UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

ANTONIO CARLOS PERSEGANI FLORENZANO

O CHARME CHULO DO ROCK DE CURITIBA NO JORNALISMO CULTURAL INDEPENDENTE DO BRASIL NO SÉCULO XXI

CURITIBA

2019

ANTONIO CARLOS PERSEGANI FLORENZANO

O CHARME CHULO DO ROCK DE CURITIBA NO JORNALISMO CULTURAL INDEPENDENTE DO BRASIL NO SÉCULO XXI

Dissertação apresentada para a obtenção do título de mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens - Linha de pesquisa: Processos Mediáticos e Práticas Comunicacionais, da Universidade Tuiuti do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Álvaro Nunes Larangeira

CURITIBA

2019

Dados Internacionais de Catalogação na fonte
Biblioteca "Sydnei Antonio Rangel Santos"
Universidade Tuiuti do Paraná

F632 Florenzano, Antonio Carlos Persegani.
O Charme Chulo do Rock de Curitiba no jornalismo cultural independente do Brasil no século XXI / Antonio Carlos Persegani Florenzano; orientador Prof. Dr. Álvaro Nunes Laranjeira.
168f.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2019.

1. Jornalismo cultural. 2. Jornalismo musical independente. 3. Internet. 4. Curitiba. 5. Charme Chulo. I. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens/ Mestrado em Comunicação e Linguagens. II. Título.

CDD – 070.449.306

Bibliotecária responsável: Heloisa Jacques da Silva – CRB 9/1212

TERMO DE APROVAÇÃO

ANTONIO CARLOS PERSEGANI FLORENZANO

O CHARME CHULO DO ROCK DE CURITIBA NO JORNALISMO CULTURAL INDEPENDENTE DO BRASIL NO SÉCULO XXI

Esta monografia foi julgada e aprovada para a obtenção do título de Mestrado no curso de Comunicações e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.

Curitiba, 27 de março de 2019.

Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

Orientador: Prof. Dr. Álvaro Nunes Larangeira
UTP – Universidade Tuiuti do Paraná

Prof. Dra. Kati Caetano
UTP – Universidade Tuiuti do Paraná

Prof. Dr. Carlos Eduardo Marquioni
UTP – Universidade Tuiuti do Paraná

Prof. Dr. José Carlos Fernandes
UFPR – Universidade Federal do Paraná

“Tem caipira na cidade
ou a cidade que é caipira?
O carnaval é quatro dias,
a viola é durante o ano inteiro
Então não custa pra eu cantar
com uma guitarra
Uma moda inteira, um rock caipira
Anda logo, então
Aceita, sim ou não?
‘Um jeca fino assim’
Se é bom não é da gente
Normal vai ser diferente
‘Depois vai gostar de mim’”

Charme Chulo – Nova Onda Caipira

DEDICATÓRIA

A Emilio Zola Florenzano, por ter me aberto as primeiras portas no mundo da comunicação.

A Iaskara Souza Florenzano, por todo amor, paciência, inspiração, humor, personalidade e estilo que podem existir neste mundo.

Às minhas cachorras Dinky e Holly e meu gato Mozzie, pelo amor incondicional neste período de horas e horas dedicadas a estudos, pesquisas, aulas, escritos e viagens que resultaram no “abandono” de brincadeiras, carinhos, beijos e lambidas.

Ao *rock’n’roll* por me ensinar a ter senso crítico e desejo de liberdade, pregar a rebeldia ao que já está previamente estabelecido e me dar a vontade de seguir sempre em frente, com garra, perseverança e sobretudo sangue nas veias e fúria na alma, mesmo diante dos obstáculos mais difíceis.

AGRADECIMENTOS

Meus mais sinceros agradecimentos vão a Igor Filus e Leandro Delmonico, pela amizade de quase duas décadas, pelo suporte no que se refere ao armazenamento de dados oficiais da banda e pela grande paciência por muitas horas de depoimentos a respeito da trajetória do Charme Chulo.

À banda toda (e nisto estão incluídos todos os músicos que estão na atual formação ou que já passaram pelo Charme Chulo, seja gravando ou tocando em shows), por fazer música de qualidade inegável e tão rica em referências e influências.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Álvaro Nunes Larangeira, por ser o capitão de um barco *rock'n'roll*, de espírito questionador e rebelde, em todo este período de PPGCOM da Universidade Tuiuti do Paraná (2017-2019).

Aos professores do mesmo programa, que me fizeram crescer em pouco mais de dois anos, apresentando novidades, indicando caminhos e enriquecendo meu percurso acadêmico com ensinamentos, teorias e referências, muitas das quais foram utilizadas nesta pesquisa.

À colega de mestrado Cristina Brisolara, por me poupar horas preciosas na hora de começar a escrever esta dissertação ao me dar diversas informações técnicas necessárias.

A Priscila Oliveira pelos socorros também técnicos e de última hora.

A Wanda Persegani Florenzano, pelo apoio inicial para fazer este curso.

Aos meus muitos ídolos no jornalismo musical e no *rock'n'roll* (vocês sabem muito bem quem vocês são!) por estarem sempre ao meu lado, de alguma forma, nestes 46 anos de vida e 31 de trajetória profissional.

À extinta revista Bizz (1985-2007), por fazer um moleque de então 13 anos de idade dar os primeiros passos em um mundo que nunca mais saiu do seu coração.

A quem faz movimentar o *rock'n'roll* independente de alguma forma, seja no Brasil ou no exterior, acreditando na utopia da arte e lutando para que o mundo não seja apenas um lugar mais justo, mas que também seja mais feliz, mais divertido e bem mais bacana de todas as formas.

RESUMO

Depois que evoluções tecnológicas ajudaram a promover uma transformação radical no exercício diário do jornalismo no início do Século XXI, em especial na área editorial cultural, a criação de novos veículos dedicados à cobertura musical na internet permitiu não apenas o retorno do espírito livre e independente da mídia alternativa brasileira instalada durante os anos 1970 em meio à censura imposta aos grandes meios de comunicação do país, mas também o desprendimento completo do estabelecido sistema de agendamento de lançamentos e atenção aos artistas impostos pela indústria fonográfica. Isto significou a abertura de espaço para bandas e cantores independentes, vindos de todo o Brasil, sem vínculos com gravadoras de médio e grande porte, sendo estas multinacionais ou pertencentes a grupos brasileiros. A cidade de Curitiba foi uma das principais beneficiadas por esta liberdade editorial, já que até a virada do século ainda não havia estabelecido um nome musical de sucesso nacional, ao contrário de outras capitais fora do eixo cultural dominante formado por Rio de Janeiro e São Paulo. Ao estudar a discografia oficial do Charme Chulo, quarteto surgido simultaneamente aos novos veículos não-corporativos da mídia cultural brasileira, esta pesquisa analisa como a recepção positiva da identidade e da sonoridade da banda pelos jornalistas permitiu que fosse estabelecida uma carreira consistente, reconhecida e sobretudo marcada pelo rompimento definitivo das barreiras geográficas nacionais, o que foi determinado por uma grade anual de entrevistas e concertos por cidades e estados de quatro das cinco regiões brasileiras.

Palavras-chave: Jornalismo cultural; jornalismo musical independente; internet; Curitiba; Charme Chulo.

ABSTRACT

After technological developments helped to promote to a radical transformation to the daily exercise of journalism in the early 21st century, especially in the cultural publishing area, the coming of new vehicles dedicated to music coverage on the internet allowed not only the comeback of the free and independent spirit of the Brazilian alternative press installed over the years 1970 amid censorship imposed on the country's major media, but also the complete disengagement of the estailished agenda system composed by releases and attention to artists imposed by the music industry. This meant a new space gap for independent bands and singers, coming from all over Brazil, without contracts to medium and large labels, these ones being multinational or belonging to Brazilian groups. Curitiba took so much benefits of this editorial freedom, since until the turn of the century it had not yet had a nationally known musical name, unlike other big brazilian cities outside the dominant cultural axis formed by Rio de Janeiro and São Paulo. In studying the official discography of Charme Chulo, a quartet created at the sime time as the new non-corporate vehicles of the Brazilian cultural media, this research analyzes how the positive reception of the band's identity and sound by the journalists allowed the establishment of a consistente career that provoked the definitive disruption of national geographical barriers and which one was marked by an annual schedule of interviews and concerts in cities and states from four of the five Brazilian regions.

Keywords: Cultural journalism; non-corporate music journalism; world wide web; Curitiba; Charme Chulo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **11**

2. METODOLOGIA **15**

3. JORNALISMO CULTURAL **20**

3.1 CONCEITUAÇÃO E HISTÓRICO INICIAL 20

3.2 CRESCIMENTO E EVOLUÇÃO NO BRASIL 25

3.3 TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS 31

3.4 A RELAÇÃO ENTRE CRÍTICOS E ARTISTAS 43

4. VIOLA CAIPIRA E GUITARRA ELÉTRICA **49**

4.1 CIDADE-SATÉLITE DO ROCK NACIONAL 49

4.2 TEM CAIPIRA NA CIDADE 56

4.3 AS INFLUÊNCIAS DO CHARME CHULO 67

4.3.1 CULTURA CAIPIRA E MÚSICA SERTANEJA 67

4.3.2 O ESPÍRITO JUVENIL DO ROCK'N'ROLL 76

5. ESTUDOS DE CASO **104**

5.1 VOCÊ SABE MUITO BEM ONDE EU ESTOU (2003 – 2006) 104

5.2 CHARME CHULO (2006 – 2008) 111

5.3 NOVA ONDA CAIPIRA (2008 – 2010) 121

5.4 CRUCIFICADOS PELO SISTEMA BRUTO (2011 – 2018) 129

5.5 ANÁLISE CRONOLÓGICA DA CARREIRA 140

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS **146**

REFERÊNCIAS **154**

LISTA DE FIGURAS

FOTO 1 – O CHARME CHULO EM 2007 49

FOTO 2 – O EP VOCÊ SABE MUITO BEM ONDE EU ESTOU (2004) 104

FOTO 3 – O ÁLBUM CHARME CHULO (2007) 111

FOTO 4 – O ÁLBUM NOVA NOVA ONDA CAIPIRA (2009) 121

FOTO 5 – O ÁLBUM CRUCIFICADOS PELO SISTEMA BRUTO (2014) 129

FOTO 6 – O CHARME CHULO EM 2014 140

1. INTRODUÇÃO

Os objetivos propostos nesta dissertação emergiram da inquietação do autor, após trinta anos atuando na área do jornalismo cultural, de perceber a dificuldade de uma banda de r*ock'n'roll* formada no Paraná – mais precisamente na capital do estado, Curitiba – ultrapassar as barreiras geográficas e transformar pelo menos uma das músicas de seu repertório autoral em sucesso nacional, após esta mesma música ser executada em veículos de comunicação e passar a ser cantada por fãs espalhados por todo o país.

