltada na *RMP*, porque a vida cultural da época nas duas grandes capitais, Rio de Janeiro e São Paulo, acontecia em bares e boates. O rádio tinha influência sobre as pautas porque era a mídia dominante e única capaz de chegar em lares de alta e baixa renda.

A indústria fonográfica brasileira ainda era precária e rudimentar nos anos 1950. Os grandes lançamentos eram feitos na noite e nos programas de rádio, alguns deles encabeçados pelos próprios cantores. Daí a razão para que o conteúdo da revista se voltasse para a boemia e para a plataforma midiática. Diferente dos dois primeiros periódicos, em que prezava pela boa performance em um concerto de todos os envolvidos, em especial dos maestros, dos solistas e dos cantores líricos, o que o conteúdo da *RMP* revelou foi que quem e o que era performado era mais importante do que como tudo era executado. Quanto mais próximo o artista fosse do “grupo”, mais prestigiado ele era.

O *RS* revelou uma geração nova de produtores de conteúdo que rejeitava certos ideais da anterior no que diz respeito à música estrangeira, abraçando o rock e a vertente menos purista da MPB, como foi o caso dos tropicalistas (Caetano Veloso, Gilberto Gil e Gal Costa). A MPB mais purista e tradicional personificada em nomes como Chico Buarque e Tom Jobim era “bunda-mole” para os jovens à época, que valorizavam os artistas mais transgressores e conectados com as influências do rock.

O acontecimento que mais os influenciou, além de um regime militar, foi a contracultura que trouxe consigo o movimento hippie espiritualizado, com gritos de ordem contra a guerra, os movimentos civis, os movimentos estudantis. O *RS* foi um dos pioneiros do jornalismo *underground*, que buscava outras pautas ou retratasse as notícias por ângulos diferentes em relação à grande mídia. O rock foi o gênero que melhor personificou essa geração. Porque a contracultura foi um movimento altamente comportamental e social, fazia sentido os textos que estudamos privilegiassem questões que fosse além da música. Como justificou Joel Macedo, os hippies não falavam sobre os grandes artistas do rock porque esses estavam preocupados demais com as próprias carreiras e com o próprio dinheiro, sem fazer nada em prol da comunidade (*Rolling Stone*, nº 17, 22 de agosto de 1972, p. 17).

Por mais que a geração de produtores de conteúdo da *Bizz* fosse em parte originada em pessoas que começaram carreira no jornal *Rolling Stone*, e que fossem leitores dele, a relação comercial e mercadológica tornou-se mais forte. Era mais interessante concentrar-

se no produto do que nas presunções espirituais e filosóficas de artistas. Além disso, os produtores de conteúdo se profissionalizaram e também se formaram em faculdades de Comunicação Social e de Jornalismo. A primeira geração da *Bizz* com José Emílio Rondeau e Ana Maria Bahiana produziu textos mais personalistas, equilibrando a estética do jornalismo gonzo com as técnicas de redação ensinadas nas faculdades para o uso do jornalismo diário. Uma análise dos textos de Pedro Só mostra que o personalismo foi perdendo espaço na *Bizz*. Além disso, era uma nova realidade, em que a cultura hippie ficou no passado.

Capítulo 6 – Transformações e fragilidades do jornalismo de música

Ao longo desta tese, passamos por cinco capítulos investigando e reunindo elementos que pudessem responder a série de questionamentos expostos em nossa introdução e a nossa pergunta de pesquisa: *Quais foram os fatores de mudanças e de permanências na materialidade, no conteúdo e nos grupos de produtores de conteúdo de periódicos brasileiros especializados em música no século XX?* Nosso ponto inicial foi em 1896 com o lançamento do periódico *A Música Para Todos*, e a nossa caminhada percorreu por mais quatro periódicos até o ano 2001, com o último número da revista *Bizz*.

Nos três capítulos de descrição e análise, observamos transformações a respeito: (1) do perfil dos editores; (2) das missões editoriais dos periódicos; (3) do perfil dos produtores de conteúdo; (4) das questões e temas levantados no conteúdo; (5) do público-leitor. Esses elementos são interligados, e mudanças geradas em um deles impactaram em certos aspectos apresentados nos demais.

No capítulo 1 e 2, a literatura consultada mostrou que o jornalismo brasileiro foi estruturado com a participação de europeus, a começar pela própria família real portuguesa que chegou ao Brasil em 1808. Além das prensas trazidas da Europa, a família real decretou medidas que permitiam a existência da imprensa em território brasileiro, algo que antes era estritamente proibido (Bahia, 2004; Martins e Luca, 2008; Barbosa, 2010; Moreira, 2015). Portanto, é lógico dizer que a imprensa brasileira nasceu a partir do modelo Europeu, e o jornalismo de música seguiu o mesmo percurso.

O jornalismo de música nasceu com base nos periódicos europeus, em parte por conta da imigração, em parte porque muitos dos comerciantes donos de casas de impressão eram europeus, em parte por causa da quantidade de professores de música europeus contratados tanto pelo governo imperial quanto pelas elites brasileiras. Como dissemos no capítulo um, a primeira crítica musical foi publicada em 1826 n’*O Spectador Brasileiro* (Giron, 2004), editado por um francês. O primeiro periódico especializado em música, *Ramalhete das Damas*, foi editado por um músico português. As referências da imprensa que esses dois indivíduos aplicaram possivelmente não tinham traços brasileiros além das adaptações naturais devido às estruturas de mercado e industriais ainda em desenvolvimento no século XIX (Bahia, 2004, Barbosa, 2010; Moreira, 2015).

O jornalismo brasileiro do século XIX era um instrumento do mercado das elites urbanas, financiado pelas oligarquias e classes privilegiadas. Era acessado também por

essas mesmas classes em razão do alto nível de analfabetismo e pelo fato de o Brasil ser um país ainda rural (Schwarcz, Starling, 2015; Barbosa, 2004). Os primeiros periódicos de música foram produzidos sobretudo por uma classe de elite intelectual, notoriamente de professores de música brasileiros e estrangeiros formados em conservatórios na Europa. Por essas informações entendemos por qual razão a música erudita, e não a popular, foi o segmento discutido nesses espaços. Esse é o cenário desenhado para compreender *A Música Para Todos*, nosso primeiro periódico investigado.

O Rio de Janeiro teve na família imperial um mecenas para estimular o desenvolvimento das artes eruditas, por isso as primeiras revistas de música foram cariocas. São Paulo começou a desenvolver as artes eruditas em um momento posterior ao carioca. O circuito de óperas e de concertos começou a ser realizado com alguma organização partir de meados dos anos 1870 por incentivos da oligarquia rural (Bomfim, 2019). Na década de 1880, houve um intenso movimento migratório para o Brasil, em especial para São Paulo, que atingiria o auge na década de 1890, quando pouco mais de meio milhão de indivíduos veio atraído por incentivos governamentais (Lanza e Lamounier, 2015). Uma parcela desses imigrantes, em especial os italianos, deram início ao desenvolvimento industrial e comercial da cidade. Foi nesse período em que músicos-professores, como o pianista Luigi Chiaffarelli, vieram ao Brasil atraídos por ofertas de emprego oferecidos por famílias da oligarquia nacional. O período também marcou a chegada de Nestore Fortunati, dos músicos Henri Ruegger e Luigi Maria Smido.

Nos capítulos 3 e 4, vimos que o periódico *A Música Para Todos* e os respectivos diretores-editores eram reflexo dessa realidade da segunda metade do século XIX. O proprietário Nestore Fortunati foi um cônsul italiano que fundou uma casa de impressão e, pelo menos, dois jornais. Sendo assim, ele próprio foi um dos agentes que contribuiu no processo de urbanização e cultural de São Paulo. Desde que fundou *A Música Para Todos*, Fortunati dividiu a direção-edição do periódico com mais quatro personalidades: os italianos Amedeo Barbiellini Amidei e Luigi Chiaffarelli, e os brasileiros J. B. D'Arcé e Félix de Otero. Com exceção de Barbiellini Amidei, que era um jovem cientista e empreendedor, todos os demais diretores tinham perfis e carreiras semelhantes: músicos formados em conservatórios na Europa, professores com carreiras pouco notórias como compositores, mas que se empenharam em contribuir com a estruturação do ensino e da cultura da música erudita no país.

As características do jornalismo de música brasileiro sofreram algumas transformações nos anos 1920, observando o cenário a partir de *Ariel*. Nos anos 1920,

houve um novo boom imigratório ao Brasil, mas dessa vez em decorrência da Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Mais meio milhão de pessoas chegou a São Paulo de maneira espontânea e sem a garantia de incentivos governamentais. Essas pessoas não necessariamente trouxeram impacto à imprensa, nem mesmo à imprensa musical, mas continuaram a impactar no desenvolvimento da indústria e do comércio, nas lutas operárias, e trouxeram novas ideologias políticas, como o anarquismo (Toledo, 2015).

O cenário que encontramos na música erudita dos anos 1920 é de uma geração renovada de músicos brasileiros que estudaram no próprio país, com professores particulares ou nos conservatórios fundados por aquela geração de 1890. Essa foi a realidade do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo, de 1906, e que teve como primeira geração de professores Luigi Chiaffarelli e outros produtores de conteúdo em *A Música Para Todos*. Alguns desses músicos do novo século, a exemplo da geração anterior, ainda se aprimoravam em escolas e conservatórios no exterior. Foi o caso de Antônio de Sá Pereira, chamado de “europeu nascido na Bahia” (Corvisier, 2009), pelas quase duas décadas em que passou estudando na Europa, e de onde trouxe as referências modernistas. Havia ainda outros, como Mário de Andrade, que se formaram músicos sem nunca ter saído do Brasil.

Foi nesse contexto em que se localizava *Ariel*, trazendo pessoas privilegiadas intelectualmente, originárias do meio urbano em industrialização, que tiveram formação musical erudita e acesso aos aparelhos culturais e aos mecanismos de produção e práticas da imprensa. Uma rápida investigação nos demais periódicos do período nos possibilitou verificar que esse foi uma característica comum entre editores de outros periódicos do período: de maioria brasileira, porém ainda ideologicamente vinculado à Europa.

Recordemos o capítulo 1, quando mostramos outros editores de periódicos de música relevantes editados no Brasil até os anos 1920. Reunimos nomes de brasileiros como Rafael Coelho Machado, Arthur Napoleão, Leopoldo Miguez e Luciano Gallet: todos músicos, sendo que o último foi aluno de Henrique Oswald e de Darius Milhaud. Não citamos no capítulo 1 outros periódicos *O Album* (1894), editada pelo dramaturgo Arthur Azevedo; *Gazeta Musical* (1891-1895), editada pelo pianista e professor Alfredo Fertin de Vasconcelos; *Brasil Musical* (1923-1927), editado pelo radialista italiano Felício Mastrângelo; *Correio Musical Brasileiro* (1921), que tinha como editor o maestro Rodolfo Attanasio.

Esse cenário de editores se repetia internacionalmente? Infelizmente não fizemos uma busca sistemática de perfis de editores das revistas internacionais em nossos

capítulos de análise para fazer um comparativo apropriado. Contudo, podemos trazer alguns exemplos pontuais usando exemplos dos Estados Unidos, da Inglaterra e da Bélgica. Para tal, usamos informações do banco de dados do Le Répertoire International de la Presse Musicale (RIPM)²⁰⁷. O primeiro periódico especializado em música inglês foi o *The New Musical Magazine, Review, and Register* (1809-1810), que não tinha identificação de proprietários e de editores, e esse tipo de anonimato não era incomum em periódicos na primeira metade do século XIX. A revista divulgava partituras de peças musicais e alguns artigos, especialmente resenhas. O primeiro periódico especializado em música dos Estados Unidos foi *The Euterpeiad, or Musical Intelligencer* (1820-1823), criado por Thomas Badger Jr., que foi um educador, e editado pelo comerciante de instrumentos musicais e músico amador John Rowe Parker. Esse periódico trazia conteúdo sobre a história da música, biografias e notícias locais, além de um suplemento contendo partituras. Na Bélgica, *Le Novateur: Echo des arts* (1838-1839), sem identificação de propriedade e edição, era um jornal feito por resenhas e críticas assinadas por pessoas que apenas indicava as iniciais, e que era destinado a um público intelectualizado e de elite.

A primeira revista inglesa relevante no início do século XIX foi a *The Quarterly Musical Magazine and Review* (1818-1828), criada e editada pelo músico, pedagogo e jornalista Richard Mackenzie Bacon. O periódico tinha como base artigos de teoria e de história da música. Uma das revistas inglesas mais longevas da Inglaterra foi a *The Musical World* (1836-1891), criada pelo editor de música J. Alfred Novello, e depois foi comprada pelo compositor e crítico musical James William Davison. De acordo com Richard Kitson²⁰⁸, a revista teve diversos editores que eram importantes professores de música, e que o conteúdo editorial era formado por artigos de teoria e história da música, além de notícias e críticas. Nos Estados Unidos, *Dwight's Journal of Music* (1852-1881), foi criado e editado pelo jornalista musical John Sullivan Dwight, e a base do conteúdo era de críticas e notícias. Na Bélgica destacamos *Le Guide Musical* (1855-1918), da editora Schott Frères, e que teve como editores Félix Delhasse (editor e escritor), Maurice Kufferath (maestro, musicólogo e crítico de música), Hugues Imbert (escritor, musicólogo e crítico musical). O periódico belga era centrado em críticas e textos biográficos. Esses exemplos mostram que no cenário internacional, o perfil dos editores

²⁰⁷ <https://www.ripm.org/>

²⁰⁸ Ver em <https://www.ripm.org/?page=JournalInfo&ABB=MWO>, acessado em novembro de 2022.

é formado tanto por músicos como por jornalistas e musicólogos, traçando uma linha similar ao encontrado no Brasil até os anos 1920.

Qual foi o momento em que o perfil dos editores dos periódicos brasileiros começou a mudar? O final dos anos 1920 com a *Phonoarte*, editada por jornalistas de carreira, e que desenvolveram um produto totalmente voltado para contemplar os lançamentos da indústria fonográfica. Essa indústria, por sua vez, tinha a música popular como produto principal, ao passo que a música erudita, mais restrita aos circuitos da elite, foi preterida (Gonçalves, 2015). Nos anos 1930, a música popular se beneficiou com a política governamental de cultura do governo Getúlio Vargas, e com a popularização da rádio. O samba e a música de carnaval se tornaram um forte produto no mercado fonográfico (Faour, 2021). Mário de Andrade registrou em 1939 que os lançamentos das músicas de carnaval eram conhecidos pelas pessoas quase como um ritual religioso, para explicar a importância que a música popular, e o samba, tomaram na vida cultural das grandes cidades. “Agora é o tempo, aqui no Rio, em que não há casa de música ou rádio de porta comercial que não tenha sempre uma notável aglomeração de povo” (Andrade, 2006, p.266).

Para falar de música popular, não era preciso ser um músico com formação erudita. Por outro lado, ter um envolvimento no meio musical e na indústria era uma condição recorrente. O editor da *Phonoarte*, Cruz Cordeiro Filho, depois que fundou e encerrou a revista, foi consultor da gravadora RCA Victor e, posteriormente, ele próprio lançou, nos anos 1960, um compacto de samba e de bolero na condição de compositor, fazendo parceria com o cantor Bruno Villaça. Essa mistura de mundos jornalístico e musical também está no perfil de Lúcio Rangel, na *Revista da Música Popular*, conforme biografamos no capítulo 4.

Infelizmente, os anos 1940 e 1950 foram pobres na circulação de títulos especializados em música, e as principais fontes de informação impressa se encontrava na miscelânea dos diários, nas revistas de celebridades e nas revistas especializadas ou institucionais de estações de rádio. Nas poucas revistas do período encontramos *Contraponto* (1946-1951), editada pelo maestro Waldemar de Oliveira; *Clube dos Ritmos* (1955-1956), editada pelo jornalista Daniel Taylor; *Folclore* (1953), editado pelo músico, folclorista e jornalista Rossini Tavares de Lima; *Parada de Discos* (1955), editada pelo jornalista Auro Teixeira; *Música* (1959), editada pelo pianista Armando Belardi.

Esses são exemplos que mostram que os jornalistas de carreira tendiam a editar os periódicos de música popular. Daniel Taylor foi conhecido à época por ser um jornalista

de música especializado em jazz e standards americanos, também próximo de artistas e compositores, não muito diferente do perfil de Lúcio Rangel e de Cruz Cordeiro Filho. Auro Teixeira, por sua vez, foi reconhecido pelo envolvimento com as histórias em quadrinhos. Rossini Tavares de Lima, por último, foi um pesquisador folclorista de prestígio à época, sucessor da cadeira de História da Música, que pertenceu a Mário de Andrade no Conservatório Dramático e Musical de São Paulo.

Nos anos 1960 e 70 vimos o desaparecimento das revistas de música erudita, pois as discussões sobre essa cena ficaram no ambiente dos conservatórios e das universidades e seus respectivos periódicos acadêmicos. As poucas revistas de música popular, por sua vez, continuaram em circulação praticando um jornalismo de celebridades, em oposição do que acontecia nos diários, que davam preferência em reportar gêneros e artistas aceitos por uma elite intelectual. Como explicou Faour (2002), os nossos principais “historiadores da música” destacavam e publicizavam o tipo de música e artistas que achavam valorosos, e ignoravam os populares que de fato vendiam discos e tocavam nas rádios. Essa foi uma das heranças da geração dos editores da *Revista da Música Popular*.

No início dos anos 1970, o perfil dos editores manteve semelhanças com a geração dos anos 1950: profissionais com uma carreira paralela no jornalismo e também no meio artístico. A diferença estava nos contextos culturais e políticos. O rock que nasceu popular no Brasil, tornou-se sofisticado pelas mãos dos tropicalistas e só então aceito pelas elites intelectuais (Mugnaini Jr., 2021). O mundo ocidental passou a viver a contracultura nos anos 1960, e o Brasil vivia sob uma ditadura militar desde 1964. Esses são fatores que nos fazem entender como Luiz Carlos Maciel, um dramaturgo amigo pessoal da “turma tropicalista”, que escrevia uma coluna sobre rock e contracultura no jornal *Pasquim*, foi a pessoa escolhida para comandar o jornal *Rolling Stone* no Brasil de 1972. Maciel foi auxiliado especialmente por Ezequiel Neves, também um ator que entrou no jornalismo pela força da oportunidade que lhe bateu à porta.

A partir dos anos 1970, em um cenário pós-*Rolling Stone*, o perfil dos editores modificou no sentido de se afastarem do mundo artístico, para tornarem-se repórteres, críticos e analistas desse meio, observando e avaliando tudo “do lado de fora”. A *Bizz* foi um marco nesse sentido. Vimos no capítulo 1, que os periódicos de música desse período eram editados por personalidades como Tárík de Sousa, Maurício Kubrusly, Fernando Souza Filho, Eduardo de Sousa Bonadia, Alexandre Nunes, Antônio Camarotti, Pedro Só (que também editou a *Bizz*), Paulo Cavalcanti, Eduardo do Valle, Bruna Veloso: todos jornalistas profissionais. Sobre periódicos não citados no primeiro capítulo ainda fizemos

o levantamento sobre as revistas *Pagodenopé* (1998-2002), editada pelo jornalista Sandro Israel, e *Roda de Choro* (1995-?), editada pela jornalista Conceição Campos. A predominância de jornalistas profissionais, com formação universitária na área, editando revistas de música popular é inquestionável a partir dos anos 1970. Mesmo a revista *Concerto*, a única publicação de música erudita não-acadêmica tem na figura de Nelson Rubens Kunze um indivíduo que estudou e lecionou música em conservatórios, mas que teve carreira mais preponderante dentro do jornalismo.

