

A crítica musical e o *rock* brasileiro nas páginas da revista *Pop* (1972-1979)

The music review and the brazilian rock at the pages of Pop Magazine (1972-1979)

La crítica musical y el rock brasileño en las páginas de revista Pop (1972-1979)

Cassiano Francisco Scherner de Oliveira¹

Resumo

A revista *Pop* foi editada entre os anos de 1972 até 1979. No período em questão, nas suas páginas, foram enfocados assuntos sobre comportamento, moda e música voltados para os jovens daquela época. Neste artigo traçamos um perfil dessa revista destacando as críticas musicais sobre *rock* brasileiro publicadas no suplemento *Hit-Pop*, que integrava a publicação. Ressaltamos que, naquele momento, o *rock* brasileiro não tinha prestígio de público e também não tinha respaldo, tanto da mídia quanto das gravadoras, diferentemente do que aconteceria mais adiante, a partir dos anos 1980. No entanto, ao contrário dessa década, os anos 1970, no que diz respeito ao referido estilo, foram muito incipientes em vários aspectos. Na revista *Pop* isso acabou refletindo-se na qualidade da crítica publicada, apesar dos destacados críticos que atuavam na revista.

Palavras-chave: Crítica musical. Imprensa especializada. Música. História e crítica. *Rock* brasileiro.


Abstract

The *Pop* magazine was published from 1972 until 1979. In the period in question on its pages were focused issues on behavior, fashion and musica aimed at young people at that time. In this article, we drew a profile of this magazine, highlighting the reviews about Brazilian rock published in the supplement *Hit-Pop*, which was part of the publication. We emphasize that at that time, the Brazilian rock, did not have prestige, and also did not have support both from the media, as well as from the record companies, differently of what would happen forward from 1980 on. But unlike this decade, the years 1970 as regards rock style, they were very incipient in various aspects. In the *Pop* magazine this tendency ended up reflecting in the quality of the review published, despite highlighted critics that worked for the magazine.

Keywords: Musical critics. Press specialized. Music. History and critical. Brazilian rock.

Resumen

La revista *Pop* se publicó entre los años 1972 a 1979. En el período de que se trate, en sus páginas se centraron en los problemas de conducta, la moda y la música dirigida a los jóvenes de la época. En este artículo nosotros trazamos un perfil de esta revista, destacando la crítica musical de *Hit Pop* de rock-pop brasileño publicado en el suplemento, que incluyó la publicación. Nos señalar que en ese momento,

Acesse este artigo online	
QR CODE: 	Website: http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci
	DOI: http://dx.doi.org/10.5216/c&i.v19i1.36790

el rock brasileño, no tenía prestigio público y tampoco soporta ambos medios de comunicación y compañías discográficas, a diferencia de lo que sucedería después, a partir del año 1980. Sin embargo, a diferencia de esa década, la década de 1970, cuando se respecto a ese estilo, era muy

¹ Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Brasil, Rio Grande do Sul, RS. E-mail: cassianoscherner@uol.com.br

incipiente em varios aspectos. En la revista *Pop*, que terminó reflexionar sobre la calidad crítica publicada, a pesar de

los críticos destacados que trabajaron en la revista.

Palabras clave: Crítica musical. Prensa especializada. Música. Historia y crítica. Rock brasileiro.

1 INTRODUÇÃO

Quando a revista *Pop* chegou às bancas, em novembro de 1972, as publicações voltadas para o jovem daquela época, não só eram escassas como também sofriam com a insegurança financeira. Foram exemplos disso a revista *Bondinho*² e o jornal *Rolling Stone*³, os quais tiveram uma trajetória muito breve no mercado editorial daquela época. Contudo, ao contrário dos exemplos citados, a revista *Pop* não padeceu desse problema: a falta de dinheiro. Isto se deu devido ao fato de ser uma publicação da Editora Abril, um dos principais grupos brasileiros de mídia impressa.

Em razão da ausência de um aporte financeiro considerável, a publicação, em tese não sofreria do mal que atingiu a *Bondinho* e a *Rolling Stone*. Entretanto, apesar da aparente tranquilidade no que diz respeito a custos, a revista *Pop* não teve vida longa, sobretudo por conta de uma cultura existente na época e, conforme mencionou Okky de Souza, um dos jornalistas que escreveram na revista, a “Juventude nos anos 70 não dava ibope [...]. Achava-se que quem influenciava na compra de um tênis era os pais. Ninguém acreditava no jovem como consumidor potencial. A *Pop* acabou por causa disso.” (ALEXANDRE, 2002, p. 113).

Já Maria Celeste Mira (2003) aponta para a virtude da revista, ou seja, o fato de ser uma publicação pioneira voltada para o jovem numa época em que não havia atrativos em termos de produto editorial.

² “*Bondinho* nasceu, em novembro de 1971, uma revista convencional para a classe média paulistana, produzida por uma empresa jornalística alternativa, Arte & Comunicação (A&C), distribuída no maior conglomerado de supermercados do Brasil, o Pão de Açúcar.” (KUCINSKI, 2003, p. 235). Posteriormente, em janeiro de 1972, “a equipe decide levar *Bondinho* às bancas em distribuição nacional [...] Assim, *Bondinho* entra no seu segundo ano de vida distribuído em bancas e editorialmente liberado, como se a equipe tivesse sacudido todas as amarras, assumindo sua vocação alternativa. Torna-se robusto e provocativo. Dobra o número de páginas e surpreende o leitor com várias reportagens, perfis e entrevistas numa mesma edição, material rico e polêmico.” (KUCINSKI, 2003, p.240). Mas terminaria de forma melancólica pouco depois, “sem anúncios suficientes, *Bondinho* só resiste oito meses nas bancas, indo até o número 42, em junho de 1972.” (KUCINSKI, 2003, p.242).

³ *Rolling Stone* surgiu no mesmo ano de *Bondinho*, conforme relata seu editor, Luis Carlos Maciel: “Fui procurado em agosto de 1971, quando estava no *O Pasquim*, por Michael Killingbeck (o Mike), inglês, Theodore George e Steve Banks, americanos, que me disseram haver conseguido a concessão da *Rolling Stone* americana para explorar o nome da revista no Brasil. Estavam todos radicados aqui. Fundaram uma firma própria, a CAMELOPARD PRODUÇÕES GRÁFICAS [...] e queriam que eu fizesse a revista.” (MACIEL, 1973, p. 4). A publicação seria lançada em fevereiro de 1972. Antes, porém, em novembro de 1971, foi lançado um número experimental, chamado de número 0. Sua periodicidade inicialmente era quinzenal e posteriormente tornou-se semanal a partir de julho daquele ano. Duraria ainda quase um ano, encerrando sua publicação em janeiro de 1973, no número 36, também por questões financeiras.