A hipótese levantada inicialmente era a de que haveria, sim, a possibilidade de ser alcançado este sucesso além das fronteiras estaduais, apesar da queixa contínua e massiva de cantores, bandas, produtores e outros profissionais ligados aos bastidores da música. Então, onde estaria o problema que impede a chegada à fama nacional, tal qual já fizeram outros grupos de Porto Alegre, Recife, Belo Horizonte e Brasília, cidades também distantes do eixo cultural formado por Rio de Janeiro e São Paulo, onde se situam as sedes dos principais veículos de comunicação do país e também as grandes gravadoras multinacionais? A falta de interesse nacional na cultura do estado e da capital paranaense? A inexistência de vontade e dedicação dos artistas regionais para expandir sua arte para além das fronteiras? A ausência de apoio do jornalismo cultural dos veículos de comunicação locais, regionais e nacionais? As barreiras geográficas impostas pela grande extensão territorial do nosso país? Os altos custos de gravação, prensagem e distribuição dos discos produzidos até o começo dos anos 2000?

O termo *web* 2.0 é um elemento-chave desta pesquisa. No início do novo século, foi ela que possibilitou a mudança de costumes e comportamentos através do consumo e da fabricação da informação e sua consequente propagação que transformou paradigmas clássicos e rompeu com modelos de negócios pré-estabelecidos no mundo musical do Século XX. Sobretudo em relação à música. Após o seu estabelecimento, encurtou-se o caminho da comunicação entre o artista, qualquer artista, e seus fãs, qualquer fã, onde quer que ambos os lados estejam. Entretanto, não foi apenas a indústria fonográfica o grande segmento afetado por estas transformações radicais ocorridas em um intervalo tão pequeno de tempo. O jornalismo foi uma das áreas da comunicação bastante abalada em virtude das modificações, sobretudo temporais, trazidas com a evolução tecnológica. Dentro do

cotidiano da atividade jornalística, houve mutações significativas na cobertura da área cultural – e em especial a musical. Assim como o objeto de suas ações, esta também precisou se adaptar e reinventar-se para prosseguir influente no século XXI. Por este motivo, o recorte temporal desta pesquisa está no período entre os anos de 2003 e 2018, inclusive na seleção do *corpus*.

Antes de se chegar ao *corpus*, entretanto, o terceiro capítulo – pois este primeiro é a introdução e o segundo dedica-se à metodologia utilizada neste trabalho – percorre a definição do que seria o jornalismo cultural e conta a sua história no Brasil até chegar aos dias atuais, com a criação de veículos já subdivididos para a cobertura majoritária do terreno musical. Inicialmente, objetiva-se dar algumas definições de que poderia ser a cultura propriamente dita para que esteja ligada às funções da atividade jornalística. Depois, por meio de Piza, Rosseti, Romacini e Lago, conta-se uma breve trajetória dos primórdios do jornalismo cultural até chegar, especificamente, ao início das mudanças significativas e mais radicais dos objetivos diários dos jornalistas culturais com a imprensa independente, opinativa e livre de patrões ou vínculos com os grupos corporativos de comunicação dos anos 1970, quando o Brasil passava por um período de muita censura e conflitos entre as informações e o goveno ditatorial e liberdade não havia dentro das redações para se escrever e publicar o que bem se quisesse. Por fim, neste mesmo segundo capítulo, conta-se como as transformações tecnológicas ajudaram a alterar o cotidiano das comunicações, criando o que Jenkins cunhou como cultura participativa e resgatando do período da imprensa durante o regime militar o que Castells chama de política insurgente.

Nada melhor para se analisar a influência do jornalismo cultural musical do Século XXI para a relevância da carreira de um artista oriundo de Curitiba do que a escolha de um nome que tenha surgido junto com estes novos veículos contemporâneos da *web* 2.0. Seria temeroso estudar o lançamento de algum disco de artista curitibano, por mais importante que este fosse para o cenário regional, que houvesse sido feito antes da existência destes mesmos veículos, já que o processo de recepção pela mídia tradicional do Século XX provocaria resultados diferentes na construção da carreira desse artista.

Por este motivo, foi selecionado o quarteto Charme Chulo, que em 2018 completou 15 anos de existência e continua em atividade. Sua discografia é

composta por quatro títulos lançados entre 2004 e 2014: *Você sabe muito bem onde eu estou*, *Charme Chulo*, *Nova onda caipira* e *Crucificados pelo sistema bruto*. Como objetivo geral, a pesquisa investiga como esta pavimentação fonográfica e a recepção midiática da mesma permitiu à banda o fato de se tornar o primeiro nome do *rock'n'roll* curitibano a obter sucesso comercial fora do estado do Paraná. A expressão "sucesso comercial", deve-se salientar, deve ser entendida como o fato de um artista ultrapassar a barreira do circuito *underground*[1] e ser conhecido em vários estados brasileiros, ter a sua música tocada em programas de rádios e televisão por todo o país e realizar com frequência concertos de grande e médio porte, mediante o recebimento de cachês. Isto será explicado melhor posteriormente, utilizando como base a teoria elaborada por Becker para quem tem a profissão de musicista.

Antes de passar diretamente para os estudos de caso, porém, esta pesquisa reserva o quarto capítulo à construção da identidade cultural da banda. Ou seja, o que levou seus criadores e fundadores a traçar inicialmente um conceito estético e sonoro para o trabalho do grupo, antes mesmo de que fossem compostas as primeiras músicas do repertório. É importante ressaltar que o conceito de identidade cultural é definido por Coelho (2012, p. 221-223) como um "sistema de representação das relações entre os indivíduos e os grupos e entre estes e seu território de reprodução e produção, seu meio, seu espaço e seu tempo". Tal conceito, aliado às cada vez mais presentes em nossa vida globalização e comunicação, permite com que todo indivíduo seja composto por diversas camadas identitárias de significação dispostas em personalidades (ou personas) e que possam ser vividas sequencial ou simultaneamente, em um processo de transição entre a identidade cultural e o que se chama de identificação cultural. O que permite a ligação com a sequência do trabalho.

Neste mesmo capítulo, é traçado, por meio de análises de músicos e autores locais, um perfil comportamental dos artistas da capital paranaense, destacando quais as suas principais dificuldades para terem a carreira aceita por público e mídia de outros estados. Também são fornecidos alguns exemplos de artistas que

[1] Termo que designa de forma geral toda e qualquer produção cultural de pequeno porte, alcance limitado e feita sem vínculos com o cotidiano corporativo de grandes empresas da respectiva área. No Brasil, também a partir do começo dos anos 1990, começou a ser utilizado o adjetivo "alternativo(a)" para o mesmo caso.

chegaram a ultrapassar as fronteiras brasileiras com um sucesso quase instantâneo fazendo uso de elementos de apelo internacional (como ritmo específicos e a adoção da língua inglesa para a confeção das letras), sem, contudo, conseguir estabelecer uma continuidade de trajetória profissional pelos outros estados brasileiros, tampouco manter conexão editorial com os veículos da nova mídia cultural-musical nacional criados na internet.

Buscou-se analisar, então, durante todo o quinto capítulo deste trabalho, o impacto da intermediação dos veículos independentes criados no Século XXI para a obtenção de sucesso na carreira do artista estudado. Logo, a discografia de uma banda curitibana produzida a partir da existência da mesma *web* 2.0 transformou-se na medida ideal para descobrir o que teria atraído a atenção, positivamente, desta nova mídia não-corporativa nacional, provocado a sua identificação com este artista e, consequentemente, a identificação do nicho nacional de leitores interessados nos gêneros musicais em que atua a cobertura jornalística diária destes veículos. Assim, não se correu o risco de avaliar uma obra produzida anteriormente sob parâmetros distintos, quando não havia ainda estes *websites* na internet e o modelo da mídia tradicional ainda era diferente, calcado no tradicionalismo regional do impresso do Século XX e com o empecilho da distribuição física em todo o país, que acarretava uma diferença de alcance e relevância de cobertura e prejudicava a importância de sua atuação no cenário musical nacional.

Por fim, o último capítulo foi destinado às considerações finais após dois anos dedicados a esta pesquisa e a observação dos fenômenos ocorridos no dado recorte temporal.

2. METODOLOGIA

Para esta pesquisa, o grupo Charme Chulo colocou à disposição o todo o seu acervo de *clipping* coletado entre os anos de 2003 e 2015, período entre a formação da banda e o primeiro texto sobre ela publicado na imprensa até o período final de divulgação do terceiro álbum, um ano depois de seu lançamento. Entre os anos de 2016 e o mês de setembro de 2018 não houve o lançamento de qualquer trabalho da banda que justificasse a existência de resenhas, entrevistas ou artigos.

No total, foram consultados 208 arquivos jornalísticos sobre o grupo, incluindo textos, programas de rádio e programas de televisão. Inicialmente foram selecionados textos publicados em *websites* jornalísticos não corporativos com sede nas cidades de Curitiba (Mondo Bacana/Bacana) Ponta Grossa (Miojo Indie, Loco de Bom), Maringá (O Duque), Florianópolis (No Trombone), Porto Alegre (Jornal do Rock Gaúcho, O Dilúvio), São Paulo (Zap'n'Roll, Scream & Yell, Drop Music), Belo Horizonte (Rock'n'Beats), Juiz de Fora (O Bloco) e Goiânia (Urbanaque). Treze veículos independentes diferentes, de seis estados (Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais e Goiânia), sendo cinco de fora do eixo Rio-São Paulo. Posteriormente incluiu-se o material mais relevantes de veículos da grande mídia corporativa deste eixo, como os jornais O Globo e Folha de S. Paulo ou ainda a franquia brasileira da revista estadunidense Rolling Stone.

Deve ser ressaltada, ainda, uma curiosidade: a inexistência, nesta análise, de uma mídia alternativa com sede na cidade do Rio de Janeiro, justamente uma das maiores capitais brasileiras. Não cabe aqui tentar discorrer sobre as razões que levam à não inclusão da antiga capital federal no mapa das principais publicações não corporativas sobre música popular brasileira nas duas últimas décadas. O que se percebe, porém, são dois fatores: ainda existe uma grande dependência da imprensa *mainstream* oriunda do Século XX e também uma forte segmentação dos jornalistas independentes, que criaram novos *sites* somente focados em um determinado nicho do segmento musical (*hard rock* e *heavy metal*; *punk* e *hardcore*; MPB, *indie*) sem pluralizar sua cobertura a todos os artistas que, porventura, possam oferecer um cruzamento entre gêneros ou uma proposta sonora que não se limite apenas ao nicho editorial escolhido.

Parte destes textos a respeito do Charme Chulo aparecem no quinto capítulo analisados e também parcialmente transcritos. Eles são peça fundamental nos estudos de caso, referentes aos quatro discos do grupo, para se entender como ele foi imediatamente bem recebido pelos novos veículos de internet e, aos poucos, estas aparições constantes, sempre com comentários elogiosos, fizeram com que o nome da banda se espalhasse por todo o país. Esta recepção positiva possibilitou o surgimento de convites frequentes para apresentação em shows e festivais, conforme mostra uma análise incluída na mesma seção, baseada no mapa completo de concertos realizados entre 2003 e 2018 – material também gentilmente cedido pela banda para a realização desta pesquisa.

O desenvolvimento da ideia de sucesso entre os representantes da categoria profissional dos músicos é o principal referencial teórico do capítulo final. É justamente com estas ideias que o autor fundamenta suas comprovações obtidas ao término do percurso de pesquisa. Nestas conclusões finais também são referenciadas teorias de cultura popular, simulação e dissimulação, o “Novo” na indústria cultural e a ruptura em meio à previsibilidade idealizada pelo ser humano.

