

A visualidade da geração do Brock

The visuality of B-Rock's generation

Mauro Sérgio de Senna Araujo¹

Ana Paula Zarur²

ISSN
1809-9475

Artigo
Original

Original
Paper

Palavras-chave:

Design

Rock

Juventude

Capas de LP

Resumo

O presente trabalho é fruto de uma pesquisa de cunho histórico que tinha por objetivo desvelar os significados contidos nas capas de disco do movimento BRock. O caminho metodológico adotado foi a Hermenêutica de Profundidade de Thompson (1995), um processo interpretativo composto por três fases mutuamente interdependentes e complementares: a análise sócio-histórica, a análise formal ou discursiva e a interpretação/reinterpretação. A primeira fase descreve as condições sociais e históricas de produção, circulação e consumo das capas de LPs. A segunda consiste em uma análise da organização interna destas formas simbólicas, com suas características estruturais, seus padrões e relações. Já a terceira fase trata-se de um processo de síntese, relacionando todos elementos abordados nas duas etapas anteriores e oferecendo uma interpretação da ideologia subjacente ao discurso midiático.

Abstract

This work is the result of a survey of historical which aimed to uncover the meanings contained in the disc covers the movement BRock. The methodological approach adopted was to Depth Hermeneutics Thompson (1995), an interpretative process consists of three phases mutually interdependent and complementary: a socio-historical analysis, formal or discursive analysis and interpretation / reinterpretation. The first phase describes the social and historical conditions of production, circulation and consumption of the covers of LPs. The second is an analysis of the internal organization of these symbolic forms, with their structural characteristics, their patterns and relationships. The third phase it is a process of synthesis, listing all elements addressed in the two previous steps and offering an interpretation of the ideology underlying the media discourse.

Keywords:

Design

Rock

Youth

Covers LP

1. Discente do curso de Design do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA.

2. Docente do curso de Design do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA.

No livro *História Social da Criança e da Família*, o autor francês Philippe Ariès defende a idéia de que o conceito de infância foi historicamente construído. Segundo Ariès, na Idade Média a infância não era separada do mundo adulto; a criança participava integralmente do mundo do trabalho e da vida social a partir do momento em que sua capacidade física permitisse, o que ocorria em idade relativamente prematura. (1981)

A concepção de uma faixa etária diferenciada, com interesses próprios e necessidade de uma formação específica só ocorreu em plena Idade Moderna, com a emergência do modelo familiar burguês. A noção de família, centrada não mais em amplas relações de parentesco, mas num núcleo unicelular, preocupado em manter a privacidade e estimular o afeto entre seus membros, abriu espaço para essa consideração especial para com a criança. A idade não fazia parte da identidade medieval.

A vida era a continuidade inevitável, cíclica, uma continuidade inscrita na ordem geral e abstrata das coisas, mais do que na experiência real, pois poucos homens tinham o privilégio de percorrer todas as idades da vida naquelas épocas de grande mortalidade (ARIÈS, 1981:38).

A história da infância descrita por Ariès surge como possibilidade para muitas reflexões sobre a maneira pela qual entendemos e nos relacionamos com a idade. Ela demonstra o quanto as categorias de idade são relacionais e performáticas, e como é complexo tentar reduzi-las a meras definições cronológicas, ou baseá-las numa idéia de sucessão de fases regulares da vida.

Entre essas categorias a idéia de *juventude* ganha destaque na realidade contemporânea. Desconectada de um grupo etário específico, ela passa a significar um valor que deve ser conquistado e mantido, em qualquer idade, através da adoção de formas de consumo de bens e serviços apropriados. Como afirma Edgar Morin (1984:152-153) “o tema da juventude não concerne apenas aos jovens, mas também àqueles que envelhecem”. Em um ambiente em constante transformação como o das socieda-

des ocidentais pós-modernas, a maturidade e a sabedoria, frutos da experiência acumulada, perderam seu valor. A velhice passou a ser um modo de expressar uma atitude de negligência com o corpo e de falta motivação para a vida, uma espécie de doença auto-infligida.

Em um artigo intitulado *Não quero ser grande*, o sociólogo inglês Frank Furedi fala sobre esta tendência contemporânea de exaltação da juventude:

A celebração da imaturidade é reafirmada constantemente pela mídia. Atores de meia-idade vivem à procura de papéis que lhes permitam manifestar seu lado juvenil. John Travolta quase se esborrachou para ser um doce-de-coco em “Olhe Quem Está Falando”, e Robin Williams mostrou ser adorável no papel de Peter Pan em “Hook”. Tom Hanks é sempre bonitinho -uma criança presa dentro do corpo de um adulto em “Quero Ser Grande” e, depois, como “Forrest Gump”, o menino-homem que personifica a nova virtude do infantilismo psicológico. Peter Pan, o garoto que não queria crescer, teria poucas razões para fugir de casa se visse em Londres, Nova York ou Tóquio hoje (FUREDI, 2004:5).

Novas expressões têm sido cunhadas para descrever aspectos deste fenômeno. Termos como “geração canguru”, usado para caracterizar os adultos que não querem abandonar a casa dos pais; “kidults”, uma referência a adultos que agem como crianças; ou “adolescentização”, um aportuguesamento da expressão acima, indicam uma nova configuração social, na qual a diferença entre idades parece ter perdido significado.

Atualmente produtos que emanam juventude têm alta cotação comercial. Como afirmam Margulis e Urresti (1998:5), “no mercado de bens simbólicos ser jovem é ter prestígio”. Isso resulta em uma realidade onde um conjunto de significados associados ao jovem passa a ser acionado por setores mais velhos.

Um dos setores mais sensíveis à esse “peterpandemônio”¹ é a moda. Nesta área, como afir-

¹ Termo cunhado por dois publicitários americanos, Becky Ebenkamp e Jeff Odiome, para caracterizar pessoas adultas que buscam produtos que lhes tragam de volta a juventude e a infância. (FUREDI, 2004)

ma Gilles Lipovetsky, o modelo jovem se impôs como um novo princípio de imitação social.

Poucos se preocupam em exibir nas roupas o seu “sucesso”, mas quem não se empenha, de alguma maneira, em oferecer de si próprio uma imagem jovem e liberada, em adotar não certamente a última moda júnior, mas o ar, a *gestalt* jovem? Mesmo adultos e pessoas idosas entregaram-se ao sportswear, aos jeans, às T-shirts engraçadas, aos tênis de cano alto, aos seios nus. (2009:141-142)

Esta “valorização da juventude” é um fenômeno razoavelmente recente e só foi possível graças à emergência de uma vibrante cultura adolescente em meados do século XX. Os *baby bombers*, nascidos após a Segunda Guerra Mundial, em um período de grande explosão demográfica, foram a primeira geração a poder demonstrar claramente que não estava disposta a reproduzir os padrões de comportamento e de vida de seus pais. Devido sua superioridade numérica, eles se configuraram desde cedo em uma grande força motriz, capaz de mobilizar o mercado de bens de consumo.

Essa transformação do adolescente em fátia privilegiada do mercado consumidor, inaugurada nos Estados Unidos e rapidamente difundida no mundo capitalista, favoreceu o florescimento de uma cultura altamente hedonista.

O impulso de uma cultura jovem no decorrer dos anos 1950 e 1960 acelerou a difusão dos valores hedonistas. Instalou-se uma cultura que exibe o não conformismo, que exalta valores de expressão individual, de descontração, de humor e de espontaneidade livre. A sensação Courrèges, o sucesso do “estilo” e dos criadores da primeira onda do prêt-à-porter dos anos 1960 são antes de tudo a tradução, no sistema da moda, da ascensão desses jovens valores contemporâneos do rock, dos ídolos e estrelas jovens: em alguns anos, o “júnior” tornou-se protótipo da moda. (LIPOVETSKY, 2009:139)

A emergência dessa nova cultura jovem está diretamente associada à trajetória do rock (FEIXA, 1999:101).

