

Autonomia e heteronomia do rock brasileiro: juventude, música e estilo de vida na década de 1980

Marcelo Garson ¹
Lucas Souza ²

Resumo

Durante a década de 1980, o rock nacional firma-se como o estilo de maior sucesso no mercado brasileiro de música. Pela ação de uma nova leva de críticos musicais conquista, também, legitimidade cultural. Ao longo do processo, constrói uma certa imagem de juventude que se torna uma de suas marcas principais. O objetivo deste artigo é detalhar as estratégias e percalços que explicam o êxito do gênero em sua busca por mercado e prestígio, bem como as razões que fizeram da juventude uma categoria central para pensar esse processo.

Palavras chave: música popular, rock brasileiro, anos 80, juventude.

Autonomy and Heteronomy of Brazilian rock: youth, music and lifestyle in the 80's

Abstract

During the 1980s, brazilian rock establishes itself as the most successful style in the musical industry. Due to the arrival of a group of musical journalists it gathers legitimacy. In the meantime, it constructs a certain image of youth that became one of its main signs. The purpose of this article is to detail the strategies and obstacles that explain the success of brazilian rock in its search for market and prestige, as well as the reasons that made youth a central category to think about this process.

Keywords: popular music, brazilian rock, 80's, youth

Keywords: popular music, Brazilian rock, 80's, youth.

1 Doutor em Sociologia pela USP e professor visitante da Universidade Estadual do Ceará (UEC).

2 Doutor em Sociologia pela USP e professor de sociologia da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira (Unilab).

Introdução

A música popular brasileira nos anos de 1980 já despertou o interesse de uma série de pesquisadores. Seja por meio de trabalhos acadêmicos³ que se debruçaram sobre esses dez anos, seja em reconhecidas obras de jornalistas⁴ que analisaram as produções culturais nessa década, existe uma bibliografia considerável sobre música nesse período. Sobre esses trabalhos, paira certo consenso: a trilogia “juventude/ rock/ indústria fonográfica”.

A produção musical na década de 1980 é entendida como a época da consolidação definitiva do rock brasileiro, a ascensão de uma produção cultural marcadamente juvenil (tanto no universo dos produtores quanto no dos consumidores) e um momento de resposta da indústria fonográfica às crises que assolavam o mercado de discos.

Isso não quer dizer que o rock inexistisse no cenário musical brasileiro até então. O primeiro compacto de rock lançado no Brasil, *Ronda das Horas*, é de 1955. No final da década, já tínhamos nossos primeiros astros do gênero, Celly Campelo e Sérgio Murilo, cantando em português. Nos anos 1960, tivemos tanto o rock instrumental de bandas como The Jet Blacks quanto o sucesso estrondoso, porém efêmero, dos artistas da Jovem Guarda, seguidos pelos Os Mutantes, cuja orientação psicodélica se faria sentir em bandas como Secos e Molhados, na década seguinte. Os anos 1970 também conheceram o rock progressivo d'A Casa das Máquinas e A Bolha. No entanto, é difícil enxergar nessas produções a constituição de um sistema: cada uma dessas iniciativas apontou para nichos de mercado distintos e a maneira como se remeteram à

produção de seus antecessores é bastante rarefeita ou quase inexistente. Mais importante ainda, a maneira como constituem agentes e instituições especializadas é extremamente incipiente. Não há um elo de continuidade necessário à constituição de um universo musical estruturado. Assim, apesar de compartilharem o rótulo “rock”, essas expressões distinguem-se umas das outras e também do que viria a surgir nos anos 1980.

Nessa época, o rock nacional firma-se como o estilo de maior sucesso no mercado brasileiro de música. Pela ação de uma nova leva de críticos musicais conquista, também, legitimidade cultural. Ao longo do processo, constrói uma certa imagem de juventude que se torna uma de suas marcas principais. O objetivo deste artigo é detalhar as estratégias e percalços que explicam o êxito do gênero em sua busca por mercado e prestígio, bem como as razões que fizeram da juventude uma categoria central para pensar esse processo.

O rock dos anos 80 e suas singularidades

A associação entre música e juventude é um elemento marcante nas investigações sobre os anos 80, tornando-se ainda mais claro no trabalho de Helena Abramo (1994). Segundo a autora, nessa década a juventude tomou embalo no espantoso crescimento econômico dos anos passados ao ingressar maciçamente no mercado de trabalho. Os dados apresentados por ela mostram como houve um sensível rejuvenescimento da PEA (população economicamente ativa) urbana desde meados da década anterior. “Enquanto a taxa de crescimento geral da população no mercado de trabalho foi de 85%, a dos adolescentes (entre 15 e 19 anos) foi de 91,5%” (...). Em 1980, os

3 Ver: *De Lugar nenhum a bora bora: identidades e fronteiras simbólicas nas narrativas do Rock brasileiros dos anos 80*, de Júlio Naves Ribeiro (Mestrado em Sociologia, 2005), *Os filhos da revolução: A juventude urbana e o rock brasileiro dos anos 1980*, de Aline do Carmo Rochedo (Mestrado em História, 2011), *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*, de Luis Antônio Groppo (Mestrado em Sociologia, 1996), *Grupos Juvenis nos anos 80 em São Paulo: um estilo de atuação social*, de Helena Abramo (Mestrado em Sociologia, 1992) e *Rock and Roll é o nosso Trabalho: A Legião Urbana do Underground ao Mainstream*, de Érica Magi (Mestrado em Sociologia, 2011).

4 Ver: *Brock: o rock brasileiro dos anos 80*, de Arthur Dapieve (1995), *Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80*, de Ricardo Alexandre (2013), *Quem tem um sonho não dança: cultura jovem brasileira nos anos 80*, de Guilherme Bryan (2004), *Uma década de rock brasileiro* de Oswaldo Vilella (2004) e *ABZ do Rock Brasileiro* de Marcelo Dolabela (1987).

dados do Censo indicavam que mais de 70% dos jovens entre 14 e 24 anos estavam ocupados na zona urbana do país” (ABRAMO, 1994, p. 57-58). Disso resulta um efeito duplo e sumamente importante para a efetiva ascensão desse segmento juvenil na produção cultural dos anos 80. O primeiro se relaciona à possibilidade financeira de “consumo de bens pessoalmente valorizados” pela juventude brasileira, e o segundo, sua crescente “autonomia em relação à família, tanto no sentido de maior independência e liberdade de ação (...), pois o trabalho confere maturidade e respeito no interior da família” (Idem, p. 60).