A revista, pelo que indica a declaração da editora, vendia pelo menos 100 mil exemplares mensais, uma tiragem bastante expressiva para a época. Mas teve vida curta em relação às demais publicações da Abril, deixando de ser editada em 1979. Na expressão de seus editores a revista se dedicava a “totalidade da cena teen.” Apesar de breve, Pop foi importante por ser a percussora de todo o gênero de publicações para jovens que apareceram depois, como se tivesse sido dividida em várias partes. [...] Trazia um pouco de comportamento, moda, lazer, artes, esportes, roteiros de viagem e surfe. Porém, o principal elemento de ligação com seu público era a música pop (MIRA, 2003, p. 155).

Em *Pop* analisamos, especificamente, o conteúdo do seu suplemento denominado *Hit-Pop*, espaço destinado à publicação das críticas musicais sobre os LPs. É oportuno ressaltar que essa revista focava designadamente o público jovem com certo poder aquisitivo. Ou melhor, era direcionada ao jovem brasileiro dos grandes e médios centros e das classes média e alta. Um exemplo disso é o texto no anúncio de lançamento da revista:

Pop nº 1. Só para nós. Tem o Chico Buarque em pôster. Bem dramático sem pose. Informações do nosso território – os discos, os filmes, o teatro, os livros. Som. Tudo sobre cassete. Som barato e divino. Moto paca. Bancos de motos. A favor e sem preconceito. Grupos de música da mais alta temperatura. [...] Sua música. A vida. As fotos. A moda que você próprio inventa. Vale tudo. Viva a mistura. Profissões para você escolher. Muitas em que você nunca tinha pensado. Horóscopo jovem. Onda astral (REVISTA VEJA, 1972, p. 114-115).

Por outro lado, o fator de crescimento econômico, a partir de 1968, com o “Milagre Brasileiro” provocou uma mudança no setor fonográfico do país e, por extensão, em outros setores da nossa economia.

No ufanismo da propaganda militar, saudava-se o momento como o “milagre brasileiro”. A produção de bens de consumo duráveis cresceu duas a três vezes mais que a de bens não duráveis, no período 1968-71. A indústria de material elétrico (na qual se incluem rádios, toca-discos e toca-fitas) cresce 13,9% no período [...] Estes dados indicam inicialmente um modelo econômico que privilegia as camadas de maior poder aquisitivo como aliás foi comprovado pelo censo de 1970, que apontou ter aumentado a concentração de renda em relação a 1960 (PAIANO, 1994, p. 195).

Na música, essa modernização, no que diz respeito ao consumo, ocorreu da seguinte forma:

Os anos iniciais da década de 1970 foram marcados por um crescente aumento da produção e do consumo de discos no Brasil. Em 1972, informava-se que o mercado crescera 7% , em 1970, 19%, em 1971 e 26% somente no primeiro semestre do ano em curso. Ao mesmo tempo, o diretor da Philips-Phonogram, Sr. João Carlos Müller Chaves, informava que o aumento nos percentuais de crescimento do mercado era um fenômeno recente, uma vez que tradicionalmente, o crescimento das vendas do setor fonográfico fora inferior ao próprio aumento vegetativo da população. No ano seguinte a própria APBD confirmaria tais informações, divulgando dados segundo os quais houvera um crescimento de 400% nas vendas do setor entre 1965 e 1972, sendo que desde 1970 as taxas tinham sido de fato progressivas, superando-se o recorde de

18,5% de 1971, logo em 1972, quando o mercado chegou a crescer 34,5% (MORELLI, 2009, p. 86).

Ainda refletindo sobre as taxas de crescimento, o público jovem não estava incluído nesses percentuais, diferentemente do que se supunha.

Em 1971, o também diretor da Philips-Phonogram, Sr. André Midani, divulgava dados segundo os quais o grande comprador de discos no Brasil, naquela época, teria mais de 30 anos de idade, ao contrário do que ocorria em nível do mercado mundial, cujo comprador típico estava na faixa entre os 13 e os 25 anos. Segundo ele, isso se devia ao fato de que o poder aquisitivo do jovem brasileiro era então muito baixo, o que se refletia, inclusive no predomínio da chamada música jovem somente entre os compactos simples mais vendidos (MORELLI, 2009, p. 87).

A inclusão do jovem foi gradativa como integrante do mercado consumidor que vai ao encontro do *rock*. Quanto à abrangência de assuntos convém ressaltar que a revista *Pop* não se fixou somente na música, mas sim englobava um contexto muito mais amplo que o do mercado fonográfico.

Pode-se perceber, por aí, que a revista *Pop*, em sua intenção de abordar a cultura *pop* como um todo, acabou propondo englobar, em uma única revista “todos” os temas pretensamente de interesse do público jovem. Assim, apesar de se tratar, antes de mais nada, de uma revista de música, nela constam também textos sobre moda, esportes, comportamento e outros assuntos (BORGES, 2003, p. 39).

O advento econômico daquela época, também conhecido como “Milagre Brasileiro”, aliou-se a outro fator: a ascensão da cultura *pop* no contexto mundial, a partir dos Estados Unidos. Eric Hobsbawm em sua obra *Era dos Extremos*, explana da seguinte forma:

O blue jeans e o rock se tornaram marcas da juventude “moderna”, das minorias destinadas a tornar-se majorias, em todo o país onde eram oficialmente tolerados e em alguns onde não eram, como na URSS a partir da década de 1960. Letras de rock em inglês muitas vezes nem eram traduzidas. Isso refletia a esmagadora hegemonia cultural dos EUA na cultura popular e nos estilos de vida, embora se deva notar que os próprios núcleos de cultura jovem ocidental eram o oposto do chauvinismo cultural, sobretudo em seus gostos musicais (HOBSBAWM, 1997, p. 320).

O binômio *rock* e *contracultura* sustentou-se dessa forma ao longo dessa fase. Com suas contradições marcou a estética do *rock* brasileiro do período, assim como a crítica musical exercida na publicação.

2 TRAJETÓRIA DA PUBLICAÇÃO

Ao examinarmos os exemplares, uma das características que chamou nossa atenção foi a mudança constante na figura do editor ao longo da existência da revista. Diferentemente de *Rolling Stone* e *Bondinho* que tinham, respectivamente nesse cargo, jornalistas identificados

com a contracultura, como Luiz Carlos Maciel e Sérgio de Souza, a *Pop* era constituída por um executivo e por um jornalista que tinham perfis opostos aos dos mencionados.