Na tabela abaixo, ilustramos essas passagens usando como referência apenas os editores dos periódicos analisados nesta tese.

Tabela 17 – Editores dos periódicos de música

Editor/Diretor	Periódico	Década	Carreira
Nestore Fortunati	<i>AMPT</i>	1890	Cônsul/Comerciante
J. B. D'Arcé	<i>AMPT</i>	1890	Músico
Félix de Otero	<i>AMPT</i>	1890	Músico/Crítico musical
Barbiellini Amidei	<i>AMPT</i>	1890	Cientista/jornalista
Luigi Chiaffarelli	<i>AMPT</i>	1890	Músico
Antônio de Sá Pereira	<i>Ariel</i>	1920	Músico
Mário de Andrade	<i>Ariel</i>	1920	Músico/escritor/jornalista/ etc.
Pérsio de Moraes	<i>RMP</i>	1950	Jornalista
Lúcio Rangel	<i>RMP</i>	1950	Jornalista/compositor
Luiz Carlos Maciel	<i>RS</i>	1970	Dramaturgo/jornalista
Alex Antunes	<i>Bizz</i>	1980	Jornalista/escritor
André Forastieri	<i>Bizz</i>	1990	Jornalista
Celso de Salles Pucci	<i>Bizz</i>	1980-90	Jornalista/músico
Emerson Gasperin	<i>Bizz</i>	1990	Jornalista
Felipe Zobarán	<i>Bizz</i>	1990	Jornalista
José A. Lemos	<i>Bizz</i>	1980	Jornalista
José E. Mendonça	<i>Bizz</i>	1980	Jornalista
José E. Rondeau	<i>Bizz</i>	1980	Jornalista/produtor/cineasta
Otávio Rodrigues	<i>Bizz</i>	1990	Jornalista/DJ
Pedro Só	<i>Bizz</i>	1990	Jornalista/escritor
Sério Martins	<i>Bizz</i>	1990	Jornalista

Fonte: própria autora novembro de 2022

Nossos levantamentos mostraram que o perfil dos editores dos periódicos especializados em música mudou do final do século XIX, até o final do século XX, passando de músico → jornalista/músico → jornalista. É interessante observar que os exemplos de revistas internacionais estrangeiras mostram uma variedade de carreiras dos editores responsáveis. Vejamos alguns exemplos de revistas de música popular norte-americanas e inglesas do século XX. A inglesa *Musical Express* (1952-) foi criada pelo pequeno empresário judeu Maurice Irving Kinn, e pelo saxofonista Percy Dickins, que havia trabalhado na também inglesa *Melody Maker* (1926-2000), e o primeiro editor foi o jornalista e radialista Ray Sonin. A *Melody Maker*, por sua vez, foi fundada por um

compositor e editor de música Frederick Lawrence Wright, e teve como primeiro editor o músico Edgar Jackson. A *Billboard* (1894) foi fundada pelo coronel William Donaldson e por James Hennegan, que trabalhavam em gráficas, e teve como um dos editores mais longevos o jornalista e empresário musical Lee Zhito. A revista americana de jazz *Down Beat Magazine* (1934-1963) foi criada e primeiramente editada por Carl Cons (entre outros editores), que era um jornalista e empresário. Outra importante revista americana de jazz, a *The Mississippi Rag* (1973-2006) foi criada e editada pela dona de casa Leslie Carole Johnson, que até criar o periódico nunca tinha trabalhado no mercado editorial. O jornal americano *The Rag Times* (1967-2003) foi criado e editado pelo músico, historiador e produtor musical Richard Zimmerman. A britânica *The Wire* (1982-) nasceu como uma revista de jazz pelo promotor Anthony Wood, e pela jornalista Chrissie Murray. Sobre as revistas de rock, a *Rolling Stone* foi fundada e primeiramente editada por Jann Wenner, que foi um sujeito com poucas experiências anteriores em uma redação. Outra revista importante, a britânica *Mojo* (1993-), que teve como primeiro editor o crítico e jornalista musical Paul Du Noyer.

Porque temos um quadro mais nítido de perfis de editores no Brasil do que no cenário internacional? Conforme argumentamos no capítulo 4, a obrigatoriedade do diploma de jornalista para o exercício da profissão estabelecido pelo decreto-lei 972/1969 mudou o jogo. Acreditamos que essa foi a principal razão que levou os jornalistas, e não mais a miscelânea de jornalistas-músicos, a predominarem à frente dos periódicos nacionais a partir dos anos 1970. É importante salientar que a exigência do diploma não foi simplesmente uma imposição do governo militar brasileiro para afastar da redação profissionais opositores, mas existiu também uma luta dos próprios jornalistas de carreira juntamente com os órgãos sindicais para promover o fechamento das fronteiras profissionais àqueles que tinham no jornalismo uma carreira secundária ou encaravam o ofício como um passatempo (Pereira, 2008).

6.1 Transformações das missões editoriais

Como os editores influenciavam nas missões editoriais? Vimos que a Identidade Editorial do periódico está sujeita a interferências e personificações de acordo com o perfil dos editores. Quanto mais forte for a identidade editorial mais sutil é a interferência do editor e vice-versa. De acordo com Ferguson (1976), os periódicos de grandes editoras tendem a ser editorialmente mais estáveis, pois operam em um sistema de “take-it-or-leave-it”, ou seja, após firmado o estudo de mercado, o corpo de redação passa a trabalhar

de acordo com a missão, os padrões e as metas estabelecidos, deixando pouco espaço para as intervenções de estilo pessoal. É um sistema diferente das revistas pequenas e independentes, que tendem a ter missões editoriais mais flexíveis e personalistas. A história do jornalismo de música no Brasil é composta em maioria por periódicos modestos, vinculados a editoras pequenas (quando não do próprio bolso do editor), e altamente personalistas.

No caso dos periódicos pesquisados, vimos que alguns deles, mais notadamente *Ariel* e *Revista da Música Popular* eram projetos criados pelos diretores desses periódicos. No caso da primeira, foi um plano oferecido e vendido a uma editora (mesmo que pequena), e no caso da segunda, foi uma revista independente, planejada e custeada pelos próprios diretores. Não foi possível encontrar referências na literatura sobre a natureza do projeto que criou *A Música Para Todos*, mas nossos estudos mostraram que a identidade editorial do periódico mudou de acordo com o diretor de conteúdo que estava à frente, nos dando a entender que não existia uma identidade bem estabelecida.

Mesmo com alegações de total liberdade editorial em uma editora independente, não pode ser descartado o fato de que o *Rolling Stone* fazia parte de um projeto de franquia na qual era preciso preservar alguns padrões. A *Bizz*, por sua vez, partiu de um projeto do jornalista José Eduardo Mendonça oferecido para uma grande editora com o objetivo de aproveitar a onda de jovens consumidores que estavam interessados na cultura do rock, especialmente após a realização do festival Rock in Rio no início de 1985 (Alexandre, 2002). A *Bizz* foi concebida para que certos padrões e para que a identidade editorial estivesse de acordo com as políticas da editora *Abril*. A revista teve inspiração nas principais publicações estrangeiras à época (Alexandre, 2002), contudo, não foi coincidência de que encontramos similaridades importantes entre a revista *Pop* e a *Bizz*, ambas da mesma editora que visava o mesmo tipo de público consumidor.

Nossa pesquisa mostrou que os editores e as missões editoriais formam uma simbiose na identidade editorial. *A Música Para Todos* trazia consigo a influência dos periódicos especializados europeus, editados por músicos, e o seu propósito editorial tinha um papel pedagógico a cumprir de qualificação de audiência e no debate sobre o ensino da música, mesmo que o entretenimento também foi um fator importante. O mesmo aconteceu com o projeto inicial de *Ariel*, e vimos que no momento que a editora Campassi & Camin entendeu que o projeto acadêmico-pedagógico de Antônio de Sá Pereira não atraía um público leitor mais abrangente, a missão editorial original foi abandonada e reformulada (Toni, 2005).

A música popular contribuiu para modificar as missões dos periódicos de música no Brasil porque era mais explorada pela indústria fonográfica e voltada para entretenimento e para o consumo (Gonçalves, 2013; Vicente e De Marchi, 2014, Faour, 2021). Além disso, não se exigia formação profissional e erudita dos músicos populares. O projeto pedagógico ficou de fora quando começaram a surgir periódicos dedicados à música popular, à indústria fonográfica e também às rádios. A missão passou a ser a informação, o consumo e o entretenimento. Isso abriu espaço a outro perfil de editores: jornalistas que também podiam ser atores participantes do meio musical que estavam ali interessados em divulgar a comunidade na qual eram ligados.

Mesmo que a *Revista da Música Popular* tivesse feito uma proposta de oposição ao jornalismo de celebridade em que estava transvestido o jornalismo brasileiro de música à época, a missão, como vimos no capítulo 3, foi servir como um guia para os colecionadores de discos de samba e de jazz. Em outras palavras, um mediador para consumo de produtos culturais. O próprio Lúcio Rangel foi conhecido por ser um grande colecionador e consumidor de discos (Augusto, 2015; Moraes, 2019), e usava as próprias idiosincrasias para orientar os leitores. A missão editorial voltada para a informação, consumo e entretenimento se repetiu também no jornal *Rolling Stone* e na *Bizz*. Procuramos, como forma de certificação, encontrar a missão editorial da revista *Concerto*, especializada em música clássica, lançada em setembro de 1995. O primeiro editorial da revista dizia que o propósito era ser um guia de eventos de música clássica (agenda) especialmente na cidade de São Paulo, e destinava o espaço para informações e curiosidades sobre a música clássica²⁰⁹.

Os espaços para as missões pedagógicas migraram para outros espaços e tipos de publicações, como nas revistas de associações e acadêmicas. Mesmo uma publicação de música erudita, com um editor músico e professor, como foi o caso da *Concerto*, passou a seguir orientações e missões de consumo semelhantes a todos os demais periódicos de música. A tabela abaixo traz o resumo das missões editoriais dos periódicos analisados.

Tabela 18 – Missões editoriais dos periódicos de música

	AMPT	Ariel	RMP	RS	Bizz
Informação	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Orientação ao consumo	Não	Não	Sim	Sim	Sim
Formação e ensino	Sim	Sim	Não	Não	Não

²⁰⁹ Ver em <https://concerto.com.br/node/254614> acessado em novembro de 2022.

Entretenimento	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
-----------------------	-----	-----	-----	-----	-----

Fonte: própria autora, novembro de 2022.

Dessa maneira, nossa pesquisa averiguou que a missão editorial dos periódicos de música no Brasil começou pedagógica para a formação de um público qualificado e de ser um meio de informação. Depois dos anos 1920, com o crescimento da música popular nos espaços de imprensa e com o desenvolvimento da indústria fonográfica, a missão editorial das revistas de música se transformou para fornecer um conteúdo voltado ao consumo e ao entretenimento para um público mais diversificado e generalizado.

6.2 Transformações dos produtores de conteúdo

Que tipo de grupos de produtores de conteúdo foram reunidos nesses periódicos para cumprir as missões editoriais? Vimos no capítulo 4, que embora os grupos de produtores de conteúdo sejam diferentes de um periódico para outro, eles tendem a ser, de certa maneira harmônicos com o perfil dos editores, com o momento cultural e, por consequência, afinados com a missão editorial. Que tipo de grupo de produtores de conteúdo foi reunido em *A Música Para Todos*? A maioria era formada por músicos que também eram professores, porque era esse o perfil adequado para cumprir as missões editoriais que envolviam educação com didatismo do público-leitor.

Mesmo que o grupo de produtores de conteúdo em *Ariel* não fosse produzido por uma ampla maioria de músicos, pode-se dizer que aquelas pessoas tinham a estética e a ideologia modernista como conexões de afinidades. Foi um grupo com grandes relações de afinidades pessoais: Sá Pereira, Mário de Andrade, Sérgio Milliet, Manoel Bandeira, Renato Almeida, Yan de Almeida Prado todos eram amigos que frequentavam os mesmos espaços sociais, e que também se correspondiam com frequência (Tércio, 2019; Santana, 2009; Corvisier, 2009). Ser um professor de música não era um requisito. Contudo, o entendimento da arte e o alinhamento ideológico foram características desse grupo.

Em *Revista da Música Popular* aconteceu uma mudança significativa em relação aos periódicos anteriores: a carreira de jornalista se tornou predominante em relação a carreira de músico, como foi o caso de Lúcio Rangel, Nestor de Holanda e Fernando Lobo, ou com igual importância, como no caso de Ari Barroso. A maioria do grupo, mesmo não sendo músicos, ainda mantinha uma relação próxima de amizade com artistas populares. Lobo (1990), Holanda (1970) e Castro (1990) revelaram listas extensas de frequentadores de bares em que jornalistas e artistas se reuniam no Rio de Janeiro.

Do grupo de produtores de conteúdo creditados em *Revista da Música Popular* que se reunia especificamente no Villarino, são listados, além do editor Lúcio Rangel: Fernando Lobo, Nestor de Holanda, Santa Rosa, Sérgio Porto, Millôr Fernandes, Manuel Bandeira, Haroldo Barbosa, José Sanz, Ari Barroso, Irineu Garcia, Ruben Braga e Paulo Mendes Campos. As profissões dessas pessoas podem ser consultadas no capítulo 3. Os autores ainda mencionaram as presenças de Vinícius de Moraes (diplomata e compositor), Evaldo Rui (compositor e radialista), Homero Homem (escritor) e Di Cavalcanti (pintor), que foram colaboradores de ocasião na *RMP*. Ou seja, em 1950, a aproximação do jornalismo com o mundo artístico era normalizada e desejada. Os produtores de conteúdo mais prestigiados eram aqueles que tinham carreiras também significativas na música. Sob esse ponto, pouco mudou em relação aos periódicos anteriores. O que mudou foi o foco na música popular.

O jornal *Rolling Stone* também apresentava a tendência de produtores de conteúdo com perfis mistos, com a diferença que aquela geração vivenciava outra situação sócio-cultural, musical e política no Brasil. O “desbunde”, como era chamado, foi uma maneira daquela geração se manifestar politicamente, socialmente e intelectualmente de forma pacífica²¹⁰. Os produtores de conteúdo do jornal *Rolling Stone* pertenciam a turma dos “desbundados”, trabalhando em um periódico em que o *modus operandis* hippie (ambiente de trabalho, informalidades) e profissional (contratos de trabalho e comerciais) coexistiam (Oliveira, 2011). Nesse sentido, o grupo de produção de conteúdo do *RS* apresentou mais semelhanças que diferenças em relação ao periódico anterior. A mudança mais importante foi, portanto, geracional e comportamental.

A *Bizz* representou um momento de transformação no jornalismo de música em relação aos períodos anteriores. O perfil de editores e produtores de conteúdo mudou para um grupo de pessoas com carreiras no jornalismo, sendo que boa parte delas tinha diplomas em faculdades de Comunicação, como levantamos no capítulo 4. Um dos fatores de que explicam essa mudança, mais uma vez, foi o decreto-lei 972 ter entrado em vigor em 1969. Outros fatores são a reorganização no campo universitário, a abertura de novos postos de trabalho destinados a atender essa demanda, a afirmação dos estatutos de jornalista que, de certa maneira, provocou a separação com outros mundos, entre eles

²¹⁰ Uma outra parcela de jovens brasileiros à época, geralmente universitários que estavam envolvidos com partidos políticos da extrema esquerda, se organizaram em grupos armados como Ação Libertadora Nacional (ALN), o Comando de Libertação Nacional (COLINA), o Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8), e o grupo armado vinculado ao Partido Comunista do Brasil (PCdoB).

com o artístico (Pereira, 2008). O perfil desses produtores de conteúdo nos anos 1980 e 1990 era de profissionais formados e capacitados, protegidos por leis e sindicatos. Por mais apaixonados que fossem pela música, não trabalhavam de graça, não necessariamente eram amigos de artistas, e nem sempre eram generosos com o produto sobre o qual reportavam.

6.3 Transformações nos temas

A respeito das questões e temas levantados no conteúdo desses periódicos, notamos que os textos, em especial os analisados no capítulo 5, correspondem com as missões e também com o perfil do grupo de editores e de produtores de conteúdo. Eram foco desse grupo de colaboradores as biografias, partituras, textos didáticos, comentários sobre a situação do ensino, divulgação e aparelhos disponíveis aos músicos eruditos, e críticas de concerto (Morila, 2016). A quantidade de professores nos papéis de direção e de produção de conteúdo foi notável, e por isso entendemos porque temas relacionados a didática musical foram tão caros a esse grupo.

Em *A Música Para Todos*, foi notória a discussão pública entre Félix de Otero e Luigi Chiaffarelli sobre o conceito de histórico em um concerto com finalidades pedagógicas produzido pelo segundo. Isso aconteceu em parte porque dois músicos e professores de piano, um brasileiro e um italiano, tinham um espaço público disponível, para que fosse debatido uma questão conceitual sobre a pedagogia do ensino de piano. O tema era de interesse para os demais professores que colaboravam com o conteúdo do periódico, e a emblemática discussão ainda recebeu intervenções do professor alemão Gustavo Wertheimer e, posteriormente, de Alfredo Camarate. No mesmo projeto pedagógico, o jornal musical incluiu textos pedagógicos sobre teoria musical e biografias escritas por outros professores de música como Olympia Catta-Preta e Maria Carolina Rebouças. As críticas, como vimos no capítulo 5, tinham um tom professoral e pedagógico, em especial por parte de Félix de Otero, que costumava justificar cada observação positiva ou negativa que fazia em relação aos concertos que comentava.

Ariel foi crítica e, ao mesmo tempo, didática, pela força dos professores de música que a dirigiram: Antônio de Sá Pereira e Mário de Andrade. Os demais colaboradores, em especial Sergio Milliet e Manuel Bandeira, tinham características de repórteres, mesmo escrevendo em seções entendidas como colunas. A missão editorial de *Ariel* era de ser um arauto da informação e da cultura, e o que foi colocado em discussão pelos diretores e demais produtores de conteúdo foi, em especial, a renovação dos programas

dos concertos em favor da música moderna, adequação dos aparelhos culturais, e preocupações (nem sempre expressadas de maneira elegante) em relação a formação do público (não mais necessariamente a profissionalização, como foi uma questão em *A Música Para Todos*) para a música erudita. Nossas análises no capítulo 5 mostraram que mesmo com formações diferentes, aquele grupo de produção de conteúdo de *Ariel* estava compromissado com os valores do modernismo, e o conteúdo foi voltado a uma classe intelectualmente elitizada, por isso vimos a predominância de artigos.