Segundo Abramo, havia um contingente de consumidores jovens entre os setores populares que, mesmo limitados a um relativamente baixo poder aquisitivo, ansiavam por certos produtos e serviços específicos. Bens de consumo direcionados a esse público, principalmente relacionados a roupas e diversão, foram surgindo, aos poucos, no transcorrer dos anos 70. “Nesses anos, desenvolveram-se numerosos espaços voltados para a diversão juvenil, como imensos salões de dança nos bairros de periferia, as danceterias (...), as lojas de diversões eletrônicas, as pistas de patinação, as lanchonetes, etc” (Abramo, 1994, p. 60). O rock, portanto, faz parte de um mercado de consumo que floresce nessa década, ligado à noção de um estilo de vida jovem que se tornou o carro chefe da indústria do entretenimento.

Mas, apenas a ascensão econômica não explica a forma como a juventude fez da música um nicho de mercado privilegiado que rapidamente atingiu proporções nacionais. A chegada do *punk* nos ajuda a compreender melhor o que estava em jogo.

O *punk* no Brasil

A chegada do *punk* ao Brasil se deu pouco tempo depois de sua explosão internacional, entre 1977 e 1978. Aqui, encontrou a receptividade de um segmento social que, guardadas as devidas proporções, vivia uma situação semelhante àquela dos jovens proletários ingleses, que fermentaram a cena *punk*. Alguns trabalhos sobre

o surgimento do *punk* no Brasil (ABRAMO, 1994; BIVAR, 1982) mostram que sua entrada inicial se deu, principalmente, entre jovens da periferia de São Paulo, filhos de proletários suburbanos e famílias de baixa renda. Um segmento social que vinha sofrendo as agruras de um “milagre econômico” já sem o fôlego e a força dos anos anteriores. Eram exatamente esses jovens de periferia, recém-inseridos no mercado, e suas famílias de proletários, aqueles que mais padeciam com a crise econômica que assolava o Brasil no início dos anos 80. A inflação já batia a casa dos 100% ao ano, o desemprego, em 1982, atingia cerca de seis milhões de pessoas e jogava mais sete milhões para o subemprego. O perfil do grupo era o de “garotos que, de uma hora para outra, perderam o acesso à diversão e ao consumo. Jovens que buscavam informações e que se sentiam excluídos, marginalizados e muito, muito raivosos” (ALEXANDRE, 2013, p. 59). A situação é análoga àquela vivida pelos jovens ingleses, devastados por uma onda de desemprego e crise econômica (GUERRA, 2010). Um clima de desesperança e revolta realmente assolava os jovens londrinos e paulistanos.

As primeiras informações sobre o movimento *punk* começaram a aportar no Brasil no fim dos anos 70, através das revistas Pop, Manchete e Veja. As reportagens chamavam atenção para o caráter de contestação que vinha se espalhando pela Europa, seu cunho de protesto empreendido por jovens pobres e marginalizados, e o uso frequente de imagens de podridão e violência. Mesmo assim, não houve nenhum grande projeto de exploração do *punk*, tanto em jornais ou revistas, como em empreendimentos discográficos, até o início dos anos 80. A confecção daquela cena *punk* paulistana se dava às margens da grande indústria, atrelando-se a um mercado de nicho. A formação de bandas, shows e fanzines confeccionados e distribuídos pelos próprios atores obedecia a um esquema ainda não institucionalizado.

Mas isso não impediu que o *punk* se alastrasse entre a juventude suburbana de São Paulo. Bivar (1982) diz que, naquele início de década, falavam-se em torno de 15 mil jovens

desfilando uma série de códigos de vestuário, conduta e comportamento que expressavam a pertença a um grupo muito específico, o *punk* rock brasileiro.

Internacionalmente, o *punk* se proliferou através de gravadoras independentes, que buscavam esquemas de produção alternativos à grande indústria. No Brasil, esse tipo de gravadora somente começou a surgir no início dos anos de 1980. Segundo José Adriano Fenerick (2004, p. 166), os selos independentes acabaram buscando alternativas diferenciadas em relação às *majors*, que “cada vez mais se fundiam em gigantescos conglomerados empresariais”. O principal selo independente brasileiro da época, e o que mais abrigou as bandas do *punk* paulistano, foi o Baratos Afins, fundado em 1978, por Luiz Carlos Calanca. A gravadora teve um papel seminal nessa cena *punk* underground de São Paulo ao lançar os principais trabalhos das bandas de rock: Fellini, Kafka, Vultos, Akira S., Garotas Que Erraram, Voluntários da Pátria, Gueto, Smack e Mercenárias.

Mas, não foram pelas vozes dessas bandas de periferia que o rock, inicialmente, ganhou o Brasil. O impulso inaugural do rock nacional se deu por influências e tendências do pós-*punk*.

New-wave e pós-punk

New wave é um termo “guarda-chuva” cunhado para designar algumas tendências musicais que se seguiram ao *punk*, após 1978. Neste período, abriram-se espaços para músicas menos agressivas, de conteúdo mais ameno e adocicado, com uma veia mais alegre, divertida e colorida. Nessa onda considerada mais singela e inocente, os teclados e sintetizadores – então completamente desprezados pelos antecessores *punks* – foram mais uma vez resgatados. As roupas também mudaram bastante. Ao invés do estilo agressivo e chamativo dos *punks*, a chamada *new wave* prezava por roupas mais leves e coloridas, bem menos enérgicas e contestadoras.

A *new wave* encontrou ótima guarida no clima ensolarado do Rio de Janeiro, ao formar uma série de bandas e seduzir um considerável público jovem. Na capital carioca, uma sonoridade rock de cunho bem mais ameno e adocicado àquela produzida pelas bandas *punks* paulistanas foi, aos poucos, ganhando os meios de comunicação. Músicas que dialogavam com um estilo de vida jovem de classe média obtiveram um grande sucesso de público, fundamental para o arranque inicial do rock brasileiro.

Depois de conhecer de perto o movimento *new wave*, o jornalista Júlio Barroso inscreveu seu conjunto Gang 90 & As Absurdettes no festival MPB Shell, promovido pela Rede Globo em 1981. A canção concorrente, *Perdidos na Selva*, mal chegou às finais, mas em pouco tempo, seus versos “Eu e minha gata rolando na relva/ Rolava de tudo/ Covil de piratas pirados/ Perdidos na selva” eram ouvidos nas rádios de todo país. Era um sucesso radiofônico que antecipava o que “viria a ser a primeira tendência do rock brasileiro dos anos 80: bom-humor, romantismo, corinhos femininos e apresentações teatralizadas” (VILELLA, 2004, p. 17).