O corpo editorial da revista, em seu início, era encabeçado pelos nomes de Thomaz Souto Corrêa (diretor) e Gilberto Di Pierro (redator-chefe). A partir de sua terceira edição, o primeiro passou a ser um dos “Diretores do Grupo”, encarregando-se da parte “editorial”, juntamente com Flávio da Silva Prado, que assumiu a parte “comercial”, enquanto o segundo passou a ser efetivamente o diretor da revista. Essa formação prosseguiu incólume até fevereiro de 1975, edição 28 (BORGES, 2003, p. 42).

Por essa nominata há um claro indício de que o projeto editorial da revista não privilegiava uma linha formalmente contracultural; muito pelo contrário, como mostram os perfis profissionais de Thomaz Souto Corrêa e Gilberto di Pierro⁴.

Na edição número 28, de março de 1975, essa formação apresentou mudanças “com os mesmos Thomaz Souto Corrêa e Flávio da Silva Prado assumindo respectivamente os postos de ‘Diretor do Grupo Feminino’ e ‘Diretor Editorial’ e com Leonel Kaz na condição de ‘Diretor de Redação’ em substituição a Gilberto de Piero”. (BORGES, 2003, p. 43)

Mais adiante, em fins de 1976, uma nova mudança ocorreu no comando da revista. Marilda Varejão passou a comandar a redação no lugar de Kaz e Celso Kinjô apareceu como editor executivo.

Em seguida aconteceu a penúltima mudança no comando da revista. Ocorreu em junho de 1977 e se deu com a saída de Marilda Varejão. Em seu lugar entrou Octavio Chaves de Souza, que passou a ser coordenador de redação, e Thomaz Souto Corrêa assumiu a direção de publicações femininas. Esse cargo, por sinal, é indicativo de que algo mais radical estava a caminho. Isso aconteceu em março de 1978. Foi quando a revista passou a ser dividida em duas. Em uma parte continuava a revista *Pop* normal e, na outra, virando-a, havia outra revista, denominada *Garota Pop*, dedicada ao público feminino e, mais especificamente, adolescente. A partir disso, quem assumiu como diretor de redação foi Carlos Alberto Fernandes e Valdir Zwestch, até a revista deixar de ser publicada, em agosto de 1979.

Por tratar-se de uma revista que teve cerca de sete anos de existência, a mudança no comando dos editores refletiu-se também no quesito gráfico. Nesse sentido, a criação do jornal

⁴ Thomaz Souto Corrêa “foi vice-presidente e diretor editorial do Grupo Abril. Sua história se mescla com a história da Abril, onde começou, em 1963, como redator-chefe da revista *Claudia* e ocupou, ao longo do tempo, os cargos de diretor de redação e diretor do grupo de revistas femininas”. Já Gilberto Di Pierro, conhecido como Giba Um, é um conhecido jornalista paulista e colunista social. Sobre a trajetória de Thomaz Souto Corrêa ver: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/iq041120032.htm>>. E sobre Giba Um ver este perfil: <http://www.terra.com.br/istoegente/114/reportagem/giba_um.htm> Acesso em: 25 abril 2015.

Hit Pop foi o fator mais importante. Tratava-se de uma espécie de jornal encartado na publicação.

[...] de início uma única página que indicava os discos mais vendidos do mês (isso na edição 11 da revista, de setembro de 1973) e, depois (já a partir da edição seguinte) um jornal tablóide e autônomo da revista em que constavam não só o *Hit Pop* original, mas também todas as seções dedicadas à música, como *Discos* e *Bolsa Pop* (BORGES, 2003, p. 42).

Em suma, a trajetória da revista e do encarte citado teve esta cronologia nos sete anos de existência da revista:

[...] pode-se, por aproximação, vislumbrar algumas “fases” – ainda que talvez excessivamente orientadas pelo ponto de referência do *Hit Pop* – por que passou a publicação. A primeira delas corresponde às 10 primeiras edições da revista, lançadas entre novembro de 1972 a agosto de 1973, período que poderia denominar-se “pré *Hit-Pop*”. A fase seguinte abarca as edições lançadas entre setembro de 1973 (11) e fevereiro de 1975 (28), em que aparecem o *Hit-Pop*, em formato tablóide e a maior parte das *Fichas Pop* [...]. A terceira fase, já com outros editores, se refere ao período que vai da edição 30 a 40, entre março de 1975 e fevereiro de 1976, com o surgimento de um *Hit-Pop* integrado ao corpo da revista [...]. Outra fase diz respeito ao período entre março de 1976 e dezembro do mesmo ano (ou seja, entre os números 41 e 50 da revista) época em que a publicação retornou ao formato do *Hit-Pop*, modificou o visual do índice e trocou de direção. Uma quinta fase teve início em janeiro de 1977, na edição 51, em que o referencial estético do psicodelismo – apenas em termos não-verbais – passou a se fazer marcante na revista e se estendeu até o número 56, de junho do mesmo ano. A fase seis começou com a última mudança editorial da revista, em julho de 1977, na edição 57 (com o *Hit-Pop* dividindo espaço com o *Jornal das Coisas*) e terminou na edição 64, de fevereiro de 1978. A fase subsequente teve início justamente com o surgimento de *Garota Pop*, na edição e no mês seguintes (65, março de 1978) e foi até a edição 74, de dezembro do mesmo ano. Por fim, a oitava e última fase corresponde às edições lançadas em 1979 (75 a 82, entre os meses de janeiro e agosto) em que o *Hit-Pop* voltou a aparecer sozinho e a fazer parte do corpo da revista (BORGES, 2003, p. 46).

Como já mencionado, uma das características da revista, ao longo de sua existência, foi exercer um jornalismo musical calcado basicamente no entretenimento.

Em linhas gerais, a característica principal de *Pop* era buscar amenidades com pouca informação por um lado, mas que se contrapusessem à fotografias ampliadas, no estilo da extinta revista *Manchete*, que, por sua vez, copiou o estilo da revista francesa *Paris Match*.