Na medida em que a indústria fonográfica foi se desenvolvendo no país, estabelecendo a lógica do consumo de um produto que ela oferecia, o jornalismo de música mudou também para contemplar essa demanda, em um jogo de troca de interesses editoriais e comerciais: a imprensa precisava levar novidades e informações ao público interessado, a indústria precisava de uma plataforma de divulgação. Essa simbiose foi colocada por autores como Gadini (2004), Tinhorão (2017), Szántó (2007) e Nunes (2010) como a essência de uma definição funcionalista do jornalismo cultural e do jornalismo musical. Recapitulando Tinhorão (2017), o setor das artes (leia-se a indústria) pressiona a imprensa para os próprios produtos não apenas sejam mostrados, como também destacados positivamente. Gadini (2004) mostra certas estratégias usadas pela indústria para garantir que o produto seja colocado não apenas na “vitrine”, como a figuração em capas de revistas ou com destaques em chamadas, mas também que seja bem comentado. São estratégias como o envio de presentes promocionais, ingressos grátis, entrevistas exclusivas com artistas, pagamento de viagens, etc. Embora nós entendemos o jornalismo musical como uma forma discursiva sobre a música e o meio produtivo e social que a envolve, não podemos negar que a simbiose entre a imprensa e a indústria fonográfica foi o que movimentou essa especialidade jornalística tanto nos diários quanto nos periódicos especializados. Nesse sentido, notas, entrevistas, reportagens e textos que favoreciam a promoção dos produtos foram predominantes.

A Música Para Todos não tinha essa dinâmica de troca porque ela circulou em uma época pré-indústria fonográfica. *Ariel*, por sua vez, mesmo publicando críticas pontuais sobre alguns discos de acetato lançados, especialmente de jazz e eruditos, esse não era o foco e nem a missão da revista, a indústria fonográfica ainda era incipiente em meados dos anos 1920 (Vicente e De Marchi, 2014; Gonçalves, 2012). *A Phonoarte*, no final dos anos 1920, tardiamente em comparação com a história norte-americana, foi o primeiro periódico especializado a fazer uso dessa simbiose. A partir dessa revista, as

missões do jornalismo de música passaram a abraçar o consumo e o entretenimento. Esse foi um ponto importante de mudança.

Vimos no capítulo 3, que a *Revista da Música Popular* denunciava em seus editoriais pressões de gravadoras e empresários que prometiam compra de espaços publicitários em troca da foto na capa ou de um texto favorável a determinado artista. Mas isso quer dizer que a *RMP* foi uma exceção? Não, porque muito embora os diretores desejassem manter a independência jornalística, a missão editorial e os conteúdos ainda eram voltados para o consumo de discos, e dar visibilidade aos artistas que eram endossados, como aqueles que faziam parte do círculo social deles, como Dorival Caymmi, Dolores Duran, Silvio Caldas, Araci de Almeida, Elizeth Cardoso (Lobo, 1990; Holanda, 1970; Castro, 1990). A *Revista da Música Popular* se interessava pelo samba que os editores e os demais produtores de conteúdo julgavam superior em relação a certos artistas e estilos musicais que eram populares nas rádios. Era uma questão de resistência a um tipo de música massificada, e também a um tipo de fórmula mercadológica que sustentava o jornalismo à época em que a indústria e as empresas trocavam patrocínio via anúncios por conteúdo que contemplassem seus respectivos produtos. Ainda assim, a *Revista da Música Popular* precisava de anúncios para viver, como qualquer outro veículo jornalístico. A seção de lista de lançamentos de gravadoras que Cordeiro Cruz fazia na *Phonoarte* e que reviveu na *Revista da Música Popular* é um bom exemplo das tentativas que foram feitas para atrair o investimento da indústria fonográfica.

Rolling Stone e *Bizz* continuaram tal lógica, apenas refletindo os diferentes contextos de cada época. Nos anos 1970, o rock vinha atrelado a uma questão comportamental, por isso que vimos textos voltados a compreensão da contracultura e de temas conexos, como o movimento hippie sendo abordado pelos textos de Jorge Mautner e Joel Macedo especialmente. A partir dos anos 1980, a questão comportamental evaporou, e a relação de consumo dos produtos da indústria fonográfica tornou-se explícita. Alexandre (2002) explicou que a *Bizz* nasceu visando acordos comerciais com as gravadoras, e por essa razão que tentou-se fazer um produto “chapa-branca”, para não se indispor com os potenciais parceiros. Mesmo que o grupo de jornalistas, liderado por José Augusto Lemos (Alexandre, 2002; Oliveira, 2011), tivessem conquistado o espaço da crítica na revista, que se tornou nobre e com permissão para colocações cruéis (Souza, 1995), o conteúdo central e as entrevistas sempre abordavam questões voltadas a carreiras, turnês, material audiovisual e curiosidades voltadas, sobretudo, para a promoção do artista, conforme encontramos no capítulo 5.

6.4 Transformações do público-leitor

Como o público-leitor mudou diante de tudo isso? A música erudita não tinha apelo juvenil. Sim, a juventude na música erudita foi (e é) capaz de promover mudanças estéticas que permeavam uma geração. Alexandre Levy, Alberto Nepomuceno e Henrique Oswald ainda jovens desenvolveram o nacionalismo na música brasileira que ajudou a estruturar a música moderna brasileira, por mais que eles bebesses da fonte do romantismo germânico e francês (Morila, s/d; Golberg, 2007; Vilella, 2016). Ou mesmo do jovem Heitor Villa-Lobos, filho de família de classe média, que ainda criança pulava a janela de casa para assistir aos chorões, e usou essa informação para desenvolver a própria arte moderna e se tornar a mais importante compositor erudito brasileiro do século XX (Wisnik, 2007; Acquarone, 1948). Contudo, quem iria usar *O Trenzinho Caipira*, de Villa-Lobos, como trilha sonora para um ímpeto, uma bravata, uma transgressão, ou uma festa na praia? A música erudita está na faixa da alta cultura, requer etiqueta, um certo grau de informação, ou seja, uma certa qualificação necessária até mesmo para quem a escuta, por mais que o grupo a qual ela se refira seja de jovens cheios de energia e, de certa maneira, rebeldes suficientes para transgredir... Wagner?

É por essas razões que o público-leitor dos primeiros periódicos especializados em música no Brasil, que falavam sobretudo da música erudita, não se referiam a uma faixa etária em específico, mas sim àqueles que estavam inseridos à comunidade afim. Essas pessoas tinham o mínimo de conhecimento da música erudita brasileira e europeia. Era um público que sabia o mínimo de teoria musical, sabia ler partitura, que se inteirava sobre a programação dos salões de concertos, e que conhecia ao menos as peças eruditas mais populares e os respectivos autores. Por mais que revistas como *A Música Para Todos* se preocupassem também com o entretenimento que a música proporciona, disponibilizando como conteúdo partituras de músicas eruditas e populares, o público na qual elas se voltavam tinha o mínimo de qualificação para executá-las. Isso caracteriza também *Ariel*, que era uma revista com pretensões acadêmicas, apesar de ser comercializada como qualquer outra: o público-alvo dela precisava ser ainda mais qualificado para acompanhar as discussões e temas propostos pelos editores Antônio de Sá Pereira e Mário de Andrade.

O público-leitor mudou quando os periódicos especializados em música deixaram a música erudita para o ambiente acadêmico, como aconteceu a partir dos anos 1930, e abraçou a música popular. Ao relatar sobre os sons que estavam no ambiente urbano,

comercializados (mesmo que ainda precariamente) em plataformas físicas e pelo rádio, os periódicos de música passaram a mirar em pessoas que, pelo menos, sabiam ler, tinham algum poder de consumo e eram minimamente interessados em música. O que iria qualificar ou não o público-leitor era a proposta da revista: quando a revista se direcionava às notícias e às fofocas sobre os artistas, as camadas sociais mais populares se tornavam alvo, como foi o caso da *Revista do Rádio*. Quando se tinha como proposta noticiar, mas também discutir a respeito da música popular, um público mais qualificado e com mais poder aquisitivo era o alvo, como foi o caso da *Revista da Música Popular*.

O músico norte-americano Frank Zappa disse que a imprensa musical de rock era “quase sempre alguém que não sabe escrever, escrevendo para gente que não sabe tocar, para muita gente que não sabe ler.” (Corrêa, 1989; Forde, 2001; Nunes, 2004). Zappa se referia a falta de qualificação requerida por parte de quem produzia conteúdo, como também dizia respeito a generalização do público que consumia a informação. Esse foi um dado identificado nos periódicos que examinamos tanto por parte dos produtores de conteúdo, quanto pelo público consumidor ávido pela informação e também pelo entretenimento. O leitor dos periódicos de rock (como da música popular em geral) não precisava de possuir qualificação musical alguma para compreender notícias, reportagens e entrevistas cada vez mais voltadas para administração de carreiras, agendamento e alguma opinião.

A generalização é parte da estratégia de um jornalismo com características mais informativas, ao contrário do jornalismo em que a opinião é mais preponderante, pois neste no público leitor é recrutado dentro de uma elite social capaz de consumir (Charron e De Bonville, 2016). O que se observou no jornalismo de música foi um paradoxo nesse sentido: por mais que o gênero musical fosse popular, e por mais que as revistas foram ficando mais informativas do que opinativas com o passar do tempo, ainda se tratava de uma especialidade que se tornava mais e mais segmentada. Foi justamente o que observamos em nossos estudos.

Quando a faixa etária passou a importar quando se referia a público-alvo em relação às revistas de música no Brasil? Com o advento do rock’n’roll. Faremos mais uma pequena recapitulação até aqui. Até 1923, quando surgiu *Ariel*, os periódicos de música falavam majoritariamente de música erudita, que exigia um público minimamente informado para acompanhar as discussões. A música popular passou a ser assunto dominante no final da década de 1920, com a *Phonoarte* e a *Weco*. Como dissemos, o público-alvo de cada revista lançada no país até a década de 1950 tinha mais relação a

classe social do que com a faixa etária. Quando uma revista falava de samba, o público-alvo ia de acordo com que tipo de samba era, do local produzido, dos meios de difusão, e do tipo de texto a ser explorado.

O rock'n'roll transformou o público-alvo dos periódicos em uma questão de idade. Isso porque esse gênero musical foi, desde o princípio, relacionado a atitude e a uma rebeldia juvenil, além de ter sido a trilha sonora que embalou majoritariamente esse público de 1955 até os anos 1990 (Friedlander, 2010). No Brasil, o rock chegou também com a força do visual, por meio do filme *No Balanço das Horas*, de 1955. “Em São Paulo as plateias na maioria de jovens entre 14 e 18 anos, foram tomadas de tal poder liberador, que saíam dançando e cantando, chegando a quebrar as cadeiras e exigir a ação da polícia” (Mugnaini Jr., 2014). Na cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, o rock conquistou jovens vindos de classes sociais mais simples, que viviam distantes da juventude de elite da zona sul carioca, adepta à bossa nova (Motta, 2001; Mugnaini Jr., 2014). O jovem adolescente, até então faixa etária não explorado pela indústria cultural, entendeu que ali existia um público consumidor interessante para se investir.

No Brasil, a indústria fonográfica fez uma primeira tentativa colocando certos artistas consagrados da rádio, como Nora Ney e Cauby Peixoto, para cantar versões em português e em inglês dos roques americanos. Não funcionou, porque eram artistas marcados com uma identidade “velha” do samba-canção. O rock nacional emplacou quando uma turma de artistas jovens que realmente se identificava com o gênero musical passou a criar as próprias canções sob a tutela do produtor Carlos Imperial, que inteligentemente soube explorar o novo mercado. Celly Campello foi a primeira celebridade do rock nacional, e depois foi seguida pelos artistas que participavam do programa vespertino *Jovem Guarda*, da *TV Record*, apresentado por Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia.

A *Revista do Rádio e TV* (a reorganização editorial da *Revista do Rádio*) foi uma das primeiras a explorar o lado da idolatria dos jovens roqueiros brasileiros nos anos 1960, todos do movimento da *Jovem Guarda* e afins. Contudo, como explicamos, temos dificuldades em classificar esse periódico como especializado em música, porque era uma revista basicamente de culto à celebridade. A *Revista do Rock*, criada também para aproveitar a onda do rock nos anos 1960, tinha pouco conteúdo jornalístico, sendo dedicada na maior parte a reproduzir letras de músicas. O primeiro periódico de música a ser publicado no Brasil que tinha como público-alvo o jovem adolescente e universitário e com o conteúdo jornalístico dedicado a esse universo foi nos anos 1970 com o jornal

Rolling Stone. Após o *Rolling Stone*, a editora *Abril* lançou as revistas *Pop* e *Bizz* explorando o mesmo filão rock e juventude. A maior parte das demais revistas segmentadas no rock também tinha o direcionamento etário ao jovem até os anos 1990. A transformação aconteceu nos anos 2000, quando o rock se tornou conservador e destinado a um público mais velho (Forastieri, 2014; Arraes Moreira, 2021), o que ajudou a quebrar e a modificar o público-alvo de revistas sobreviventes sobre o gênero.

A linha de transformação do jornalismo musical levando em consideração o público-alvo foi diferente no Brasil em comparado com as revistas inglesas e norte-americanas. O público adolescente e jovem foi visado no Brasil pelos periódicos especializados a partir dos anos 1960. No entanto, vimos no capítulo 1 que as revistas e as pautas sobre música popular nos diários ingleses eram escritas por jornalistas iniciantes, jovens, que se direcionavam para um público também jovem, mesmo em um momento em que a indústria cultural ainda não tinha “inventado” o adolescente (Welburn, 1983; Correia, 1989; Mugnaini Jr., 2014). No final dos anos 1920, a *Melody Maker* foi a pioneira no sentido de dedicar o conteúdo ao público jovem-adulto amante do jazz (Forde, 2001; Nunes, 2004). O público do jazz, que no princípio era formado pelos músicos negros, suas respectivas famílias e por forasteiros, foi tomado por uma massa jovem²¹¹ de estudantes universitários que vivia a dança e a vida boêmia na qual esse gênero musical era a trilha sonora²¹² (Hobsbawn, 2010; Peretti, 1998). O jazz foi a base dos beatniks (Willer, 2009), e assim aconteceu até a primeira metade dos anos 1950, quando o jazz “esfriou” e se intelectualizou. Até o rock surgir, as revistas que se dedicavam ao jazz tinham como público-alvo a juventude

A respeito das classes sociais na qual os periódicos se destinavam, nossa pesquisa averiguou que o público que devido as precárias condições de alfabetização da sociedade brasileira no final do século XIX e início do século XX, *A Música Para Todos* e *Ariel* – tal como a maior parte dos periódicos à época – competiam em um mercado restrito formado pelas pessoas letradas. Por isso que, mesmo que não fosse especificado nos editoriais, eram essas classes letradas e mais privilegiadas que naturalmente consumiriam o conteúdo. Em *Ariel* havia um “agravante”: porque a revista tinha uma proposta acadêmica mesmo que dentro de uma editora com pretensões comerciais, um determinado

²¹¹ Hobsbawn (2010) disse que existem poucas estatísticas a respeito do público do jazz, mas que em 1948, uma empresa de discos locada em Paris mostrou em uma pesquisa que 60% dos compradores de discos de jazz eram pessoas com menos de 30 anos, e que desses, mais da metade eram divididos entre pessoas de classe média e da classe operária.

²¹² Recomendamos a série documental *Jazz*, de Ken Burns.

grau de formação intelectual do público leitor era requisitado. No caso de *Revista da Música Popular*, por mais que ela tratasse de samba, que era um gênero popular, a proposta editorial – que fazia oposição às demais revistas de músicas focadas na celebridade – a afastava das classes sociais mais baixas. No caso do *Rolling Stone* e da *Bizz*, as classes sociais do público-alvo eram média e alta porque esses periódicos explicitamente se dirigiam ao público jovem capaz de consumir produtos. É preciso levar em consideração que o rock foi um fenômeno musical e comportamental predominantemente de classe média no Brasil (Alexandre, 2013), por mais que também existissem movimentos provindos das classes mais humildes, como o punk de São Paulo, que nasceu nas periferias da cidade (Essinger, 1999).

Resumidamente, a situação do público-alvo nos periódicos analisados se apresentou da seguinte maneira:

Tabela 19 – Qualificação do público leitor

	AMPT	Ariel	RMP	RS	Bizz
Qualificação musical	Necessária	Necessária	Desnecessária	Desnecessária	Desnecessária
Faixa-etária	Não-específica	Não-específica	Não-específica	Estudantes Jovens	Estudantes Jovens
Classe social	Média/alta	Média/alta	Média/alta	Média/alta	Média/alta

Fonte: própria autora, novembro de 2022.

Podemos concluir, portanto, que o público-alvo no jornalismo musical brasileiro foi destinado primeiramente para um mercado qualificado, e que depois se transformou para cumprir necessidades de consumo da informação e entretenimento de um público que não precisava mais ter qualificação musical para acompanhar o conteúdo. Também vimos que o jornalismo musical brasileiro era inicialmente voltado a um público-alvo sem faixa etária definida, mas que as segmentações, especialmente do jornalismo musical de rock, juntamente com o planejamento comercial, construíam as identidades editoriais voltadas para um público preferencialmente de uma determinada faixa etária. Por último, a constância que identificamos foi em respeito às classes sociais nas quais o jornalismo de música brasileiro costuma se dirigir: mesmo que por razões distintas, esses produtos editoriais acabavam se voltando sobretudo para as classes média e alta.

6.5 Permanências dos meios de financiamento

A respeito dos meios de financiamento, a exemplo do que discutimos no capítulo 3, os periódicos se valeram com vendas avulsas, vendas por correspondência, assinaturas

e publicidade como meios de sustentação. Houve também outros modos de sustentação que alguns periódicos utilizaram para aumento de receita. *A Música Para Todos* vendeu o espaço para compositores que quisessem divulgar a própria música. Os dois primeiros periódicos também ofereciam almanaques e cadernos com partituras para serem adquiridos por correspondência. *A Bizz*, por meio do departamento comercial das editoras *Abril* e *Azul*, cedia também algumas páginas para informes publicitários. *A Música Para Todos*, *Ariel*, *Rolling Stones* e *Bizz* disponibilizaram ainda espaços para lista de professores, músicos, trocas entre leitores e seção de classificados, mas não foi informado em *A Música Para Todos* e *Ariel* se o serviço era gratuito. Em *Rolling Stone* e *Ariel*, o espaço era oferecido sem custos.

Tabela 20 – Tipos de financiamento

	<i>AMPT</i>	<i>Ariel</i>	<i>RMP</i>	<i>RS</i>	<i>Bizz</i>
Vendas avulsas	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Assinaturas	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Correspondência	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Publicidade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Classificados/outros	Sim	Não	Não	Não	Sim

Fonte: Própria autora, novembro 2022

Os periódicos especializados em música não inovaram em relação aos meios e estratégias de financiamento. O plano de assinaturas foi introduzido no Brasil em 1860, em uma ideia trazida da Europa pelo jornalista português Zaluar (Martins, 2008). Tal sistema de sustentação começou de maneira inconsistente, com atrasos e extravios, devido a precariedade das estruturas brasileiras, especialmente de transporte. Mas que ao final do século já à época de *A Música Para Todos*, os serviços de correspondência se tornaram mais confiáveis, e o sistema de assinaturas foi um dos principais meios de sustentação dos periódicos (Martins, 2008). Os pontos de vendas diretas evoluíram das lojas de instrumentos musicais e outros pontos de comércio afins, como era comercializada *A Música Para Todos* e *Ariel*, para o sistema de bancas de revista que começou a ser organizado nos anos 1940 (Chagas, 2013).