Mas o estímulo maior para o rock viria no ano seguinte. Um conjunto formado por componentes do grupo teatral carioca Asdrúbal Trouxe o Trombone conseguiu furar o bloqueio inicial anti-roqueiro, até então existente entre as companhias de discos, e gravar um compacto pela EMI-Odeon (DAPIEVE, 1995). Era o grupo Blitz, liderado por Evandro Mesquita. “Você não soube me amar”, música de trabalho do conjunto, tinha “uma letra muita mais falada que cantada” e “apresentava ainda uma outra característica até então menosprezada pela mídia: linguagem essencialmente urbana e coloquial” (DAPIEVE, 1995:52). Em pouco tempo, o então desacreditado compacto chegava à marca 100 mil cópias vendidas e o conjunto já renegociava seu contrato junto à EMI-Odeon para o lançamento de um LP⁵.

5 Sobre a trajetória do conjunto Blitz ver: Rodrigo Rodrigues (2009).

Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília

A procura por uma sonoridade que traduzisse uma certa ideia de juventude parecia, realmente, uma tendência naquele início de década. E não era apenas o reconhecimento comercial da Blitz que prenunciava isso. O sucesso de bilheteria do filme *O Menino do Rio*, também abria portas para a entrada definitiva do segmento jovem no *mainstream* da indústria fonográfica. Ao contar o drama de Pepeu (personagem interpretado por Ricardo Graça Mello), um adolescente órfão que abandonara Santa Catarina para tentar a vida como surfista no Rio de Janeiro, o filme constrói a juventude enquanto um universo de diversão povoado por surfistas, esportistas, fotógrafos e belas mulheres. E para embalar o enredo, a canção de Lulu Santos, *De repente Califórnia*, condensava os sonhos e pretensões de uma juventude carioca através dos versos: “Garota eu vou pra Califórnia/ Viver a vida sobre as ondas/ Vou ser artista de cinema/ O meu destino é ser star...”

Mas, o maior sucesso comercial desse período partiu do imigrante inglês Ritchie que, com um figurino new wave e com uma canção de forte apelo pop nas mãos, *Menina Veneno*, contribuiu ainda mais para construir a juventude como uma fase passageira da vida centrada na celebração hedonista dos prazeres do corpo e do consumo. Nessa imagem, a busca por naturalizar um estilo de vida restrita às classes médias e altas é bastante evidente. Casos de amor mediados pela tecnologia (*Pelo interfone*), musas que surgem por meio de imagens holográficas (*Vôo de coração*) e trocas de confidências entre um casal no elevador (*A vida tem dessas coisas*), foram algumas das canções que fizeram com que o LP *Voo de Coração* (CBS, 1983) chegasse a marca de mais de um milhão de cópias vendidas – número alcançado, na maioria das vezes, apenas por Roberto Carlos (ALEXANDRE, 2013). A partir de então, as grandes gravadoras se abriam ao rock feito no Rio de Janeiro.

Montado na Praia do Arpoador e depois transferido para a Lapa, o Circo Voador ergueu sua lona em janeiro de 1982, e serviu como

incubadora para as bandas de rock que vinham surgindo. O espaço exibia shows musicais, grupos teatrais, dança, etc. Nesse local, as principais bandas de rock se apresentavam para um público jovem e vibrante, dando mostras de força e exuberância de uma cena roqueira em vias de explosão.

Em nível internacional, o rádio teve um papel fundamental para a difusão do rock, principalmente nos Estados Unidos (GUERRA, 2010). No Brasil, somente nos anos 80 se consolidou uma rádio especializada em rock. A Rádio Fluminense de Niterói levava a cabo alguns projetos visionários, com uma equipe formada apenas por radialistas mulheres. Uma das ideias era construir a programação da emissora junto aos ouvintes. As fitas demo, gravadas ao vivo no Circo Voador, chegavam aos montes à Fluminense e começavam a encher o repertório da rádio com as principais bandas do nascente rock brasileiro. Depois que a Blitz tocou na rádio de Niterói e repercutiu pelo Brasil, a vocação de “porta de entrada” do rock brasileiro da Fluminense havia sido consumada (ESTRELLA, 2012).

A conexão entre o Circo Voador e a Rádio Fluminense representou, para as gravadoras, uma excelente oportunidade para o recrutamento de novas bandas. Um primeiro teste ao vivo era feito no Circo Voador e, depois, uma avaliação de maior repercussão era empreendida pela rádio Fluminense. Como resultado, montava-se um banquete de bandas do qual as empresas de discos podiam fartar-se com facilidade.

Mas é necessário ressaltar que o rock brasileiro surgiu em um momento complicado na história da indústria fonográfica nacional. No fim dos anos 70, passada a febre da discoteca, o mercado de discos começava a arrefecer. Em 1979, a indústria fonográfica brasileira tinha vendido cerca de 63,8 milhões de discos, número que passaria para 56 milhões em 1980, e 43 milhões em 1981. Gravadoras como Odeon e WEA, para minimizar gastos em produção e distribuição, acabaram por se fundir. A Som Livre comprou a RGE e associou-se à RCA Victor, a Ariola foi vendida à Polygram e empresas nacionais como a Copacabana e Fermata pediram concordata

(GUERREIRO, 1994). Segundo dados da ABPD, em agosto de 1980, a venda de discos e fitas no Brasil obteve um faturamento de Cr\$ 1,2 bilhão. Nesse mesmo mês, em 1981, a quantia passou a Cr\$ 1,45 bilhão, o que significa, com uma inflação a mais de cem por cento ao ano, uma queda grande de faturamento. Esses números se tornam mais alarmantes quando se leva em consideração que, em agosto de 1980, foram lançados 78 elepês nacionais, para 35 em 1981⁶.

O jornal O Globo promoveu um debate, em 1981, com os principais executivos da indústria fonográfica para compreender a queda na venda de discos. Quando foram questionados sobre as alternativas para se superar a crise, houve quase uma unanimidade nas respostas: combater a pirataria e encontrar um produto artístico de confecção mais barata⁷.