Sobre a metodologia principal utilizada nesta pesquisa, esta é sobretudo um trabalho de método fenomenológico**,** sendo ele qualitativo do ponto de vista da forma de abordagem do problema.

> O método compreensivo de base fenomenológica tem o mérito de sistematizar dados de natureza qualitativa, permitindo compreender como os/as participantes vivem, pensam e sentem suas vivências, tomando como ponto de partida a expressão pessoal desse processo (BERNARDES, 1991). É entendido, dessa forma, como processo de coleta e análise de dados que considera as pessoas que existem no mundo e se relacionam umas com as outras, denominando que se conheça, pois, o seu contexto situacional e histórico. O método fenomenológico enfoca processos subjetivos na crença de que verdades essenciais acerca da realidade são baseadas na experiência vivida. O que interessa, pois, é a experiência vivida no mundo do dia-a-dia da pessoa (SILVA, 2011)

Ainda a respeito da metodologia da fenomenologia na qual se fundamenta este trabalho, é considerado que existe relação dinâmica entre a realidade e o sujeito que não pode ser traduzida em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requerem o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte

direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave (SILVA; MENEZES, 2005, p.27).

A fenomenologia, empregada em pesquisas qualitativas, preocupa-se com a descrição direta da experiência tal como ela é. A realidade, por ser construída socialmente e entendida como o compreendido, acaba não sendo única, existindo tantas quantas forem as suas interpretações e comunicações, sendo o sujeito/ator importante no processo de construção do conhecimento (Id.,Ibid.).

Fundada pelo filósofo alemão Emund Husserl (1859-1939), a fenomenologia veio em um contexto de reflexão a respeito da crise do subjetivismo e do irracionalismo no pensamento ocidental ocorridos já no início do século XX, época em que a psicologia também começa a se desenvolver como ciência. Surgiu como um método para que fosse alcançado o "conhecimento do conhecimento".

> Segundo ele, é necessário por entre parêntesis tudo o que for construído e aceitar o que é dado à consciência, ou seja, o fenômeno, a partir da própria coisa percebida, sem relação ao eu que a pensa (ao que determinou de *epoché* fenomenológica transcendental[2]). É um momento crítico para a ciência e sua necessidade de explicações e justificativas, mas, ao mesmo, é uma aborda gem rigorosamente científica, pois permitiria que a própria coisa (o fenômeno) se apresente aos sentidos. Husserl afirma a fenomenologia como lógica fundamental, no sentido que a manifestação do fenômeno é dada pela experiência (MARTINEZ; SILVA, 2014).

O método dedutivo, proposto por filósofos racionalistas como Descartes, Spinoza e Leibniz, também é utilizado nesta pesquisa. Ele pressupõe que a razão é capaz de provocar o conhecimento e tem como objetivo explicar o conteúdo das premissas. Sobre a função da universalidade das premissas dedutivas:

> Você está enunciando relações pretensamente válidas para todos os fatos, já ocorridas e por ocorrer. Seu enunciado tem a propriedade de universalidade […] e necessidade […]. Você enunciou uma relação causal. Mas o que o autorizou a pular dos enunciativos relativos aos fatos passados, para o enunciado relativo a todos os fatos, inclusive os futuros? Como é que você pulou do alguns para o todo? Uma coisa é certa: a conclusão de que o futuro será semelhante ao passado, que a totalidade

[2] Para Husserl, transcendental corresponde ao mundo interior.

> dos casos será semelhante aos alguns que examinei, não é lógica. Dizer que não é lógica é afirmar que o enunciado não estava contido no enunciado sobre alguns. Se eu digo: Todos os homens são mortais. Sócrates é homem. Socrates é mortal. O raciocínio é lógico. A conclusão estava contida das duas premissas (as duas afirmações anteriores). A passagem do todos para o alguns é lógica, demonstrativa, analítica. Será possível o caminho inverso? (ALVES, 1994, p. 21)

Indo pelo lado oposto da dedução, os empiristas Bacon, Hobbes, Locke e Hume consideravam que o conhecimento é fundamentado na experiência, não levando em conta os princípios estabelecidos e, por consequência, o raciocínio indutivo levava a generalização a derivar de observações de casos da racionalidade concreta (SANTOS, 2002). Uma terceira via, apregoada por Popper, aponta para um método hipotético-dedutivo, em abordagens que buscam a eliminação dos erros de uma hipótese, para que se possa negá-la após o resultado experimentado experimental. Essas duas metodologias, no entanto, não se aplicaram a esta pesquisa.

Também pode-se afirmar que houve aqui um processo exploratório, para que se pudesse proporcionar maior familiaridade com o problema para torná-lo mais explícito. Foi realizado um levantamento bibliográfico envolvendo obras a respeito de temas como comunicação, música brasileira e a História cultural do Século XX. Também veio a ser utilizado o material coletado a partir de entrevistas com os dois músicos e fundadores do Charme Chulo. Esta pesquisa também é explicativa por procurar, justamente, identificar os fatores que determinam a ocorrência dos fenômenos e explicar a razão das coisas.

Para atingir a meta de compreender a ligação do trabalho do quarteto com os jornalistas, foi necessário também realizar um levantamento de duas importantes culturas sociais do século 20 que, ao serem justapostas, compuseram a identidade cultural e do artista estudado: a caipira, nascida no interior do Brasil (mais precisamente no estado de São Paulo) um século atrás; e, mais recente, a cultura jovem da rebeldia e do questionamento social por meio do *rock'n'roll*, surgida na década de 1950 e extremada nos anos 1970 pelo movimento punk. O *rock'n'roll*, primeiramente, e, depois, o *punk rock* são símbolos de resistência cultural na música do Século XX, como uma tentativa de segmentos subjugados política e culturalmente pela força (no caso, a econômica, das grandes corporações da indústria musical, do cinema e das comunicações) para proporcionar um combate

simbólico em pé de igualdade com a cultura dominante. Também são listados exemplos anteriores de artistas brasileiros de *rock'n'roll* que tanto ousaram fundir a cultura caipira com as guitarras mas sem se aventurar pelos caminhos mais específicos do *punk* e seus desdobramentos quanto de uma geração mais recente que absorveu a linguagem importada do pós-*punk* das grandes metrópoles internacionais sem, contudo, desbravar a musicalidade e as referências vindas do interior do próprio país. Com esta pesquisa abordando fatos históricos destes dois elementos sonoros que compõem a sonoridade da banda escolhida para o *corpus*, foi possível compreender, dentro de um contexto social ampliado, o significado de sua proposta identitária para que fossem estabelecidas suas relações com a nova mídia independente brasileira, que forma o jornalismo cultural do Século XXI. Este capítulo aborda ainda estudiosos de cada um dos dois gêneros musicais e mais conceitos e teorias sobre comunicação e arte, como comunidades imaginadas, formação de tribos, estética e imaginário.

Ainda se faz necessário salientar a questão da perspectiva dos procedimentos técnicos deste pesquisa. Como já fora ressaltado, são quatro os estudos de casos analisados no quarto capítulo. Foram escolhidos os quatro discos oficiais da carreira da banda Charme Chulo, formada em 2003. Houve um estudo de cada obra, no intuito de permitir o conhecimento de como ela foi produzida, inserida nas condições vividas nos respectivos períodos pela banda e seus integrantes. Foram realizadas entrevistas com os dois músicos fundadores e compositores, para que fossem investigadas as experiências vividas pelo grupo durante o momento de elaboração e divulgação de cada trabalho fonográfico. Também buscou-se aprofundar como esses discos foram recebidos e codificados por essa nova mídia brasileira e como isso acarretou o aumento de popularidade do referido artista em todo o país.

Ainda com relação aos procedimentos técnicos, pode-se afirmar ser esta pesquisa também bibliográfica, envolvendo revisão de literatura. Afinal, ela foi elaborada a partir de material já publicado previamente e disponibilizado através de livros impressos e virtuais. Compuseram a base de consultas e pesquisas desta dissertação diversos livros, artigos de periódicos e obras fonográficas e audiovisuais, que estão todos devidamente elencados nas referências bibliográficas ao final deste trabalho.

3. JORNALISMO CULTURAL

3.1 CONCEITUAÇÃO E HISTÓRICO INICIAL

Chama-se de jornalismo cultural a especialização da profissão jornalística nos campos relacionados à cultura de âmbito municipal, regional, estadual, nacional e internacional, em suas mais diversas expressões artísticas, como artes plásticas e visuais, literatura, música, dança, teatro, cinema, televisão, gastronomia e moda. Além de cobrir os acontecimentos diários ou históricos do setor, os textos produzidos para a editoria de cultura nos veículos de comunicação de qualquer suporte (impresso, digital, rádio, televisão) podem trazer reflexões acerca de ideias e valores ou ainda propostas de aprofundamento teórico para essas diferentes manifestações, além que questões vinculadas a elas, porém de outras áreas, como o direito, a psicologia, a medicina, a economia e a política.

No caso específico da área cultural,

> os jornalistas são profissionais especializados numa tradução entre domínios, ou seja, promover um trânsito crítico entre o público e a obra, não simplesmente acompanhar a agenda, pautar um livro, disco ou espetáculo porque este está sendo lançado ou estreando. O bom jornalista contextualiza, provoca discussão, tenta interpretar cada produto da indústria cultural dentro de determinada lógica (PIRES, 2007,p. 30).

Dois elementos definem a identidade do jornalismo cultural, distinguindo-o, assim, das outras áreas do conhecimento da atividade: a necessidade de democratização do conhecimento e o caráter reflexivo (ANCHIETA, 2009, p. 57-59). Quanto ao primeiro, a ideia é distanciar-se dos primórdios, no Século XIX e primeiras décadas do Século XX, quando a esfera das artes, da filosofia e da literatura encontrava-se praticamente restrita às elites socioeconômicas. O segundo, presente desde o nascimento do jornalismo cultural, consegue distingui-lo de outras editorias, mais voltadas para o ato de noticiar as práticas sociais. Citando os estudos do sociólogo britânico Anthony Giddens, Anchieta também argumenta que a reflexividade consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente

examinadas e reformadas à luz de informações renovadas sobre as próprias práticas, o que altera seu caráter – ou seja, a forma como o pensamento e a ação estão constantemente refratados entre si. Tal reflexão ocorre em críticas, resenhas e crônicas, todos gêneros textuais consagrados nessa editoria.

A crítica de cultura designa a prática reiterada de análise da produção artístico-cultural. Ela não é valorativa, porém compreensiva e situacional. Sua proposta é compreender a gênese de determinada obra e situá-la no contexto da linguagem a que pertence esta mesma obra e no âmbito maior do processo cultural geral de uma época e local.