Em termos históricos o rock and roll foi uma ruptura geracional por despontar como um componente para concepção da juventude do pós-guerra na vida cultural e social. A música que os pais não gostavam era a preferida dos filhos e houve uma divisão, uma fenda entre as gerações: tratava-se de um gênero que refletia e falava à juventude num período marcado pela destruição das guerras, num mundo que sinalizava a emergência de uma nova forma de fazer política (ROCHEDO, 2011:15)

O *rock* surgiu da necessidade da juventude enfrentar os padrões morais e comportamentais. As manifestações juvenis através do *rock* corroboraram para seu aparecimento na esfera pública, na qual o jovem gradualmente foi assumindo o lugar de sujeito social específico.

No Brasil, os primórdios do *rock* remontam a Celly Campello, cantora que, ao lado do de seu irmão, Tony Campello, ficou famosa no final dos anos 50 ao gravar versões de rocks americanos, como “Estúpido Cupido”. Pouco depois, na primeira metade do anos 1960, surgiu o fenômeno da Jovem Guarda, nome derivado de um programa televisivo dominical que divulgava jovens rockeiros, capitaneado pelo trio composto por Roberto Carlos, Erasmo e Wanderléia.

Entre os pioneiros do *rock* brasileiro é possível destacar também o Tropicalismo. Embora a linguagem musical predominante do movimento tropicalista não fosse exatamente o rock – havia samba e bolero –, a postura grupal era, como afirma Dapieve (DAPIEVE, 1995:15), indubitavelmente roqueira. Os integrantes do movimento Tropicalista adotaram uma série de significantes contraculturais - roupas coloridas, cabelos compridos, guitarras elétricas e outros elementos - claramente associados à cultura do rock. Suas músicas fundiam tradições do cancionário nordestino, samba, bossa nova com guitarras elétricas, instrumentos típicos do rock’n’roll norte americano, promovendo

do um hibridismo cultural rico e sofisticado (NAPOLITANO, 2004:62).

Ao poucos a utilização de elementos do *rock* que fora introduzido pelas manifestações juvenis na década de 1950 começou a se generalizar. Na década de 1970 dois conjuntos se destacaram: os Novos Baianos e os Secos e Molhados. Ainda no período, Raul Seixas, que tinha como parceiro e letrista o poeta (e hoje escritor) Paulo Coelho, “fazia um *rock* temperado com sotaque nordestino” (DAPIEVE, 1995:19).

Apesar de válidos e ricos, esses movimentos não consolidaram o segmento do *rock* no cenário musical brasileiro. O *rock* encontrava oposição tanto nas direitas, que considerava o estilo um atentado aos valores morais cristãos, quanto das esquerdas, que o viam como um artigo importado e supérfluo, fruto do colonialismo cultural imputado ao Brasil pelos EUA. (QUADRAT, 2005:96)

Nem em seu momento de maior sucesso popular, a Jovem Guarda, ele conseguiria deixar de ser tratado, por quase todos, inclusive por alguns de seus cultores, como uma febre passageira, que logo os glóbulos verde-e-amarelos se encarregariam de expulsar do corpo da música brasileira, devolvendo-lhe assim a sanidade. Estrangeiro em uma nação de estrangeiros, o *rock* penou quase três décadas até conseguir, de fato e de direito, a cidadania brasileira (DAPIEVE, 1995:11)

Na década de 1980, o Brasil vivenciou um período de abertura política e o *rock*, insistentemente avaliado como “importado” e “alienado”, conseguiu finalmente ganhar espaço no país. O jornalista Arthur Dapieve (1995) usa o termo BRock para denominar o *rock* que se criou nesta época e que teria adquirido feições brasileiras.

O que era então esse tal de BRock ? Era o reflexo retardado no Brasil menos da música e mais do que da atitude do movimento punk anglo-americano: do-it-yourself, ainda que não saiba tocar, ainda que eu não saiba cantar, pois o *rock* não é virtuoso. Era um novo *rock*

brasileiro (...) falando em português claro de coisas comuns ao pessoal de sua própria geração: amor, ética, sexo, política, polaróides urbanos, dores de crescimento e maturação – mensagens transmitidas pelas brechas do processo de redemocratização. “Era um corte proposital em relação a MPB, era a valorização da juventude no anos 80”, diz Renato Russo (DAPIEVE, 1995:195).

O fato de o *rock* só ter se consolidado no Brasil na década de 1980, associado à inegável importância deste gênero musical para a cultura jovem, torna este um período bastante significativo na construção da identidade da juventude nacional. Como nos tempos atuais a juventude se tornou criadora e disseminadora de tendências de consumo, estudos que se dispõem a avaliar o fenômeno da materialização do universo juvenil em bens simbólicos ganham relevância.

Assim, sendo este um trabalho de cunho histórico, optou-se por utilizar-se como caminho metodológico a Hermenêutica de Profundidade de Thompson (1995), um processo interpretativo composto por três fases mutuamente interdependentes e complementares: a análise sócio-histórica, a análise formal ou discursiva e a interpretação/reinterpretação.

A primeira fase, a análise sócio-histórica, teve como objetivo reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e consumo das formas simbólicas. Nessa fase realizou-se uma pesquisa bibliográfica e documental, no intuito de delinear o cenário social e cultural da juventude brasileira na década de 80.

Após esta primeira etapa, foi realizada a análise formal ou discursiva cuja finalidade básica era analisar a organização interna das formas simbólicas, com suas características estruturais, seus padrões e relações. Nessa etapa, a pesquisa se debruçou na análise semiológica de uma das principais formas simbólicas relacionadas aos movimentos de cultura jovem ocorridos na década de 80: as capas de discos. Finalizando a análise ideológica, o processo de síntese visou, então, à construção criativa de possíveis significados para aquilo que foi veiculado pela mídia da época. Com o auxílio da análise sócio-histórica e da análise formal discursiva, o objetivo era relacionar todos esses elementos, interpretando a ideologia subjacente ao discurso midiático.

1. Análise Sócio-Histórica

1.1. O mundo na década de 1980

A década de 80 foi marcada por um surto de ideologia neoliberal que se iniciou com a eleição de Ronald Reagan como presidente dos Estados Unidos e de Margareth Thatcher como primeira ministra da Inglaterra. Neste período as políticas econômicas dos países centrais estiveram direcionadas a uma desregulamentação dos mercados, à privatização de empresas e ao aumento da competitividade internacional (SANTOS, 1999:1).

A crise na União Soviética se intensificou. Ao longo da década de 1970 o PIB soviético havia caído em 50% e a crise econômica rapidamente se traduziu em crise política e no crescimento dos conflitos sociais. Em 1985, tentando impedir o fim do bloco comunista, Mikhail Gorbachev, apresentou um programa de reformas políticas estruturado em duas frentes de ação: a *perestroika*, cujo objetivo era promover mudanças na economia e na sociedade, e a *glasnost*, que se constituía em uma promessa do alto escalão do Partido Comunista de ouvir a sociedade antes de tomar decisões. Em suma, “o que se pretendia era modernizar a estrutura socioeconômica e promover uma abertura política sem abandonar o socialismo” (PETTA, 2003: 292).

Segundo Santos (SANTOS, 1999:1), na Europa Oriental e na União Soviética, o movimento democratizador, antiburocrático e anties-tadista, iniciado pela *perestroika* e pela *glasnost*, foram profundamente influenciados pela ideologia neoliberal. Tal processo acabou culminando na queda do muro de Berlim, em 1989, e no desmoronamento do comunismo na região.

A década de 1980 marca também um período em que houve um incremento, acelerado e intenso, das tecnologias de informação.