3 A CRÍTICA MUSICAL EM *HIT-POP*

Se a revista *Pop* era constituída por editores que tinham muito pouco ou quase nada de ligação com a música e também com a cultura jovem daquela época, isso não se estendeu aos críticos musicais que escreviam e analisavam os assuntos relacionados à música. Entre os

nomes conhecidos, aparecem Tárík de Souza, Newton Duarte (conhecido como *Big Boy*), Júlio Hungria, Ana Maria Bahiana, José Emilio Rondeau e Ezequiel Neves. E também havia jornalistas como, Waldir Zwestch, Oscar Pitta, Wladimir Tavares de Lima, Carlos Alberto Caraméz e Okky de Souza.

Apesar do número expressivo de jornalistas e críticos qualificados, o jornalismo musical exercido na revista era limitado.

Além da abrangência, pode-se dizer, ainda, sobre a revista *Pop*, que a publicação mensal da *Editora Abril* comportava em suas páginas poucos textos noticiosos, de caráter mais “intensivo”, específico, de maior pontualidade informacional – a maioria absoluta sobre música – e várias matérias de caráter mais “extensivo”, reportagens sobre generalidades envolvendo temas e assuntos diversos – inclusive música (BORGES, 2003, p.39).

Essa constatação de Luis Fernando Borges a respeito do jornalismo musical da revista *Pop* estendia-se também para as críticas musicais. Percebe-se que estas, em âmbito geral, não foram valorizadas como material jornalístico, em detrimento das reportagens de *Pop*, que são mencionadas por esse autor.

Era um reflexo de uma espécie de jornalismo daqueles tempos do chamado “vazio cultural”, expressão cunhada por Zuenir Ventura (2000) e que deu título a uma reportagem publicada na extinta revista *Visão*, em julho de 1971.

Contrastando com a vitalidade do processo de desenvolvimento econômico, o processo de criação artística estaria completamente estagnado. Um perigoso “vazio cultural” vinha tomando conta do país, impedindo que, ao crescimento material, cujos índices estarrecem o mundo, correspondesse idêntico desenvolvimento cultural. Enquanto o nosso produto interno bruto atinge recordes de consumo, o nosso produto interno cultural estaria caindo assustadoramente. Junto com os sintomas, vários fatores eram apontados como causa dessa recessão criadora ou “fossa cultural”, mas dois disputavam as preferências gerais: o Ato Institucional nº 5 e a censura. Ao contrário dos primeiros anos da década passada, a de agora não apresentava em nenhum dos diversos setores de nossa cultura nem propostas novas nem aquela efervescência criativa que caracterizava o início dos anos 1960 (VENTURA, 2000, p. 40).

Esse processo acabou estendendo-se para a juventude daquela época.

Nos grandes centros – Rio e São Paulo principalmente, mas Porto Alegre, Recife, Salvador e Curitiba também – o vazio de idéias, de movimentação e de debate provocado por esta ausência, pelo clima repressivo reinante, pelo esvaziamento da fórmula dos festivais conduz a uma geração emergente, com, na época, 17 a 22 anos, a admirar e, conseqüentemente, tentar imitar com fidelidade a música que vinha de fora – e que era, nessa época, vigorosa, incisiva, criativa e, com propostas de modo de vida, da visão de mundo. Ouvir rock, informar-se sobre as idéias e atitudes de seus músicos e tentar colocar e ser com eles passa a ser uma forma fácil de sonho, de fuga, um novo objetivo, um ideal. Não era apenas a música – era a carga com que ela vestia, as

possibilidades de ruptura e restauração que ela anunciava (VENTURA, 2000, p. 54).

No caso de *Pop*, o conteúdo editorial dirigia-se para um tipo de público jovem que buscava informar-se sobre seus ídolos musicais, principalmente os grupos e artistas estrangeiros. Para facilitar essa comunicação com seu público, a revista apostava no seguinte processo:

Em seu esforço de se apropriar de uma parcela significativa do cenário dos anos 60/70 e de transpor o mesmo para suas páginas, a revista *Pop* se insere no processo inicial de formulação, pela mídia brasileira, de uma linguagem pretensamente identificada com o público jovem – via processamento e estilização da realidade cultural/social de onde a publicação emergiu, em um processo (de duplo movimento) da captação e subsequente transformação de elementos pinçados do cotidiano. O que envolveu, por sua vez, (re)-trabalhar a coloquialidade de uma fala em geral associada a tal faixa de público (BORGES, 2003, p. 39).

Dessa forma, a simplificação da linguagem aliada ao processo de “vazio cultural” tornou a questão do exercício da crítica algo secundário. Mesmo assim, nos sete anos de existência, em algumas fases da publicação, percebemos um incremento, uma busca em qualificar tanto o jornalismo musical quanto a crítica musical. Todo esse material foi veiculado no jornal *Hit Pop*, que era onde se concentrava totalmente a seção, em termos musicais, mais jornalística da revista⁵.

Até então, tudo que dizia respeito à crítica – referente aos LPs e também aos *shows* – integrava a revista *Pop*. Como já foi descrito anteriormente, *Hit Pop* não surgiu como publicação à parte da revista *Pop* desde seu lançamento, a partir do número 12, de outubro de 1973. No editorial assinado por Gilberto Di Piero, este pronunciava: “mais um jornal chamado Hit-Pop, cheio de novidades, da música pop, daqui e de fora. [...] No *Hit-Pop*, tudo sobre música pop: discos, parada de sucesso, shows, entrevistas, mil notícias.” (DI PIERO, 1973, n. 12, p. 3).

A partir desse período, até meados de 1975, não localizamos uma crítica que tivesse o *rock* brasileiro como enfoque. Além do fato de não ser um período profícuo para o referido gênero, há de se destacar que enfrentamos uma adversidade quando do levantamento dos

⁵ Este expediente seria retomado, posteriormente, por outra publicação, a revista *Somtrês*, que criou o *Jornal do disco* nos moldes semelhantes ao *Hit pop*.

exemplares⁶ para a confecção desta pesquisa. Ainda assim, algumas críticas que constam neste levantamento merecem ser destacadas⁷.

Mas independentemente de questões de quantidade, em termos editoriais fica claro que o espaço para crítica era extremamente reduzido. A diagramação que se tornaria padrão era a da foto de seis LPs em uma única página. Além da reprodução das capas, um pequeno texto crítico sintetizava em poucas linhas as impressões do crítico que, por sinal, não tinha seu nome creditado. A seção recebeu o título de *Em cartaz*.

Uma das críticas que destacamos é a do LP *Criaturas da noite* (Underground/Copacabana, 1975), do grupo O Terço, uma obra hoje considerada clássica. Na época, juntamente com Os Mutantes, era o grupo de ponta do rock brasileiro.