As companhias de discos vinham procurando um material artístico que tivesse uma relação entre custo de produção e número de vendas aceitável para aquele contexto de crise. Segmentos sertanejos e populares ganhavam espaço pelo baixo custo na confecção dos LPs. E o rock surgiu como um produto “apetitoso’ para a indústria”, devido “à grande viabilidade econômica do gênero” (Dias, 2000, p. 85). Do contrário, a MPB, que teve entre os anos 60 e 70 uma importante participação comercial no mercado de discos, tornara-se um produto economicamente inviável. A simplicidade, a crueza sonora, e principalmente os baixos custos de produção fizeram do rock um material artístico ajustado às limitações sofridas pela indústria fonográfica. Como diz Ricardo Alexandre (2013, p. 144), as bandas de rock, em sua maioria, compunham seu “próprio repertório, dispensavam arranjadores, orquestras e músicos convidados. Trios, quartetos, e quintetos de estrutura simples e eficiente. Guitarra, baixo, bateria, teclado e voz, uma geração providencial para quem tinha que lidar com a queda livre do mercado de discos no país”.

A parceria entre o Circo Voador e a Rádio

Fluminense representava um termômetro de aceitação mercadológica das bandas de rock, capaz de dirimir custos com pesquisas de mercado e divulgação. Casas de show e danceterias, que se proliferavam às dezenas em São Paulo e Rio de Janeiro, também davam uma dimensão da popularidade do rock. No Rio, existiam boates como Western Club, Let it Be, Emoções Baratas, Manhattan, Metrôpoles, Mamão com Açúcar, Mamute, Mistura Fina, e Noites Cariocas. Já em São Paulo, havia O Teatro Lira Paulistana e bares como Calabar, Pub Vitória, Pierrô Lunar, além das danceterias Madame Satã, Rádio Clube, Rose Bom-Bom, Clash, Tífon, Napalm e Carbone 14.

A solução imediata para a crise havia sido encontrada: bandas de rock lançando seus trabalhos em plataformas de baixo custo, compactos e fitas cassete. Foi dessa forma que, entre 1982 e 1983, bandas como Kid Abelha & os Abóboras Selvagens chegavam ao disco e logo estouravam hits de sucesso como *Pintura Íntima*, *Porque não Eu?* e *Como eu quero*. Os Paralamas do Sucesso lançaram *Vital e sua Moto*, *Cinema Mudo* e *Óculos*. A banda paulistana de origem *punk*, Magazine, emplacava *Sou Boy* e *Tic Tic Nervoso*. A também paulistana Ultraje a Rigor chegava com *Inútil*, *Mim Quer Tocar*, *Eu me amo* e *Rebelde sem causa*.

E o resultado dessa fórmula André Midani descreve em seu livro memorialístico: “Os Discos de Ouro choviam dentro da Warner” (MIDANI, 2008 p. 203). Muito rapidamente, essa música, atrelada a sua imagem de juventude hedonista, invadia as rádios e gravadoras do país. Em 1984, o rock já representava cerca de 80% das vendas da WEA, que detinha sob contrato 14 conjuntos; na Odeon, o rock respondia por mais de 50% das vendas e a CBS havia lançado 10 novos artistas ligados ao rock e apenas 2 intérpretes de outros gêneros. Se a Fluminense abriu as portas para o rock entre as rádios nacionais, em 1984, as duas maiores emissoras FM do Brasil, a Rádio 98 e a Jovem Pan, já reservavam entre 20% e 30% de

6 O Globo 9/11/1981, p. 15.

7 Ver: O Globo 9/11/1981, p. 15.

sua programação para o gênero, números que saltaram para 50% no caso da 98, e 70% no caso da Jovem Pan (GUERREIRO, 1994, p. 197).

A televisão demorou pouco para abraçar o rock e a imagem de juventude nele embutida. A TV Record do Rio exibiu semanalmente o programa *Realce* e diariamente o *Vibração*. Em 1983, a Rede Globo estreou *Cometa Loucura*, e a TV Cultura de São Paulo o programa *Fábrica do Som*. Em 1984, ia ao ar o mais reconhecido programa televisivo daquela cena roqueira, *Perdidos na Noite*, apresentado por Fausto Silva, primeiramente na TV Gazeta, depois na Record e Rede Bandeirantes.

A caça empreendida pela indústria do disco a novas bandas possibilitou o aparecimento de conjuntos advindos de diferentes lugares do Brasil, fator importante para dar uma guinada no rock açucarado que emanava do Rio de Janeiro. Os *punks* paulistanos, entre 82 e 83, já haviam se desmembrado em outras tribos que, dos meios universitários e colegiais, se articulavam em torno de bandas que ficaram conhecidas como “rock paulista”. O refúgio inicial dessas bandas era o Teatro Lira Paulistana, um grande porão com cerca de 150 lugares, localizado na Zona Oeste de São Paulo. O espaço abrigava as principais manifestações que fundiam referências de vanguarda ao *pop* industrializado. Era o reduto de artistas como Ná Ozzetti, Arrigo Barnabé, Itamar Assumpção, Tetê Espíndola, Cida Moreira, Eliete Negreiros e Zé Eduardo Nazário – grupo mais tarde denominado Vanguarda Paulista. Outros conjuntos musicais alternativos também se apresentavam por lá: Língua de Trapo, Rumo, Grupo Um e Premeditando o Breque. Mas foram bandas de rock como Ira!, Ultraje a Rigor e Titãs, assíduas frequentadoras do Teatro Lira, que, a partir de 1983, alcançaram sucesso, tanto de público quanto de crítica, com um rock pesado e de fortes conotações políticas e sociais.

Um impulso ainda maior para esse tipo de sonoridade rock viria de Brasília através de bandas como Legião Urbana, Plebe Rude e Capital Inicial, cuja sonoridade, densa e politizada, contribuiu para dar outras conotações ao rock nacional.

No exterior, o *punk* investiu contra o virtuosismo musical e o *star system* do rock progressivo. No Brasil, no entanto, o rock, que vinha se originando das irradiações do *punk*, não encontrava em sua história um campo consolidado do gênero – nem do tipo progressivo nem de qualquer outro tipo – para ser eleito como o “inimigo comum” daquela geração de músicos dos anos 80. Na década de 1970, as estruturas pelas quais trafegavam as bandas de rock brasileiras eram extremamente precárias, uma cena muito mais *underground* do que propriamente um cânone estético vitorioso a ser questionado. Tudo o que antes se fazia com o rótulo de rock não constituía um sistema coeso e articulado, logo os antagonistas às sonoridades emergentes foram encontrados em outro lugar.