As vendas por correspondência são relacionadas ao envio mediante pagamento de suplementos, almanaques, encadernados e uma coleção de números já publicados por correio. Já as maneiras de sustentação por meio de anúncios e da publicidade também são práticas antigas juntamente com as vendas avulsas e com as assinaturas. Elas começaram como “tijolinhos” com anúncios de empresas, produtos e serviços, ganharam ilustrações e destaque no final dos anos 1890, até se tornarem tão importantes a ponto de as primeiras

agências de publicidade surgirem ainda no início do século XX (Silva e Coutinho, 2012; Marcondes, 2001; Padilha, 2001; Brunelli, 2007). Vimos assim que as formas de comercialização e de sustentação foram se modernizado, contudo, as modalidades permaneceram as mesmas. Com o advento da internet e depois dos anos 2000, vamos encontrar alguns periódicos impressos e online lançados por meio de sistemas de cooperação virtual, de *crowdfunding* e por meio de incentivos estatais. Por outro lado, mesmo com essas novas modalidades de negócios, um veículo de imprensa ainda é sustentado essencialmente por assinaturas (que hoje possui muitos termos, como “clube de membros” e “apoiadores”, que em essência tem o mesmo princípio) e por anúncios publicitários.

6.6 Transformações e permanências no conteúdo

Por que os tipos de conteúdo trazem mudanças e também permanências? Como comentamos no capítulo 3, os periódicos foram acrescentando ou eliminando seções ao longo do próprio curso. Essas são transformações naturais, que ocorrem para (1) ajustes de conteúdo para melhor atender a uma reformulação editorial, (2) por causa de uma intervenção mais personalista do editor, (3) para melhor aproveitar as características do grupo de produtores de conteúdo que estão ali reunidos. O primeiro caso se refere, por exemplo, as duas expressivas reformulações editoriais da *Bizz* ao longo dos quase 16 anos de existência, sendo que a primeira visava adequar o conteúdo para uma geração que estava em sintonia com o conteúdo do canal de televisão *MTV Brasil*, mais afeito à imagem e a informações rápidas. Esse foi o período em que a *Bizz* mudou o nome para *ShowBizz*. No segundo caso, podemos trazer as mudanças de conteúdo proporcionadas pelas trocas no comando de edição em *A Música Para Todos*, em *Ariel*, e na *Bizz*. No terceiro caso, podemos citar a inclusão em *Revista da Música Popular* de uma seção que listava os lançamentos mensais de discos de todas as companhias que atuavam no Brasil, devido a contratação do jornalista Cruz Cordeiro, que fazia esse mesmo serviço desde a então finada revista *Phonoarte*. Também podemos citar as seções de xadrez conduzida por Maurício Levy em *A Música Para Todos*, e as esporádicas seções de aparelhagem de som produzida por Affonso Seabra, e de horóscopo produzida pelos astrólogos Sheila Shalders e Telmo de Jesus no *Rolling Stone*.

A base de conteúdo de todos os periódicos especializados em música que estudamos é um informativo-noticioso juntamente com o tipo de conteúdo opinativo, em geral reservados às críticas e às resenhas. As seções de notícias nunca ocuparam um lugar

nobre nos periódicos ao longo das décadas, mas ela foi uma presença constante devido à importância em trazer o factual e a agenda ao público-leitor para mostrar os movimentos da cena musical abordada. Esperávamos que as seções de críticas e de resenhas fossem colocadas como uma parte nobre, mas não foi o que nossos estudos mostraram: a parte nobre dos periódicos (as páginas iniciais de conteúdo editorial de *AMPT*, *Ariel* e *RMP*, e os miolos de *Rolling Stone* e *Bizz*) eram reservadas a reportagens, entrevistas e artigos. As críticas eram reunidas em uma seção, como a de notícias, e isso começou a partir de *Ariel*. Em nosso primeiro capítulo, vimos que a crítica musical é tida como a própria definição ou essência do que é o jornalismo de música, e que autores como Condé (2007) e Melnyk (2019) consideram que a parte noticiosa como uma adjacência associada à crítica musical, que seria o principal elemento. Discordamos desse posicionamento no capítulo 1, e os nossos estudos endossaram a nossa atitude, porque os periódicos nos mostraram que a notícia e a crítica, mesmo que relegados a uma seção, formam a base de constância de como se estrutura o jornalismo musical.

Como essas mudanças foram se materializando ao longo do tempo? Esteticamente falando nenhum periódico brasileiro de música foi lembrado na história por inovar em questões como diagramação, formato e estética. Todos acompanharam tendências estéticas e formatos desenvolvidos na imprensa de suas respectivas épocas. Nós detalhamos essas evoluções no capítulo 3.

6.7 As “mortes” do jornalismo de música

Que mortes do jornalismo de música foram decretadas ao longo dos anos? Nosso estudo partiu da investigação sobre a decretação da morte do jornalismo de música, dita por personalidades da área, inclusive por André Forastieri, que biografamos no capítulo 4. Hilleary (2020) entrevistou diversos jornalistas de música que manifestaram amor pela carreira, mas também temor com o futuro devido às mais diversas incertezas do mercado. O início do século XXI fechou um ciclo em que os jornalistas de música supostamente eram assegurados e identificados com os veículos em que trabalhavam. O jornalismo musical se transformou quando o mercado consumidor de música mudou; quando novas tecnologias apareceram; quando os financiadores minguaram; quando as revistas mais duradouras e emblemáticas pereceram; quando as maneiras de reportar e resenhar precisaram ser reinventadas; quando as carreiras se tornaram voláteis. O jornalismo musical na qual reportamos nesta tese ficou na memória do século XX.

Crises e transformações estão no contexto da história do jornalismo, e são relatadas por um grande número de pesquisadores do jornalismo. Crises e transformações são situações correlacionadas, pois a primeira funciona como o gatilho para que a segunda aconteça. Esse é o argumento na obra de Rusbridger (2018), em que crises provocadas por tecnologias, por mudanças econômicas, nas práticas jornalísticas e na construção do discurso é que geram as transformações ou adequações na qual o jornalismo precisa passar para continuar a existir e a ter relevância no debate público. A linha de pensamento de Rusbridger (2018) é encontrada de forma semelhante em Schudson (2018), Charron e De Bonville (2016), Zelizer et. al. (2022), Deuze e Witschge 2020), Le Cam et. al. (2015), apenas para ficar em alguns dos autores consultados recorrentemente nesta tese.

Consideramos que a morte no jornalismo significa um estado de transformação de uma velha prática para o surgimento de outra. De qualquer maneira, entendemos que a morte é colocada de maneira tão incisiva quando se trata do jornalismo de música devido a uma base frágil na qual essa especialidade se equilibra. O jornalismo de música é inferiorizado em relação ao status que ele ocupa dentro dos diários, sendo relegado a uma parte do jornalismo cultural, inserido em seções do segundo caderno, e um tanto quanto desprestigiado em relação ao (popular) jornalismo de cinema e televisão. Nas revistas semanais, como *Veja* e *Isto É*, a música (quando abordada) é um assunto de final de edição.

Existem fragilidades em relação aos meios de sustentação, não apenas por causa das receitas cada vez menores devido à um estado de hiperconcorrência de veículos em diferentes mídias (Charron e De Bonville, 2016), mas também porque uma das principais investidoras, a indústria fonográfica, após a internet passou a aplicar recursos de publicidade e marketing também em outros veículos e plataformas que não necessariamente são jornalísticas ou de perfis de jornalistas em redes sociais digitais. Existem, por último, fragilidades que implicam diretamente nas relações de consumo da música e de audiência dos veículos especializados. A música tornou-se imaterial, no sentido que ela não depende mais de uma plataforma física nem para o entretenimento em mesmo para arquivo (Byrne, 2014; Witt, 2015), apesar do analógico ainda persistir (Sax, 2017). A tecnologia minimizou a necessidade de mediações especializadas para promover esse ou aquele produto musical. Por isso que a audiência interessada para esse jornalismo especializado, que ao longo do tempo nunca foi realmente expressiva, se tornou ainda menor. O jornalismo entra em crise, mas o jornalismo de música parece que

está em um estado terminal permanente. É um “acabar que nunca realmente acaba”, como explica o dito popular.

Os periódicos que estudamos, nesse contexto, representaram mortes, mas também nascimentos e continuidades causados pelas tecnologias, pelo público, pelos anunciantes, pelas mudanças culturais, e pelos próprios jornalistas. Em *A Música Para Todos*, na edição 21-22 de fevereiro e março de 1897, o diretor (provavelmente Félix de Otero) repercutiu um texto publicado no jornal *República*, que elogiava *A Música Para Todos* basicamente por existir, pois os jornais de música à época não resistiram ao mercado e não havia mais no Rio de Janeiro um periódico especializado. O diretor de *A Música Para Todos* respondeu:

Pelo que escreveu nosso colega do Rio bem podem nossos leitores ajuizar das dificuldades que têm de lutar os jornaes que, no Brasil, se dedicam exclusivamente ás bellas-artes. Realmente muita tenacidade, energia e força de vontade são precisas para levar avante um empreendimento d’esta ordem. Todos os jornaes musicaes, que tem sido publicado no Brasil, têm succumbido, devido ao indiferentismo do nosso público no que diz respeito ás bellas-artes. Apezar de tudo isso, porém, nós não desanimamos e continuaremos, ainda que nos custem muitos sacrificios, a trabalhar com denodo, em prol do desenvolvimento musical do Brasil, pois confiamos plenamente no apoio do povo brasileiro, e, especialmente, do nosso povo paulista, certos de que não se há de permitir que a única Gazetta musical do Brasil, venha sofrer das mesmas desgraças que as revistas musicaes, que publicaram no Rio de Janeiro. (*A Música Para Todos*, nº 21-22, fevereiro e março de 1897, p. 184).

Ver-se que ao mesmo tempo em que o diretor culpa o público por não comprar o jornal, ele mantém a esperança e a ideia romântica e contraditória de que a comunidade iria abraçar a causa. A comunidade musical erudita é mais reduzida do que os apreciadores da música popular, e como já comentamos, os diretores escreviam para leitores com noções de teoria musical, no mínimo, alfabetizados e com poder de consumo. No final do século XIX, o mercado que atendia a tal demanda se resumia a própria comunidade de músicos amadores e profissionais. O restante do “povo paulista” provavelmente não se enquadrava nos pré-requisitos.

Não temos “queixas” quanto ao público leitor nas páginas dos demais periódicos, mas nos bastidores, como mencionamos nos capítulos 3 e 4, Mário de Andrade reclamou do leitor brasileiro ao chamá-lo de “bunda”, parafraseando Antônio de Sá Pereira (Toni, 2015). Os relatos de Mário de Andrade mostram uma situação semelhante da vivida pela *A Música Para Todos* quanto a falta de conhecimento do tamanho do próprio público. As

queixas quanto ao público (e a falta dele) nos eventos de música erudita em *A Música Para Todos* e *Ariel* eram sintomáticos. Se não havia público em volume satisfatório para os eventos mais corriqueiros, era improvável que houvesse também leitores interessados para se informar a respeito deles.

Como dissemos, a dimensão público-leitor sempre foi uma questão possivelmente mal planejada nos periódicos de música no Brasil. Vimos neste capítulo que os próprios periódicos limitavam esse público-leitor, ou porque a missão editorial exigia conhecimento e engajamento, ou porque visava um grupo social e etário específico. Não temos dados sobre o número de exemplares dos periódicos até os anos 1970, mas pesquisamos que a *Revista da Música Popular* tinha dificuldades de atingir o número de assinantes em promoções feitas para atrair um público fidelizado. Tárík de Souza (2006) defende que a *Revista da Música Popular* morreu de repente, de enfarte, sem agonizar. Isso é só uma visão romantizada de Tárík para elevar um periódico reconhecido pela excelência estética e jornalística. Mas não foi bem assim. A numeração irregular, 14 edições em dois anos, é um sintoma importante de problemas administrativos e, possivelmente, financeiros. “Esta revista não tem aparecido com a regularidade que desejaríamos. Infelizmente, circunstâncias inteiramente independentes de nossa vontade vêm contribuindo para isso” (*Revista da Música Popular*, nº 12, Abril de 1956, p. 613). Os editoriais entregavam que a revista não fazia concessões em troca de financiamento, como mostramos no capítulo 3.

O *Rolling Stone* circulava com apenas 25 mil exemplares, e morreu circulando com apenas 10 mil exemplares (Barros, 2007). Como aponta os relatos dos produtores de conteúdo e os trabalhos acadêmicos de Barros (2007), Oliveira (2011) e Sberni Junior (2015), isso foi consequência do amadorismo administrativo tanto dos proprietários da editora, quanto pelas decisões equivocadas do editor Luiz Carlos Maciel, como em tornar o jornal que era quinzenal em mensal, o que demandaria mais dinheiro para pensar os exemplares, mais produção de conteúdo e em menos tempo, e reajustes dos contratos comerciais. A *Bizz*, que foi a revista de música mais bem-sucedida comercialmente, vendia picos de 100 mil exemplares mensais, com média de vendas de 70 mil exemplares mensais nos anos 1980, e que terminou a existência em 2001 vendendo 18 mil exemplares (Alexandre, 2002 e 2013; Mira, 2001).

Em entrevista para esta pesquisa, José Emilio Rondeau disse que a dimensão do público leitor revistas de música no Brasil é de 40 mil pessoas, e que planejar uma publicação fora desse quantitativo é um risco. Mas se a *Bizz* morreu vendendo 18 mil

exemplares em uma edição magrinha de apenas 50 páginas, mesmo contando com um aporte de distribuição nacional, e nunca mais conseguiu recuperar o público quando foi ressuscitada por Ricardo Alexandre em 2005. O mesmo Ricardo Alexandre (2013) disse que a *Bizz* morreu por conta de uma atrapalhada corporativa entre a editora *Abril* e a *Simbolo*. Isso, no entanto, não explica o baixo número de vendas de uma publicação que nunca havia sofrido interrupções. É fato que em 2001 havia uma mudança cultural no país que já não ouvia rock como antes (Arraes Moreira, 2021). O gênero musical que era especialidade da *Bizz* havia encolhido tornou-se ‘indie’. A juventude em 2001 migrou para outros gêneros musicais e começou a adquirir novos hábitos de consumo com o surgimento da internet. Infelizmente, a *Bizz* não acompanhou o movimento.

Charron e De Bonville (2016) explicam que anunciantes crescem no ritmo da economia e não ao da expansão do sistema midiático. Não existe distribuição igualitária de publicidade entre os veículos, e os anunciantes investem naqueles que melhor lhes convém. No cenário de hiperconcorrência, as fatias de financiamento dos anunciantes ficam mais diluídas (portanto menores) entre os veículos. Para um grande veículo, isso pode significar readequações na estrutura da empresa, mas para periódicos menores, geralmente publicados por editoras independentes, a perda de fatias de financiamento de publicidade e de público pode ser a morte.

O que representou o fim desses periódicos? *A Música Para Todos* não foi um periódico inovador nem no sentido jornalístico e nem no estético. Revistas e jornais de música que vieram posteriormente, como o *Correio Musical*, de 1921, e que contava com contribuições de Mário de Andrade, tinha um grupo de colaboradores com perfil semelhante e oferecia um conteúdo igualmente similar. Portanto, *A Música Para Todos* não encerrou ciclos, mas sim deixou um legado por ser a plataforma de discussão pública de um grupo de músicos e de críticos musicais que seriam importantes para a estruturação do ensino de música na cidade de São Paulo, e para a formação de sociedade orquestrais (Morila, 2016).

A exemplo de *A Música Para Todos*, *Ariel* também foi importante pelo grupo de produtores de conteúdo que reuniu: personalidades que tinham em comum o movimento modernista e que impactaram profundamente a cultura brasileira (Tércio, 2019; Jardim, 2015; Corvisier, 2009; Silva, 2017; Santana, 2009; Negreiros, 2008; Gonçalves, 2012). Por outro lado, *Ariel* foi uma das últimas publicações sobre música erudita com propósitos comerciais e, nesse sentido, ela representou o início da morte de um tipo de jornalismo musical que dominou o século XIX.

A *Revista da Música Popular* foi um oásis que reuniu uma nata de intelectuais de maioria brasileira em um momento em que o jornalismo de música era confundido com o jornalismo de celebridades. Essa reunião de notórios da imprensa brasileira se repetiria novamente no *Pasquim*, com a diferença de esse foi um periódico satírico e cultural, crítico do governo militar nos anos 1960 e 1970. Por isso, no sentido de fazer oposição a uma determinada prática jornalística e pelo grupo de produtores de conteúdo reunidos, pode-se dizer que a *Revista da Música Popular* foi um caso único no Brasil, em que um jornalismo de alta qualidade (Sousa, 2006), procurou dar continuidade a um projeto nacionalista (Silva, 2012) herdado do pensamento dos modernistas de segunda geração, como foram os casos de Mariza Lira (Moraes, 2019) e do próprio Lúcio Rangel (Napolitano, 2010, Moraes, 2019).

O *Rolling Stone* não foi o primeiro periódico brasileiro a falar do rock no Brasil, como mencionamos no capítulo 1 e neste fechamento. Por outro lado, foi nesse jornal onde foram pavimentadas as bases do tipo de jornalismo de música especializado que seria recorrente no Brasil nos anos 1970 e 1980. A ‘morte’ do *Rolling Stone* na verdade significou o início de uma geração de jornalistas de música que buscava, naquele grupo, referências para se escrever sobre música e sobre o rock com liberdades que não se encontrava nos diários que utilizavam escrita objetiva e presa a uma estrutura de manuais. As liberdades no modo de escrever tinham influência do New Journalism e de sua variante, o jornalismo gonzo. Essa liberdade em escrever e estruturar o texto foram estranhas a esses mesmos jornalistas dos diários, conforme revelou o texto ‘São Paulo’, de Carlos Marques, analisado no capítulo 5. Ana Maria Bahiana e Ezequiel Neves foram os mais influentes para a geração dos anos 1980 em especial. Como vimos ainda no capítulo 5, eles desenvolveram um estilo de texto em que a informação e o comentário eram balanceados.

A ‘morte’ da *Bizz*, por sua vez, implicou em uma série de significados. Primeiramente, ela representou o fim da era das revistas de música impressas no Brasil. Sim, houve outras revistas de música pós-*Bizz*. Jornalistas que estavam na *Bizz* se envolveram com outros projetos da imprensa musical: Pedro Só foi dirigir o website *Usina do Som*, considerado o primeiro portal de música do Brasil; Emerson Gasperin e Ricardo Alexandre se envolveram na edição da revista *Frente*, que teve vida brevíssima de apenas quatro edições; muitos produtores de conteúdo da *Bizz* se encontraram também na revista *Zero*, que teve um tempo de vida um pouco maior do que a *Frente*. A própria *Bizz* retornou em 2005 pelas mãos de Ricardo Alexandre.