> No domínio da política cultural, a crítica de cultura (também denominada, acaso impropriamente, crítica cultural) é vista quase sempre como um instrumento de **desenvolvimento** ou **mudança cultural** e assume, portanto, a figura de um juízo de valor. Assim, para o **libertarismo cultural**, por exemplo, a crítica de cultura (como a educação) serve para promover a distinção entre o que é bom e o que é mau entre a obra considerada verdadeiramente de arte e o produto dito de exploração comercial, entre a violência esteticamente justificada e a violência utilizada como apelo mercadológico. Nesse caso, a crítica de cultura atua como norteadora e tutora do público, servindo como contrapeso, nessa doutrina em particular, à ausência programática de censura prévia à produção cultural (COELHO, 2012, p. 114).

Para poder definir o que é o jornalismo cultural, entretanto, também é preciso ir à base fundamental da expressão e definir o que poderia ser definido como cultura. Ou melhor: qual é o tipo de cultura com a qual este jornalismo se alinha. Inicialmente, o termo “cultura” envolve conceitos e valores que estão embutidos no dia a dia de qualquer sociedade. Arnold (*apud* O’Sullivan et al., 2001) afirma ser a cultura o modo de buscar a perfeição não material, mas espiritual, por meio das belas-artes, da “grande literatura” e da “música séria”. Silva (1997) lembra que, na época dos filósofos Voltaire e Kant, no século XVIII, este era um conceito que abarcava civilização, processo de educação moral e racional, contrapondo o saber à ignorância e o culto ao inculto. Somente no século seguinte o conceito migrou para o campo antropológico, perdendo o caráter do enobrecimento do espírito por meio das academias de artes para se voltar aos costumes dos povos, independentemente do saber acadêmico e da fruição de obras artísticas.

> Outros autores, como T.S. Elliott, José Ortega y Gasset, Benedetto Croce, Vilfredo Pareto, F.R. Leavis etc., sintetizam a cultura como um recorte escolhido – destinado a uma minoria de conhecedores – das produções mais refinadas do ser humano. Outra concepção, menos delimitadora, de autores como E. B. Taylor, afirmava que a cultura "é o conjunto complexo que inclui conhecimentos, crenças, até moral, lei, costumes e outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade" (BALLERINI, 2015, p.32).

Uma definição mais ampla e menos concreta é dada por Morin (1962). Para ele, cultura é "um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções". Isso ocorre em trocas mentais de projeção e identificação polarizadas em símbolos, mitos e imagens da cultura, vindas dos ancestrais, heróis e deuses imaginários. Williams (1992), por sua vez, enxerga a cultura como um sistema de significações no qual a ordem social é vivida, reproduzida e apreciada. Contudo, indica também que toda produção cultural está comprometida com uma referência social de seu tempo. Daí a importância do jornalismo cultural e seu empenho em "registrar o presente", contextualizando as obras analisadas em seus textos publicados. Pode-se argumentar que toda obra de arte é atemporal em relação à apreciação e valor artístico-cultural, mas estes dois elementos só são válidos face à consciência do contexto social e cultural no qual as mesmas foram produzidas.

Portanto, cabe ressaltar aqui, todo texto analítico compreendido pelo jornalismo cultural deve ser assinado pelo autor, justamente por estar imbuído de análises feitas a partir de seu constructo teórico. Ali são deixadas as impressões do autor, as correlações, as sinapses, as referências pessoais. Existe todo um processo de curadoria. Redigir um texto de jornalismo cultural não é a mesma coisa que redigir um texto da editoria de polícia ou cidades (crime na madrugada, buraco na rua, estragos da chuva). Estes são genéricos, obedecem sempre ao mesmo esquema de um jargão chamado "*lead*" (Quem? O que? Quando? Como?, etc) para iniciar a matéria com suas principais informações e um complemento contando o resto da história e outras informações supérfluas.

Com relação a História, indicando o percurso do tempo para a humanidade, Buitoni (2000, p. 57-58) revê todo o século XX para dar uma definição das práticas artísticas que são abarcadas no jornalismo cultural contemporâneo:

> Nascemos, crescemos e vivemos num mundo de relações simbólicas. Para a antropologia, relações simbólicas são cultura. Homens e mulheres foram criando cultura. Desde o cultivar, agricultura, tirar frutos da terra, civilização, à complexidade dos sistemas culturais contemporâneos, permeados pela moeda e pela comunicação. Algumas teorias explicam: história das mentalidades, história do cotidiano, sociologia das trocas simbólicas. De Marcel Mauss (a troca é o denominador comum de um grande número de atividades sociais) a Néstor Garcia Canclini (arte como produção simbólica), passando por filósofos e historiadores, os caminhos da cultura como acréscimo civilizatório quase sempre incluem a arte. No entanto, apesar de estar inserida no universo da cultura, tendemos a considerar a arte como uma reavaliação cultural mais aprimorada. Arte não seria a cultura do dia-a-dia, envolve objetivos estéticos, críticos, vanguarda, envolve os conceitos de autor, público, produto, circulação. E vários espaços artísticos desenvolveram discursos específicos históricos e críticos. Constituiu-se uma crítica da literatura, da música, das artes plásticas, do teatro e, mais modernamente, do cinema. Para muitos, um conceito contemporâneo de jornalismo cultural deve abranger um universo amplo de práticas que não se restringe às artes consagradas ou às artes de massa. Assim, quadrinhos, culinária, manifestações religiosas, grafites, paisagismo, arquitetura, fotografia, rodeios, *design*, bordados, *videogames*, tudo é possível de ser objeto do jornalismo cultural.

Todavia, as artes “consagradas” ainda servem de referência quando se fala em jornalismo cultural, embora, como veremos mais adiante, algumas outras áreas de criação e expressão pessoal, também estejam incluídos na cobertura diária dos suplementos e veículos destinados a editoria.

Na História não existe propriamente um marco definido como o início exato na pratica do jornalismo cultural. Em 1711, foi lançada em Londres uma revista de periodicidade diária chamada *The Spectator*. Seus fundadores, os ensaístas Richard Steele e Joseph Addison, que escreviam sob pseudônimos formados por siglas ou uma única letra do alfabeto, tinham a finalidade de “tirar a filosofia dos gabinetes, bibliotecas, escolas e faculdades para levá-la a clubes, assembleias, casas de chá e cafés”. Para Piza (2017), a empreitada foi bem sucedida. Afinal, o que Addison e Steele escreveram nesses quatro anos foi discutido nos novos locais em que desejavam. “Até hoje as antologias de seus ensaios são encontradas nas livrarias e estudadas em diversos países” (Id.ibid.).

Em meados do século XIX, quando a industrialização já havia se alastrado pelo continente europeu, o ensaísmo e a crítica cultural se tornaram ainda mais evidentes. O também britânico John Ruskin foi o nome mais influente de sua época por causa da forte veia social encaixada sob medida nos medos da população diante das incertezas trazidas pelas mudanças tecnológicas da Era Vitoriana[3] (LOWRY; SAYRE, 2015). Na França, Charles Augustin Sainte-Beuve criou um costume que viria a ser adotado posteriormente no Brasil, o do rodapé literário, com breves comentários sobre os últimos lançamentos da área. Nos Estados Unidos, o poeta e contista Edgar Allan Poe escrevia para revistas e jornais, que se multiplicavam com o desenvolvimento industrial acelerado dos estados da região norte do país.

Em relação ao Brasil, a posição de colônia portuguesa fez com que até 1808, ano da implantação da Imprensa Régia[4], os textos escritos fossem impressos na Europa. O ano marca o início da história da imprensa no país, porém foi somente com a Independência, em 1822, que os jornais livraram-se do ato de censura prévia e alcançaram a liberdade de publicar qualquer escrito conta a religião, o governo ou os "bons costumes" (ROSSETTI, 2015). Entretanto, Hipolito da Costa, considerado o "pai do jornalismo nacional" e diplomata com dupla nacionalidade, tentava fugir dos vetos imprimindo em Londres o seu *Correio Braziliense*, que teve 29 edições publicadas entre 1808 e 1822. Proibido pelo governo, o jornal chegava em terras brasileiras e circulava de forma clandestina (ROMANCINI; LAGO, 2007).

Com o fim do *Correio Braziliense* em 1822, em virtude da Declaração da Independência, outros títulos surgiram e neles escritores brasileiros – Machado de Assis inclusive – viram a possibilidade de um veículo para tornarem-se conhecidos e influentes através de críticas de teatro e polêmicas literárias. Durante quase todo o século XIX, a imprensa brasileira, polarizada, refletia a posição politizada de quem escrevia, fosse contra ou a favor da manutenção da monarquia e da implantação da

---

[3] Nome dado à época de reinado da rainha Vitória no Reino Unido. Durou de junho de 1837 a janeiro de 1901. Foi um longo período de paz e prosperidade para a população, marcado pela expansão econômica do Império Britânico no exterior, o auge e consolidação da Revolução Industrial, o surgimento de novas invenções e o desenvolvimento de muitas atividades culturais nas terras regidas pela monarca.

[4] A Imprensa Régia foi criada por Antônio de Araújo Azevedo, ministro de D. João VI, que havia comprado uma tipografia ainda na Europa. A máquina veio para o Brasil juntamente com o príncipe regente na fuga da invasão napoleônica, em 1808 (ROMANCINI; LAGO, 2007).

república (ZILBERMAN, 2001). Contudo, suas seções culturais atravessaram as décadas disseminando a literatura brasileira e as ciências humanas.

3.2 CRESCIMENTO E EVOLUÇÃO NO BRASIL

O jornalismo, então, começou a mudar e, com ele, o estilo da crítica cultural feita em periódicos. No começo do Século XX, conta Rossetti (2015) citando Piza,

> impulsionado pela presença social adquirida pela imprensa, o jornal se tornou de consumo diário e questões humanas e políticas misturaram-se às críticas de arte. Exploraram-se reportagens e entrevistas, e as análises e interpretações de obras ganharam pitadas de realidades e deixaram de ser somente estáticas, voltadas para a forma e a imaginação. Conduzido pelo irlandês George Bernard Shaw (1856-1950), crítico de arte, teatro, literatura e música que escrevia para a Saturday Review e The World, formou-se o jornalismo cultural moderno (p. 6).

O consumo dos jornais aumentava, impulsionando assim o crescimento do número de páginas, o surgimento dos anúncios e o recurso de agências de notícias para suprir o noticiário internacional. No tocante ao jornalismo cultural, as revistas continuaram exercendo papel importante, pois a vida intelectual e artística do início do Século XX já estava bastante movimentada. A figura do crítico, de acordo com Piza (2017), ganhava relevância embora trouxesse modificações.

> O crítico que surge na efervescência modernista dos inícios do século XX, na profusão de revistas e jornais, é mais incisivo e informativo, menos moralista e meditativo. No entanto, continua a exercer uma influência determinante, a servir de referência não apenas para leitores, mas também para artistas e intelectuais de outras épocas. (p. 20)

Uma crítica publicada em 1917[5] em *O Estado de S. Paulo* entrou para a posteridade por ter sido a primeira, no Brasil, a acirrar os ânimos entre artistas,

[5] Este artigo foi chamado originalmente *A propósito da Exposição Malfatti*. Ficou mais conhecido como *Paranoia ou mistificação?*, título adotado quando foi reeditado pelo autor na coletânea *Idéias de Jeca Tatu* (COELHO, 2006).

intelectuais e pesquisadores culturais brasileiras. O escritor Monteiro Lobato criticou a exposição da pintora Anita Malfatti, que acabara de voltar ao país após um período de estudos na Europa e nos Estados Unidos, entrando em choque de ideias com os integrantes do ascendente movimento modernista das artes brasileiras. A disputa se acirrou em outras publicações nos anos seguintes, com partidários dos dois lados não poupando ataques aos rivais.