Ao longo dos anos 80, apareceram o videotexto, a rede francesa Minitel, a fibra ótica, a primeira tela sensível ao toque, o processador de texto do Macintosh da Apple, com Wysiwyg, memórias óticas, scanners, videodiscos, cd-roms, TCP/IP (Transport Control Protocol / Internet Protocol – protocolo de comunicação) e a Internet. Esses

avanços, o aumento da capacidade de armazenamento e processamento de dados dos computadores e o surgimento de interfaces gráficas mais amigáveis (com menus, janelas e ícones acionados por um “click” do mouse) permitiram que a informática passasse a fazer parte do cotidiano das pessoas comuns. (DIAS, 1999: 273)

O advento destas novas tecnologias foi de encontro às prementes necessidades do incipiente modelo capitalista neoliberal. A revolução tecnológica forneceu o ferramental necessário para promoção de um mercado globalizado e sem barreiras, onde o capital pudesse fluir livremente. Ela marca o fim da era industrial e o início da era da informação: um novo paradigma onde a aplicação do conhecimento e o processamento da informação constituem os elementos primordiais dos processos produtivos (CASTELLS, 2000:50).

1.2. O Brasil na década de 1980

No Brasil a década de 1980 foi um período de série crise econômica. O país se debatia contra uma inflação crescente e, ao que parecia, invencível. Os índices econômicos positivos conquistados em períodos anteriores ficavam, quando muito, estacionários. Foram tempos difíceis, em que se avançou bem pouco. Para muitos, os brasileiros estavam naquela que viria a ser chamada de “década perdida” (BNDES, 2002).

O ano de 1980 fechou melancolicamente com uma inflação de três dígitos: 110%. Em 1983, a inflação atingiu o incrível índice de 200%. A dívida externa, nesse mesmo ano de 1983, foi da ordem de 95 bilhões de dólares (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:377).

Se um cenário não era positivo na esfera econômica, em termos políticos o Brasil vivenciava um retorno gradual à democracia. A abertura política se concretizava, a censura se abrandava, os políticos cassados regressavam ao país e à vida pública. Novos partidos surgiam e os brasileiros voltavam a escolher seus dirigentes.

Nas eleições de novembro de 1982, a oposição conseguiu eleger os governadores dos estados mais ricos do Brasil, a começar por São Paulo, que escolheu o peemedebista Franco Montoro. Tancredo Neves elegeu-se governador de Minas Gerais também pelo PMDB. No Rio de Janeiro venceu Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista (PDT). Quanto ao PDS, conforme a irônica observação de Tancredo, havia se transformado no Nordeste (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:373).

O processo de redemocratização foi lento. Em 1982 o povo já podia votar para governador mas as eleições para presidente, marcadas para 1984, seriam indiretas. Diante do perigo dos militares permanecerem no poder foi lançada em 1983 a campanha das eleições diretas para presidente.

As primeiras manifestações do movimento “Diretas já” não reuniram mais que 10 mil pessoas. Entretanto, em 1984, os comícios se tornaram grandes demonstrações de que o povo estava farto do regime militar. Mesmo assim, a emenda constitucional que permitiria as eleições diretas, apresentada pelo deputado Dante de Oliveira, não foi aprovada no Congresso. Mas a base de sustentação do governo estava arruinada, e a oposição acabou vencendo as eleições indiretas para a Presidência. (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:374)

A vitória de Tancredo Neves foi recebida com grande entusiasmo e esperança pela população brasileira. Na véspera da posse, o Presidente eleito foi internado às pressas, no Hospital de Base de Brasília, para se submeter a uma operação. Complicações pós-operatórias levaram Tancredo sofrer outras sete intervenções cirúrgicas e ele acabou falecendo em 21 de abril de 1985 (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:375).

Por ironia da história, a “Nova” República, como Tancredo batizara o período que iria começar com o seu mandato, acabou tendo como seu primeiro presidente José Sarney. Exatamente o mesmo político que, em abril de 1984, comandara a rejeição da emenda das diretas, contra a vontade popular. Era no mínimo estranho que o slogan “Muda

Brasil!” tivesse que ser concretizado pelo ex-presidente do PDS (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:375).

José Sarney assumiu o poder em 1985 com a principal meta de acabar com a inflação (PETTA, 2003:298). Buscando solucionar este problema, o presidente anunciou, em 28 de fevereiro de 1986, a adoção de uma medida para reajustar a economia nacional: o plano Cruzado.

O Plano Cruzado mudou o nome da moeda brasileira – de cruzeiro para cruzado – e decretou o congelamento de preços: os salários sofreram um reajuste e também foram congelados. Novos aumentos salariais somente deveriam ocorrer quando a inflação acumulada chegasse aos 20%. (PETTA, 2003:298)

O plano do governo recebeu apoio de grande parte da população. Em seu primeiro mês de vigência houve uma deflação: os preços baixaram em relação ao mês anterior. Mas para uma sociedade acostumada com a hiperinflação, o congelamento trouxe duas consequências imediatas: a explosão do consumo, e o desestímulo à poupança. “O aumento do consumo resultou em uma escassez de mercadorias e de gêneros alimentícios e levou muitas pessoas a aceitarem pagar o “ágio”. O congelamento havia provocado um enorme desequilíbrio entre a oferta e a procura, a tendência era a alta de preços (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:375).

O governo Sarney lançou sucessivos planos com a intenção de corrigir os equívocos provocados pelo primeiro, mas não houve como sanear a economia nacional. Os gastos públicos, sempre acima da arrecadação, eram outro complicador para a grave situação brasileira. (PETTA, 2003:298)

No ano do lançamento do Plano Cruzado, 1986, ocorreram eleições para a renovação da Câmara dos Deputados e de dois terços do Senado, com a vitória estrondosa do PMDB. Os novos deputados e senadores tinham uma tarefa importante: redigir uma nova Constituição para substituir à da ditadura militar outorgada em 1967 (KOSHIBA, PEREIRA. 1993:384).

A Assembléia Constituinte iniciou seus trabalhos em fevereiro de 1987, e a nova Carta foi promulgada no dia 5 de outubro de 1988. Entre as conquistas desta nova constituição destacam-se a ampliação dos direitos individuais e o fortalecimento das liberdades públicas, áreas que tinham sofrido grandes restrições na época do Regime Militar.

Em termos políticos a década de 1980 no Brasil se encerra com democracia sendo exercida de forma plena no país. Após 29 anos, finalmente os brasileiros puderam ter o direito de escolher o presidente da República.

1.3. O BRock e o cenário musical brasileiro na década de 1980

Até a década de 1980, mesmo com todas as dificuldades impostas pela censura, a boa e velha MPB reinava absoluta no cenário musical brasileiro.

Roqueiro que abria o “Jornal do Disco” encartado na revista “Som Três” de janeiro de 1980 tinha vontade de dar um tiro na cabeça. Sob o título “O time que as gravadoras escalaram”, estavam lá dez nomes nos quais as ditas cujas apostavam suas fichas para o primeiro ano da década. Eram eles Oswaldo Montenegro (indicado pela Warner), Grupo Paranga (Bandeirantes), Gilliard (RGE), Gilson (Top Tape), Zé Ramalho (CBS), Olívia Byington (Som Livre), Paulo André Barata (Continental), Diana Pequeno (RCA), Djavan (EMI) e Angêla Rô Rô (Poligram). Como se não só o punk, mas também o rock’n’roll, a beatlemania, o heavy metal e o progressivo nunca tivessem acontecido. Era um panorama desalentador. Do toda essa seleção, somente a exagerada Rô Rô, bluseira carioca, lésbica assumida em altos brados, tinha algum parentesco com aquele tal de rock’n’roll. Todos os outros eram, de uma forma ou de outra, vassalos da encastelada MPB, quase nenhum – o tempo ia se encarregar de provar isso – talentoso o bastante para vingar (DAPIEVE, 1995:23).

Nesta época o *rock* era visto como um estilo marginal, importado, e mesmo em momentos de maior sucesso popular, como a Jovem Guarda, era tratado como um fenômeno passageiro. Mas nova geração de 80, pós-abertura política, “já não era tão cativada pela música popular brasileira, que, muitas vezes, se expressava com letras carregadas de denúncia social e lançando mão das metáforas para driblar a censura da década anterior” (CARMO, 2000: 139).