Depois de quase dois anos trilhando a trilha do rock brasileiro, a nova formação de O Terço conseguiu o que poucos grupos têm mesmo com discos no mercado: público e prestígio. Este LP, finalmente lançado, além de registrar o bom trabalho que O Terço vem fazendo pelo rock brasileiro, tem outro mérito: foi todo produzido pelos caras do conjunto, numa iniciativa pioneira (EM CARTAZ, 1975, n. 34, p. 13).

Outras críticas, como esta, sobre o grupo O Peso, publicada na edição anterior, resumem-se a informações sintéticas para o leitor:

Disco de estreia do grupo de Luis Carlos Porto (vocalis), Gabriel O'Meara (guitarra), Carlinhos Scart (baixo), Constant (piano) e Carlos Graça (bateria). Como eles mesmos dizem, “não somos poetas, nosso negócio é fazer rock apenas”. Por isso, em vez de complicar, o Peso busca inspiração nas fontes puras de Chuck Berry e Elvis Presley. E faz um rock direto, sem floreios (EM CARTAZ, 1975, n. 33, p. 15).

Mas apesar do pouco espaço, críticas como esta do LP *Lar de Maravilhas* (EM CARTAZ, 1975) conseguem ser criativas e autênticas:

Uma espécie de herdeiro indireto dos antigos Incríveis, este grupo, liderado pelo baterista Netinho, tem um mérito: leva para os confins mais obscuros deste país os acordes do rock. E talvez seja exatamente por isso que o grupo não faz muita questão de discutir clichês consagrados pelo rock de consumo fácil e garantido, imposto pelas rádios. Assim, *Lar de Maravilhas* revela-se um disco equivocadamente, enfadonho, redundante e repetitivo, com citações de grupos internacionais mais variados e até do tupiniquim O Terço. Em alguns

⁶ Apesar de o local – Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa em Porto Alegre/RS, onde a pesquisa foi efetuada, disponibilizar quase todos os exemplares da revista *Pop*, o mesmo não aconteceu com o jornal *Hit pop*. Por ser um encarte da publicação, não constavam os exemplares dos números 13, 14, 15, 17, 18, 19 e 20, todos correspondentes ao ano de 1974. Posteriormente, quando *Hit pop* passou a ser integrado ao corpo da revista – entre os números 30 a 40, respectivamente, de março de 1975 a fevereiro de 1976 –, não houve problemas, pois todos estavam disponíveis para consulta. Quando o jornal novamente voltou a ser encartado na revista, o problema repetiu-se: não foi possível consultar as edições 46, 47, 49, 50, 51, 54, 56, 57 e 62. Além disso, o exemplar número 73 da revista *Pop* e, por conseguinte, o exemplar encartado do jornal *Hit pop* também estava indisponível, assim como todos os exemplares editados no ano de 1979.

⁷ Compreendendo os exemplares do número 27 até o número 41. Ou seja, de janeiro de 1975 até março de 1976, quando *Hit pop* deixa de ser encartado na revista e volta a ser editado em suplemento.

momentos, os teclados garantem um bom balanço. E é só (EM CARTAZ, 1975, n. 37, p. 15).

Se por um lado a pretensão e a pompa desse grupo provocavam esse tipo de crítica, por outro, a simplicidade da utilização de instrumentos acústicos e dos arranjos deixava claro que poderia ser vista como algo inovador. É o caso desta opinião a respeito do primeiro disco gravado por Os Almôndegas (EM CARTAZ, 1975):

Sem guitarra elétrica e sem bateria, este grupo gaúcho mostra que a música não depende de aparatos eletrônico-instrumentais nem de rótulos como rock, samba ou que seja. Com humor e boas vocalizações o Almôndegas mexe no folclore do Rio Grande e brinca com temas esquecidos desde o tempo da bossa nova. Tudo na simplicidade, sem grandes pretensões (EM CARTAZ, 1975, n. 32, p. 15).

De forma semelhante, outra crítica evoca a questão da identidade. Sobre o LP *Cadernos de viagem*, da dupla Sá e Guarabyra⁸ (EM CARTAZ, 1975) é dito o seguinte, a respeito dessa questão:

A dupla que criou o rock rural brasileiro chama os amigos, bota a tropa na estrada e passeia pelo sertão da Bahia. Dos cadernos de viagem, brotam músicas alegres, com cheiro de terra, cristalinas como as águas do rio das Éguas.[...] Nesses tempos, em que nossos roqueiros [sic] insistem em imitar Yes, Deep Purple, e outros afins, este disco prova que há ótimos caminhos aqui mesmo (EM CARTAZ, 1975, n. 30, p. 15).

Como foi dito, a partir de 1975 começou uma nova etapa na cultura do *rock*. As críticas publicadas na revista – tanto em relação ao grupo *Almôndegas* quanto a dupla Sá e Guarabyra – apontam para tanto. Surgiu, em seguida, um novo modelo estético musical, calcado no regionalismo, conforme afirma Bahiana (2005):

Serão estas formas sintéticas que, pouco a pouco, atrairão o público antes voltado exclusivamente ao consumo do rock feito no Brasil e formarão uma platéia nova, na segunda metade da década, mais aberta à experimentação, sem preconceitos tanto em relação à guitarra quanto ao uso de frevos, sambas e xaxados (repudiados com veemência pela platéia roqueira dos primeiros anos 70). Por obra, em grande parte, dessa geração de universitários marcados pelo rock [...] é que o dado elétrico, importado, será incluído com naturalidade na música brasileira, tornando comuns formas de marcação rítmica, estruturadas de arranjo e instrumentação inteiramente repudiadas no início da década (BAHIANA, 2005, p. 56).

Esse movimento – ou seriam novos rumos? – do *rock* brasileiro fez com que o caminho percorrido, até então, pelos grupos de *rock* que adotaram uma postura integral de absorção do modelo estrangeiro, fosse colocado em xeque:

Radical em sua idolatria pelo modelo importado, fechado num grupo reduzido de consumidores – como atestam as vendas dos maiores nomes do setor,

⁸ O trio Sá, Rodrix e Guarabyra desfez-se em 1973, dando origem a essa dupla.

os Mutantes, que nunca ultrapassaram a casa de 20 mil cópias –, esse “movimento” se manteria vivo por aproximadamente três anos mais, a partir de seu auge, em 1972. De 75 em diante, de modo lento mas decisivo, os grupos começam a se dissolver – por dissensões internas, muito causadas por choque de idéias, de rumos a seguir, autocríticas, por problemas financeiros, também, já que um grupo de rock exige uma aparelhagem caríssima, importada, e as gravadoras se mostravam insensíveis ao rock feito no Brasil, como produto [...] (BAHIANA, 2005, p. 54-55).