Esta agitação ocorrida no circuito cultural da cidade de São Paulo ilustrava o que acontecia nos grandes centros urbanos mundiais, quando jornais e revistas – incluindo os tabloides literários com periodicidade semanal ou quinzenal – fomentavam com ensaios, resenhas, críticas, reportagens, perfis, entrevistas e publicações de contos, crônicas e poemas a efervescente produção intelectual e artística.

> Jornalismo e literatura continuaram a se mesclar, cada vez mais intensamente, para dar vida aos escritos na imprensa. Como resultado, a população mundial, ao aproximar-se das notícias, entrava em contato com a literatura, expandia seus horizontes e, por consequência, poderia formar opiniões mais conscientes sobre a sociedade (ROSSETTI, 2015, p. 7).

Em um cotidiano marcado pela velocidade e internacionalização, com a presença de maquinário moderno de telefones, fotografias e cinemas, a crítica brasileira desenhava os primeiros passos de um apogeu que se estenderia dos anos 1940 até o final dos 1960 (PIZA, 2017). As propagandas ganharam as páginas veículos como o *Jornal do Commercio*, *Gazeta de Notícias* e *O Estado de S. Paulo*. Este período marcou a ruptura entre a imprensa de caráter artesanal e a da fase industrial, esta última ligada à organização capitalista (ROMANCINI; LAGO, 2007).

Paralelamente, a cultura popular de massa ganhava condições para ser considerada uma realidade no Brasil em virtude da existência da uma sociedade urbano-industrial desenhada após a Segunda Guerra Mundial (GADINI, 2003). Surgem neste período as companhias cinematográficas de grande apelo popular, como a Atlântida e a Vera Cruz; as atrações radiofônicas como novelas, musicais transmitido ao vivo e os programas de auditório e de humor; museus como o Museu de Arte de São Paulo (MASP) e o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP);

o Teatro Brasileiro de Comédia (TBC); a TV Tupi; a publicação de revistas de fotonovelas; a primeira escola de propaganda (Casper Líbero-SP), dentre outras iniciativas, espaços e organizações que contribuíram para o fortalecimento do campo cultural.

Na área dos jornais, a industrialização ocorrida a partir dos anos 1940 possibilitou os primeiros grandes suplementos culturais de cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. Em 1950, o *Correio da Manhã* criou o Quarto Caderno, com textos assinados por grandes nomes do jornalismo, da academia e da literatura nacional, como Graciliano Ramos, Carlos Drummond de Andrade, Otto Maria Carpeaux, Álvaro Lins e Antonio Callado.

> Mais para o final dos anos 1950, publicações como o Jornal do Brasil, Última Hora e Diário Carioca já tinham estabelecido outro padrão gráfico e editorial. O forte do Correio da Manhã era a opinião. No JB, que começara a modernização em 1956, deu-se mais valor à reportagem e ao visual; ali foi praticamente instituído o lide[6] no jornalismo brasileiro, graças à direção de Jânio de Freitas. E logo em seguida o lendário Caderno B é criado, com direção de Reynaldo Jardim e diagramação de Amílcar de Castro, e se torna o precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro, com crônicas de Clarice Lispector e Carlinhos de Oliveira, crítica de teatro com Bárbara Heliodora e outros trunfos; no Suplemento Dominical, Ferreira Gullar, Mario Faustino, Grunewald e os concretistas de São Paulo (Augusto e Haroldo de Campos e Décio Pignatari) faziam a cabeça da nova geração (PIZA, 2017, p. 36-37).

Em 1956, *O Estado de S. Paulo* lançou o Suplemento Literário, modelo que mais tarde seria seguido por todos os cadernos voltados para os livros, como Idéias, do *Jornal do Brasil*, e Folhetim (posteriormente rebatizado Mais!) e Letras, ambos da *Folha de S. Paulo*. O perfil dos textos não se voltava somente ao mundo intelectual, mas tinha de ser atraente o bastante para a parcela de leitores que não se interessava tanto pelas artes. Com a consolidação das bases da indústria cultural – agora não apenas situada no eixo literatura, teatro e artes plásticas, mas também

[6] A primeira parte de uma notícia. O termo em português vem da expressão em inglês "*lead*", que significa "guiar", "vir à frente". É o parágrafo inicial do texto, que indica ao leitor informações básicas (a ação, o agente, o lugar, o tempo, o modo, o motivo) sobre o conteúdo a ser reportado e prende o seu interesse para o restante.

absorvendo a popularidade crescente no Brasil do cinema, da música popular e da televisão – somada pelo crescimento populacional, a urbanização e a facilidade de acesso aos bens de consumo culturais, o jornalismo desta área passou a viver um momento de ouro (GADINI, 2003). Outros títulos foram criados, como a revista *Senhor* (circularia de 1959 a 1964), A Ilustrada da *Folha de S. Paulo* (1958) e o caderno cultural do *Correio do Povo* (1967 a 1981), que se tornaria referência na imprensa do estado do Rio Grande do Sul.

A implantação da ditadura militar, a partir de 1964, ainda permitiu o favorecimento e o crescimento dos grupos de comunicação, sobretudo aqueles ligados a redes de televisão, apoiadoras do novo governo. Este fato impulsionou o mercado comunicacional e levou à abertura de diversos cursos de graduação em Comunicação. Em 1969, a profissão de jornalista recebeu sua primeira regulamentação com o Decreto-Lei 972. No ano seguinte, o diploma universitário passou a ser exigido aos que ainda não trabalhavam na imprensa (ROMANCINI; LAGO, 2007).

A ditadura ainda viria a contribuir para o fortalecimento do jornalismo cultural brasileiro de outro modo: a criação de veículos não ligados a grupos corporativos de comunicação, com o intuito de promover as artes, costumes e ideias que não se encaixavam ou propunham ruptura com o momento social e político do país. Esta independência também era um meio de driblar a censura oficialmente instituída nos meios de comunicação pelo governo militar, sobretudo nos chamados "anos de chumbo" do regime, instituídos entre a implantação do AI-5[7], em 13 de dezembro de 1968, até o final do mandato do presidente Emílio Garrastazu Médici, em 1974. O *Pasquim*, o *Opinião* e o *Movimento* foram três das mais famosas iniciativas dos anos 1970 que representavam o jornalismo cultural alternativo, popular e ironicamente chamado "imprensa nanica". Entre os profissionais da área revelados nestes títulos estavam Sérgio Augusto, Paulo Francis, Millôr Fernandes, Henfil, Ziraldo, Darcy Ribeiro e Aguinaldo Silva. Chamadas informalmente de "publicações sem patrão",

[7] O AI-5 foi o quinto dos dezessete grandes decretos impostos pela ditadura brasileira após o golpe de estado de 31 de marco de 1964. Emitido pelo presidente Artur de Costa e Silva, este foi o mais repressivo e severo de todos os chamados Atos Institucionais. Resultou na perda de mandatos de parlamentares contrários aos militares, intervenções ordenadas por Brasília em estados e municípios e a suspensão de quaisquer garantias constitucionais, o que resultou na adoção da tortura como instrumento frequentemente utilizado pelo Estado.

elas não contavam com a interferência dos diretores que comandavam as grandes editoras, como no caso de Veja[8], Realidade[9] e Visão[10], os principais títulos semanais da época.

Sobre o início das atividades do Opinião, lançado em 23 de outubro de 1972, seu primeiro editor-chefe, jornalista que havia passado anteriormente pela Veja e pela Realidade, Raimundo Pereira comentou:

> [...] Nós desmentimos a grande imprensa. A primeira fase de *Opinião* foi a fase de demonstrar o que as grandes publicações não faziam, porque tinham escolhido a estratégia da adesão. [...] E só porque para lá convergiam alguns jornalistas independentes, mais uma série de intelectuais que não tinham outro lugar para escrever, em pouco tempo *Opinião* estava concorrendo nas bancas com as grandes publicações. [...] *Opinião*, até o número 24, foi de 28 mil para perto de 38 mil exemplares vendidos. *Veja* estava vendendo pouco mais de 40 mil nas bancas, e *Visão*, nas bancas, vendia perto de 10 mil. A redação de *Opinião* chegou a ser uma das maiores do país, em termos de esforços mobilizados a favor dela. Fora do país [...] tinha o Robert Kennedy mandando entrevistas, tinha essas grandes publicações estrangeiras cedendo direitos pro Opinião só porque o Opinião resistia à censura (PEREIRA *apud* AZEVEDO, p. 18).

Com a implantação da Abertura Política[11], que a partir de 1974 preparou o

---

[8] Revista jornalística semanal lançada em São Paulo pela Editora Abril em 1968, que tratava de temas variados e fatos ocorridos durante a semana anterior no Brasil e no mundo. Chegou a superar a marca de um milhão de exemplares, tornando-se a revista de maior circulação nacional. Continua sendo editada, mantida como um dos poucos títulos em atividade após a declaração de falência da editora e o consequente *imbroglio* judicial sobre a venda de seu espólio a um outro grupo de comunicação estrangeiro.

[9] Revista mensal lançada em São Paulo pela Editora Abril em 1966 e publicada até 1976. Trazia inovações para a época, como a matéria escrita em primeira pessoa e grandes reportagens preparadas e experienciadas por repórteres por períodos de até um mês ou mais até a sua publicação. É considerada um divisor de águas na imprensa brasileira.

[10] Revista semanal de informação geral, fundada em 1952 no Rio de Janeiro pelo grupo estadunidense Vision Inc. e que teve em 1957 sua sede transferida para São Paulo. Nos anos 1960 e 1970 chegou a ser considerada referência nacional no jornalismo de economia, política nacional e política internacional, com investimento em grandes reportagens. Depois de passar por vários proprietários e diferentes orientações editoriais, deixou de circular em 1993.

[11] Iniciado pelo presidente Ernesto Geisel, este processo foi uma política lenta e gradual de mudanças em um país marcado pelo forte descontentamento da sociedade e a deterioriação da economia. Contrapôs-se ao setor

país para o fim do regime militar que acabaria por ocorrer onze anos depois, a cultura jovem começou a ganhar espaço e popularidade no país. A criação de grupos de teatro e dança, programas de televisão e produções cinematográficas; a organização de grandes festivais de rock e a consolidação de um nicho rentável na indústria fonográfica trouxeram uma renovação para as artes nacionais, sob a influência da sociedade de consumo e a cultura de massa exportada pelos Estados Unidos nas décadas anteriores (BRYAN, 2004). Em 1975 passou a circular o Jornal *Movimento*, que ecoava em suas páginas muitas entrevistas e reflexões acerca da política nacional, trazendo como pilares o comportamento social dos jovens das grandes cidades e a visão dos artistas a respeito dos fatos ocorridos naquela época (AZEVEDO, 2011).