Assim, logo no início da chamada “década perdida”, iniciou-se um processo renovação musical. A engajada MPB começou a ceder espaço para o rock e suas manifestações juvenis.

Em 1981, o jornalista, disc jockey e poeta Júlio Barroso fundou a banda Gang 90, com as Absurdettes, e se podia sentir um cheiro de novo no ar. No mesmo ano, Evandro Mesquita e o baterista Lobão montaram uma banda que misturava música com teatro. Era a Blitz, homenagem as constantes “duras” que ambos levavam da polícia. Em 1982, ainda apareceriam Kiko Zambianchi, Lulu Santos (estreado em carreira solo), Eduardo Dussek, João Penca e Seus Miquinhos Amestrados, entre outros. (CARNEIRO, 2011:34)

A grande influência do *rock* brasileiro vinha da Inglaterra, do movimento punk e suas derivações surgidas em meados dos anos 70: o pós-punk e o new wave.

Mesmo com cinco anos atrasado, o *rock* brasileiro que mostrou a cara no início dos anos 80 e firmou os pés no cenário musical no decorrer da década era filho direto do verão inglês de 1976, o famoso verão punk, aquele no qual os Sex Pistols

deram uma cusparada certa no olho do *establishment* roqueiro e começaram tudo de novo. Mesmo que preferissem formas menos agressivas, ou até mesmo “reacionárias”, como o heavy metal e o progressivo, este BRock devia tudo, de corpo e alma, ao lema punk “*do-It-yourself*”, faça você mesmo (DAPIEVE, 1995:23).

Esta influência do *punk* inglês no *rock* nacional se deve ao fato de que o *punk* propunha a composição de músicas através de acordes bastante simples, que não exigiam grandes virtuosismos. Qualquer garoto com uma guitarra na mão, em pouco tempo, conseguia fazer música

No verão de 1982, a inauguração do Circo Voador, na cidade do Rio de Janeiro, inicia o processo de expansão do *rock* que agitaria o Brasil (MOTTA, 2001:342). No mesmo período, em Brasília e em São Paulo “o movimento *punk* tupiniquim começava a tomar corpo” (CARNEIRO, 2011:34).

Havia uma diferença fundamental o “punk de São Paulo” e o “*punk* de Brasília”. Em São Paulo, o movimento era basicamente composto por jovens moradores das periferias. Esses garotos não tinham grande acesso à diversão e ao consumo e viam no *punk* uma função catártica, a de exprimir sua revolta diante de uma situação econômica de exclusão. Já em Brasília os jovens eram muito bem informados em sintonia com o que estava acontecendo em metrópoles como Londres e Nova York.

As vias que levaram os candangos a aproximar-se do *punk* foram absolutamente diversas daquelas dos paulistanos. Estavam muito mais ligadas a um grande grupo de amigos -, adolescentes, usando da música mais rasteira para expressar-se socialmente – do que a um grito de rebelião política. (ALEXANDRE, 2002:68)

No Rio, cidade do Circo Voador, despontava na cena musical o *New Wave*: uma espécie de “rótulo (...) criado para poder abrigar as bandas que, surgidas mais ou menos na esteira do *punk rock*, não se identificassem totalmente com as limitações musicais e artísticas do gênero”. (ALEXANDRE, 2002:75)

Quando a MTV americana entrou no ar (em 1º de agosto de 1981 (...) ela ajudou a solidificar visualmente o que viria a ser conhecido como *new wave*. Para os rapazes, camisas de gola dupla erguida, cabelos imponentes eternamente “molhados”, ar *cool*, jaquetas repletas de zíperes, ternos de ombreiras e estreitas gravatas de crochê; para as moças, mangas morcego, batons pinks e pencas de colares; para todos, cortes de cabelo assimétricos, cores cítricas e xadrez, muito xadrez. Musicalmente, a *new wave* zombava da tecnologia processando vozes e utilizando sintetizadores até as raiais do caricatural, uma quizumba difícil de rotular, entre a *disco music* e o calipso, entre o jive e o sambão, e ainda assim com ares de rock”(ALEXANDRE, 2002, p.76).

Fora do país era comum que as bandas da cena *New Wave* zombassem do saudosismo “tomando cinicamente emprestado o hábito dos nomes compostos (que não se usavam havia dez anos) para batizar suas bandas, como *Echo & Bunnymen*, *Adam & The Ants* ou *Jules & The Polar Bears*” (ALEXANDRE, 2002, p.76).. No Brasil, essa moda pegou forte e tivemos bandas como *Kid Abelha e os Abóboras Selvagens*, *João Penca e seus Miquinhos Amestrados* e *Lobão e os Ronaldos*.

Em 1985 temos um marco na história do *rock* nacional: o festival *Rock in Rio*. No segundo semestre de 1984, anunciaram a realização do evento no Rio de Janeiro, prometendo uma reunião impressionante de artistas nacionais e estrangeiros. Roberto Medina, então presidente da Artplan, foi o principal idealizador da proposta.

O projeto de Roberto Medina era ousado. Para abrigar os exigentes artistas estrangeiros, era preciso uma estrutura de padrão internacional jamais vista no Brasil. Tudo tinha que ser profissional e grandioso. Monumental (CARNEIRO, 2011:37).

No dia 11 de janeiro Ney Matogrosso abriu a festa. “Desperta, América do Sul!” foi o primeiro verso cantado no festival. Quatro

dias depois, Tancredo Neves foi indicado o primeiro presidente civil em mais de 20 anos, e a vitória foi comemorada no mais característico estilo roqueiro.

Não foi com “Hino nacional”, nem “Coração de Estudante”, nem “Canção da América”, nem “Peixe Vivo”, nem alguma outra papagaiada nacionalista... no dia 15 de janeiro, na Cidade do Rock, no Rio de Janeiro, as hostes metaleiras saudaram o resultado das eleições no Colégio Eleitoral cantando ao mais baixo estilo arquibancada: “Eu, eu, eu, Maluf se fudeu!” Nenhuma alusão ao vencedor ou algum aspecto positivo de fê no futuro. Àquela altura do campeonato, ou melhor do festival, ninguém tinha idéia de que o Brasil estava entrando no mais longo período democrático da sua história. (BARREIROS, SÓ, 2005:15)

Como o festival ocorreu no mês de janeiro, logo após alguns dos principais vestibulares, a piadinha do momento era: “Passei no vestibular e o Maluf foi reprovado no Colégio”.

Quinze de janeiro foi um dia intenso no Brasil e na Cidade do Rock, a banda *Kid Abelha e Os Abóboras Selvagens* abriu a famosa “noite dos metaleiros”, com um som de péssima qualidade. O segundo show, de Eduardo Dussek, foi vaiado intensamente. Sobrou para o *Barão Vermelho* a tarefa de acalmar uma platéia que aguardava ansiosa pelas atrações internacionais, que eram os *Scorpions* e o *AC/DC* (CARNEIRO, 2011: 110-113).

No fim da apresentação, a tensão inicial se transformou em celebração por conta da eleição do Tancredo Neves. O baixista Dé Palmeira e Roberto Frejat se apresentaram com camisas amarelas. Uma bandeirinha do Brasil estava estrategicamente posicionada na bateria de Guto Goffi. Cazuza se despediu da multidão em êxtase com “Pro dia nascer feliz”: “Que o dia nasça lindo para todo mundo amanhã, um Brasil novo, com uma rapaziada esperta” (BARREIROS, SÓ, 2005:113)

O *Rock in Rio* foi um grande projeto de comunicação e acelerou a carreira de muitos músicos nacionais. O evento consagrou bandas, modificou hábitos e marcou processo de expansão musical no país (já que a repercussão do festival estimulou a ocorrência de outros como o *Hollywood Rock*).

Logo após a euforia do *Rock in Rio* nasceu a revista *Bizz*, gerida por produtores e críticos musicais que orientavam e indicavam tendências de música jovem (BRYAN, 2004:207).