Além de grupos como Os Almôndegas que abriram essa nova vertente musical, artistas como Fagner, Walter Franco, Sérgio Sampaio, Jards Macalé, Raul Seixas e Luiz Melodia são considerados um meio-termo entre o *rock* e a MPB (Música Popular Brasileira). São essas novas formas estéticas que criam uma espécie de público híbrido. Além desses, outros cantores e compositores vindos do Nordeste – como Alceu Valença, Zé Ramalho, Amelinha, Belchior, Ednardo, além do já citado Fagner – compõem um novo momento musical.

Contudo isso também era uma estratégia interessante para as gravadoras multinacionais e interessadas em manter um elenco fundamentado em artistas nacionais, já que o mercado fonográfico não contemplava a juventude daquele momento.

[...] a formação de um grupo de artistas nativos, capaz de se constituir numa alternativa permanente aos grandes astros da música jovem internacional, parecia ser mesmo imprescindível para a própria definição dessas subsidiárias como gravadoras e não meras fabricantes, distribuidoras, divulgadoras ou promotoras de vendas de discos gravados nas matrizes. E a formação de um grupo de artistas nativos, capaz de se constituir numa alternativa permanente aos grandes astros da música jovem internacional, parecia ser mesmo imprescindível para garantir uma estabilidade maior dos mercados nacionais a longo prazo, através da conquista definitiva de seus segmentos jovens (MORELLI, 2009, p. 89).

De fato, foi a partir da segunda metade dos anos 1970 que essa nova configuração começou a se concretizar. Porém, é importante ressaltar que muitos dos artistas citados – assim como os grupos que seguiam o modelo estético do *rock* estrangeiro ou os que absorviam e introduziam elementos musicais brasileiros – pertenciam, em grande parte, às gravadoras inteiramente brasileiras⁹. Outro ponto que é necessário destacar é o fato de alguns dos músicos referidos terem adquirido a fama de *malditos*¹⁰.

A partir da edição 42 o jornal *Hit pop* sofreria uma considerável mudança, tanto em termos gráficos quanto em aspectos editoriais. As novidades do jornal *Hit pop*, anunciadas em

⁹ A gravadora Continental notabilizou-se por lançar muitos desses artistas e grupos, assim como a Som Livre e, também numa escala menor, a gravadora Copacabana. As três tinham capital inteiramente nacional. Somente mais adiante é que parte dos artistas brasileiros rumaria para as gravadoras multinacionais, como Polygram, CBS e Ariola.

¹⁰ Tratava-se de um rótulo criado pela imprensa musical daquela época, referindo-se ao fato de terem uma estética musical hermética ou por não conseguirem se manter nos elencos das suas gravadoras, em função da baixa vendagem dos seus LPs. Os artistas eram Walter Franco, Tom Zé, Sérgio Sampaio, Jards Macalé e Luiz Melodia.

editorial assinado por Zwestch (1976, p. 2), apontam “para novo formato: agora é tablóide. Em tamanho: a partir de agora 20 páginas por mês!”.

Ainda nesse editorial foram anunciadas as novas contratações dos jornalistas que passaram a integrar a equipe da revista. Eram eles: Ezequiel Neves, Newton Duarte, Carlos Eduardo Caraméz e Oscar Pitta. Respectivamente, os dois primeiros abordavam assuntos ligados à música *pop* e *rock* daquela época, tanto internacional quanto brasileira. Ezequiel Neves deu título à sua coluna com um de seus famosos pseudônimos: *Zeca Jagger*¹¹. Já a coluna de Newton Duarte chamava-se *Big Pop*, um trocadilho com seu apelido, *Big Boy*.

Enquanto isso, Caraméz era encarregado de cobrir o *rock* brasileiro na coluna “Nas quebradas do rock”. Já Oscar Pitta escreveu sobre samba. Posteriormente, foram anunciadas no número seguinte, as contratações de Okky de Souza e de Peninha Schimidt. Este assinou uma coluna técnica sobre produção musical, intitulada “Jack & Plug”.

A inclusão desses jornalistas deu um incremento substancial à crítica musical na publicação, referente não somente ao *rock* brasileiro, mas também a outros gêneros musicais. Em seguida, outros nomes seriam agregados a esse jornal e assinariam colunas, embora com um estilo bem menos jornalístico e mais voltado para as chamadas “amenidades”.¹²

Quanto às críticas dos LPs, uma modificação substancial foi o aumento da quantidade de discos analisados pelos críticos da revista. Embora com espaço um pouco maior do que na fase anterior, os textos passaram a ser assinados, o que aumentou a credibilidade da opinião. Outro fator positivo foi a volta das críticas de shows dos grupos brasileiros, foco que apareceu somente na fase inicial.

Como já foi ressaltado na introdução deste artigo, o jornalismo exercido pela revista era direcionado para um estilo informativo. Portanto, consideramos positiva a inserção de colunas que faziam uma crítica importante a respeito da situação do *rock* brasileiro.

¹¹ Além dessa assinatura, Ezequiel Neves, posteriormente, assinou outras duas colunas no mesmo jornal: Zeca Rotten e Ângela Dust. A primeira, uma homenagem a Johnny Rotten, líder do grupo de *punk rock*, *Sex Pistols*, era somente sobre o referido gênero. E sobre Ângela Dust, era o “heterônimo mais trash de Ezequiel Neves, que brinca com o termo inglês, *angel dust*, apelido da penciclidina, droga que causa efeitos estimulantes e alucinógenos.” (LOGULLO, 2004, p. 20).

¹² Essas modificações ocorrem a partir de abril de 1978, número 65, e são agregados colonistas com assuntos que abordam o cotidiano íntimo dos artistas. O próprio Ezequiel Neves publica várias colunas cheias de tópicos que mais parecem textos saídos de publicações de fofocas sobre celebridades: “O tecladista Luiz Paulo e o cantor/flautista Ritchie (ambos do Vímãna), depois de duas semanas em Londres, deram uma esticada até Paris só para jantar no ‘Tour d’ Argent’. Mas acabaram não jantando. Tudo por culpa de uma garrafa ‘Cognac à la Cave’. O pileque pintou tão rápido que quando deram pela coisa, já estavam pedindo a sobremesa.” (NEVES, 1976, n. 44, p. 5).