Esta agitação se refletiu também na comunicação de massa, cuja cobertura cultural rompeu com o padrão acadêmico de outrora. Os cadernos culturais dos quatro principais diários de circulação nacional – Ilustrada, da Folha de S. Paulo; Caderno 2, de O Estado de S. Paulo; Segundo Caderno, de O Globo; e Caderno B, do Jornal do Brasil – foram adotados como referências máximas pelo grupo que compreende os públicos "adolescente-jovem", "jovem-jovem" e "jovem-adulto" (somando-se os três, incluindo dos 15 aos 29 anos)[12], dando um novo impulso ao jornalismo cultural brasileiro. Especialmente a Ilustrada destacava-se por ter em sua redação um espelho de seu próprio público, repleta de profissionais egressos do jornalismo estudantil paulistano de vanguarda iniciado nos anos 1970 e estendido até o início da década seguinte. Suas críticas sofisticadas, idiossincráticas, anglófilas e pós-modernas tornaram-se marca registrada do caderno (GONÇALVES, 2008). A Abril, editora das principais revistas de circulação nacional e do semanário Veja, apostou em novos títulos como Bizz (rock e música pop[13]) e Set (cinema e vídeo),

---

mais radical do militarismo no governo ao propor mudanças no poder e o abrandamento da repressão. Estendeu-se até a promulgação de uma nova constituição, em 1988.

[12] Classificação estabelecida pela Agência Nacional dos Direitos da Infância (ANDI).

[13] Termo surgido na segunda metade da década de 1950 na imprensa musical inglesa para definir o *rock'n'roll* e os estilos musicais que ele influenciou. Pop era música para consumo maciço, na forma de canção, de curta duração (dois a quatro minutos, em média), escrita em formato simples (estrofe-refrão-estrofe) e com repetição de partes, para a assimilação pelo ouvinte. Era, basicamente, uma canção para tocar no rádio e dirigida ao público jovem (BARCINSKI, 2014).

também projetados a estas faixas etárias de jovens leitores.

3.3 TRANSFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS

O jornalismo cultural viveu, a partir dos anos 1980, um novo auge com o rejuvenescimento de seu público. Ele não foi muito longo, entretanto. Já na década seguinte, a obrigação de manter o crescimento das tiragens aliada à velocidade das mudanças tecnológicas que começaram a provocar efeitos imediatos na cultura e na comunicação afetaram profundamente a dimensão editorial do jornalismo produzido pelos veículos diários. Sobretudo o cultural, que passou a ser orientado pela necessidade maior de prestação de serviço. Motivado pelo sucesso da implantação do Plano Real na economia brasileira, o *agenda setting*[14] passou a se tornar regra nesta editoria, regulando a opinião pública segundo o planejamento de acontecimentos das maiores e mais poderosas corporações da indústria cultural. A constância no lançamento de obras e na realização de eventos e espetáculos tornaram-se mais relevantes em virtude de sua característica utilitária, onde o que importa não é mais ensinar, mas suprir as necessidades de consumo e as preocupações de ordem individual de seus leitores (REBINSKI JR, 2008). O jornalista da área cultural virou um servo profissional dos departamentos de *marketing* das grandes empresas desta indústria.

> Os leitores, ouvintes e espectadores – os receptores – não podem reconhecer a grande dependência que os repórteres [...] têm das RP[15], já que raramente ela é revelada pelos jornalistas. Em geral, credita-se aos

[14] Ainda na década de 1920, o escritor, jornalista e comentarista politico estadunidense Walter Lippman criou as ideias básicas desta teoria. Nos anos 1970, Maxwell McCombs e Donald Shaw, também estadunidenses, formularam o *agenda setting*, propondo que a compreensão de grande parte da realidade é fornecida às pessoas pelo exercício de influência da mídia de massa, que exclui, inclui e seleciona o que deseja para para que a opinião pública reproduza os seus desejos e direcionamentos.

[15] Sigla para a expressão "Relações Públicas". Na verdade, esta se refere ao departamento de imprensa corporativa dentro das grandes empresas que faz o elo com a grande imprensa, buscando sempre "plantar" notícias, matérias e entrevistas a respeito de seus produtos, atividades e contratos, de acordo com, no caso da indústria cultural, o planejamento anteriormente realizado pelo departamento de *marketing*.

> meios de comunicação o que na realidade provém do trabalho das RP. Estas podem controlar não só os temas mas também o momento oportuno para a divulgação [...]. As RP exercem enorme influência sobre a informação transmitida pelos meios de comunicação através do jornalista, em contraposição ao papel que este gostaria de representar. Por isso o jornalista é liberado da obrigação de tomar a iniciativa de aprofundar-se na matéria e levar a cabo sua investigação. Baerns (1985, p.101) chega ao extremo de afirmar que jornalismo se encontra indefeso ante os controles de definição, que podem ser introduzidos antes mesmo que sejam reunidas ou distribuídas as informações. (KUNCZIK, 1988, 1997, p. 287-288)

No caso do jornalismo dedicado ao universo musical, nas últimas décadas do Século XX as RP das grandes gravadoras detinham poder excessivo sobre as redações dos veículos mais tradicionais.

> Os dois principais mecanismos de divulgação de um novo álbum para a mídia eram os releases e as imagens do disco ou da banda. Dependendo do porte do veículo, entregava-se também ao jornalista ou ao editor o disco que estava sendo lançado. Depois de entregue o material, as gravadoras agendavam com os veículos de seu interesse entrevistas com os artistas ou produtores do álbum, que poderiam ser feitas pessoalmente – em coletivas ou em viagens nacionais e internacionais – por telefone ou vídeo-conferência. As gravadoras determinavam o tempo e, muitas vezes, o assunto da pauta de forma a controlar a imprensa para que o jornalista cultural ficasse focado no produto e não na vida pessoal dos aristas. Muitos estudiosos da imprensa consideram essa prática uma forma de jabá – presentinho dado ao jornalista (disco, hotel cinco estrelas, jantares, festas, etc.) em troca de uma “boa” cobertura do novo produto. E por “boa” entende-se elogiosa, o que não raro gerava de fato matérias e críticas viciadas, focadas na experiência do jornalista e não na qualidade musical da obra (BALLERINI, 2015, p. 151).

Seguindo a obediência fiel à prática do *agenda setting*, os cadernos culturais também passaram a cobrir novas áreas, como a gastronomia, a moda (indústria têxtil) e o *design*. Esta ampliação de assuntos acabou por restringir o espaço para a cobertura nacional de cada uma das expressões artísticas em suas exíguas páginas. Nos anos 1990 isso fez com que assuntos voltados para os leitores de menor faixa etária (o “adolescente-jovem”, compreendida dos 15 aos 17 anos, e o “jovem-jovem”,

dos 18 aos 24 anos)[16], por falta de espaço suficiente, precisassem ser destacados dos cadernos culturais e incluídos em uma nova e emergente editoria, chamada *teen*[17]. Esta ganhou suplementos semanais em muitos periódicos de grande circulação, com textos jornalísticos sobre educação, comportamento, sexualidade, artes e cultura. Para produzi-los, houve a contratação de jovens repórteres, todos recém-egressos dos cursos universitários de Comunicação ou ainda estudantes dos mesmos.

Muitos destes novos profissionais já estavam envolvidos no mundo das notícias e comentários culturais através da produção amadora de fanzines. Produzidos e difundidos à margem dos circuitos comerciais de escrita e leitura, estas publicações são como elos sociais e veiculam afetos e estéticas particulares.

> O termo *fanzine*, que se origina da junção das abreviações de "fanatic" (fã) e "magazine" (revista) (...) pode ser compreendido como um tipo de "publicação independente e amadora, geralmente de pequena tiragem e impressa em fotocópias ou pequenas impressoras" (...). A partir da década de 1930, os fanzines foram utilizados por leitores de histórias de ficção para divulgar seus trabalhos autorais fora do circuito profissional e comercial nos Estados Unidos. Mas, com o passar do tempo, os fanzines tomaram o mundo, servindo de canal para expressar desde os ideais libertários do maio de 1968 à máxima punk "do it yourself", sendo também fonte de expressão da poesia marginal e da imprensa nanica brasileira. Rotulados como "boletins", "xeroxmania" ou simplesmente "zines", são veículos de comunicação que servem como suporte para uma mensagem com potencial de tornar-se vetor de uma rede de interlocutores acerca de determinado assunto. É também uma obra de arte em si, dado o seu caráter pessoal e artesanal criado dentro de uma proposta estética. (...) "Rede de interlocutores" pode ser compreendida como grupos, tribos, agregações, comunicações. Encontro de pessoas que criam entre si um vínculo, uma infinidade de desejos e passionalidades inomináveis, mas passíveis de materialização plástica. (...) "Proposta estética" pode ser compreendida como a artesania (...), a experimentação de "novas linguagens e ousadias conceituais". (MUNIZ, 2010, p. 15-16).

Em 1995, o comércio da Internet foi liberado em território brasileiro. O grupo Abril, em parceria com o grupo Folha, foi o pioneiro no mercado *online* através da

[16] Classificação estabelecida pela agência Nacional dos Direitos da Infância (ANDI)

[17] Abreviação do termo *teenager*, palavra que significa "adolescente" na língua inglesa.

criação do provedor Universo Online, ancorado pelo portal de notícias UOL. O Jornal do Brasil foi o primeiro a ter uma versão sua na rede mundial de computadores, seguido pelo primeiro jornal em tempo real, Folha Online, criado em 1996. Aos poucos, revistas e jornais de grandes e pequenas cidades migraram para o meio digital, transformando os textos de suas edições para o novo formato ou criando outros novos, exclusivamente para a *web*. Esta migração para a internet, no Brasil, apenas seguiu a tendência iniciada em outros países nas décadas anteriores. O estadunidense The New York Times foi o primeiro jornal a oferecer serviços *on line*, quando criou, em 1970, um banco de informações que punha à disposição de assinantes que possuíam computadores resumos e textos completos de artigos já publicados em sua versão impressa.

O espaço outrora limitado para a diagramação de textos e fotos das páginas impressas foi se libertando das amarras. Entretanto, a noção de tempo também se modificou, quebrando antigas ideias de periodicidade. Afinal, qualquer publicação passou a poder ser produzida e divulgada instantaneamente, sem a necessidade de um longo intervalo determinado pela engrenagem de produção industrial dos grandes veículos.

Para Barbosa (2010), a década de 1990 significou “o momento em que a chamada cultura da comunicação começa a tomar forma”, pois a comunicação passou a estar apoiada em um sistema tecnológico que mistura a mídia de massa globalizada com a comunicação mediada por computadores. Curiosamente, mesmo com estas transformações promovidas pela *web*, novas iniciativas impressas de jornalismo cultural com distribuição em bancas nacionais ainda viriam a surgir, prolongando por alguns anos a tentativa de sobrevivência do jornalismo cultural em veículos impressos. Entre estas novidades estavam as revistas Bravo e Cult (artes e cultura em geral); OutraCoisa, Frente e Zero (rock e música pop); General (comportamento, artes e cultura jovem); Movie e Preview (cinema); Herói (quadrinhos, séries de TV e desenhos animados ocidentais e orientais); e Play (a pioneira no Brasil a discutir, no papel, a cultura da própria internet). Por sua vez, outros títulos, como Panacéa, RockPress e Rock Brigade, evoluíram do estágio de fanzines e também viraram revistas “oficiais” com a linha editorial voltadas ao rock e à cultura *underground*).