Na segunda metade da década de 1980 o BRock era um fenômeno consolidado. A reboque do *Rock in Rio* de 1985, o *Ultraje a Rigor* e o *RPM* estrearam em gravações. Os discos destas duas bandas foram os mais vendidos no ano (CARNEIRO, 2011:178). No ano seguinte, em 1986, chegou a vez do lançamento daqueles discos que se iriam compor “a santíssima trindade do *Rock Brasil*”: *Dois (Legião Urbana)*, *Selvagem? (Os Paralamas do Sucesso)* e *Cabeça Donosauuro (Titãs)*.

No ano de 1988 Cazuza, mesmo já doente consegue lançar o álbum “Ideologia” onde cantava “Vida louca vida/ Vida breve / Já que eu não posso te levar/ Quero que você me leve”. Infectado pelo vírus da Aids, o artista veio a falecer dois anos depois, no dia 7 de julho de 1990. A *Legião Urbana* estava estreando um show neste dia para o lançamento do disco “As quatro estações” e Renato Russo fez um discurso emocionado:

Ele tem trinta anos. Ele é do signo de Áries. Ele nasceu no Rio de Janeiro. Ele gosta da Billie Holiday e dos Rolling Stones. Ele é meio louco. Ele gosta de beber para caramba. Ele é cantor numa banda de rock. Ele é letrista, e eu digo: ele é poeta. Todo mundo da Legião gostaria de dedicar este show ao Cazuza. (RENATO RUSSO In: CARNEIRO, 2011: 178)

Era 1990, Cazuza, o poeta, tinha 30 anos e o Rock brasileiro tinha, finalmente, alcançado sua maturidade.

2. Análise Formal

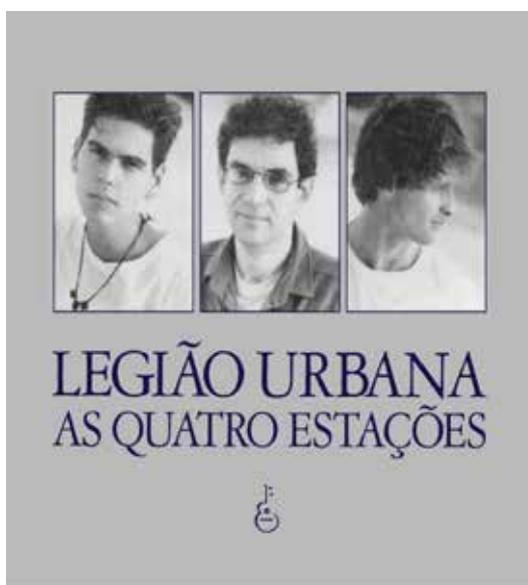
Nos anos 80, comprar música significava também comprar imagem. A mídia da época era o bom e velho disco de vinil, que só iria realmente ficar obsoleto perto do início de 1990. O enorme e frágil disco de goma-laca, que possuía apenas alguns poucos minutos de gravação, vinha embalado em grandes envelopes de papel cartão: as capas.

Mas do que mera proteção da mídia as capas dos LPs eram objetos de expressão artística. Elas representavam as músicas de forma

concreta antecipando o conteúdo dos discos. A imagem, neste sentido, não era somente um rótulo, mas uma expressão interpretativa, um meio de veicular ideias. Na década de 80, elas se constituíram como um dos principais meios de difusão da cultura do BRock. O universo das capas de disco do movimento BRock é extremamente variado e vasto, sendo muito difícil abarcar toda esta diversidade. Entretanto é possível identificar algumas tendências frequentes. Por exemplo, logo de início, é possível perceber uma grande frequência dos uso de fotografias dos integrantes da bandas nas capas.



Capa do LP "Barão Vermelho 2" – 1983



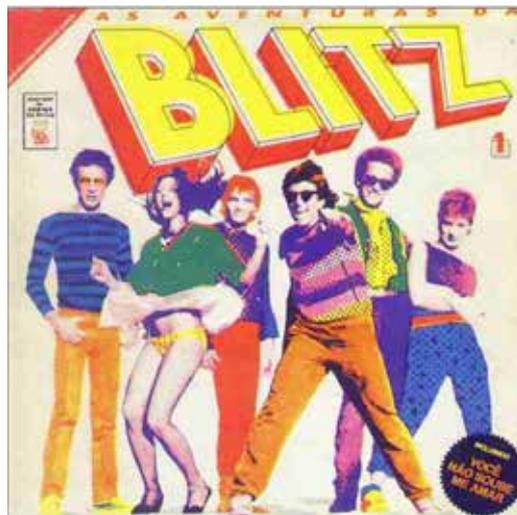
Capa do LP "Quatro Estações" – Banda Legião Urbana -1989

O uso dessas fotos nas capas dos LPs servia para tornar os artistas conhecidos pelo grande público. Mas em uma sociedade onde a imagem é fator preponderante, esta estratégia também servia para transformar a figura dos músicos em objeto de consumo, em símbolos apropriáveis pelas massas. Transformados em ídolos, que a indústria cultural mercantiliza, eles podiam ser oferecidos aos fãs em diversos formatos e produtos.

As propriedades do fetiche retornam dos objetos, investidas sobre os corpos de alguns humanos – ou melhor, para as imagens de alguns corpos humanos. Os operários dessa fábrica de esquecimento são os ídolos de massa: suas imagens são mercadorias dotadas do máximo valor de fetiche. O trabalho dos ídolos

das massas consiste em viver uma vida glamorosa (tão empobrecida como a de todos nós) e oferecer seu mais-valor de humanidade para nosso consumo em forma de imagem (BUCCI, 2005:241).

Foi esta iniciativa da *mass media* em bombardear o público com imagens de ícones da cultura pop que levou Andy Warhol proclamar que todo mundo poderia ser “famoso durante 15 minutos” (RODRÍGUEZ, 2007:81). Em vários de seus trabalhos, Warhol faz referência a essa atmosfera artificial, forçada, estereotipada e superficial da imagem do ídolo na sociedade de consumo. O curioso é que o universo da Pop Art, movimento artístico do qual Warhol é o representante máximo, acaba sendo apropriado por vários designers na elaboração de capas de discos do movimento BRock.



Capa do LP “As aventuras da Blitz” – 1982



Capa do LP “Revoluções por minuto” – 1984. Referência ao Pop Art

Os rostos dos integrantes da banda adquirem o papel de máscaras, onde a realidade visível da carne é substituída.

A Pop Art não foi o único movimento artístico a servir de fonte de inspiração para a criação de imagens para o *rock* nacional. Por diversas vezes, o design gráfico desta geração se apropriou de estilos e obras do passado, em uma postura bastante característica da pós-modernidade, como aponta David Harvey:

Rejeitando a idéia de progresso, o pós-modernismo abandona todo sentido de continuidade e memória histórica, enquanto desenvolve uma incrível capacidade de pilhar a história e absorver tudo

que nela classifica como aspecto presente. A arquitetura pós-moderna, por exemplo, pega partes e pedaços do passado de maneira bem eclética e os combina à vontade. (HARVEY, 1996: 58)

Um bom exemplo disso é encontrado no terceiro e mais marcante disco da banda *Titãs*, lançado no fim de 1986: *Cabeça Dinossauro*. A capa, impressionante, foi baseada em um esboço do pintor renascentista Leonardo Da Vinci, intitulado *A Expressão de um Homem Urrando*.



Capa do disco "Cabeça Dinossauro" – Banda Titãs - 1986

Na contracapa do mesmo disco é possível encontrar outro desenho, *Cabeça Grotasca*, do mesmo pintor “”.



Contracapa do disco "Cabeça Dinossauro" – Banda Titãs - 1986

A singular relação com o passado característica da pós-modernidade muitas vezes acaba promovendo uma onda retrô. Nos LPs de Brock essa tendência nos remete à época do

surgimento do *rock 'n' roll* como gênero musical nos Estados Unidos. São várias as capas que seguem uma estética claramente inspirada nos *fifties*.