Uma interessante crítica é a da coluna publicada na edição número 52, de fevereiro de 1977. Nela, o autor do texto¹³ aponta para a guinada musical realizada pelo grupo Pholhas que, em pouco mais de oito anos, “passaram dos fundos de uma garagem úmida e escura no poluído bairro da Mooca em São Paulo, onde ensaiavam, para os primeiros lugares nas paradas de sucesso de todo o Brasil” (PHOLHAS, 1977, n. 52, p. 8). Segundo esse autor, o sucesso aconteceu de forma rápida pelo fato desse grupo ter sido um dos primeiros a gravar em inglês. Se, por um lado, permitiu ao grupo uma estrutura qualificada de show business com direito a um patrimônio qualificado como aparelhagem própria, por outro, acontecia algo inusitado.

[...] essa onda de gravar em inglês logo se esparramou, virou moda e hoje é uma das piores pragas existentes na música pop do Brasil. Cercados de imitadores baratos do tipo Terry Winter, Cristian e vários outros, os Pholhas resolveram acabar com o monstro que criaram, dando um chute na comodidade dos milhões e dos sucessos importados, para encarar uma briga firme de só trabalhar daqui pra frente com música em português e, ao invés de bailes, vão atacar só em shows especiais de clubes e temporadas de teatro. (PHOLHAS, 1977, n. 52, p. 8)

O mais importante, contudo, foi a consequência dessa atitude.

A gravadora dos meninos está botando as mãos na cabeça, inconformada com o fato de um dos seus maiores vendedores de discos querer arriscar todo o prestígio num trabalho novo, só a base do rock, que nem Deus sabe como vai ser. Muitas rádios mandaram avisar a gravadora que não executarão o grupo de jeito nenhum. [...] Muitos seguros da barra que compraram, eles já estão gravando em seus próprios estúdios uma série de rocks pesados. (PHOLHAS, 1977, n. 52, p. 8)

No ano posterior ao do lançamento do LP citado na coluna, *Pholhas* (RCA Victor, 1977) a pressão foi tamanha que o grupo retornou ao estilo anterior, ou seja, cantando em inglês, ao lançar seu próximo LP, *O som das discotèques* (RCA Victor, 1978). Apesar de essa atitude não ter tido resultado, essa crítica chama a atenção ao apontar para algo muito presente na *cultura do rock* e que o *show business* comandava de uma forma discutível. A curiosidade é que a mesma revista *Pop*, em novembro de 1975, publicava uma extensa reportagem de quatro páginas¹⁴ sobre esse fenômeno.

No jornal *Hit pop*, contudo, havia espaço também à ênfase e ao incentivo explícito a grupos brasileiros. O caso mais notório foi o do grupo Made in Brazil, através do crítico Ezequiel Neves. Em sua coluna publicada em julho de 1978, mencionou que “é a segunda vez que entro no estúdio com o Made in Brazil e estou curtindo demais. [...] quando começamos a

¹³ Há que se ressaltar que Carlos Eduardo Caramaz era o titular da coluna, porém, nesta edição ela não está assinada. Eventualmente, Nico Pereira de Queiroz assinava a referida.

¹⁴ OS ESTRANGEIROS made in Brazil, Novembro 1975, n. 37, p. 64-68.

gravar as bases, eu fui fulminado por um sonzão ritmado e que parecia não ter fim.” (NEVES, 1978, p. 69, n. 9). Trata-se de uma nota dada pelo crítico em sua coluna de julho de 1978. Ezequiel Neves comentava sobre sua participação nas gravações do terceiro LP do grupo, intitulado *Paulicéia desvairada* (RCA Victor, 1978). Antes, o crítico já havia participado da gravação do LP anterior do *Made in Brazil – Jack, o estripador* (RCA, 1976) – como produtor executivo e também fazendo vocais de fundo. O próprio colunista não se constrangeu de deixar o seu papel de crítico em segundo plano. Na edição de maio de 1977, ele escreveu, assinando como seu heterônimo Angela Dust (1977), a respeito de uma apresentação do referido grupo:

Made in Brazil é um daqueles grupos de rock que não podem ser julgados pelos padrões normais da crítica musical. Eles não são grandes músicos, não produzem grandes obras, e não têm a menor pretensão de passar a história ou figurar em enciclopédias. A grande vantagem do Made sobre as demais bandas de rock nativo, no entanto, é a sua cristalina consciência que o rock é um gênero musical de consumo imediato, a esbaldante despreensão com que realizam sua fusão de clichês pop (DUST, 1977, n. 55, p. 7).

Essa prática era comum naquela época, conforme observou o crítico musical do jornal *O Estado de S. Paulo*, Jotabê Medeiros, citado por Débora Costa e Silva (2008) ¹⁵

“Houve uma confusão de papéis nessa época. O crítico de música também produzia festivais, produzia artistas, às vezes tinha uma banda e não raro escrevia sobre o que fazia”, explica Jotabê. Nelson Motta compôs com Dori Caymmi, Lulu Santos, produziu vários artistas e eventos, como o Saquarema 76 e Hollywood Rock, enquanto também escrevia sobre música no jornal O Globo. Ezequiel Neves, por sua vez, foi produtor do Barão Vermelho e escrevia em revistas de música, como as extintas POP, [...] e Som Três. “[Ezequiel] foi também um dos primeiros paradigmas de uma crítica de rock e pop essencialmente brasileira”, avalia (SILVA, 2008).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do período de publicação de *Pop*, a transformação musical do Brasil foi muito acentuada. Nesse contexto, um ponto é notório: o *rock* brasileiro não conseguiu articular-se como um gênero definitivo dentro do mercado e também da mídia brasileira.

Embora contasse com vários jornalistas qualificados, em geral a revista aproveitava de forma parcial o potencial dos profissionais. Tinha como postura editorial publicar reportagens superficiais valorizando, acima de tudo, a fotografia. E como a *Rolling Stone* e a *Bondinho*, o predomínio de reportagens de artistas e de grupos estrangeiros sobre o *rock* brasileiro também se fez presente. A presença de outros assuntos que não tinham em nada relação com músicas,

¹⁵ Silva, Débora Costa e. A crítica musical. Disponível em: <<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2512>>. Acesso em: 25 abr. 2015.

mas com comportamento, esportes e sexualidade, também atrapalhou, embora fosse a música o assunto principal da revista.

Se com a revista, em termos gerais, os textos tinham um perfil mais de amenidades, no jornal *Hit pop*, que vinha encartado na publicação, era o contrário. Entrevistas com profissionais do ramo fonográfico, com artistas brasileiros e estrangeiros e, também, com indicação de discos fizeram parte desde que foi criado até o último exemplar analisado nesta pesquisa.