A consolidação da Web 2.0 foi crucial para a mudança definitiva de panorama na área. Criado em 2003, o termo desenvolvido pelo ativista digital Tim O'Reilly[18] representa "a internet como plataforma e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Segundo o conceito elaborado por ele, a regra fundamental é o aproveitamento da inteligência coletiva" (DANTAS, 2018). A Wikipédia é o principal exemplo deste novo modelo, onde cada pessoa tem a oportunidade de adicionar livremente as informações.

O termo se refere à mudança na forma como a rede de computadores é percebida por usuários e desenvolvedores. O ambiente de interrelação passou a englobar inúmeras linguagens e o ambiente *online* tornou-se mais dinâmico. Um efeito imediato da Web 2.0 foi a criação de redes sociais e plataformas que conectaram pessoas em diversos pontos do planeta. MySpace, Orkut, YouTube, Twitter e Facebook tornaram-se algumas das iniciativas mais populares.

> O fortalecimento da Web 2.0, que deu ao leitor/internauta status de "colaborador" e com a febre dos blogs[19], os meios de comunicação tradicionais, principalmente os impressos, vêm perdendo força ano a ano – seja em termos de tiragem ou em relação a sua influência na sociedade como formador de opinião. Ou seja, os jornalistas de certa forma perderam a exclusividade da notícia, já que hoje qualquer cidadão pode disseminar informações, sem que para isso tenha formação acadêmica ou esteja ligado a uma empresa de comunicação. (...) As transformações ocorridas nas grandes cidades também influenciaram. O ritmo veloz dos grandes centros praticamente eliminou a ociosidade, escasseando o tempo vago. Com isso, os textos jornalísticos, não só da área de cultura, hoje precisam ser concisos, de leitura fácil e rápida, tudo em nome do "tempo do leitor", que nunca foi tão minguado. O jornalismo cultural não fugiu à regra, teve que se adaptar também. Mas dessa mudança surgiram novos desafios. Se por um lado o jornalismo de cultura passou a ser mais acessível ao leitor, com diagramação atraente e texto leve, por outro a cultura passou a ser tratada quase que exclusivamente como "produto". Os assuntos são escolhidos cada vez mais de acordo com critérios de mercado. Os cadernos hoje estão

[18] Fundador da editora O'Reilly, especializada em livros, *websites* e conferências sobre tecnologia. Além de cunhar o termo Web 2.0, popularizou a expressão "*software* livre" para designar os *softwares* de computador que não possuem direitos autorais e podem ser utilizados por qualquer pessoa, sem que se pague por isso.

[19] O termo "blog" é uma simplificação da palavra "weblog", que, por sua vez, é oriunda da justaposição de "web" (rede) e "log" (registro do início de atividade online). Em livre tradução para o português, "blog" significa a produção de uma espécie de diário *online*.

> muito mais preocupados em indicar para o consumo do que em discutir ou polemizar sobre assuntos pontuais (REBINSKI JR, 2008).

A nova configuração da internet permitiu intensidade e rapidez na interação entre as pessoas. Isto gerou uma nova forma de união daqueles mais interessados e envolvidos em torno de um mesmo assunto ou área de interesse (os denominados "fãs"). O consumidor passou a ser mais ativo ao expressar sua criatividade com maior liberdade. Estas ações com o público de poder e função reconfigurados ganharam, através de Jenkins, o nome de Cultura Participativa dentro de todo o universo de Cultura da Convergência, que vem provocando um amálgama entre mídia e tecnologia.

> Se a revista Wired proclamou Marshall McLuhan[20] como o santo padroeiro da revolução digital, podemos definir o falecido cientista político do MIT[21], Ithiel de Sola Pool, como o profeta da convergência dos meios de comunicação. Seu *Technologies of Freedom* (1983) foi provavelmente o primeiro livro a delinear o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas. Um processo chamado "convergência de modos" está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes. Assim, a relação um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso está se corroendo. (...) Diversas forças começaram a derrubar os muros que separam esses diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção. Pool estava descrevendo o que Nicholas Negroponte[22] chama de transformação de "átomos em bytes" ou digitalização. (...) Como Pool previu, estamos numa era de transição midiática, marcada por decisões táticas e consequências inesperadas, sinais confusos e interesses

[20] Teórico canadense que cunhou o termo "aldeia global" no livro *A Galáxia de Gutemberg* (1962), publicado cerca de três décadas antes do surgimento e popularização da *world wide web*.

[21] Massachusetts Institute of Technology, universidade privada localizada na cidade estadunidense de Cambridge, fundada em 1861 e voltada aos estudos nas áreas de Ciências Aplicadas e Engenharia.

[22] Arquiteto greco-americano, fundador do Laboratório Midiático do MIT e autor do livro *A Vida Digital*, publicado em 1995.

> conflitantes e, acima de tudo, direções imprecisas e resultados imprevisíveis (JENKINS, 2009, p. 38-39).

Além da solidificação da Cultura Participativa, a Web 2.0 também facilitou a criação de plataformas digitais que facilitam a divulgação do trabalho de artistas independentes da área musical por meio das práticas de *download* e *streaming*. O que no início a indústria chamava de "pirataria", porque havia a troca de arquivos fonográficos transformados para o formato digital do MP3[23] e trocados de forma *peer-to-peer*[24] (WITT, 2002), em pouco tempo tornou-se algo oficial, feito pelos próprios criadores, com o intuito de divulgação oficial de seus trabalhos autorais.

Este novo panorama de liberdade proporcionado pela Web 2.0, que em nada favorecia as grandes corporações tanto da indústria da comunicação como da fonográfica, motivou os jornalistas-fanzineiros recrutados pela imprensa *mainstream* na década de 1990 a perceberem uma brecha para retomar a atividade de jornalismo cultural autoral e empreender novas iniciativas no território virtual.

Desta vez, a maioria delas tinha o jornalismo musical como o principal foco editorial, mas sem deixar de falar sobre outras atividades complementares, como o cinema, a literatura e as produções de TV voltadas para a mesma faixa de público-alvo à qual eram voltados os cadernos *teen*, então já devidamente descontinuados pelos grandes jornais brasileiros. Surgiram, a partir dos anos 2000, publicações como Digestivo Cultural[25], Mondo Bacana[26], Trabalho Sujo[27], Scream & Yell[28], Music

---

[23] Sigla para Moving Pictures Experts 1 Layer III. Lançado em 1993, este foi um dos primeiros tipos de compressão de áudio com perdas quase imperceptíveis ao ouvido humano, mesmo sendo o novo tamanho uma redução de 90% de quilobits por segundo em relação ao original. Depois de sucessivos experimentos de engenheiros de áudio realizados desde a década de 1970, este foi o formato que acabou se popularizando pelo mundo (TEIXEIRA JR, 2002).

[24] *Peer-to-peer* ou P2P é a arquitetura de redes de computadores onde cada um dos pontos ou nós da rede funciona como ponto de chegada ou partida para o compartilhamento de arquivos (músicas, vídeos, imagens, dados) com formato digital ou ainda armazenamento nos meios acadêmico-científico e das telecomunicações. As redes P2P podem ser configuradas em domicílios, empresas, universidades e ainda na própria internet.

[25] http://www.digestivocultural.com

[26] https://mondobacana.wordpress.com

[27] http://trabalhosujo.com.br

Non Stop[29], Popload[30], Omelete[31], Whiplash[32], Zona Punk[33], Portal RockPress[34], Rock On Board[35], Tenho Mais Discos Que Amigos![36], Música Pavê[37], Rock In Press[38], Floga-se[39], O Grito![40], Noize[41], Território da Música[42], Pausa Dramática[43] e CWB Live[44], entre outros *websites*[45] produzidos em diversas capitais brasileiras, como Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre. Todos primando por manter, por conta própria, isto é, sem o auxílio de investimentos de grupos corporativos (o *slogan* "faça-você-mesmo", criado pelo movimento *punk* dos anos 1970), o hábito de textos de jornalismo cultural (resenhas, artigos, reportagens, entrevistas) com o teor crítico abandonados pelas tradicionais publicações impressas que ainda restam.

---

[28] http://www.screamyell.com.br

[29] https://musicnonstop.uol.com.br

[30] https://www.popload.com.br

[31] https://omelete.com.br

[32] https://whiplash.net

[33] http://zp.blog.br

[34] http://www.portalrockpress.com.br

[35] http://www.rockonboard.com.br

[36] http://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com

[37] http://musicapave.com

[38] http://www.rockinpress.com.br

[39] http://www.botequimdeideias.com.br/flogase/

[40] http://revistaogrito.com/page/

[41] http://noize.com.br

[42] Extinto em 2016.

[43] https://pausadramatica.com.br

[44] http://cwblive.com

[45] Veículos de jornalismo cultural que publicam textos diariamente, tal qual os cadernos deste segmento dos jornais impressos.

> O jornalismo cultural não poderia ficar alheio a essas novas possibilidades de informação. A primeira vantagem do jornalismo cultural na Internet talvez seja o proveito a ser tirado da distensão do espaço e do tempo, uma vez que na rede o espaço de armazenamento de informações é praticamente ilimitado. Esses fatores alteram, dentre outras coisas, a lógica de elaboração de uma matéria e da composição de narrativas jornalísticas. Ainda em termos de navegação, o hipertexto, tipo de texto típico da internet, torna a leitura mais dinâmica e não-linear, pois o leitor pode navegar, por meio dos *hiperlinks* (ou *links*), através de conteúdos (unidades e módulos de informação) dentro ou fora do próprio *site*, conforme seu interesse em se aprofundar nos temas relacionados. Para Schwingel (2012), a hipertextualidade é natureza do ciberjornalismo. A convergência de mídias e linguagens (hipermídia) na cobertura jornalística é outra possibilidade passível de valorizar o jornalismo cultural produzido na Internet, uma vez que as combinações entre texto, áudio, imagem e vídeo tornam a comunicação mais atraente, não só do ponto de vista estético, mas também da abrangência dos conteúdos e das relações de complementaridade que podem se estabelecer entre eles. De acordo com Magalhães (2008), o modelo do jornalismo participativo, em especial, agrega ao jornalismo cultural formatos que têm caído gradativamente em desuso na imprensa tradicional, como a crítica, o artigo e a resenha – gêneros presentes em blogs e sites especializados em cultura (cinema, literatura, etc), por exemplo (MENDONÇA; AZEVEDO, 2013, p.6).

Esta proposta de um novo viés jornalístico incorre naquilo que se chama de política insurgente: um movimento motivado por um misto de insatisfação, revolta e esperança contra instituições consideradas injustas, imorais ou ilegítimas (CASTELLS, 2015). A política insurgente realizada pelos novos *websites* musicais pode ainda ser definida como uma transição entre a mudança cultural (valores e crenças, que, neste caso, são a acomodação dos leitores através do *agenda setting* imposto pelos cadernos culturais dos outrora grandes jornais brasileiros) e a mudança política (adoção institucional dos novos valores que se difundem pela cultura de uma sociedade). Segundo Ballerini (2015, p.211), “foi-se o tempo que havia uma “cronologia da cobertura”: entrevistas coletivas, papo com o músico, disco chegando à redação para análise, texto crítico e, depois, produto no mercado”.