Sobre esse período de tempo, Alexandre (2013) disse ser um período difícil porque embora o acordo estabelecido com a editora *Abril* deixou a *Bizz* como um projeto especial do núcleo jovem da empresa, as obrigações e estrutura ainda correspondiam a uma revista mensal da *Abril*, com metas de mercado estabelecida. E isso não aconteceu, pois as vendas da *Bizz* continuaram tão irrisórias quanto no fim da “primeira vida dela” em 2001. E o dado mais agravante foi que a revista passou a receber também o indiferentismo da classe artística e da indústria fonográfica.

Ingenuamente achei que a volta da *Bizz* seria vista como a primeira chance de reconstrução de um cenário mais rico e belo da música pop. Ledo engano. Uma parte dos artistas sequer tomou conhecimento que estávamos de volta às bancas. Alguns executivos, como Rick Bonadio, em represália as críticas negativas, interromperam o envio de seus lançamentos à redação. Outros, como o Los Hermanos, encastelaram-se tanto que qualquer tentativa de pauta era um desafio aos estômagos menos preparados. (...) Rapidamente, notei que, por mais que evitássemos nos segmentar, estávamos fazendo uma revista segmentada, para um pequeno segmento de pessoas que consumiam e discutiam revistas de música, gente que distinguia este daquele jornalista e que se orientava pelos seus críticos favoritos na hora de comprar ou baixar seus novos discos (Alexandre, 2013, p. 221-222)

Ricardo Alexandre (2013) relatou, portanto, que a nova versão da *Bizz* que circulou entre 2005 e 2007 já nasceu moribunda porque o público-leitor das revistas impressas mudou, assim como a internet modificou as relações entre artistas e indústria com a imprensa, uma vez que eliminou a necessidade de um mediador. Outras revistas de música foram lançadas durante e depois da *Bizz*, sendo que algumas delas ainda circulam. Podemos citar a *Billboard Brasil*, a *Rolling Stone Brasil*, a *Concerto*, a *Rock Brigade*. A primeira não resistiu e as demais precisaram mudar as estratégias editoriais e comerciais para continuar no mercado, como extinguir a versão impressa, ou imprimir-la sob demanda de assinaturas, e transportar o conteúdo para o ambiente online.

Voltamos a pensar nas fragilidades do jornalismo de música, que existiu sobre estruturas delicadas. Algumas de suas maneiras de fazer de fato morreram. O jornalismo de música não tem mais a função pedagógica. Isso foi uma herança para a academia. O interesse do público foi sendo diluído na medida em que a música se tornou imaterial e ofertada livremente nos espaços urbanos, despertando emoções que vão do ódio ao amor (Hermondhalgh, 2013). A música que não significa nada é só um ruído. O papel de mediador do jornalista e os espaços de atuação foram estrangulados. Os bravos que ainda

o fazem, tiveram que aprender a lidar com uma nova realidade digitalizada, em redes sociais, competindo com amantes de música, influenciadores, resenhistas e palpiteiros em geral. O jornalismo de música do século XIX morreu. O jornalismo de música do século XX morreu. Viva o jornalismo de música do século XXI: com ainda resquícios de seus antecessores, e ainda menos prestigiado, mais diluído, menos centralizado, altamente digitalizado, bombardeado por informações efêmeras, mais difícil de se sustentar. O jornalismo de música ainda vive, mesmo que sob bases ainda mais frágeis que antes, ainda assim, ele se faz presente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de transformação do consumo da música foi intenso ao longo da minha vida. Eu passei a minha infância e a adolescência nos anos 1990 escutando música em plataformas físicas, como *long plays*, *compact discs* e fitas K7, o que no fim da década começou a ser impactado pelo começo de um processo de imaterialidade da música, não mais trazida por uma lista específica de um programa de rádio, mas pela ferramenta chamada internet, que era acessada por meio do computador de mesa, em arquivos do formato MP3 (Witt, 2015).

Uma década depois do reino do MP3, o consumo mudou, foi superado por um serviço chamado de *streaming*, acessado em qualquer aparelho que tenha internet e um aplicativo. Ou seja, em 30 anos, eu vi o consumo de música mudar radicalmente das plataformas físicas (CD, LP, K7), para outra completamente digital. Compare isso com os meus pais, que nasceram na década de 1940. Eles levaram 40 anos para ver a música ser comercializada em uma “novíssima” mídia, a fita K7. O primeiro aparelho de CD comprado em minha casa data de 1992, ou seja, meu pai levou 52 anos para conhecer essa nova tecnologia. Não quer dizer que foram 52 anos de estagnação, pois inúmeras transformações aconteceram bem antes disso: o acetato desapareceu, o LP surgiu e, com ele, a mudança de como se construía uma obra musical: em vez de *singles*, passou a se pensar em álbuns (Dias, 2000; Tinhorão, 2014; Midani, 2015).

E o que dizer sobre a dinâmica dos gêneros musicais? Meu pai relata ter ido à procissão do enterro de Carmen Miranda no Rio de Janeiro em agosto de 1955, em que as pessoas nas ruas cantavam em coro o hit carnavalesco *Ta-hí (eu fiz tudo pra você gostar de mim)*. No ano seguinte, ele conheceu o rock. Garoto de 15 anos à época, meu pai disse que entrou no Cine Rian, na zona sul do Rio de Janeiro, para ver o filme *Ao Balanço das Horas*, e foi testemunha ocular da destruição do local, porque as pessoas enlouquecidas começaram a dançar o rock’n’roll em cima das poltronas. Hoje, meu pai, que tinha a discografia completa em vinil tanto do Elvis Presley, e guarda com orgulho o disco autografado por Martinho da Vila ainda na década de 1970, escuta qualquer música que ele queira via assistente virtual Alexa, serviço da empresa Amazon. O último disco em plataforma física comprado em minha casa data de 2017.

As transformações na produção, na comercialização e no consumo da música foram intensas nas duas últimas décadas, porém o nosso mergulho na história nesta tese mostrou que isso aconteceu de forma recorrente ao longo do século XX. Em certos

períodos, as mudanças procederam mais intensamente, e em outros, mais sutilmente, porém elas sempre estiveram em curso. Nossa pesquisa mostrou que a mesma coisa aconteceu com o jornalismo brasileiro de música.

Lembramos que essa pesquisa partiu da seguinte inquietação: o jornalismo de música morreu? Essa indagação teve como base a observação preliminar de inúmeros artigos, livros e eventos feitos por jornalistas que se especializaram em música em um determinado ponto na carreira que questionaram a própria relevância mediante a uma série de eventos que impactaram no jornalismo e, mais especificamente, nas maneiras como as pessoas se relacionavam com a informação e com o consumo da música. Baseado nesses relatos, nossa resposta mais intuitiva foi de concordar que o jornalismo de música morre e renasce a cada grande impacto no sistema.

Isso nos levou a questionar se esse estado de crise sempre foi tão acentuado. Minhas memórias como consumidora do jornalismo de música nos anos 1990 via nessa especialidade como um espaço vivo, atuante, ocupado por jornalistas muito convictos. Afinal, comprar CD era caro, o dinheiro (que eu economizava deixando de comprar o lanche da escola) era limitado, e era preciso fazer uma curadoria sobre o que consumir. Essa seleção musical, nos anos 1990, contava com a ajuda de jornalistas envolvidos em seus próprios preconceitos musicais, que atuavam em diários e que, mensalmente, contribuíam com as revistas especializadas.

Em termos financeiros, não era possível assinar todos os diários, mas era plenamente viável ir à banca para comprar a revista mensal (geralmente a *Bizz*) para ler as resenhas, as reportagens, as entrevistas, e ainda relacionar tudo isso com o que se dizia na *MTV Brasil*. Afinal, os jornalistas de música mais famosos estavam reunidos nas páginas impressas da *Bizz*, e a *MTV* complementava aquele universo fornecendo o material audiovisual dos discos que supostamente deveriam ser consumidos. Essa foi uma parte da história que foi superada pelas transformações aceleradas com a chegada da internet. Mas o jornalismo de música continuou, porque ele faz parte de um corpo maior, o jornalismo, que tem a incrível capacidade de se transformar e de se adaptar ao meio social, cultural, tecnológico, organizacional, econômico etc. (Broersma e Peters, 2017).

Justificamos ainda em nossa introdução que esse período de transformações intensas que ocasionou a internet não foi nosso interesse de pesquisa, pois antes de compreender esse fenômeno, precisávamos nos voltar aos movimentos que aconteceram antes desse gatilho. Como o jornalismo de música surgiu no Brasil (e no mundo), e como ele se desenvolveu até o momento em que foi “atropelado” pela “carreta” da internet, foi

o foco desta pesquisa. O meio que escolhemos foi a imprensa escrita porque foi nessa plataforma que o jornalismo de música surgiu, ganhou relevância ao longo de séculos, mesmo com a introdução de outras plataformas midiáticas. O rádio massificou a música, a televisão deu a ela a imagem e também novas possibilidades em se unir a música à produção criativa de cenários, figurinos, roteiros e também de efeitos especiais e de computação usados nos videoclipes (Tinhorão, 2014). Contudo, a voz do especialista, do mediador, ainda se encontrava nas páginas impressas ao longo de todo século XX.

Nossa pesquisa teve cunho sócio-histórico, e procurou compreender a evolução do jornalismo de música em um século, sendo guiada pela pergunta: *Quais foram os fatores de mudanças e de permanências na materialidade, no conteúdo e nos grupos de produtores de conteúdo de periódicos brasileiros especializados em música ao longo do século XX?* Procuramos encontrar na literatura e também em arquivos os marcos iniciais, fizemos o levantamento do maior número possível de títulos nacionais e internacionais. A literatura mostrou que o *Ramalhete das Damas*, conduzido pelo músico e professor português Rafael Coelho Machado, foi o marco inaugurador no Brasil em 1848, quando foi inserido pela primeira vez conteúdo editorial jornalístico e críticas (Giron, 2004; Castagna, 2006). Idealmente, a nossa pesquisa deveria ter começado nesse ponto, mas pouco restou desse periódico. Esse foi um problema apresentado por diversos outros periódicos de música do século XIX com conteúdo que compreendemos como jornalístico (conforme conceituamos no primeiro capítulo): a escassez de material sobrevivente.

Essa foi a razão para começarmos o nosso estudo a partir da virada do século XX, com *A Música Para Todos* (1896-1899). Continuamos esses estudos com os periódicos *Ariel* (1923-1924), *Revista da Música Popular* (1954-1956), *Rolling Stone* (1972), fazendo o miolo do século XX, e finalmente encerramos com a *Bizz* (1985-2001), fechando o período. O século XX foi rico em periódicos especializados em música nos moldes que procuramos estudar, e nós escolhemos esses títulos porque encontramos bases sólidas e material disponível para compreender a condução e as características apresentadas do jornalismo de música em diferentes décadas no século XX.

Usamos como base teórica e metodológica de nossa pesquisa os estudos de Charron e De Bonville (2016), muito embora não trabalhamos as transformações do jornalismo sob uma ótica paradigmática, como os autores canadenses. A base teórica foi complementada especialmente com os conceitos trazidos por Deuze e Witschge (2020). Essas duplas de autores entendem o jornalismo como processos dinâmicos e de

convergências entre o conjunto de práticas jornalísticas, as redes de trabalho e as instituições. Nossa metodologia foi assumidamente descritiva e analítica, na qual criamos categorias para tornar possível a comparação entre os periódicos. Também fizemos levantamento biográfico dos produtores de conteúdo, porque esse estudo foi determinante para entender a relação do perfil desses grupos com o conteúdo produzido.

Nosso escopo foi composto por um total de 158 números desses cinco periódicos, que usamos como base para alcançar os objetivos de nossa pesquisa: (1) analisar as mudanças e permanências na identidade editorial e no conteúdo textual dos periódicos; (2) identificar o grupo de produtores de conteúdo em seus respectivos contextos sócio-históricos; (3) comparar os periódicos.

Procuramos cumprir o primeiro objetivo com as análises feitas nos capítulos 3 e 5. No capítulo 3, levantamos as informações de acordo com as categorias que criamos a respeito das identidades editoriais, olhando especificamente para o conteúdo, para a apresentação e para a organização do conteúdo, as missões, o público-alvo, as formas de sustentação e os perfis dos editores responsáveis por conduzir tudo isso. No capítulo 5, escolhemos aleatoriamente textos de notáveis com o objetivo de aprofundar os dados que foram levantados no primeiro capítulo de análise. Compreendemos que cada periódico foi fruto de sua época no sentido tecnológico, estético e editorial. A razão da existência deles foi de usar o espaço público dos jornais para dividir com o leitor (muito específico que pertencia àquela comunidade) as inquietações e os acontecimentos da formação mercado consumidor, do mercado profissional de músicos eruditos e populares e do desenvolvimento da indústria fonográfica.

O jornalismo brasileiro de música acompanhou o desenvolvimento tecnológico e estético do jornalismo brasileiro (de um modo geral), e também apresentou influências importantes do jornalismo europeu e norte-americano. Os periódicos analisados não apresentaram inovações importantes em suas respectivas épocas, à exceção de *Revista da Música Popular*, que foi um exemplar único do jornalístico dos anos 1950. A revista apresentou diferenciações estéticas, muito em virtude do projeto gráfico desenvolvido pelo artista português Fernando Lemos. A *Revista da Música Popular* tinha uma diagramação limpa, de duas colunas, que valorizava os espaços em branco, com o uso moderado de imagens fotográficas e de ilustrações.

A *Revista da Música Popular* também foi na contramão da imprensa musical baseada na celebridade reinante à época, criando um elo de conexão com o antigo jornalismo de música erudita apresentado em *A Música Para Todos* e *Ariel*, no sentido

de valorizar uma visão mais crítica em relação aos artistas e a produção musical daquele tempo. Por outro lado, compreendemos que a *Revista da Música Popular*, diferente das antecessoras aqui analisadas, perpetuou o jornalismo calcado na agenda e nos lançamentos da indústria fonográfica. Essa mesma tendência de jornalismo voltado para a orientação do consumo foi o que predominou no jornalismo musical praticado no *Rolling Stone* e na *Bizz*.

O cumprimento do segundo objetivo de pesquisa foi feito em parte no capítulo 3 e integralmente no capítulo 4. Fizemos o levantamento de 136 indivíduos, e conseguimos informações biográficas da maioria deles. Esses produtores de conteúdo foram categorizados de acordo com nacionalidade, sexo e carreiras. O jornalismo de música começou poliglota, recebendo contribuição de pessoas de diferentes nacionalidades europeias, sobretudo de italianos e de portugueses, até se “nacionalizar” ainda no início do século XX. O jornalismo de música no Brasil, tanto a faixa erudita quanto na popular, foi um lugar predominantemente masculino, um campo aberto a algumas poucas mulheres, como Olympia Catta Preta, Maria Carolina Rebouças (ambas professoras de música), Mariza Lira (pesquisadora folclorista), e Ana Maria Bahiana. Esta última se transformou em uma referência para outros jornalistas de música nas décadas de 1970 e 80 devido à importante atuação nos mais diversos diários e revistas no período: começando no *Rolling Stone*, passando pela *Bizz*, na criação da revista *Pipoca Moderna*, e em diários como *O Globo*, onde criou o caderno semanal Rio Fanzine.

Outro ponto importante que envolveu nosso segundo objetivo foi fazer o levantamento das carreiras dos produtores de conteúdo. Isso nos levou a compreender como o jornalismo de música foi uma especialidade iniciada por músicos e professores de música aliados a comerciantes, em especial donos de casas impressoras, e culminou em uma atividade praticada em maioria por jornalistas graduados em faculdades de Comunicação. A transição de professores e músicos para jornalistas aconteceu gradualmente em razão do tipo de gênero musical abordado, do erudito para o popular, e pela consolidação e profissionalização da atividade jornalística no Brasil ainda na primeira metade do século XX (Bahia, 2009; Barbosa, 2007). Essa transição entre um polo a outro foi radicalizada por força de lei e de normas estabelecidas para que a profissão de jornalista pudesse ser exercida no país.

Procuramos cumprir nosso terceiro objeto nas discussões do capítulo 6, em que colocamos todos os resultados encontrados nos periódicos estudados em perspectiva comparativa entre eles, e também dentro de um quadro geral nacional e internacional que

construiu o jornalismo de música ao longo do século XX. Concluímos que o jornalismo de música praticado pela imprensa escrita obteve transformações significativas na maior parte dos campos investigados, a começar pelos editores responsáveis em cumprir as missões editoriais estabelecidas para oferecer o produto a um determinado público leitor. Houve, contudo, permanências. O jornalismo de música no Brasil nasceu opinativo, didático e informativo. Embora a missão didática tenha diminuído de importância tão logo os professores de música deixaram de configurar nos quadros de produção de conteúdo, as opiniões inseridas nas críticas, nas resenhas, nos artigos e nas reportagens, assim como o teor informativo que dava conta dos acontecimentos e das agendas daquele universo continuaram a formar as bases do conteúdo fornecido aos leitores interessados em música.

Percebemos que as transformações consideradas normais (Charron e De Bonville, 2016) no jornalismo de música da mídia impressa foram dinâmicas, que aconteceram em um espaço de tempo muito curto, podendo ser observadas nas diferenças entre os exemplares de um mesmo título. As transformações mais complexas, que alteraram as bases do jornalismo de música aconteceram sobretudo nas décadas de 1920 e 1930, quando um dos principais *players* externos à redação, a indústria fonográfica, começou a crescer no Brasil, e quando a música popular tomou o lugar da música erudita nos espaços dos periódicos em circulação. Isso porque o jornalismo de música saiu de um meio que exigia excelência e qualificação tanto dos produtores de conteúdo quanto das audiências, para outro que requeria basicamente poder de consumo.

Considerando a tradição brasileira nos estudos dos discursos e da crítica musical, nossos estudos procuraram abrir uma nova perspectiva sobre os caminhos do jornalismo musical no Brasil ao olharmos para as transformações editoriais, passando pelas estruturas e a materialidade do conteúdo, dos produtores de conteúdo e dos textos produzidos. De certa maneira, procuramos mostrar outras possibilidades interessantes de pesquisa sobre esse objeto, uma vez que a tradição dos estudos brasileiros é voltada majoritariamente para o entendimento da crítica. Temos consciência de que esse foi, de certa maneira, uma pesquisa ambiciosa e difícil de ser realizada por ter utilizado múltiplas técnicas metodológicas para que fosse possível gerar e avaliar o montante de informações. Nesse sentido, pensamos que prestamos uma importante contribuição acadêmica para o entendimento do que é e o que representa o jornalismo musical brasileiro.