Porém, no que diz respeito à crítica musical relacionada ao *rock* brasileiro, não houve uma evolução qualificada que fosse possível destacar, apesar da grande quantidade de jornalistas e críticos que atuaram nessa função. Talvez isso tenha decorrido pelo fato de ter sido uma publicação pioneira, que buscou focar o jovem brasileiro daquela década como um consumidor potencial, algo que aconteceu somente na década seguinte.

Entende-se que não foi somente isso que delineou a extinção de *Pop*. Tal questão era mais profunda, dizendo respeito ao mercado consumidor e à sua relação com a indústria fonográfica.

No limiar dos anos 1980, essa consolidação finalmente aconteceu através do *rock* brasileiro. Resumindo, afirmaríamos que os críticos de *Hit pop* entendiam seus leitores como sujeitos que ouvissem música de forma “amadora” ou primária. Eram eles que vivenciavam um modelo de contracultura que se dissolvia gradativamente através do paraíso artificial das drogas e do consumismo, como refletiu o sociólogo Luciano Martins.¹⁶

Também há de se destacar as capas, que sempre seguiam a mesma estética: fotos de modelos jovens, sempre sorrindo e com motivos que remetessem a esportes como *surf*, pilotando motocicletas possantes ou conduzindo um *buggy*.

Falando do *rock* brasileiro, naquela época ele estava ainda em um estágio amadorístico e dividia espaço com outros gêneros musicais – principalmente com a MPB, mas também o *rock* estrangeiro – através de grupos consagrados como *Led Zeppelin* e *Rolling Stones*.

A crítica publicada nos veículos¹⁷ não era profunda, muito pelo contrário. Na maioria dos exemplares analisados, eram sintéticas, resumidas em poucas linhas de acordo com uma breve impressão dos críticos. Para nós, isso está relacionado ao tipo de leitor para o qual a revista direcionava-se. Ou seja, esse leitor não era um profundo conhecedor da *cultura do rock*,

¹⁶ “*A Geração AI-5 - um ensaio sobre autoritarismo e alienação*” do sociólogo Luciano Martins tratava da geração nascida após a decretação do ato institucional. Foi publicado originariamente em 1979 e posteriormente relançado em livro no ano de 2004.

¹⁷ Inicialmente em *Pop* e posteriormente no Jornal *Hit pop*, que passa a ser encartado na revista.

já que a publicação não se destinava a consumidores musicais ávidos por novidades deste mercado consumidor.

REFERÊNCIAS

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

ANÚNCIO lançamento Revista Pop. **Veja**, São Paulo, n.219, p.114-15, 15 nov. 1972.

BAHIANA, A. M. Importação e assimilação: rock, soul, discotheque. In: NOVAES, A. (Org.). **Anos 70: ainda sob a tempestade**. Rio de Janeiro: Aeroplano; Editora Senac Rio, 2005. p. 53-59.

BARROS, P. **Provocações brasileiras: a imprensa contracultural made in Brazil – Coluna Underground (1969-1971), Flor do Mal (1971) & a Rolling Stone Brasileira (1972-1973)**. 2007. 268 f. Tese (Doutorado em História)– Faculdade de Ciências e Letras de Assis, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Assis, 2007.

BORGES, L. F. R. **O processo inicial de formulação de produtos de mídia impressa brasileira voltados ao público jovem: um estudo de caso da Revista Pop**. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2003.

CORREA, T. S. Poções do mago revisteiro. **Observatório da imprensa**, São Paulo, 2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/iq041120032.htm>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

DI PIERO, G. Agora, pôsteres e um jornal de música pop. **Pop**, São Paulo, n. 12, p. 3, out. 1973.

DOURADO, H. A. **Dicionário de termos e expressões da música**. São Paulo: Editora 34, 2008.

DUST,A. O alegre massacre do Made in Brazil. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 55, p. 7, jul. 1977.

EDITORIAL. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 1, p. 12, nov. 1972.

EM CARTAZ. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 30, p. 1, abril, 1975.

EM CARTAZ. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 33, p. 15, jul. 1975.

EM CARTAZ. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 34, p. 15, ago. 1975.

EM CARTAZ. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 37, p.15, nov.1975.

HOBSBAWM, E. **Era dos extremos: o breve século XX – 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

LOGULLO, E. Doutor Desbunde. **Revista Trip**, São Paulo, ano 17, n. 125, p. 14-22, ago. 2004.

MACIEL, L. C. Não há mais rock nas bancas. Depoimento a Antônio José Mendes. **Jornal Opinião**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 4, 15-22, jan. 1973.

MARTINS, L. A. **“Geração AI-5” e maio de 68**: duas manifestações intransitivas. Rio de Janeiro: Livraria Argumento, 2004.

MIRA, M. C. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Editora Olho d’Água, 2003.

MORELLI, R. **Indústria fonográfica**: um estudo antropológico. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

NEVES, E. Coluna Ezequiel Neves. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 69, p. 9, jul. 1978.

NEVES, E. Coluna Zeca Jagger. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 44, p. 5, jun. 1976.

OS ESTRANGEIROS made in Brazil. **Pop**, São Paulo, n. 37, p. 64-68, nov. 1975.

PAIANO, E. **O berimbau e o som universal**: lutas culturais e indústria fonográfica nos anos 60. 1994. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)– Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

PALADINO, E. A máquina da fofoca. **Isto É online**, São Paulo, 2001. Disponível em:
<http://www.terra.com.br/istoegente/114/reportagem/giba_um.htm>. Acesso em: 25 abril 2015.

PHOLHAS, agora em português! Coluna Nas quebradas do rock. **Jornal Hit Pop**, Pop, São Paulo, n. 52, p. 8, fev. 1977.

SILVA, D. C. A crítica musical. **Digestivo cultural**, São Paulo, 2008. Disponível em:
<<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2512>> Acesso em: 25 abr. 2015.

VENTURA, Z. O vazio cultural. In: GASPARI, E.; HOLLANDA, H. B.; VENTURA, Z. **70/80 Cultura em trânsito**: da repressão à abertura. Rio de Janeiro: Aeroplano Editora, 2000.

ZWESTCH, W. Editorial. **Jornal Hit Pop**, São Paulo, n. 42, p. 2, abr. 1976.

Recebido em: 20/07/2015

Aceito em: 20/11/2015

Publicado em: 11/10/2016