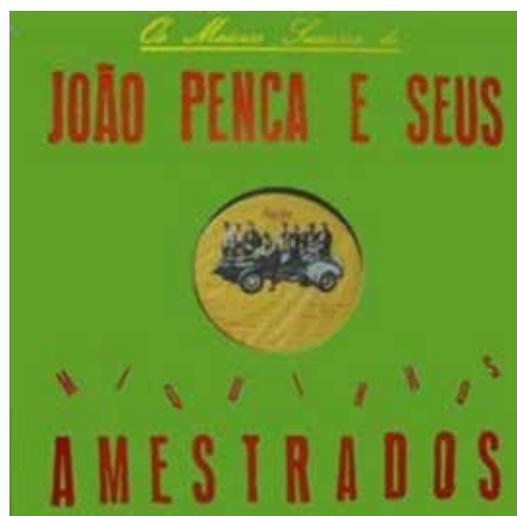
Capa do LP “Lobão e os Ronaldos”– 1984. Inspiração na década de 1950.



Capa do LP “Sexo”– Banda Ultraje a Rigor 1984. Inspiração na década de 1950.

João Penca e seus Miquinhos Amestrados foi uma das bandas de *rock* brasileiro que mais explorou o estilo dos *fifties*, não só nas capas de disco, como também em suas performances

e figurinos. O repertório da banda, recheado de sucessos, reviviam clássicos do *rockabilly* e da *surf music* da década de 50, com letras divertidas bem humoradas



Capa do LP “Os Maiores Sucessos de João Penca & Seus Miquinhos Amestrados” – 1983

João Penca e seus Miquinhos Amestrados não era o único grupo do cenário do *rock* nacional a ter um forte traço de humor. Uma boa vertente do *rock* nacional era marcada pela irreverência e pela crítica social irônica. No

casos das capas destas bandas. Nas capas das bandas que seguiam este rumo elementos da cultura pop - como os quadrinhos, as séries de tv e os desenhos animados - constituíam as principais fontes de inspiração.



Disco “Liberdade para Marylou” – Banda Ultrage a Rigor – 1986.

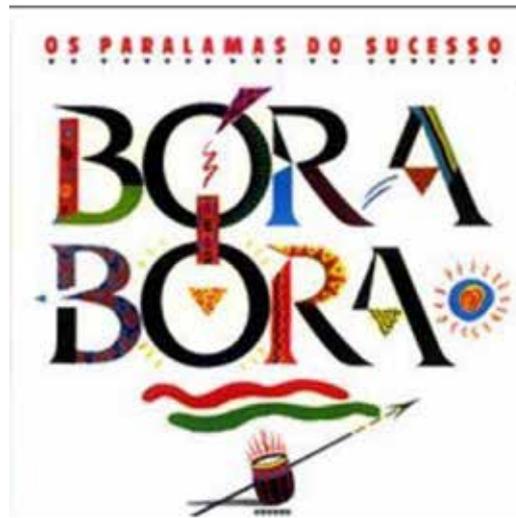
Nas maioria das capas de BRock a tipografia e a diagramação eram tratadas como meios de expressão definitivamente artísticos.

O valor maior legibilidade e inteligibilidade da ordem simbólica, perdia espaço para o

caráter subjetivo e diferenciado que podia ser agregado à capa através da tipologia. A letra ganhou tanta importância que algumas capas chegaram a se basear exclusivamente em composições tipográficas.



Capa do disco “KID” – Banda Kid Abelha 1989



Capa do disco “Bora Bora” – Banda Paralamas do Sucesso - 1988

No que se refere à cor, é possível identificar uma tendência pelos extremos. As capas ou eram extremamente coloridas ou muito neutras. O uso de imagens em preto e branco

era comum, servia para reforçar uma certa dramaticidade presente em alguns álbuns e/ou fazia alusão ao movimento *punk*, uma das grandes influências do BRock.



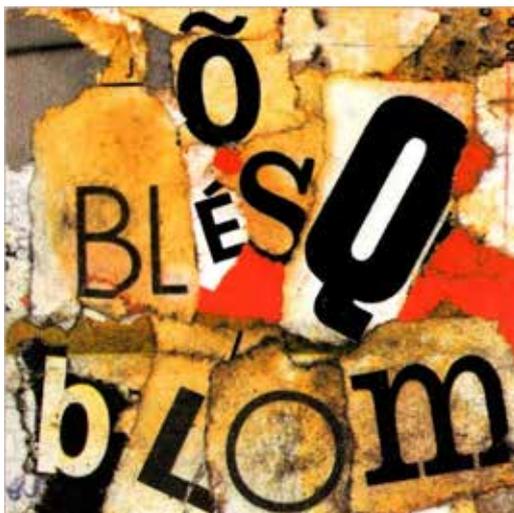
Capa do Disco “Capital Inicial”- 1986



Capa do disco “C concreto já rachou” – Banda Plebe Rude - 1986

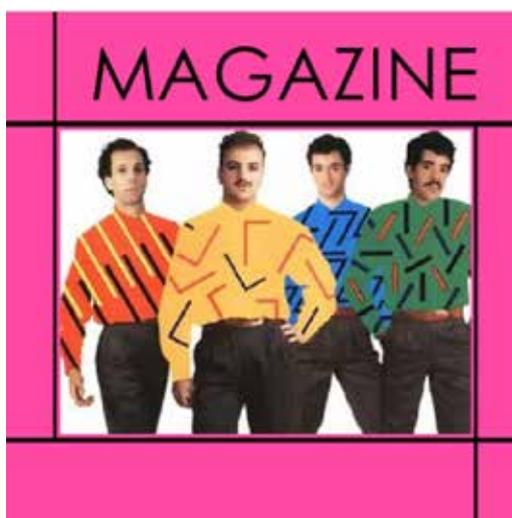
A alusão ao *punk* também aparece nas técnicas gráficas inspiradas na produção de *fanzines* – letras arrancadas de jornais textos

escritos a mão, imagens que lembravam fotocópias – que são encontradas em algumas capas do movimento.



Capa do disco “Õ blésq blom” – Banda Titãs – 1989

Uma tendência que é presente em um grande número de capas é a estética associada ao *New Wave*, marcada por cores insólitas e a profusão pequenos grafismos espalhados pelo desing.



Capa do disco da banda “MAGAZINE”- 1983

Vários designers brasileiros desenvolveram capas de de LP para bandas do movimento BRock, entre estes podemos destacar os nomes de Ricardo Leite, e da dupla de designers Luiz Stein e Grinco Cardia, na época sócios no studio *A Bela Arte*.

Ricardo Leite deixou sua marca em grandes projetos para o mercado fonográfico, sendo responsável por centenas de capas de disco

para artistas como *Os Paralamas do Sucesso*, *Legião Urbana* e *Kid Abelha*. A capa do disco *Zé* da banda *Biquíne Cavado* é um excelente exemplo do trabalho de Ricardo Leite. Nela um personagem é construído a partir dos pedaços de fotos dos rostos dos integrantes da banda, uma excelente representação para um disco cujo release tinha o seguinte manifesto:

0 MANIFESTO (Relese do Zé, por Carlos Beni)

0 ZÉ é qualquer um o ZÉ não é ninguém ZÉ é qualquer um, de cujo nome ninguém lembra.

0 ZÉ não é notícia. Não tem ZÉ nas revistas o ZÉ não está na TV. o tal soldado desconhecido, certamente se chamava ZE. É estranho que um nome tão comum cause tanta perplexidade Afinal, quem ou o que é ZE?