A MPB sob ataque

A MPB foi eleita a grande “inimiga” do rock dos anos 80. De linguagem complexa e intrincada, forjada pelos anos de combate cultural à ditadura militar e à censura, a MPB ostentava virtuosismo e erudição de uma posição prestigiada que ocupava no campo musical brasileiro. Os ataques à MPB partiam de diferentes frentes e de diferentes formas. Clemente Nascimento, integrante das bandas *punks* Restos de Nada e Inocentes, escreveu, em 1982, um manifesto do movimento *punk* intitulado: “Fora com o mofo da MPB! Fim da ideia de falsa liberdade!”. No manifesto lia-se:

Nossos astros da MPB estão cada vez mais velhos e cansados, e os novos astros que surgem apenas repetem tudo que já foi feito, tornando a música popular uma música massificante e chata. (...) Nós, os *Punks*, somos uma nova face da Música Popular Brasileira, com nossa música não damos a ninguém uma idéia de falsa liberdade. Relatamos a verdade sem disfarces, não queremos enganar ninguém. Procuramos algo que a MPB já não tem mais e que ficou perdido nos antigos festivais da Record e que nunca mais poderá ser revivido por nenhuma produção da rede globo de televisão. Nós estamos aqui para revolucionar a música popular brasileira,

para dizer a verdade sem disfarces (e não tornar bela a imunda realidade): Para pintar de negro a Asa Branca, atrasar o trem das onze, pisar sobre as flores de Geraldo Vandré e fazer da Amélia uma mulher qualquer. (*Apud.* ALEXANDRE, 2013, p. 71)

“Pintar de negro a Asa Branca, atrasar o trem das onze, pisar sobre as flores de Geraldo Vandré e fazer da Amélia uma mulher qualquer” é uma forma de zombar das tradições da MPB e apontar o seu engessamento. Segundo Bourdieu (1974), desacreditar os cânones estabelecidos e denunciar sua ortodoxia é uma estratégia típica dos recém-chegados em seu esforço de subversão. De acordo com Herbert Viana: “havia uma intenção de se contrapor a uma música que não falasse das coisas da rua” (...). “Agora, você poderia tocar uma música com três acordes e se comunicar. Poderia não ser poeta e escrever coisas rápidas e simples sobre o que estava acontecendo”. Assim, a formação literária, outrora uma virtude, acabava sendo denunciada como falsa e enganadora. Em seu lugar, o *punk* busca distinguir-se como “mais verdadeiro” e “sem disfarces”. A ausência de capital cultural legítimo é, assim, convertida em virtude.

Uma música direta e simples tomava forma sob uma sonoridade rock, enérgica e direta. Difundia-se, assim, um “modus operandi” artístico bem distinto daquele já consagrado pela MPB. Lulu Santos, ao defender *Areias Escaldantes*, no festival MPB-Shell, de 1981, afirmou ao público que havia feito a canção em cinco minutos. Corria também a lenda que *Como eu Quero*, lançada pelo grupo Kid Abelha & Os Abóboras Selvagens, um dos maiores sucessos de 1984, era um rascunho musical tirado do lixo pelo produtor da banda, Liminha (ALEXANDRE, 2013). Falsos ou verdadeiros, pouco importa, esses relatos funcionavam como ataques simbólicos ao preciosismo da MPB, fazendo parte de uma busca por legitimidade empreendida pelos novos agentes.

A forma como a maioria das bandas de rock chegava ao disco também marca um processo de distinção importante com relação aos anos setenta. Neste período, era comum o apadrinhamento dos grandes nomes da MPB – Elis Regina, Tom Jobim, Caetano Veloso, Chico Buarque, Gilberto Gil, Gal Costa e Maria Bethânia – aos recém-chegados – João Bosco, Fagner, Belchior, Luiz Melodia e Novos Baianos. A maioria das bandas de rock brasileiro dos anos 80 quebrou esse ciclo ao não depender da chancela de artistas mais velhos. Eles forjaram um novo elo com as gravadoras e rádios em sua demanda por um produto fresco que pudesse se adaptar ao novo contexto de retração do mercado.

Nos anos de abertura, a consagrada MPB, que ainda prezava pelo linguajar intrincado que sombriamente tentava enganar o censor, perdeu a centralidade que possuía nas décadas de 60 e 70. O linguajar direto e despojado do rock surgia, então, como forma musical que ocupava o seu lugar no mercado. Longe de ser um processo “natural” de sucessão, ele contou com agentes que alimentaram o antagonismo e forjaram a aceitação para esse novo modo de atuação. Trata-se, assim, de um processo de luta simbólica.

A crítica musical foi um agente fundamental nesse sentido: ao desacreditar a MPB, contribuía para a consagração o rock. O Jornalista Okky de Souza, em 1984, escreveu para a revista *Veja*: “ocupando o vácuo deixado pela mesmice dos velhos ídolos, os artistas do rock dividem hoje o rádio e as lojas de discos com os nomes consagrados”⁸. O diretor artístico e produtor da rádio Jovem Pan, Antônio Carvalho Filho, em depoimento a *Veja* diz: “a música brasileira tradicional estagnou. Não aconteceu nada nos últimos tempos. (...) Criou-se assim espaço para o rock nacional”⁹. Denunciando uma espécie de decadência da MPB, no início dos anos 80, Sílvio Lancellotti escreve para a *Folha de São Paulo*:

Em nenhum outro momento de sua história, nem

8 *Veja* 01/02/1984 p. 71.

9 *Veja* 02/01/1985, p. 37-38

mesmo nos tempos em que a irrequieta Chiquinha Gonzaga matava passarinhos com bodoque no quintal de seus pais, a música popular brasileira atravessou período tão grotesco, tão obscuro, tão ridiculamente trivial como este agora. (...). Não há discos para comprar. Não há shows para ver. Tudo é igual, nivelado por baixo, uma mesmice que incomoda e assusta.¹⁰

Mas, o diagnóstico da decadência não significava, de imediato, a completa consagração do rock nacional. Mesmo apontando os sinais de fraqueza da MPB, o rock ainda não era unanimidade junto à crítica. Alguns jornalistas, ao assistirem a ascensão do gênero, não tardaram em, pejorativamente, associá-lo à febre da Jovem Guarda. Uma ligação que tinha como objetivo caracterizar o rock da década de 1980 como “uma onda avassaladora e temporária, com um componente intrínseco de modismo/diluição que o varreria rapidamente do mapa musical brasileiro” (GUERREIRO, 1994, p. 135). José Nêumane Pinto, assim escreve para o *Jornal do Brasil*:

O que é o Rock- Brasil: Apenas um iê-iê-iê de final de semana.