Por essa pesquisa ter trabalhado com um escopo volumoso, sentimos que, por vezes, não conseguimos visualizar, muito menos esgotar, todas as possibilidades

analíticas. Ao mesmo tempo entendemos que os nossos estudos também são um convite para outros pesquisadores, com outras perspectivas, possam extrair mais resultados que contribuiriam com a elucidação do jogo de transformações e de permanências do jornalismo de música. O fato de o estudo ter se concentrado no século XX foi importante para melhor dimensionar os impactos gerados pela quarta revolução industrial, que ainda reverberam diante de nossos olhos, ainda sem indicativos de estabilização no campo das transformações para que a área jornalística tenha tempo de se reestruturar. De fato, o século XXI, que mal chegou à maioridade, já se mostra desafiador para os pesquisadores do jornalismo e da música.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, A. A., & PAULA, Christiane J. (2007). *Dicionário histórico-biográfico da propaganda no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- ACQUARONE, F. (1948). *História da Música Brasileira*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves.
- ADGHIRNI, Z. L. (2017). *O jornalista: do mito ao mercado*. Florianópolis: Insular.
- AGUIAR, R. C. (2007). *Almanaque da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.
- ALBUQUERQUE, A., & HOLZBACH, A. D. (2008). Metamorfose do contrato representativo: jornalismo, democracia e manuais de redação da Folha de S. Paulo. *Comunicação, Mídia e Consumo*. 5(14), p. 149-170.
- ALÉM, F. C. (2018). *A revista Bizz, o rock nacional e a indústria cultural (1985-2001)* (Tese de doutorado). Dourados: Universidade Federal da Grande Dourados.
- ALEXANDRE, R. (2002). *Dias de Luta: o rock e o Brasil dos anos 80*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.
- _____. (2013). *Cheguei bem a tempo de ver o palco desabar: 50 causos e memórias do rock brasileiro (1993-2008)*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.
- ALI, F. (2009). *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- ALMEIDA, M. (2012). Por montes e vales – um relato de viagem. *Igualitária: Revista do Curso de História da Estácio BH*. 1 (1). Jul-dez.
- ALMIRANTE. (2017). *No tempo de Noel Rosa: o nascimento do samba e a era de ouro da música brasileira*. Rio de Janeiro: Sonora Editora.
- AMARAL, A. (1998). *Artes plásticas na Semana de 22*. São Paulo: Editora 34.
- AMARAL, S et. al. (2016). “What's Going On' é o 'Sgt. Pepper's' da soul music”: Autonomia, Cânone e Valor numa Lista de Melhores Álbuns da Música Pop. *Anais da XXV Compós*. Goiânia: 2016.
- AMATO, R. C. F. (2010). *Memória musical: retratos de um conservatório*. São Paulo: Annablume.
- ANDERTON, C. (2022). “Exiles in Madison Square Garden”: critic reception and journalistic narratives of progressive rock in *Melody Maker* magazine, 1971-1976. In: ANDERTON, C., & JAMES, M. (orgs). *Media narratives in popular music*. London: Bloomsbury.
- ANDRADE, M. (1992). *Aspectos da música brasileira*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- _____. (1993). *Música e jornalismo: Diário de S. Paulo*. São Paulo: EdUSP.
- _____. (2003). *Pequena história da música*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia.
- _____. (2006). *Música, doce música*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia.
- _____. (2012). *Aspectos da música brasileira*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- ANDRADE, N. M. S. (2003b). *Significados da música popular: a revista Weco, revista de vida e cultura musical (1928-1931)* (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- ANTUNIASSI, M. H. R., & Moura, M. I. G. L. de. (2005). A revista Chácaras e Quintais e a comunicação rural. *Cadernos CERU*, 16, 183-192. <https://doi.org/10.11606/issn.2595-2536.v16i0p183-192>
- ARAÚJO, Lucinha. (2011). *O tempo não para: viva Cazuza*. Rio de Janeiro: Globo Livros.
- ARAÚJO, P. C. (2002). *Eu não sou cachorro não: música popular cafona e ditadura militar*. Rio de Janeiro: Record.

- ARRAES MOREIRA, D. (2021). A construção das relações entre a banda Pato Fu e o fandom da era do IRC. *Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura*. 10(2), dez 2021.
- _____. (2021b) Transformações do jornalismo segundo Charron e De Bonville: A inserção da obra dos autores canadenses na academia brasileira. *IV Jornada Discente de Pesquisa em Comunicação*, Brasília. Anais IV Jornada Discente de Pesquisa em Comunicação.
- ARRAES MOREIRA, D., & LIMA, P. (2018). Processos de negociações profissionais na escolha da capa da revista Rolling Stone Brasil em 1972 e em 2016. *Revista Passagens*. 9(1), p. 91-110.
- ASSIS, F. (2008). Jornalismo cultural brasileiro: aspectos e tendências. *Revista Estudos em Comunicação*. Curitiba, 9(20), p. 183-192.
- ASSUNÇÃO, S. C. (2003). *Vampiro: mito e intempetividade em Jorge Mautmer*. (dissertação de mestrado). Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- AUGUSTO, S. (2007). O boêmio encantador. In: RANGEL, L. **Samba, jazz & outras notas**. Rio de Janeiro: Agir.
- ÁVILA, A., BASTOS, C., & MÜLLER, E. (2012). *Gauleses irredutíveis: causas e atitudes do rock gaúcho*. Porto Alegre: Editora Buqui.
- AZEVEDO, D. (2009). A evolução técnica e as transformações gráficas nos jornais brasileiros. *Mediação*. 9(9), jul-dez.
- AZEVEDO, L. C. (2002). *No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil. 1923 – 1960*. Tese de doutorado em História. Niterói: Universidade Federal Fluminense.
- BAHIA, J. (2009). *História da imprensa brasileira: jornal, história e técnica – vol.1*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- BAHIANA, A. M. (2006). *Nada será como antes*. Rio de Janeiro: Sesc Rio.
- BALLERINI, F. (2015). *Jornalismo cultural no século 21*. São Paulo: Summus Editorial.
- BANDEIRA, M. (1976). *Antologia poética*. Rio de Janeiro: J. Olympio, p. 202.
- _____. (2014). *A cinza das horas*. São Paulo: Editora Global.
- BARBOSA, M. (2007). *História cultural da imprensa: Brasil – 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- _____. (2010). *História cultural da imprensa: Brasil – 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- _____. (2013). *História da comunicação no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes.
- BARBUY, H. (2006). *A cidade-exposição: comércio e cosmopolismo em São Paulo 1860-1914*. São Paulo: Editora da USP.
- BARCINSKI, A. (2014). *Pavões Misteriosos: 1974-1983: a explosão da música pop no Brasil*. São Paulo: Três Estrelas.
- BARRETO, L. (2019). A sombra do Romariz, in: *Os Melhores Contos*. São Paulo, LeBooks.
- BARTOLONI, G. (1995). *O violão na cidade de São Paulo no período de 1900 a 1950*. (Dissertação de mestrado). São Paulo: Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista.
- BASSO, E. F. C. (2008). Para entender o jornalismo cultural. **Comunicação & Inovação**. 9(16), p. 69-72.
- BARROS, P. M. (2007). *Provocações brasileiras: a imprensa contracultural made in brazil*. (Tese de doutorado). São Paulo: Universidade Estadual Paulista.
- BECKER, H. (1974). Art as collective action. *American Sociological Review*. 39(6), p. 767-776.

- BENETTI, M. (2013). Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, F. M. B., & SCHWAAB, Reges (orgs.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, p. 44 – 57.
- BINDER, F. P. (2018). Uma artista completa, a imprensa e a reputação de Guiomar Novaes. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, n. 71, p. 158-180.
- BISPO, A.A. (2016). A primeira Mostra ítalo-brasileira na Esposizione nazionale italiana de 1898 em Turim. **Revista Brasil-Europa: Correspondência Euro-Brasileira**. 159(9). http://revista.brasil-europa.eu/159/Mostra_italo-brasileira_Turim.html
- BONFIM, C. C. (2019). Música para quem? Observações sobre a ideia de construção de música clássica na cidade de São Paulo, na passagem do século XIX para o XX. *Anais do XXIX Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música*. p. 1-9.
- BORGES, A. M. (2019). *A cultura pianística em São Paulo: um recorte da memória urbana (1890-1914)* (Dissertação de mestrado). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica-SP.
- BRANCALION, F. (2020). Camargo Guarnieri e a institucionalização da música de concerto em São Paulo: as condições de formação de um compositor na década de 1920. In: MAGI, E., & De MARCHI, L. (org.). *Diálogos interdisciplinares sobre música brasileira*. São Paulo: Cultura Acadêmica. p. 17-40. <https://doi.org/10.36311/2020.978-65-86546-38-5.p17-40>.
- BRASIL, B. (2012). A breve história e caracterização d'O Pasquim. *Revista do Arquivo Geral do Rio de Janeiro*. n. 6, p. 159-176.
- BRIGGS, A., & BURKE, P. (2016). *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- BROERSMA, M., & PETERS, C. (2017). Towards a functional perspective on journalism's role and relevance. In: BROERSMA, Marcel; PETERS, Chris (eds). *Rethinking journalism again*. London: Routledge, p. 1-17.
- BRUNELLI, S. (2007). *Diálogo entre as artes plásticas e a publicidade no Brasil* (Tese de doutorado). São Paulo: Universidade de São Paulo.
- BRYAN, G. (1994). *Quem tem um sonho não dança: cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Editora Record.
- BURGSTALLER, G. (2015). *Kritikerdämmerung: Heinrich Schenker and music journalism* (Tese de doutorado). Southampton: University of Southampton.
- BYRNE, D. (2014). *Como funciona a música*. Barueri: Amariyls.
- CABRAL, Sérgio. (1990). *No tempo de Ari Barroso*. Rio de Janeiro: Lumiar Editora.
- _____. (2008). *Nara Leão: uma biografia*. São Paulo: LAzulí Editora, Companhia Editora Nacional.
- CALADO, C. (1997). *Tropicália: a história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34.
- CAMPOS, R. (2015). Le commerce de la critique: journalisme et corruption au milieu du XIX siècle. *Éditions de la Sorbonne*. 2(40), p. 221-245.
- CASSETTI, M., & LODOLINI, E. (2008). *Repertório del personali degli archivi di stato: volume I (1861-1918)*. Roma.
- CASTRO, G. (2010). *Jornalismo literário: uma introdução*. Brasília: Casa das Musas.
- CASTRO, M. W. (2016). *Mário de Andrade: exílio no Rio*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- CASTRO, R. (1990). *Chega de saudade: a história e as histórias da bossa nova*. São Paulo: Companhia das Letras.

_____. (1992). *O anjo pornográfico: a vida de Nelson Rodrigues*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras.
_____. (2015). *A noite do meu bem*. São Paulo: Companhia das Letras.

CASTAGNA, P. (1993). De volta a jornalismo musical. In: ANDRADE, M. *Música e jornalismo: Diário de S. Paulo*. São Paulo, Edusp.

_____. (2006). Periódicos brasileiros no contexto das bibliografias e bases de dados na área de música. *Anais do VII Encontro de Musicologia Histórica*. Juiz de Fora: 21-23 jul.

_____. (s/d). *Introdução ao estudo da música (erudita) no Brasil*. Apostila do curso História da Música Brasileira. São Paulo: Instituto de Artes da UNESP.

CAVALCANTI, L. (2009). Música e poesia em Manuel Bandeira. *Estação Literária*. v.3.

CHAGAS, V. (2013). *EXTRA! EXTRA! Os jornaleiros e as bancas de jornais como espaços de disputas pelo controle da distribuição da imprensa e da economia política dos meios* (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

CHAPMAN, M. K. (1999). *Themes and issues in the motion picture industry as seem through The Billboard, 1920-1930* (Tese de doutorado). Omaha: University of Nebraska at Omaha.

CHAPPLE, S., & GAROFALO, R. (1989). *Rock'n'roll is here to pay*. Chicago: Nelson-Hall.

CHARRON, J., & De BONVILLE, J. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis: Insular.

CHAVES, R. S. (2019). *O Kaus de Jorge Mautner: escrita e temporalidade (1950-1960)* (Tese de doutorado). Fortaleza: Universidade Federal do Ceará.

COHEN, I. S. (2007). *Bombas sobre São Paulo: a revolução de 1924*. São Paulo: Editora Unesp.

COLE, R. (1999). *A vie musicale ao granbd théâtre de Genève*. Genève: Editions Université – Conservatoire de Musique.

CONDÉ, G. (2007). La critique musicale: mal nécessaire ou moindre mal? *Studies*, 406(6), p. 831-834.

CONE, E. T. (1981). The authority of music criticism. *Journal of the American Musicological Society*. 34(1), p. 1-18.

CONNER, T., & JONES, S. (2014). Art to commerce: the trajectory of popular music criticism. *IASPM@Journal*. 4(2), p. 7-17.

CORREIA, T. G. (1989). *Rock: nos passos da moda*. Campinas: Papirus.

CORVISIER, F. M. (2011). A trajetória musical de Antônio Leal de Sá Pereira. *Revista do Conservatório de Música da UFPel*. n. 4, p. 162-193.

COSTA, A. D. (2021). História do jornalismo paulista: o inventário de Affonso A. de Freitas nas comemorações do centenário da imprensa periódica de São Paulo e os jornais de língua estrangeira. *Revista Brasileira de História da Mídia*. 10(2), p. 251-267.

COSTA, T. C. (2014). *O escritor andarilho por entre montes, letras, vales e memórias: Alfredo Camarate e a construção de Belo Horizonte* (Dissertação de mestrado). Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais.

COUTINHO, A., & SOUSA, J. G. (2001). *Enciclopédia de Literatura Brasileira*. São Paulo: Global.

Da SILVA, A. (2008). *Expansão urbana e formação dos territórios de pobreza em Ribeirão Preto: os bairros surgidos a partir do núcleo colonial Antônio Prado (1887)* (Tese de doutorado). São Carlos: Universidade Federal de São Carlos.

DAPIEVE, A. (2015). *BRock: o rock brasileiro dos anos 80*. São Paulo: Editora 34.

- DE MAEYER, J., & LE CAM, F. (2015). The material traces of journalism: a social-historical approach to online journalism. *Digital Journalism*. 3(1), p. 85-100.
- DE MARCHI, L. (2011). *Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009: Desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e consequências para a diversidade cultural no mercado de música* (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- DEL BIANCO, N. (2004). A internet como fator de mudança o jornalismo. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 27(1).
- DEMERS, F. (2007). Desestruturação e reestruturação do jornalismo. *Tic&Société*. 1(1). <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.298>
- DEUZE, M. (2008). Understanding journalism as network: how it changes, and how it remains the same. *Westminster Papers in Communication and Culture*. 5(2), p. 4-23.
- DEUZE, M., & WITSCHGE, T. (2018). Beyond journalism: theorizing the transformation of journalism. *Journalism*. 19(2), p. 165-181, 2018. doi:10.1177/1464884916688550
- _____. (2020). *Beyond journalism*. Cambridge: Polity Press.
- DIAS, B. E., & GUSHIKEN, E. K. (2006). *M. A. Reichert*. Brasília: Editora UnB.
- DIAS, M. T. (2000). *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. Rio de Janeiro: Boitempo.
- DIMAS, A. (1977). Manuel Bandeira no Diário Nacional. *Anais do 18º Congresso Internacional de Literatura Ibero-Americana*. Rio de Janeiro: agosto de 1977, p. 25-36.
- DINIZ, A. (2006). *Almanaque do samba: a história do samba, o que ouvir, o que ler, onde curtir*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- DONSBACH, W. (2010). Journalists and their professional identities. In: ALLAN, S. (org.). *The Routledge companion to news and journalism*. New York: Routledge, p. 38-48.
- ESSER, F. (2013). The emerging paradigm of comparative communication enquiry: advancing cross-national research in times of globalization. *International Journal of Communication*, n. 7, p. 113-128.
- ESSER, F., & HANITZSCH, T. (2012). *The handbook of comparative communication research*. New York: Routledge.
- ESTADO de S. PAULO. (1904). Alfredo Camarate. *Estado de S. Paulo*. São Paulo, 28 de janeiro.
- ESTADO de S. PAULO. (1913). Guiomar Novaes e a crítica paulista. *Estado de S. Paulo*. São Paulo, 4 de outubro.
- ESTELLA, M. (2012). *Radio Fluminense FM: a porta de entrada para o rock brasileiro nos anos 1980*. Rio de Janeiro: Outras Letras Editora.
- FAGUNDES, L. P. (2019). Crítica musical em tempos de guerra: a atuação de Oscar Guanabara na imprensa carioca entre 1916 e 1919. *Anais do I Simpósio Internacional Música e crítica: lembrança aos 80 anos do falecimento de Oscar Guanabara*. Pelotas, 2019.
- FAOUR, R. (2002). *Revista do Rádio*. Rio de Janeiro: Arenas do Rio.
- _____. (2013). *Dolores Duran: a noite e as canções de uma mulher fascinante*. Rio de Janeiro: Record.
- _____. (2021). *Música popular brasileira sem preconceitos. Dos primórdios, em 1500, aos explosivos anos 1970. Vol.1*. Rio de Janeiro: Record.

- FARIAS, P. L. et al. (2018). Designing the early history of typography in Brazil, starting from printing in São Paulo. In: *Back to the Future. The Future in the Past*. Conference Proceedings Book. Barcelona: Universitat de Barcelona, p. 493-498.
- FARO, J.S. (2007). Dimensão e prática do jornalismo cultural. *Revista Fronteiras*. 11(11), p. 54-62.
- FERGUSON, R. (1976). *Editing the small magazine*. New York: Columbia University Press.
- FERREIA, C. (2016). *Comunicação e música*. Brasília: FAC Livros.
- FERRARO, A. R. (2002). Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos. *Educação & Sociedade*. 23(81).
- FERRARO, A. R., & KREIDLLOW, D. (2004). Analfabetismo no Brasil: configuração e gênese das desigualdades regionais. *Educação e Realidade*. 29(2), p. 179-200.
- FILHO, C. B., & SA MARTINO, L. M. (2003). *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus.
- FORASTIERI, A. (2014). *O dia em que o rock morreu*. Porto Alegre: Aquipélago Editorial.
- FORDE, E. (2001). *Music Journalists, Music Press Officers & the Consumer Music Press in the UK* (Tese de doutorado). Londres: University of Westminster.
- FRANÇA, M. S. (2021). *Juventude “transada”: moda como tecnologia de gênero na revista Pop (anos 1970)* (Tese de doutorado). Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná.
- FRANCISCO, S. (2012). *Da poeira à eletricidade*. Brasília: Instituto Terceiro Setor.
- FREIRE, G. A. (2017). A série de música popular da gravadora Festa: contradições em discursos e representações de “bom gosto”. *Anais do XXIX Simpósio Nacional de História*. Brasília: 24 a 28 de julho de 2017.
- FRIEDLANDER, P. (2010). *Rock and roll: uma história social*. São Paulo: Record.
- FRIEIRO, E. (1985). Alfredo Camarate e a nova capital mineira. *Revista do Arquivo Público Mineiro*. v. 36, p. 17-22.
- FRÓES, M. (2000). *Jovem Guarda: em ritmo de aventura*. São Paulo: Editora 34.
- FROTA, W. N. (2003). *Auxílio luxuoso: samba Símbolo nacional, geração Noel Rosa e indústria cultural*. São Paulo: Annablume.
- GADINI, S. L. (2004). *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro* (Tese de doutorado). São Leopoldo: Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Unisinos.
- _____. (2009). *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Paulus.
- GILIOLI, R. S. P. (2003). *“Civilizado” pela música: a pedagogia do canto orfeônico na escola paulista da primeira república (1910 – 1930)* (Dissertação de mestrado). São Paulo: Programa em Pós-Graduação em Educação da Universidade de São Paulo.
- GIRON, L. A. (2004). *Minoridade crítica: a ópera e o teatro nos folhetins da corte 1826-1861*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- GOES, Z. (2014). *MTV bota essa p#@% pra funcionar*. Porto Alegre: Panda Books.
- GONÇALVES, I. B. C. M. (2021). Luigi Maria Smido e a circulação mundial de músicos no Brasil no século XIX. *Anais do XXXI Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música*.
- GONÇALVES, M. G. (2012). *1922: a semana que não terminou*. São Paulo: Companhia das Letras.