0 ZÉ atira pilhas de rádio na cabeça do bandeirinha

0 ZÉ salva náufragos na baía

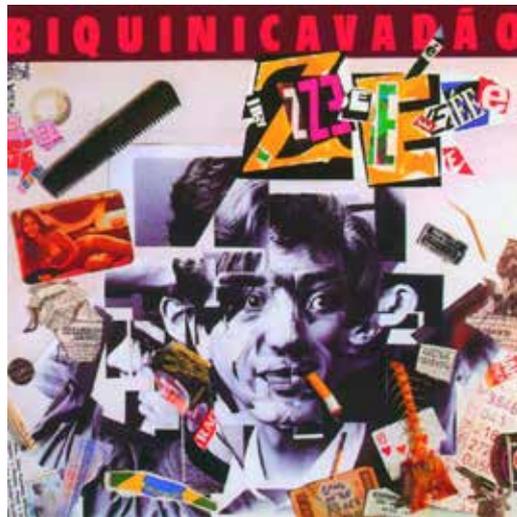
0 ZÉ viaja pendurado na porta de ônibus lotado

O ZÉ se benze quando passa na porta da igreja.

Alguns acham que o ZE é aquele cara que sonha com um Escort XR-3, conversível. um jeans Dijon e uma noite no Motel Shalimar com a Magda Cotrofe.

Outros afirmam, convictos, que o ZÉ, se pudesse, se mudava para Paris, fumava Gauloise, estudava na Sorbonne, e teria 10 semanas e 3/4 de amor com a Kim Bassinger.

0 certo é que os ZÉS formam uma imensa multidão de ilustres desconhecidos, um monumental exército de anônimos que fazem o seu trabalho sem que ninguém perceba o Biquini Cavado não quer abafar ninguém, só quer mostrar que é ZÉ também.



Capa de Ricardo Leite para o LP “Zé” - “Biquine Cavado” - 1989

Luiz Stein e Grinco Cardia foi a dupla de designers responsável por toda a caprichada e inovadora identidade visual da *Blitz*, inspirada no universo pop dos Quadrinhos. (RODRIGUES, 2008, 79)



Capas diferentes para um mesmo disco. Uma inovação da dupla Luiz Stein e Gringo Cardia

Após analisar as capas do movimento do BRock é possível concluir que, no geral, elas apresentam muitas características que retratam uma transformação cultural, uma mudança de sensibilidade nas práticas e nas formações discursivas que é característica da pós-modernidade. O inconformismo, a intuição e o subjetivismo são valorizados. A paródia, a citação, o pastiche, a intertextualidade e a metalinguagem são as estratégias de retórica assumidas, o design destas peças aponta para uma estética de sobreposição e fragmentação de imagens, que privilegia soluções não lineares de organização de texto, despistando o entendimento através de uma notável valorização do arbitrário.

3. Análise Ideológica

A escolha das capas de disco como objeto de estudo se deve ao fato de que estas conjugam sobre um suporte gráfico elementos de linguagens visuais diversas (como a fotografia, a ilustração e a tipografia) com elementos da linguagem verbal-escrita para um ato de comunicativo de caráter conceitual. A análise destas formas simbólicas permite que se perceba como as linguagens verbal e visual acentuam aspectos dos códigos culturais vigentes.

A capas de disco do BRock se constituem, sobretudo, como objetos de expressão artística que aumentam o prazer estético e ampliam o caráter comunicativo da obra musical. Ela acentuam o sentido do olhar e permitem ao espectador capte a atmosfera conceitual que se deseja transpor.

Assim como as músicas das bandas, o design das capas de disco do movimento Brock são uma resposta estética a uma nova realidade histórico e social que envolvia a juventude brasileira da década de 1980: uma geração nascida sob o estigma da Ditadura Militar que era profundamente descrente instituições políticas existentes no Brasil. A crença nas velhas estruturas havia falido e os jovens brasileiros não estavam sozinhos nesta certeza: o ceticismo assolava a juventude mundial. A Guerra Fria teve uma parcela de culpa grande nesta realidade. A “juventude politicamente engajada”, muitas vezes dentro de movimentos esquerdistas, deu lugar a outra que não via mais muito sentido neles.

Nos anos 1980, a experiência comum pelas quais estes jovens passaram fora marcada por um período de transição, pela falta de perspectivas e possibilidades. As formas simbólicas produzidas pelo movimento BRock indicam questões de sua geração. Em diferentes dimensões, estes grupos juvenis procuraram respostas para seus próprios questionamentos. Mesmo se tratando de esferas sociais distintas, eles estiveram ligados por experiências históricas de um mesmo eixo, e puderam estabelecer uma comunicação interior da produção do BRock.

Essa conjunção cósmica do sentir em comum está muito próxima do espírito romântico e pode ser facilmente observada nos ídolos do rock. (1995) Hobsbawn explicita que a figura do ídolo rebelde é essencialmente romântica e traz à tona, através das mídias, o mito do herói cuja vida e juventude acabavam juntas. “Essa figura, antecipada na década de 50 pelo astro de cinema James Dean, foi comum, talvez mesmo um ideal típico, no que se tornou a expressão cultural característica da juventude - o rock”. (Hobsbawn, 1995, p.318) No Brasil da década de 1980, este personagem híbrido, misto de herói romântico e ídolo pop, encontrou a sua expressão máxima na figura do contestador poeta Cazuza.

O rock é uma manifestação cultural que transcende limites sociais, culturais e geográficos. Um modelo de consumo e comportamento que se estendeu por todas as regiões do planeta, inferindo no conteúdo de diferentes universos mentais e constituindo, conforme Chesneux “um imaginário coletivo, composto e fictício” percebido no mundo globalizado. (1996, p.53)

As origens do rock remontam aos Estados Unidos da década de 1950, mas a partir dos anos 60 ele foi atingindo um público cada vez maior, se difundindo pelo mundo. A partir deste período o rock envolve uma cultura jovem que “tornou-se a matriz da revolução cultural no sentido mais amplo de uma revolução nos modos e costumes, nos meios de gozar o lazer e nas artes comerciais, que formavam cada vez mais a atmosfera respirada por homens e mulheres urbanos.” (Hobsbawn, 1995, p.323)

Na década de 1980 este fenômeno se consolidou no Brasil graças a uma abertura política que permitiu maior liberdade de ex-

pressão. Em solo nacional o rock promoveu uma revolução jovem, que só não havia ocorrido de forma plena nos idos de 60 e 70 por causa da repressão.

A rebeldia e a insatisfação com o mundo e com os padrões estabelecidos aos quais o rock tenta transgredir já se encontram incorporadas à indústria cultural. A mercantilização e a transformação da arte em produto de massa é inevitável. É possível identificar esse processo nas artes das capas do movimento BRock, muitas delas usam a imagem dos integrantes das bandas, transformando a figura dos artistas em objeto de consumo. Como esclarece Guy Debord, “a insatisfação tornou-se mercadoria, a partir do momento em que a abundância econômica foi capaz de estender sua produção até o tratamento desta matéria prima”. (2002, p.40)

Enfim, pode-se perceber que o imaginário do rock é produto direto de um período de rupturas na sociedade e na cultura, no qual a mídia serve como espelho, refletindo e sendo refletida pela sociedade contemporânea. As relações intrínsecas entre música e imagem que se constroem em torno dela são elementos que denotam a transformação dos paradigmas da modernidade.

4. Bibliografia

ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de Luta – o rock e o Brasil dos anos 80**. São Paulo, DBA Arte Gráficas, 2002.

ARIÉS, Phillipe. **História social da criança de da família**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1981.

BARREIROS, Edmundo, SÓ, Pedro. **1985: o ano que o Brasil começou**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

BNDES. **BNDES 50 Anos de Desenvolvimento**. São Paulo: BNDES, 2002. IN:http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Paginas/livro_bndes50anos.html

BRYAN, Guilherme. **Quem tem um sonho não dança: cultura jovem brasileira nos anos 1980**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

BUCCI, Eugênio. “O espetáculo e a mercadoria como signo”. In: NOVAES, Adauto (org). **Muito além do espetáculo**. São Paulo: Senac, 2005.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 2002.

CASTELLS, Manuel - **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. I: A Sociedade em rede. Trad.: Klauss Brandini Gerhardt e Roneide Venâncio Majer. 2ª ed. São Paulo: Edit. Paz e Terra, 2000.