As gravadoras aderiram fácil ao novo rock brasileiro, porque ele significava uma resposta à crise. Bastava transformar as fitas, que os próprios grupos levavam a seus escritórios, em matrizes e mais um disco vinha à tona, muitas vezes sem se gastar nada em estúdios de gravação, como todos sabem os custos mais pesados de uma produção. A crítica de música popular, ávida por novidades consumistas, confundiu poesia com retrato sociológico e identificou em versos sem inspiração as preocupações e hábitos de uma geração. A produtores e jornalistas faltou intimidade com a verdade. (...) Na verdade, o tal rock tupiniquim tem pouco de rock. É apenas uma diluiçãozinha simples, de acorde e meio, do velho iê-iê-iê de

Roberto Carlos e Martinha. É uma espécie de New Wave de fim de semana.¹¹

Alguns dados, no entanto, surpreendiam. Quando o cantor Ritchie atingiu um milhão de discos vendidos, por conta do sucesso *Menina Veneno*, ele chegou a rivalizar com o maior vendedor de discos de então, o “Rei” Roberto Carlos.

A MPB, durante toda a década de 1970, já estava habituada a enfrentar gêneros musicais de grande popularidade. Vender menos que os cantores românticos nunca arranhou seu prestígio. No entanto, ver uma manifestação pública de protesto político que não tivesse como trilha sonora as canções de seus artistas era uma novidade. Desde sua emergência, o gênero consagrou-se como a trilha sonora da resistência antiditatorial e luta democrática (NAPOLITANO, 2001).

Mas, a maior manifestação pública dos anos oitenta, conhecida como “Diretas Já”, vinha sendo impulsionada pela irreverente canção *Inútil* (WEA, 1983), do conjunto *Ultraje a Rigor*. Os versos “A gente não sabemos escolher presidente/ A gente não sabemos tomar conta da gente/ A gente não sabemos nem escovar os dente/ Tem gringo pensando que nós é indigente/ Inútil/ A gente somos inútil” foram inúmeras vezes entoados pela multidão que reivindicava o direito de escolha do presidente da república, entre 1983 e 1984. Até Ulysses Guimarães, em um dos mais célebres discursos pró-diretas, no Congresso Nacional, valeu-se da canção, o que mostra como *Inútil* era suficientemente plástica e popular a ponto de adentrar os mais diversos espaços.

Chegar a ameaçar a “coroa do Rei” e invadir um espaço de atuação político-cultural praticamente restrito à MPB eram indícios fortes que o rock chegava para ser mais do que uma moda passageira. No entanto, a consolidação de um circuito ainda demandava o desenvolvimento de outras esferas de legitimação.

10 Folha de São Paulo 27/04/1983, p. 25.

11 *Jornal do Brasil* 27/10/1985, p. 49.

Jornalismo como instância de consagração

No início da década de 60, Carlos Imperial publicou uma coluna chamada O Mundo é dos Brotos na Revista do Rádio, mesma época em que chegava as bancas A Revista do Rock. No entanto, esse jornalismo era mais dedicado ao culto de ídolos do que às análises críticas que se desenvolvem nos anos 70, ligadas a um nicho de mercado bastante específico. Nessa época, a enorme consagração que o rock experimentava no exterior incentivou a emergência de algumas bandas e festivais pelo Brasil, bem como “a criação de uma coluna fixa destinada ao gênero no jornal Folha de S. Paulo, assinada por Carlos Gouvêa, e no Rio de Janeiro o surgimento de revistas especializadas como Flor do Mal, Presença e Rolling Stone” (SOUZA, 2015, p. 223).

Ezequiel Neves, Tárík de Souza, Ana Maria Bahiana, Luiz Carlos Maciel, José Márcio Penido, Carlos Gouvêa e Márcio Cortez eram alguns dos principais nomes que encabeçavam o jornalismo impresso do rock brasileiro nos anos 70. Esse material vendia pouco e funcionava como uma imprensa de nicho. Lembra Okky de Souza que na visão da grande mídia: “juventude nos anos 70 não dava ibope” (...) “achava-se que quem influenciava na compra de um tênis eram os pais, ninguém acreditava no jovem como consumidor potencial” (*Apud.* ALEXANDRE, 2013, p. 126). A formação de um jornalismo especializado em rock, de prestígio e ressonância, se tornará algo absolutamente fundamental para a consolidação do gênero. O desabrochar dessa crítica roqueira foi acompanhado por um deslocamento importante na história cultural brasileira, que alçou a cidade de São Paulo a um protagonismo antes pertencente ao Rio de Janeiro.

No campo da música popular, São Paulo desempenha um papel de destaque a partir da década de 60 quando se torna o espaço de consolidação da MPB e do Tropicalismo através dos musicais televisionados e dos Festivais da Canção. No entanto, na década seguinte, o

protagonismo volta a se deslocar para o Rio de Janeiro devido ao poder da Rede Globo de Televisão. Com a decadência dos festivais transmitidos pela TV Record, e a cassação da TV Excelsior pelo governo militar, a emissora de Roberto Marinho ocupa o espaço antes disputado entre os canais paulistas, tornando-se um polo de atração artística importante¹².

Os cadernos culturais de maior prestígio no jornalismo impresso brasileiro, até os anos de 1970, também eram cariocas, nomeadamente, do Jornal O Globo e do Jornal do Brasil. Mas, a partir dos anos de 1980, o jornalismo paulistano deu um salto importante. Segundo Ricardo Alexandre (2013, p. 191), foi nesse período que a Folha de São Paulo se tornou o maior jornal do Brasil. “Durante os meses de comício pró-diretas, o diário paulistano construiu uma imagem de independência e arrojo editorial apoiando abertamente as eleições, diferentemente da postura de O Globo e o Estadão, seus tradicionais concorrentes”.

O caderno cultural da Folha de São Paulo, a Ilustrada, também aumentou seu prestígio nesse contexto, principalmente após a chegada de jovens jornalistas como Matinas Suzuki, Pepe Escobar e Caio Túlio Costa. Segundo Érica Magi (2013, p. 69), a Ilustrada “até os anos 1980 não era um caderno prestigiado e ouvido pelo circuito cultural; sua ascensão coincidiu com a entrada desses novos profissionais e com o desmantelamento da ditadura militar”. A ascensão da Ilustrada fez-se pela inclusão de pautas mais antenadas com o que se produzia internacionalmente. E, para consumir o projeto, esses jovens jornalistas enfrentaram uma tradição já estabelecida no jornalismo cultural brasileiro que, no que tange à música, tinha grande parte do seu significado baseado no culto à MPB – suas tradições, origens e importância política (MAGI, 2013).