- GOFFMAN, E. (2002). *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes.
- GOLDBERG, L. G. (2007). *Um garatuja entre wotan e o fauno: Alberto Nepumoceno e o modernismo musical no Brasil, vol. 1* (Tese de doutorado). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- GOMES, A. M. C. (2004). Os intelectuais cariocas, o modernismo e o nacionalismo: o caso de Festa. *Luso-Brazilian Review*, 41 (1), p. 80-106.
- GROPPO, L. A. (1996). *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). Campinas: Universidade Estadual de Campinas.
- GRUZYNSKI, A., & GOLIN, C. (2010). O projeto gráfico e a visibilidade da cultura no jornal Diário do Sul (1986-1988). *Anais do XIX Encontro da Compós*.
- GUARNIERI, M. L. (1999). Sérgio Milliet: um mediador cultural. *Todas as Letras*. n.1, p. 45-52.
- GYULA, S. (1910). *Vándortáska*. Budapeste.
- HAGAN, J. (2018). *Sticky fingers: the life and time of Jann Wenner and Rolling Stone Magazine*. New York: Vintange Books.
- HANITZSCH, T. et al. (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. New York: Columbia University Press.
- HEARSUM, P. (2013). Music Journalism. In: TURNER, B., & ORANGE, R. (eds). *Specialist journalism*. New York: Roundledge, p. 107-123.
- HELENA, L. (1994). A semana de 22, ontem e hoje. *Letras de Hoje*. 19 (3). p. 43-53..
- HENNION, A. (2015). *A passion for music: a sociology of mediation*. London: Routledge.
- HERSCHMANN, M. (2010). *Indústria da música em transição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- HESMONDHALGH, D. (2013). *Why music matters*. London: Wiley Blackwell.
- HILLEARY, M. (2020). *On the record: music journalists on their live, craft and careers*. Boston: University of Massachusetts Press.
- HOBBSAWN, E. J. (1989). *História social do jazz*. São Paulo, Paz e Terra.
- HOELZ, M. (2016). A liga de David: Mário e Ariel. *Anais do 40º Encontro Anual da Anpocs*. Caxambú, MG.
- HOLANDA, N. (1970). *Memórias do café Nice: subterrâneos da música popular e da vida boêmia do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Conquista.
- HOLMES, T. (2007). Mapping the magazine: an introduction. *Journalism Studies*. 8(4), p. 510-521.
- HÖLSGENS, S., WILDT S., & WITSCHGE T. (2020). Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies. *Journalism Studies*, 21 (7), p. 928-946. DOI: 10.1080/1461670X.2019.1703121
- HOYER, S.; LAUK, E.. (2003). The paradoxes of the journalistic profession: an historical perspective. *Nordicom Review*. n.2, p. 2-17.
- IKEDA, A. (1986). Chico Bororó: um erudito na música popular. *Estado de S. Paulo*. São Paulo, 9 de março.

- JACKE, C., JAMES, M., & MONTANO, E. (2014). Editorial introduction music journalism. *IASPM@Journal*. 4(2), p. 1 – 6.
- JARDIM, E. (2015). *Eu sou trezentos. Mário de Andrade: vida e obra*. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro.
- JENKINS, H. (2010). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- JONES, S. (2002). *Pop music and the press*. Philadelphia: Temple University Press.
- JORGE, T. M. (2013). *Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet*. Brasília: Editora UnB.
- JULIÃO, R. (2019). *Cazuza: segredos de liquidificador*. Rio de Janeiro: Batel.
- JUNIOR, L. C. M. (1992). *Proteu ou: a arte das transmutações (leituras, audições e visões da obra de Jorge Mautner)* (Dissertação de mestrado). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- KAMMER, A. (2013). The mediatization of journalism. *Medie Kultur*. n. 54, p. 141-158.
- KLEIN, B. (2005). Dancing About Architecture: Popular Music Criticism and the Negotiation of Authority. *Popular Communication*, 3 (1), p. 1-20, DOI: 10.1207/s15405710pc0301
- KOCKA, J. (2003). Comparison and beyond. *History & Theory*. 42 (1), p. 39-44.
- KOVACH, B., & ROSENSTIEL, T. (2014). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.
- KRAMP, L., & LOOSEN, W. (2018). The transformation of journalism: from changing newsroom cultures to a new communication orientation? In: HEPP, A. et al. (eds.), *Communicative Figurations, Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*. p. 205-238 https://doi.org/10.1007/978-3-319-65584-0_9
- KRAMP, L. (2015). The digitization of science. Remark on the academic practice. In: KRAMP, Leif et al. (eds.) *Journalism representation and the public Sphere*. Bremen: Edition Lumière.
- KRISTENSEN, N. N., & RIEGERT, K. (2017). Why cultural journalism in the Nordic countries? In: KRISTENSEN, N. N.; RIEGERT, K. (orgs). *Cultural journalism in the Nordic countries*. Goteborg: Nordicom.
- KUCINSKI, B. (2005). *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: Editora Unesp.
- LAMARÃO, L. Q. (2010). “Os malabarismos dialéticos dos arquitetos nos momentos emocionais”: a importância dos mediadores culturais na construção da MPB (1968-1982). *Anais do IX Congresso IASPM-AL*. Caracas: 2010, p. 99-105.
- _____. (2012). *A crista é a parte mais superficial da onda. Mediações culturais na MPB (1968-1982)* (Tese de doutorado em História). Niterói: Universidade Federal Fluminense.
- LE CAM, F., & DOMINGOS, D. (2015). The plurality of journalistic identities in local controversies. In: NIELSEN, R. K. (ed.). *Local journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media*. London: I.B. Tauris, p. 99-116.
- LE CAM, F., PEREIRA, F., & RUELLAN, D. (2015). Mudanças e permanências no jornalismo. In: MOURA, Dione; et. al (orgs). *Mudanças e permanências no jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- _____. (2019). Professional identity of journalists. In: VOS, T. P., & HANUSCH, F. (orgs). *The international encyclopedia of journalism studies*. John Wiley & Sons, Inc.
- LEE, R. (2016). *Uma autobiografia*. Rio de Janeiro: Globo Livros.

- LEE-WRIGHT, P., PHILLIPS, A., & WITSCHGE, T. (2012). Introduction. In: LEE-WRIGHT, P; PHILLIPS, A; WITSCHGE, T (eds.). *Changing journalism*. London: Roudledge.
- LEITE, E. (2011). *Antonietta, Guiomar e Magdalena: pianistas no Brasil*. São Paulo: Acquerello.
- LIMA, G. S. (2012). *Almirante, “a mais alta patente do rádio”, e a construção da história da música popular brasileira (1938-1958)* (Dissertação de mestrado). São Paulo: Departamento de História, Universidade de São Paulo.
- LIMA, L. O. (2020). *Anos de chumbo: a militância, a repressão e a cultura de um tempo que definiu o destino do Brasil*. São Paulo: Planeta do Brasil.
- LIMA, M. A. A. (2008). *O contrato de diversão do jornal impresso: cruzadas, horóscopo e quadrinhos* (Tese de doutorado). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais.
- LIRA, M. (1939). Folklore e outras coisas... *Fon-Fon*, edição nº 13, de 1º de Abril de 1939, p. 35.
_____. (1979). *Chiquinha Gonzaga*. Rio de Janeiro: Funarte.
- LOBÃO. (2017). *Guia politicamente incorreto dos anos 80 pelo rock*. Rio de Janeiro: Leya.
- LOBO, F. (1991). *À mesa do Vilariño*. Rio de Janeiro: Record.
- LOGULLO, E. (2014). *Aracy de Almeida: não tem tradução*. São Paulo: Veneta.
- LONG, P. (2012). *The history of the NME*. London: Portico Books.
- LÜSCHER, P. C. (2011). Alfredo Camatare: república, civilização e patrimônio – as crônicas jornalísticas de uma Belo Horizonte em Construção. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH*. São Paulo, julho de 2011.
- MACIEL, L. C. (1996). *Geração em transe: memórias do tempo do tropicalismo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- MARCHETTI, D. (2005). Sub-fields of specialized journalism. In: BERSON., & NEVEU, E. (eds). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, chapter 4.
- MARCONDES, P. (2001). *Uma história da propaganda brasileira*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- MARQUES, C. (2012). *Lá sou amigo do rei*. São Paulo: Geração Editorial.
- MARQUES, P. (2002). *Musicalidades na poesia de Manuel Bandeira* (Dissertação de mestrado). Campinas: Universidade Estadual de Campinas.
- MARTINS, A. L. (2008). *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempo de república, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: Fapesp.
- MARTINS, A. L., & LUCA, A. R. (2008). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Editora Contexto.
- MARTINS, J. E. (1995). *Henrique Oswald: um músico de saga romântica*. São Paulo: Edusp.
- MATOS, V. (2015). *O moto próprio tra le sollecitudini (1903) e suas repercussões na música coral sacra e religiosa brasileira* (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Pós-Graduação em Música, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.
- McMILLIAN, J. (2011). *Smoking typewriters*. New York: Oxford Press.
- McNAIR, B. (2006). What is journalism?. In: BURGH, Hugo de (org.) *Making journalists: diverse models, global issues*. London: Routledge, p. 25-43.

- MEDEIROS, A. R. (2004). A Revista Musical & de Bellas Artes (1879-1880) e o Panorama Musical do Rio de Janeiro no fim do século XIX. *Anais do XVI Encontro Regional de História da Anpuh-Rio*. s/p.
- MERHEB, R. (2012). *O som da revolução: uma história cultural do rock 1965-1969*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- MELNYK, L. (2019). Who killed classical music journalism criticism: social strategies of music journalism today. *Lietuvos Muzikologija*. T.20, p. 20-30.
- MELO, C. F. S. (2020). *Cantautoras: um ensaio sobre sete mulheres e sua importância na música popular brasileira* (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- MELO, I. A. (s/d). *Jornalismo cultural : pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura*. www.bocc.ubi.pt.
- MELLO, Z. H. (2003). *A era dos festivais: uma parábola*. São Paulo: Editora 34.
- _____. (2018). *Copacabana: a trajetória do samba-canção (1929-1958)*. São Paulo: Editora 34.
- MEMÓRIA GLOBO. (2004). *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- MENDONÇA, T. B. (2011). *Os retratáveis do samba e de Pêrsio de Moraes: análise de elementos ligados ao samba a partir das crônicas da Revista da Música Popular (1954-56)* (Monografia de TCC). Curitiba: Curso de História da Universidade Federal do Paraná.
- MEYER, P. (1989). *A ética no jornalismo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- MEYRER, M. R. (2007). *Representações do desenvolvimento nas fotorreportagens da revista O Cruzeiro (1955-1957)* (Tese de doutorado). Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- MIDANI, A. (2008). *Música, ídolos e poder*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- _____. (2015). *Do vinil ao download*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- MILLIET, Sérgio. (1982). Auto-retrato. *Travessia*. n.3 (3).
- MIRA, M. C. (2001). *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Fapesp.
- MONTEIRO, E. H. S. (2011). Por uma nova contextualização da obra de Henrique Oswald. *Opus*, 17 (2), p. 9-42.
- MORAES, J. G. V. (2000). *Metrópole em sinfonia: história, cultura e música popular na São Paulo dos anos 1930*. São Paulo: Estação Liberdade.
- _____. (2019). *Criar um mundo do nada: a invenção de uma historiografia da música popular no Brasil*. São Paulo: Etr[H]istória.
- _____. (2005). Histórias e historiadores da música popular urbana no Brasil. *Anais do VI Congresso IASPM-AL*.
- MORILA, A. P. (2010). Antes de começarem as aulas: polêmicas e discussões na criação do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo. *Per musi*. n. 21.
- _____. (2016). Métodos pioneiros de ensino musical no Brasil: críticas, lutas e rivalidades. *Per Musi*. n. 34, p. 1-34.
- MOTTA, N. (2000). *Noites Tropicais*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- MOUILLAUD, M., & PORTO, S. (2002). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora UnB.
- MOURA, D. O. et. al. (2018). As transformações do jornalismo segundo os pesquisadores brasileiros: 11 anos de Compós. *Revista Passagens*. 9 (1), p. 111-126.

- MOURA, M. I. G. L. (2004). *Cruzada ruralista: concepções, práticas e estratégias educacionais*. (Tese de doutorado). São Paulo: USP.
- MUGNAINI JR. A. (2014). *Breve história do rock brasileiro*. São Paulo: Editora Claridade.
- MURPHY, G. (2015). *Cowboys and indies: the epic history of record industry*. London: Serpent's Tail.
- MUSSA, A., & SIMAS, L. A. (2010). *Samba de enredo: história e arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- NAPOLITANO, M. (2007). *A síncope das ideias: a questão da tradição na música popular brasileira*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- _____. (2010). A música brasileira na década de 1950. *Revista USP*. n. 87, p. 57-73.
- _____. (2018). *Cultura brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. São Paulo: Contexto.
- NASCIMENTO, L. C. (2011). Um diploma em disputa: a obrigatoriedade do diploma em jornalismo no Brasil. *Sociedade e Cultura*. 14(1), p. 141-150.
- NEGREIROS, G. R. *Marcas da oralidade na poesia de Manuel Bandeira* (Tese de doutorado). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- NETO, L. (2017). *Uma história do samba: as origens*. São Paulo: Companhia das Letras.
- NOGUEIRA, I. (2008). Antônio Leal de Sá Pereira e seus artigos de Pelotas: antecipações da ideologia modernista de 1922. *Em Pauta*. 19 (32/33).
- NOGUEIRA, L. W. M. (2005). Música e política: o caso de Carlos Gomes. *Anais do 15º congresso ANPPON*, p. 243-249.
- NOGUEIRA, M. P. (2006). *Muito além do melodrama: os prelúdios e sinfonias das óperas de Carlos Gomes*. São Paulo: Editora Unesp.
- NUNES, P. (2004). *Popular music and the public sphere: the case of Portuguese music journalism* (Tese de doutorado). Stirling: University of Stirling.
- _____. (2010). Good Samaritans and Oblivious Cheerleaders: Ideologies of Portuguese Music Journalists towards Portuguese Music. *Popular Music*. 29 (1), p. 41-59.
- OLIVEIRA, C. F. S. (2011). *O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001)* (Tese de doutorado). Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- ÖRNEBRING, H. (2009). *The two professionalism of journalism: journalism and the changing context of work*. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/research/the-axessprogramme-oneuropean-journalism.html>.
- _____. (2010). Technology and journalism as a labor: historical perspectives. *Journalism*. 11(52).
- _____. (2012). Comparative journalism research – an overview. *Sociology Compass*. 6(10), p. 769-780.
- ORTRIWANO, G. S. (2003). Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. *Revista USP*. 56, p. 66-85.
- PADILHA, M. (2001). *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana da São Paulo dos anos 20*. São Paulo: Annablume.
- PAOLLILO, L. (2019). *Sérgio Milliet, sociólogo: entre observações e transições* (Dissertação de mestrado). Araraquara: Programa de Ciências Sociais Da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual de São Paulo.
- PARSONS, T. (2005). *Disparos do front da cultura pop*. São Paulo: Barracuda.

- PAVLIK, J. V. (2015). Transformation: examining implications of emerging technology for journalism, media and society. *Athens Journal of Mass Media and Communications*. 1(1), p. 9-24. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.1-1-1>
- PENA, F. (2005). *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto.
- PEREIRA, A. R. (2016). Cultura musical e a palavra impressa do Brasil oitocentista. *Anais do XVII Encontro de História da Anpuh-Rio*. UFRJ Campus Nova Iguaçu, 8 a 11 de agosto.
- PEREIRA, F. H. (2020). *As diferentes maneiras de ser jornalista*. Brasília: Editora UnB.
- PERETTI, B. W. (1998). *Jazz in American culture*. Chicago: American Ways Series.
- PETERS, C., & BROERSMA, M. (2017). *Rethinking journalism again: societal role and public relevance in a digital age*. Nova York: Routledge.
- PILAGALLO, O. (2012). *História da imprensa paulista: jornalismo e poder de D. Pedro I a Dilma*. São Paulo: Três Estrelas.
- PINHEIRO, V. C. (2018). A estreia literária de Sérgio Milliet: par le sentier. *Remate de Males*. 38(2), p. 990-1017.
- PIRES, M. (2017). The popular music press. In: DAUNCEY, H., & CANNON, S. *Popular music in France from chanson to techno*. London: Routledge.
- PIZA, D. (2007). *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto.
- PORTO, S. D. (2010). *Análise de discurso em massa folhada*. Brasília: Casa das Musas.
- POWERS, D. (2013). *Writing the record: The Village Voice and the birth of rock criticism*. Boston: University of Massachusetts Press.
- RANGEL, L. (2007). *Samba, jazz & outras notas*. Rio de Janeiro: Agir.
- _____. (2014). *Sambistas e chorões*. São Paulo: Instituto Moreira Salles.
- REYNOLDS, S. (2006). *Beijar o céu*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.
- RIBEIRO, J. H. (1998). *Jornalistas: 1937 a 1997*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.
- RIVERA, J. B. (2003). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- ROSS, A. (2021). A report on new music. In: BECKERMAN, M.; BOGHOSIAN, P. (orgs). *Classical music: contemporary perspectives and challenges*. Cambridge, UK: Open Book Publishers.
- RUELLAN, D. (2017). Um ser profissional ou como percebê-lo. *Brazilian Journalism Research*. 13(1), p. 6-19.
- RUSBRIDGER, A. (2018). *Breaking news: the remaking of journalism and why it matters now*. Edinburgh: Canongate Books.
- RUFINO, R. (2017). *Um "reserva do primeiro time": Sérgio Milliet e o modernismo* (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Instituto de História da Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- SANTANA, F. V. (2016). A pedagogia pianística de Antônio de Sá Pereira e a pertinência de sua adoção contemporânea para o ensino do piano. *Anais do SIMPOM: Música e Educação*.
- SANTANA, N. S. (2009). *O crítico e o trágico: a morte da arte moderna em Sérgio Milliet* (Tese de doutorado). São Paulo: Escola de Comunicação da Universidade de São Paulo.