CASTRO, Cid. **Metendo o pé na lama**. São Paulo: Scortecci Editora, 2008.

CORRÊA, Tupã G. **Rock, nos Passos da Moda**. Campinas: Papyrus, 1989.

CHESNEAUX, Jean. **Modernidade-mundo**. São Paulo: Vozes, 1995.

CARNEIRO, Luiz Felipe. **Rock in Rio: A história do maior festival de música do mundo**. São Paulo, Globo, 2011.

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

DIAS, Cláudia Augusto. “Hipertexto: evolução histórica e efeitos sociais”. **Ciência da informação**, V.29, n.3. p.263-275. Set/Dez 1999.

FEIXA, Carlos. **De jóvenes, bandas e tribus**. Barcelona: Ariel, 1999.

FUREDI, F.(2004). “Não quero ser grande”, **Folha de São Paulo**, Caderno Mais 25/7/2004: 4-7. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1996.

HOBSBAWN, Eric J. **A era dos extremos. O breve século XX 1914-1991**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995.

JÚNIOR, Olavo Brasil de Lima. **Democracia e instituições políticas no Brasil dos anos 80**. São Paulo:Loyola, 1993

KOSHIBA, Luiz, PEREIRA, Denise Manzi Frayze. **História do Brasil**. São Paulo: Atual, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARGULIS, Mario e URRESTI, Marcelo. “La construcción social de la condición de juventud”. In: CUBIDES, Humberto J.; TOSCANO, Maria C. L.;

VALDERRAMA, Carlos E.H. (orgs.). **Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**. Bogotá: Siglo del Hombre/DIUC, 1998.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.

NAPOLITANO, Marcos. **Cultura brasileira: utopia e massificação (1950 – 1980)**. São Paulo: Contexto, 2004.

PETTA, Nicolina Luiza de. **História: uma abordagem integrada**. São Paulo: Moderna, 2003.

QUADRAT, Samantha. “El brock y la memoria de los años de plomo no Brasil”. In: JELIN, Elizabeth, LONGONI, Ana (comps.). **Escrituras, imágenes y escenarios ante la represetación**. Madrid: Siglo XXI, 2005. pp. 93-117.

ROCHEDO, Aline do Carmo. **“Os filhos da revolução”: A juventude urbana e o Rock Brasileiro dos anos 1980**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense, 2011.

RODRIGUES, Rodrigo. **As aventuras da Blitz**. São Paulo: Ediouro, 2008.

RODRÍGUEZ, Margarita Perera. “Warhol”. In: **Coleção gênios da arte**. São Paulo: Girassol, 2007.

SANTOS, Theotônio dos. “O neoliberalismo como doutrina econômica”. **Revista Econômica**. V.1. N.1. 1999. In: http://www.proppi.uff.br/revistaeconomica/sites/default/files/V.1_N.1_Theotonio_dos_Santos.pdf

THOMPSON, J. B. **Ideologia e Cultura Moderna - teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2007. -

5. Discografia

BARÃO VERMELHO. **Barão Vermelho**. Som Livre, 1982.

_____. **Barão Vermelho 2**. Som Livre, 1983.

_____. **Maior Abandonado**. Som Livre, 1984.

_____. **Declare Guerra**. Som Livre, 1986.

_____. **Rock'n geral**. Som Livre, 1987.

_____. **Carnaval**. Waner Music, 1988.

BIQUINE CAVADÃO. **Tédio**. Polygram, 1985.

_____. **Cidades em torrente**. Polygram, 1986.

_____. **Zé**. Polygram, 1989.

BLITZ. **As aventuras da Blitz**. Odeon, 1982

_____. **Radioatividade**. Odeon, 1983

_____. **Blitz 3**. Odeon, 1983.

CAPITAL INICIAL. **Capital Inicial**. Polygram, 1986.

_____. **Independência** Polygram, 1987.

_____. **Você não precisa entender**. Polygram, 1988.

CAZUZA. **Cazuza [Exagerado]**. Som Livre, 1985.

_____. **Só se for a dois**. Polygram, 1987.

_____. **Ideologia**. Polygram, 1988.

_____. **O tempo não para**. Polygram, 1989.

_____. **Burguesia** Polygram, 1989.

GANG 90 E AS ABSURDETES. **Essa tal de Gang 90 e as Absurdetes**. RCA, 1983.

IRA. **Mudança de comportamento**. WEA, 1985.

_____. **Vivendo e não aprendendo**. WEA, 1986.

KID ABELHA E OS ABÓBORAS SELVAGENS. **Seu espião**. Warner, 1984.

_____. **Educação sentimental**. Warner, 1985.

_____. **Ao vivo.** Warner, 1986.

_____. **Tomate.** Warner, 1987.

_____. **Kid.** Warner, 1989.

JOÃO PENCA E SEUS MIQUINHOS AMESTRADOS. **Os maiores sucessos de João Penca e seu miquinhos amestrados.** Ariola/PolyGram, 1983.

_____. **Rock in Brazil.** RCA Victor, 1985.

_____. **Okay, my gay.** RCA Victor, 1986.

_____. **Além da alienação.** RCA Victor, 1988.

LEGIÃO URBANA. **Legião Urbana.** EMI-Odeon, 1985.

_____. **Dois.** EMI-Odeon, 1986.

_____. **Que país é esse? 1978/1987.** EMI-Odeon, 1987.

_____. **As quatro estações.** EMI-Odeon, 1989.

LÉO JAIME. **Sessão da tarde.** Epic/CBS, 1985.

_____. **Vida difícil.** Epic/CBS, 1986.

LOBÃO. **Cena de cinema.** RCA Victor, 1982.

_____ & OS RONALDOS. **Ronaldo foi para Guerra.** RCA Victor, 1984.

_____. **O rock errou.** RCA Victor, 1986.

_____. **Vida bandida.** RCA Victor, 1987.

_____. **Cuidado!** RCA Victor, 1988.

_____. **Sob o sol de parador.** BMG 1989.

LULU SANTOS. **Tempos modernos.** Warner, 1982.

_____. **O ritmo do momento.** EMI-Odeon, 1983.

_____. **Popsambalço e outras levadas.** BMG Ariola, 1989.

MAGAZINE. **Eu sou boy.** Elektra/Warner, 1983.

_____. **Magazine.** Elektra/Warner, 1983.

METRÔ. **Olhar.** Epic Records, 1985.

NENHUM DENÓS. **Nenhum de nós.** BMG, 1987.

PARALAMAS DO SUCESSO. **Cinema Mudo.** EMI-Odeon, 1983.

_____. **O passo do Lui.** EMI-Odeon, 1984.

_____. **Selvagem?.** EMI-Odeon, 1986.

_____. **Bora Bora.** EMI-Odeon, 1987.

_____. **Big Bang.** EMI-Odeon, 1989.

PLEBE RUDE. **O concreto já rachou.** EMI-Odeon, 1985.

_____. **Nunca fomos tão brasileiros.** EMI-Odeon, 1987.

_____. **Plebe Rude.** EMI-Odeon, 1988.

RITCHIE. **Voo de coração.** Epic/CBS, 1983.

_____. **Circular.** Epic/CBS, 1985.

RPM. **Revoluções por minuto.** Sony Music, 1984.

_____. **Rádio pirata ao vivo.** Sony Music, 1985.

TITÃS. **Titãs.** WEA, 1984.

_____. **Televisão.** WEA, 1985.

_____. **Cabeça Dinossauro.** WEA, 1986.

_____. **Jesus não tem dentes no país dos banguelas.** WEA, 1987.

_____. **Go back.** WEA, 1988.

_____. **Ô Blesq Blom.** WEA, 1989.

ULTRAJE A RIGOR. **Nós vamos invadir sua praia.** WEA, 1985.

_____. **Liberdade para Marilou.** WEA, 1987.

_____. **Sexo!** WEA, 1987.