O rock era, nos anos oitenta, assunto constante nos jornais internacionais. Começava-se então, a abertura de espaços para o rock no

12 Veja 11/11/1970, p. 88.

jornalismo impresso brasileiro, seja aquele produzido no exterior, ou Brasil. Nesse momento, uma série de jovens jornalistas que traziam consigo, além da bagagem universitária, familiaridade com expressões da “modernidade internacional”, começaram a trabalhar na grande imprensa. Nomes como Alex Antunes, Thomas Pappou, Cadão Volpato, Jamari França e Celso Pucci atuaram na legitimação do rock brasileiro (MAGI, 2013). Um passo importante se deu em 1985, através da Revista Bizz. Com projeto gráfico inspirado no periódico inglês Smash Hits, voltava-se ao público adolescente, falando de tecnologia, vídeo-clips e principalmente rock. Sob a direção do jornalista Carlos Arruda, a Bizz teve, na sua chefia editorial, jornalistas como José Emílio Rondeau, José Augusto Lemos, Alex Antunes e José Eduardo Mendonça. Em pouco tempo, ela reuniu no seu corpo de jornalistas Celso Pucci, Thomas Pappou, Bia Abramo e o fotógrafo Rui Mendes, consolidando-se como a principal revista de rock brasileiro.

Nos anos de 1970, o rock brasileiro sofreu bastante com o amadorismo empresarial, a péssima qualidade dos equipamentos sonoros, dificuldades na obtenção de instrumentos e falta de organização de eventos (SOUZA, 2015). Já em 1985, um evento marcou uma virada na história do rock nacional. O *Rock In Rio* representou uma guinada importante no sentido de profissionalização do rock. Entre os dias 11 e 20 de janeiro de 1985, mais de 1.300.000 pessoas assistiram a uma série de bandas de rock internacionais. Queen, Iron Maiden, George Benson, James Taylor, Rod Stewart, Nina Hagen, AC/DC, Scorpions, Ozzy Osbourne, Yes e Al Jarreau foram alguns nomes que se somavam aos conjuntos nacionais Blitz, Lulu Santos, Os Paralamas do Sucesso, Barão Vermelho, Eduardo Dusek, Kid Abelha & Os Abóboras Selvagens, entre outros.

Seja em relação ao equipamento utilizado, seja em relação à qualidade das apresentações das bandas nacionais (algumas foram vaiadas), o evento, inicialmente, escancarou o enorme abismo que existia entre o rock internacional e o nacional. Apesar disso, deu um impulso

fantástico para o rock brasileiro, confirmando a viabilidade do estilo para a indústria fonográfica (VILELLA, 2004, p. 24).

Passado o evento, os conjuntos de rock nacional eram convidados a inúmeros shows e programas de televisão. No janeiro do *Rock in Rio*, “as vendas de discos foram 240% maiores do que no mesmo período de 1984”, programas de rádio e TV, dedicados ao rock, como “FMTV, da Manchete, o Crig-Rá, da TV Gazeta de São Paulo, ou o Super Special, na Band, surgiam e desapareciam a todo instante” (ALEXANDRE, 2013, p. 244).

A partir de 1985, a outrora precária estrutura de produção do rock da década anterior havia sido renovada e agora contava com estúdios de gravação, iluminadores, músicos, afinadores, jornalistas em diversas revistas, e, principalmente, produtores musicais. Nos anos de 1970, o rock vivia uma completa carência desse tipo de profissional, com habilidade em construir um disco do gênero (SOUZA, 2015). Mas nos anos de 1980, figuras como Pena Schmidt e Arnolphi Lima Filho (Liminha) tornaram-se produtores importantes, que tiveram uma colaboração efetiva nos principais discos de rock dos anos 80.

Além disso, o Plano Cruzado, de 1986, que a curto prazo controlou a inflação e aumentou o poder de compra da população, contribuiu para o sucesso do rock. Um ano antes de sua instalação, a banda RPM, agenciada pela CBS, gravava o LP *Revolução Por Minuto*, que contava com os sucessos *Loiras Geladas* e *Olhar 43*. Paulo Ricardo, vocalista da banda RPM, era filho de militar, crítico musical e estudante de jornalismo na Universidade de São Paulo. Em uma viagem pra Londres, o contato com as bandas do chamado *tecnopop* lhe abriu novos horizontes. Teclados, sintetizadores, espetáculos cênicos e visuais encheram os olhos de Paulo Ricardo, que estava decido a retornar ao Brasil e formar a sua banda.

Seu plano foi endossado por Ney Matogrosso, que ficou responsável pela produção e organização dos shows do RPM, que agora contavam com roteiro, efeitos de luz, ambiências e climas. O êxito se traduziu em sucesso de público e elogios

da crítica. Em maio de 1986, as apresentações da banda deram origem ao LP *Rádio Pirata Ao vivo* (CBS, 1986)¹³. Lançado no auge daquela fase mais otimista do Plano Cruzado, o novo disco do RPM chegava a marca de 2 milhões e 200 mil cópias vendidas, tornando-se, assim, “o disco mais bem-sucedido da história da indústria fonográfica nacional” (ALEXANDRE, 2013, p. 280). O intenso respaldo da mídia multiplicou o sucesso do RPM e fez de Paulo Ricardo um símbolo sexual.

O Plano Cruzado não favoreceu apenas o RPM. Bandas como Legião Urbana (*Dois*, EMI-Odeon), Ultraje a Rigor (*Liberdade para Marylou*, WEA), Os Paralamas do Sucesso (*Selvagem?*, EMI-Odeon) e Titãs (*Cabeça Dinossauro*, WEA) também alcançaram vendas expressivas. Na verdade, o mercado fonográfico como um todo cresceu bastante em 1986. Até julho desse ano, a indústria do disco brasileira “já havia crescido 30% em relação ao mesmo período de 1985. No segundo semestre (...) os números assombravam: nove milhões de discos vendidos em setembro, nove milhões em outubro. Ao final de 1986, o mercado havia crescido 43% em relação ao ano anterior” (ALEXANDRE, 2013, p. 265).