- SAX, D. (2017). *A vingança dos analógicos: porque os objetos de verdade ainda são importantes*. Rio de Janeiro: Anfitatro.
- SBERNI JUNIOR, C. (2015). *Imprensa e música no Brasil: Rock, MPB e contracultura no periódico Rolling Stone (1972)* (Tese de doutorado). São Paulo: Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”.
- SCALZO, M. (2008). *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto.
- SCHWAB, K. (2018). *A quarta revolução industrial*. São Paulo: Edipro.
- SCHWARCZ, L. M., & STARLING, H. M. (2015). *Brasil: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- SCHUDSON, M. (2010). *Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes.
- _____. (2018). *Why journalism still matters*. Medford: Polity Press.
- SEGANTINI, V. S. (2010). *Fundando sensibilidades, educando os sentidos dos sujeitos na cidade (Belo Horizonte, uma capital nos anos 1900)* (Dissertação de mestrado). Belo Horizonte: Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais.
- SÉRGIO, R. (1999). *Dupla exposição: Stanislaw Sérgio Ponte Porto Preta*. Rio de Janeiro: Ediouro.
- SEVERIANO, J. (2009). *Uma história da música popular brasileira: das origens a modernidade*. São Paulo: Editora 34.
- SHUKER, R. (2001). *Understanding popular music*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- SILVA, A. C. S. (2016). *Jorge Mautner e seus múltiplos na escrita autobiográfica*. Doutorado em Literatura e Cultura. Salvador: Universidade Federal da Bahia.
- SILVA, F. M., & COUTINHO, R. C. (2012). *Raízes histórias da propaganda no Brasil e no mundo*. Portugal: Biblioteca online das Ciências da Comunicação da Universidade Beira Interior.
- SILVA, J. L. (2008). *O heavy metal na revista Rock Brigade : aproximações entre jornalismo musical e identidade juvenil* (Dissertação de mestrado). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- SILVA, M. V. (2014). *Masculino, o gênero do jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular.
- SILVA, R. A. (2019). *Catálogo dos impressos musicais do acervo Balthasar de Freitas* (Dissertação de mestrado). Goiânia: Universidade Federal de Goiás.
- SILVA, R. J. B. (2012). *Mudanças culturais, identidade nacional e samba na Revista da Música Popular* (Dissertação de mestrado). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- SODRÉ, M. (2012). *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2012.
- SOUSA, J. P. (2006). *Elementos de teoria da pesquisa da comunicação e dos media*. Porto: www.bocc.ubi.pt.
- SOUZA, A. M. A. (1995). *Cultura rock e arte de massa*. Rio de Janeiro: Diadorim.
- SOUZA, R. C. (2014). Dimensions of variation in Time magazine. In: SARDINHA, T. B.; PINTO, M. V. *Multi-dimensional analysis, 25 years on: a tribute to Douglas Biber*. Amsterdam: John Benjamins P C, p. 177-195.

- SOUZA, S. C. M. (2013). “Música de todo peço, música barata e música de alto coturno”: história, política e partituras musicais no Rio de Janeiro na segunda metade do século XIX. *Revista de História*. n. 28, p. 177-193.
- SOUZA, T. (2006). Revista da Música Popular: a bossa nova da imprensa nacional. In: *REVISTA DA MÚSICA POPULAR*. Rio de Janeiro: Funarte, p. 16-22.
- _____. (2009). *O som do Pasquim*. Rio de Janeiro: Desiderata.
- STORCH, L. (2013). Revista e leitura: sujeitos de interação. In: TAVARES, F.M.; SCHWAAB, R (Orgs). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso.
- STRABAN, L. (2011). Sources of arts journalism. In: FRANKLIN, B.; CALSON, M. (eds). *Journalism, sources and credibility: new perspectives*. New York: Roudledge, p. 127-136.
- SZÁNTÓ, A. (2007). Um quadro ambíguo. In: LINDOSO, F. (org). *Rumos [do] jornalismo cultural*. São Paulo: Summos, Itaú Cultural.
- SZÁNTÓ, A., LEVY, D. S., & TYNDALL, A. (2004). Arts coverage in a new country. In: SZÁNTÓ, A., LEVY, D. S., & TYNDALL, A. (eds.) *Reporting the arts II: news coverage of arts and culture in America*. New York: Columbia University.
- TAVARES, F. M. B. (2013). Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: TAVARES, F. M.; SCHWAAB, R. *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso.
- TEIXEIRA, M. C. (2003). O avesso do folclore: musicalidade urbana e pensamento musical nos anos 20. *Teresa*. 1 (4-5), p. 271-282, 2003. <https://www.revistas.usp.br/teresa/article/view/116386>.
- TÉRCIO, J. (2019). *Em busca da alma brasileira: a biografia de Mário de Andrade*. Rio de Janeiro: Estação Brasil.
- THOMPSON, J. B. (2013). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- TINHORÃO, J. R. (1998). *História social da música popular brasileira*. São Paulo: Editora 34.
- _____. (2012). *Música popular: um tema em debate*. São Paulo: Editora 34.
- _____. (2013). *Pequena história da música popular segundo seus gêneros*. São Paulo: Editora 34.
- _____. (2014). *Música popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Editora 34.
- _____. (2017). *Música e cultura popular: vários escritos sobre um tema em comum*. São Paulo: Editora 34.
- TOLEDO, R. P. (2012). *A capital da solidão: uma história de São Paulo das origens a 1900*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- _____. (2015). *A capital da vertigem: uma história de São Paulo de 1900 a 1954*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- TONI, F. C. (2004). *A música popular brasileira na vitrola de Mário de Andrade*. São Paulo: Editora Senac.
- _____. (2015). A primeira fase de *Ariel*: uma revista de música. *Revista Música Hodie*. 15 (1).
- TORRES SILVA, M. (2014). Jornalismo musical: estratégias enunciativas e retóricas. Contributos para uma análise discursiva. *Revista Comunicação Midiática*. 9 (1), p. 12-35.
- TRAQUINA, N. (2005). *Teorias do jornalismo vol.1: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular.
- TRENTO, A. (1989). *Do outro lado do Atlântico: um século de imigração italiana no Brasil*. São Paulo: Nobel.
- TUMA, S. (2008). *O nacional e o popular na obra de Alexandre Levy: bases de um projeto de modernidade* (Dissertação de mestrado). Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

- VAN DALEN, A. (2020). Journalism, trust, and credibility. In: WAHL-JORGESEN, K., & HANITZSCH, T. (eds.). *The Handbook of Journalism Studies*. p. 356-371. <https://doi.org/10.4324/9781315167497-23>
- VAN DIJK, T. A. (2017). *Discurso e contexto: uma abordagem sócio cognitiva*. São Paulo: Contexto.
- VALENÇA, S. S. (1990). Aspectos da MPB no século XIX. *Revista USP*. Dez/jan e fev, p. 3-12.
- VALENZUELA, S. T. (2019). *Imagens da hotelaria na cidade de São Paulo: panorama dos estabelecimentos até os anos 1980*. São Paulo: Editora Senac.
- VARRIALE, S. (2015). "Cultura di classe in pillole": il folk revival e le pratiche del giornalismo musicale italiano (1973-1977). in FABBRI F., PLASTINO, G. (eds). *Il folk revival in Italia*. Milano: Forthcoming.
- VAZ FILHO, P. S. (2009). *A história do rádio brasileiro na perspectiva dos jornais e revistas do século XX* (Dissertação de mestrado). São Paulo: Faculdade Cásper Libero.
- VEYNE, P. (2014). *Como se escreve a história e Foucault revoluciona a história*. Brasília: Editora UnB.
- VICENTE, E.; DE MARCHI, L. (2014). Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010: uma contribuição desde a Comunicação Social. *Música Popular em Revista*. ano 3, v. 1, p. 7-36.
- _____. (2020). De música popular à MPB: um século de música e disco no Brasil. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 26(1), p. 377-388.
- VIEIRA, G. (1991). *Complexo de Clark Kent: são super-homens os jornalistas?*. São Paulo: Summos Editorial.
- VIEIRA, K. M., & RAVAZZELO, A. (2017). Novos negócios em jornalismo: um cenário de possibilidades. *Verso e Reverso*. 31(77), p. 161-171.
- VIEIRA, L. (2021). Entrevista: Joel Macedo entre a literatura psicodélica e a primeira Rolling Stone brasileira. *Disconversa: o seu portal em 33 rpm*. <https://disconversa.com/entrevistas/entrevista-joel-maedo-entre-a-literatura-psicodelica-e-a-primeira-rolling-stone-brasileira/>.
- VIGOUR, C. (2011). Comparison: a foundational approach in the social sciences. In: QUÉDRAOGO, J. B; CARDOSO, C. (orgs). *Readings in methodology: African perspectives*. African Books Collective, p. 215-246.
- WASSERMAN, M. C. (2002). *Abre a cortina do passado. A Revista da Música Popular e o pensamento folclorista (Rio de Janeiro: 1954-1956)* (Dissertação de mestrado). Curitiba: Universidade Federal do Paraná.
- WEITZ, S. B. (2016). *Le Pianiste: parisian music journalism and the politics of the piano, 1833-35* (Tese de doutorado). New York: City University of New York.
- WELBURN, R. (1983). *American jazz criticism 1914-1940* (Tese de doutorado). Nova York: Universidade de Nova York.
- _____. (1997). Jazz magazines of the 1930s: an overview of their provocative journalism. *American Music*. 5 (3), p. 255-270.
- WELTMAN, W. L. (2008). A educação do Jeca: ciência, divulgação científica e agropecuária na Revista Chácaras e Quintais (1909-1948) (Tese de doutorado). Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz.
- WILKE, J. (2013). Journalism. *European History Online*. Mainz: Leibniz Institute of European History (IEG). <http://www.ieg-ego.eu/wilke-2013b-en>.
- WITT, S. (2015). *Como a música ficou grátis*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- WOOLFE, Z., & ROSS, A. (2021). The evolving role of music journalism. In: BECKERMAN, M.; BOGHOSIAN, P. (orgs). *Classical music: contemporary perspectives and challengers*. Cambridge, UK: Open Book Publishers.

ZELIZER, B. (2010). Journalists as interpretative communities, revisited. In: ALLAN, Stuart (org.). *The Routledge companion to news and journalism*. New York: Routledge, p. 181-190.

ZELIZER, B., BOCZKOWSKI, P. J., & ANDERSON, C. W. (2022). *The journalism manifesto*. Cambridge: Polity Press.

Referências das revistas analisadas

A MÚSICA PARA TODOS. (1896/1899). *Coleção encadernada ed. 11 - 69*. São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo.

ARIEL. (1923/1924). *Coleção encadernada ed. 1 - 13*. São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo.

BIZZ. (1985/2001). *As páginas que fizeram a história do rock e do pop para sempre em seu computador ed. 1 - 192*. CD-ROM. São Paulo: Editora Abril.

REVISTA DA MÚSICA POPULAR. 1ª ed. (2006). Rio de Janeiro: Funarte.

ROLLING STONE. (1971/1973). *Hemeroteca digital da Rolling Stone Brasil ed. 0 - 36*. <https://www.pedrarolante.com.br/>

Referências dos produtores de conteúdos analisados

ANDRADE, M. (1923). Coros ucranianos. *Ariel*, nº 1, outubro de 1923, p. 26.

_____. (1923b). A Vingança de Scarlatti Andrade in *Ariel*, nº 3, dezembro de 1923, p. 93.

_____. (1924). Tupinambá. *Ariel*, nº 5, fevereiro de 1924, p. 180.

_____. (1924b). Chronicas do bemol. *Ariel*, nº 13, outubro de 1924, p. 494-495.

AMIDEI, A. B. (1896). Henrique Oswald. *A Música Para Todos*, nº11, 15 de agosto de 1896, s/p.

_____. (1896b). Carlos Gomes. *A Música Para Todos*, nº14, outubro de 1896, s/p.

_____. (1897). Giorgio Polaco. *A Música Para Todos*, nº 17-18, janeiro de 1897, p. 146.

_____. (1897b). Alexandre Levy. *A Música Para Todos*, nº19, janeiro de 1897, s/p.

BAHIANA, A. M. (1987). David Bowie: a sagração da primavera. *Bizz*, nº 22, maio de 1987, p. 32.

_____. (1987b). João Bosco: o mestre se reinventa. *Bizz*, nº 22, maio de 1987, p. 45.

_____. (1988). Tina Turner: o fim da estrada. *Bizz*, nº 30, janeiro de 1988, p. 41.

_____. (1989). Ziggy Marley e Melody Makers. *Bizz*, nº 42, janeiro de 1989, p. 21.

BANDEIRA, M. (1924). Crônicas do Rio. *Ariel*, nº 10, julho de 1924, p. 356.

_____. (1924b). Cartas do Rio. *Ariel*, nº 12, setembro de 1924, p. 433.

_____. (1924c). Literatura de violão. *Ariel*, nº 13, julho de 1924, p. 463.

CAMARATE, A. (1898). A música em S. Paulo. *Música Para Todos*, nº 44, junho de 1898, p.379.

_____. (1898b). Temporada lyrica. *Música Para Todos*, nº 53, outubro de 1898, p. 452.

_____. (1899). Músicos amadores. *A Música Para Todos*, nº 66, maio de 1899, p. 554-555.

_____. (1899b). Músicos amadores p. 2. *A Música Para Todos*, nº 67, maio de 1899, p. 563.

_____. (1899c). Dura lição. *A Música Para Todos*, nº 68, junho de 1899, p. 570.

CHIAFFARELLI, L. (1897). Concertos históricos. *A Música Para Todos*, nº 27, junho de 1897, p. 220.

_____. (1897b). Concertos históricos. *A Música Para Todos*, nº 30-31, agosto de 1897 p. 250.

_____. (1898). Concertos históricos. *A Música Para Todos*, nº 47, julho de 1898, p. 403.

_____. (1899). Henrique Oswald. *A Música Para Todos*, nº 69, junho de 1899, p. 579.

FORASTIERI, A. (1990). Brick by brick. *Bizz*, nº 64, novembro de 1990, p. 77.

_____. (1991). Tapas & beijos. *Bizz*, nº 72, julho de 1991, p. 17.

- _____. (1991b). Gente fina. *Bizz*, nº 76, novembro de 1991, p. 46.
- _____. (1992). Spinal tap. *Bizz*, nº 76, novembro de 1992, p. 13.
- _____. (1993). O fim e a volta do Factory. *Bizz*, nº 92, março de 1993, p. 13.
- HOLANDA, N. (2006). Rádio em 30 dias. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 50.
- _____. (2006b). Rádio em 30 dias. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 157.
- _____. (2006c). Rádio em 30 dias. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 651.
- _____. (2006d). A viagem da folclorista. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 744.
- LIRA, M. (2006). Nossos primeiros trovadores. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 192.
- _____. (2006b). Ritmos carnavalescos. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 256.
- LOBO, F. (2006). Música dentro da noite. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p.42.
- _____. (2006b). ABC da noite. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 302.
- _____. (2006c). Carnaval sem crítica. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 629.
- MACEDO, J. (1972). Na estrada. *Rolling Stone*, 30 de maio de 1972, p. 21.
- _____. (1972b). Na estrada. *Rolling Stone*, 27 de junho de 1972, p. 6.
- _____. (1972c). Na estrada. *Rolling Stone*, 22 de agosto de 1972, p. 17.
- MARQUES, C. (1972). Antipsiquiatria e repressão. *Rolling Stone*, 4 de Abril de 1972, p. 22.
- _____. (1972b). Nelson Duarte. *Rolling Stone*, 18 de Abril de 1972, p. 9.
- _____. (1972c). A despedida de Gilberto Gil. *Rolling Stone*, 22 de agosto de 1972, p. 14.
- _____. (1972d). As drogas e o direito. *Rolling Stone*, 24 de outubro de 1972, p. 17.
- _____. (1972e). Rolling Stone em São Paulo. *Rolling Stone*, 28 de novembro de 1972, p. 19.
- MAUTNER, J. (1972). Cabelo. *Rolling Stone*, 1 de fevereiro de 1972, p. 10.
- _____. (1972b). Caretano. *Rolling Stone*, 2 de maio de 1972, p. 11.
- _____. (1972c). A negritude das américas. *Rolling Stone*, 31 de outubro de 1972, p. 17.
- _____. (1972d). Luiz Melodia. *Rolling Stone*, 5 de dezembro de 1972, p. 16.
- MILLIET, S. (1923). Cartas de Paris. *Ariel*, nº 1, outubro de 1923, p. 15.
- _____. (1923b). Cartas de Paris. *Ariel*, nº 2, novembro de 1923, p. 52.
- _____. (1924). Cartas de Paris. *Ariel*, nº 6, março de 1924, p. 215.
- NEVES, E. (1972). Toque. *Rolling Stone*, 21 de março de 1972, p. 4.
- _____. (1972b). Toque. *Rolling Stone*, 13 de junho de 1972, p. 4.
- _____. (1972c). Toque. *Rolling Stone*, 19 de setembro de 1972, p. 2.
- OTERO, F. (1897). O piano. *A Música Para Todos*, nº17-18, janeiro de 1897, p. 148.
- _____. (1897b). O piano. *A Música Para Todos*, nº 23, Abril de 1897, p. 192.
- _____. (1897c). Concertos históricos do professor Luigi Chiaffarelli. *A Música Para Todos*, nº 28, junho de 1897, p. 235.
- _____. (1897d). Concerto Tavares. *A Música Para Todos*, nº 34, outubro de 1897, p. 277.
- _____. (1898). Concerto Romeu Dionesi. *A Música Para Todos*, nº 37, janeiro de 1898, p. 308.
- RANGEL, L. (2006). Araci de Almeida. *Revista Da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte 2006, p. 40.
- _____. (2006b). Disco do mês. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 141.
- _____. (2006). Disco do mês. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 197.
- _____. (2006d). Disco do mês. *Revista da Música Popular*, 1ª ed. Rio de Janeiro: Funarte, p. 248.
- RONDEAU, J. E. (1990). Black metal. *Bizz*, nº 64, novembro de 1990, p. 39.
- _____. (1992). Fé no futuro. *Bizz*, nº 82, maio de 1992, p. 22.
- _____. (1993). Vida própria. *Bizz*, nº 92 de março de 1993, p. 32.
- _____. (1995). *Enfant Terrible*. *Bizz*, nº 116, março de 1995, p. 45.
- SÁ PEREIRA, A. (1923). Chimera. *Ariel*, nº 1, outubro de 1923, p. 22.

- _____. (1924). Programas... *Ariel*, nº 3, dezembro de 1924, p. 108.
- _____. (1924b). Seção Didáctica: Técnica Racional do Piano. *Ariel*, nº 5, fevereiro de 1924, p. 192.
- _____. (1924c). Ferruccio Bussoni. *Ariel*, nº 11, agosto de 1924, p. 387.

- SO, P. (1997). Legião sempre. *Showbizz*, nº 144, julho de 1997, p. 26.
- _____. (1997b). O elo perdido. *Showbizz*, nº 147, outubro de 1997, p. 59.
- _____. (1998). Samba pra burro. *Showbizz*, nº 159, outubro de 1998, p. 59.
- _____. (1999). Ataque do contra. *Showbizz*, nº 165, Abril de 1999, p. 42.
- _____. (1999b). Selo de garantia. *Showbizz*, nº 172, novembro de 1999, p. 67.