Considerações Finais

Entre ganhos comerciais recordes e o aparecimento de produtores musicais, empresários, iluminadores, ídolos pop, *sex symbols*, jornalistas e bandas de diferentes tipos, o fato é que o rock realmente havia construído seu próprio universo simbólico dotado de agentes e instâncias de consagração específicas. A juventude assumiu as rédeas das produções musicais nos anos de 1980 e tornou-se uma categoria cabal para a compreensão dos anos que se passavam. Junto à imprensa, o rock e a juventude eram utilizados como emblemas das mutações sociais em curso. A revista *Veja*, em maio de 1985, trouxe, na parte cultural do

semanário, uma longa reportagem intitulada “Um retrato musicado. Através das letras dos jovens roqueiros, o dia-a-dia da geração 80 e de como se vive hoje no país”. A revista convidava os leitores a atentar à proliferação das bandas de rock “mesmo que, para isso, tapem os ouvidos, excluam o som e leiam apenas as letras das músicas”. Chamando os letristas de “antropólogos improvisados”, sentenciava: “a irreverência de cronistas de sua época e a velocidade da era do computador, estão compondo um retrato de alta fidelidade da vida no país nos dias de hoje. Mais precisamente, do universo urbano, jovem e classe-média do Brasil dos anos 80”.¹⁴

Por mais que a matéria elevasse os jovens roqueiros ao patamar de “antropólogos improvisados”, o dueto “rock/ juventude” ainda demoraria mais alguns anos para conquistar espaços de legitimidade no campo acadêmico brasileiro. Aqui, os problemas e tradições enfrentados eram de outra ordem. Mesmo que os estudantes universitários e os movimentos estudantis tivessem perdido parte do seu protagonismo nos anos de 1980, devido ao dismantelamento da ditadura e início do processo de abertura política, era, ainda, esse segmento social, o grande ícone dos trabalhos acadêmicos sobre juventude (ABRAMO, 1994). Demoraria alguns anos para que espaços de diversão, símbolos de produção e consumo cultural encontrassem legitimidade junto ao escopo de pesquisas sobre juventude. No Brasil, foi somente a partir da metade dos anos de 1990 que essa categoria começou a ganhar outros contornos. No entanto, no que tange a indústria fonografia e o jornalismo cultural, o rock tinha chegado para ficar.

Bibliografia:

ABRAMO, Helena (1992), *Grupos juvenis nos anos 80. Um estilo de atuação social*. Dissertação

13 Sobre a trajetória do conjunto RPM ver, p. Moraes (2007).

14 *Veja* 08/05/1985, p. 132.

(Mestrado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Sociais, Universidade de São Paulo, São Paulo.

_____ (1994), *Cenas Juvenis, Punks, Darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Editora Scritta.

ALEXANDRE, Ricardo (2013), *Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.

BECKER, Howard (2010), *Mundos da Arte*. Lisboa: Livros Horizonte.

_____ (1977), *Mundos artísticos e tipos sociais*. In: VELHO, Gilberto. *Arte e Sociedade: ensaios de sociologia da arte*. Rio de Janeiro, Zahar Editores.

BIVAR, Antonio (1982), *O que é Punk?* São Paulo: Brasiliense.

BOURDIEU, Pierre (1974), *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.

BRYAN, Guilherme (2004), *Quem tem um sonho não dança: cultura jovem brasileira nos anos 80*. Rio de Janeiro: Editora Record.

DAPIEVE, Arthur (1995), *Brock: o rock brasileiro dos anos 80*. São Paulo: Editora 34.

Dias, Marcia Tosta (2000), *Os donos da voz, Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo Editorial.

DOLABELA, Marcelo (1987), *ABZ do Rock Brasileiro*. São Paulo: Estrela do Sul.

ESTRELLA, Maria (2012), *Rádio Fluminense FM, A Porta de entrada do rock brasileiro nos anos 80*. Rio de Janeiro: Outras Letra.

FENERICK, José Adriano (2004), *A ditadura, a indústria fonográfica e os “Independentes” de São Paulo nos anos 70/80*. MÉTIS: história & cultura

– v. 3, n. 6, jul./dez.

GROPPO, Luis Antônio (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*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

GUERRA, Paula (2010), *A insustentável leveza do rock*. Gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto.

GUERREIRO, Almerinda (1994), *Retratos de uma tribo urbana*. Bahia: Centro Editorial e Didático da UFBA.

MAGI, Érica (2011), *Rock and Roll é o nosso Trabalho: A Legião Urbana do Underground ao Mainstream*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília.

_____ (2013), *Rock and Roll é o nosso Trabalho: A Legião Urbana do Underground ao Mainstream*. São Paulo: Editora.

MIDANI, André (2008), *Música, Ídolos e Poder - Do Vinil ao Download*. Rio de Janeiro: Editora Novas Fronteiras.

NAPOLITANO, Marcos (2001), *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959/69)*. São Paulo: Annablume, Fapesp.

RIBEIRO, Júlio Naves (2005), *De Lugar nenhum a bora bora: identidades e fronteiras simbólicas nas narrativas do Rock brasileiros dos anos 80*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

ROCHEDO, Aline do Carmo (2011), *Os filhos da revolução: a juventude urbana e o rock brasileiro dos anos 1980*. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói.

RODRIGUES, Rodrigo (2009), *As aventuras da Blitz*. Rio de Janeiro: Ediouro.

SOUZA, Lucas (2015), *A trajetória social de Raul Seixas, Uma metamorfose ambulante no rock brasileiro*. São Paulo: Alameda.

VILELLA, Oswaldo (2004), *Anos 80: Uma década de rock brasileiro*. Rio de Janeiro: Papel Virtual.

Matérias de Jornais e Revistas

LANCELLOTTI, Sílvio (27/04/1983), “Na estrada da banalidade trafega a mpb”. *Folha de São Paulo*, São Paulo.

PINTO, José Neumane (27/10/1985), “O que é o rock-brasil: apenas um iê-iê-iê de final de semana”. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, edição 202.

SOUZA, Okky de (01/02/1984), “A vitória da ousadia”. *Veja*, Rio de Janeiro, ed. 804.

_____, (04/12/1985) “Rei aventureiro”. *Veja*, São Paulo, edição 900.

“A crise no mercado de discos” (09/11/1981), *O Globo*, Rio de Janeiro.

“Êxodo paulista” (11/11/1970), *Veja*, Rio de Janeiro, ed. 114.

“Uma batucada de rock” (02/01/1985), *Veja*, Rio de Janeiro, edição 852.