O período atual do jornalismo cultural brasileiro, realizado na internet por estes recentes veículos de comunicação criados na internet, também une Jean Baudrillard e o universo da ficção ciberpunk[46], segundo Kellner (2011). O primeiro elemento, vem da herança da obra do filósofo e sociólogo francês e está na veia

[46] Movimento literário que é um subgênero da ficção científica que usa elementos ligados a alta tecnologia e baixa qualidade de estilo de vida, sempre ligada a questões comportamentais e à alguma cultura *underground*. Phillip K. Dick, William Gibson e Bruce Sterling são alguns dos escritores ciberpunk (AMARAL, 2006, p.17-20).

provocativa destes jornalistas-fanzineiros, que evocam seus estudos de simulação, implosão, hiper-realidade[47] e tecnologias utilizadas pela mídia para desafiar as ortodoxias reinantes. Quanto ao universo ciberpunk, Kellner diz que ele pode ser encontrado na união da aparelhagem *hi-tech*[48] com uma subcultura urbana contestadora e marginalizada – nesse caso, às margens do próprio jornalismo cultural dos últimos anos – que usa da atitude *do-it-yourself* do duro cotidiano urbano para se rebelar contra o autoritarismo. Sobretudo no que se refere ao terreno das artes e ideias.

A multiplicação destas novas iniciativas editoriais foi salutar. Com a atuação desses recentes *websites*, que acabam por revelar uma intensa produção cultural que vai muito além daquela que os interesses econômicos da indústria fonográfica querem mostrar. Para Recuero (2009), tanto a interação do leitor em comentários realizados em publicações nesses *websites* independentes quanto a participação do mesmo leitor nas redes sociais digitais destes veículos (Facebook, Instagram e Twitter, por exemplo) possibilitam que os atores desempenhem seus papeis de forma a moldar novas estruturas sociais. Alzamora (2001) afirma que o jornalismo cultural na Internet prioriza as dimensões estética e interpretativa ao construir uma linguagem híbrida mesclando todas essas formas e potencialidades comunicacionais.

Há quem possa vir a dizer que, mesmo falando sobre o trabalho de artistas independentes e desconhecidos da mídia *mainstream*, estes *websites* não corporativos também contribuam para o consumo da música da mesma forma. Contudo, isto ocorre em escala menor em relação à indústria econômica que regula as gravadoras multinacionais e a imprensa tradicional corporativa desde o pós-guerra, quando o desenvolvimento da cultura midiática tornou-se intrinsecamente ligado ao aumento da produção massiva dos bens de consumo.

Segundo Canclini (1998, p. 53),

---

[47] A hiper-realidade é a representação apresentada como realidade. É algo que representa outra coisa, passando a impressão que essa representação é a única opção real.

[48] Abreviação da expressão em inglês “high technology” (“tecnologia de ponta”, em português).

> O consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Essa caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais que um simples exercício de gostos, caprichos e compras irrefletidas, seguindo os julgamentos moralistas ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pela pesquisa de mercado.

Portanto, quaisquer manifestações artístico-culturais, independemente de sua área de expressão ou mesmo gênero dentro dela são, antes de tudo, produções de sentido centradas no consumo de determinados objetos culturais. Então, a apropriação dos objetos culturais segue padrões de reconhecimento que ultrapassam a ideia de passividade, já que enriquece o processo de recepção (JANOTTI JR, 2009). O que determina a importância de identificar a maneira como os objetos são consumidos e o modo como suas apropriações são efetivadas. O objeto cultural, portanto, está direcionado a um universo mais amplo.

> Se as relações são constituídas em práticas culturais, então nosso senso de identidade e diferença é estabelecido no processo de discriminação. E isso é tão importante para o popular massivo como para as atividades culturais burguesas, importante igualmente para os níveis mais íntimos da sociabilidade (um aspecto do modo como as redes de amizade e namoro são organizadas) e os mais anônimos níveis de escolhas mercadológicas (o modo como as indústrias da moda e da propaganda procuram nos posicionar socialmente traduzindo julgamentos individuais do que gostamos e desgostamos em padrões de venda). Essas relações entre julgamentos estéticos são claramente cruciais para as práticas da cultura popular massiva, para os gêneros, cultos e subculturas (CALABRESE, 1988, p. 20).

Logo, a criação espontânea desta rede de veículos jornalísticos *online* dedicados à música e desvinculados de grupos corporativos de comunicação permitiu a formação de uma comunidade de sentido que estava espalhada pelo país, sem muita comunicação entre as partes, antes da popularização da web 2.0.

> Comunidades de sentido são determinadas agregações de indivíduos que partilham interesses comuns, vivenciam determinados valores, gostos e afetos, privilegiam determinadas práticas de consumo, enfim, manifestam-se obedecendo a determinadas produções de sentido em que utilizam

> referências globais da cultura atual. É a vivência desses sentidos, por meio do consumo de determinados objetos culturais, que permite a um indivíduo reconhecer seus pares, seja um skatista, um *punk*, um *headbanger*, um *clubber,* independentemente do território em que esses sentidos se manifestam (JANOTTI JR, 2002).

O território virtual passou a unir o "ideal comunitário" de instrumentistas, vocalistas, produtores, jornalistas, radialistas ou simplesmente pessoas com outros trabalhos fora do meio artístico ou da comunicação que gostam de ouvir, conhecer e descobrir artistas independentes situados em qualquer ponto das cinco regiões brasileiras, muitas vezes sem contrato com gravadoras de grande, médio ou até mesmo pequeno porte, cuja obra autoral ainda é praticamente ignorada pela mídia *mainstream*, seja ela o que ainda resta da tradicional impressa ou emissoras de rádio e TV veiculadas a grandes grupos regionais ou nacionais. O acesso diário a vários destes *websites* não corporativos permitiu a projeção nacional de "pequenos artistas" antes relegados à sua própria regionalidade. Desta maneira, estes "pequenos artistas" compuseram uma nova comunidade da música independente nacional, formando o que é chamado de comunidade imaginada.

> Dentro de um espírito antropológico, proponho a seguinte definição de nação: uma comunidade política imaginada – e imaginada como sendo intrinsecamente limitada e, ao mesmo tempo, soberana. Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles (ANDERSON, 1983, 2008, p. 32).

A formação desta comunidade imaginada provocada pelo novo jornalismo de música no Brasil leva também a uma dicotomia trazida pelo termo "indústria cultural". Talvez a maior de todas as discussões a respeito deste termos seja a questão alienação *versus* revelação.

> O prazer através da produção cultural é, de fato, um dos principais alvos de alguns que, preocupados com o conteúdo veiculado pela indústria cultural,

> tentam combater os processos de alienação. A causa é justa, sem dúvida, mas a base da ação é totalmente equívoca – o que acaba provocando uma válida dúvida sobre a justeza da própria causa. É que se acredita ainda (e talvez ainda mais neste século do que num passado mais próximo ou mais remoto) que a busca ou a admissão do prazer é indício de um comportamento grosseiro, consumista, e indício da adesão aos princípios de uma ideologia burguesa, reacionária (COELHO, 1980,1995, p. 36).

Portanto, os sites jornalísticos criados após a virada do século corroboram para ressaltar artistas, que, apesar de fazerem parte da mesma indústria cultural como produtos mercadológicos, mesmo que em escala muito menor de abrangência e significância comercial, acabam por agregar valor artístico-cultural a ela ao invés de representarem apenas cifras e fórmulas que se sobrepõem à identidade ou demais fatores que formam estes artistas.

3.4 A RELAÇÃO ENTRE CRÍTICOS E ARTISTAS

Anteriormente foi abordada a profunda transformação de caráter industrial sofrida pela música a partir das transformações tecnológicas iniciadas nos anos 1990 e pelas redes de compartilhamento e *download* surgidas na década subsequente. Estas revoluções também afetaram a cobertura cotidiana do jornalismo cultural especializado na área musical. O costume de bancar viagens frequentes e hospedagens em hotéis de luxo para que os repórteres entrevistem os artistas e assistam a seus concertos quando do lançamento de um novo disco foi abandonado gradativamente pelas companhias fonográficas.

Os discos chamados “físicos, tanto no formato de CD quanto o de DVD, também não são mais adquiridos como antes e grandes cadeias de lojas especializadas fecharam as portas de todas as suas unidades pelo mundo.

> As vendas caíram nos últimos dez anos, de mais ou menos 450 milhões para 89 milhões. Desde que a Tesla começou a fabricar carros sem tocador de CDs, outras empresas, como a Ford e a Toyota, entraram na mesma onda. Os downloads – que antes eram vistos como os substitutos do CD – despencaram 58% desde seu auge, em 2002, sendo que o lucro que trazem

> hoje em dia é ainda menor do que aquele das vendas físicas. Os artistas perceberam as mudanças: Bruce Springsteen lançou seu *box* mais recente, *The Album Collection Vol. 2 1987-1996*, exclusivamente em vinil, sem a opção de CD, ao contrário do que tinha feito em 2014 com o Vol. 1. "O mundo é dos streamings e dos vinis, com os CDs perdendo espaço rapidamente", diz Daniel Glass, presidente da Glassnote Records, selo indie que trabalha com artistas como Mumford & Sons e Phoenix (KNOPPER, 2018).

Os discos também deixaram de ser a principal fonte de renda dos artistas. Outrora beneficiados por grandes fortunas vindas do consumo fonográfico, agora os mesmos necessitaram mudar o foco da carreira para as apresentações e as turnês formadas por uma sequência quase consecutiva de datas no menor tempo possível.

Outra mudança de impacto na cobertura da imprensa cultural musical deu-se na extinção de veículos de circulação nacional mantidos por grandes editoras do eixo Rio-São Paulo, sobretudo as revistas e os jornais impressos. As redações, aos poucos foram esvaziadas, determinando uma atuação cada vez maior dos profissionais em suas próprias iniciativas independentes, desvinculadas de grandes grupos corporativos de comunicação. Sem a interferência financeira das publicidades e acertos editoriais de bastidores, os rumos da área também mudaram nos novos veículos, agora pautados sobretudo pela proximidade com as fontes e os gostos pessoais do jornalista. As atitudes e a forma de comando e seleção dos assuntos a serem tratados na cobertura permanecem profissionais. Entretanto, não é mais necessário que um jornalista se dedique a escrever sobre um determinado gênero musical que não acompanha ou conhece muito bem. A nova relação com o tempo durante o trabalho também se modificou. Muitas vezes, por causa das horas semanais reduzidas de acordo com a divisão com outras tarefas monetariamente rentáveis e até mesmo estudos paralelos e questões particulares, esses jornalistas da nova mídia independente não podem se dedicar a todos os assuntos factuais pertinentes de área musical, sobretudo após o surgimento progressivo de novos artistas facilitados pelo *do it youself* da tecnologia e a facilidade de divulgação de seus trabalhos através da internet. Logo, a escolha por aqueles com os quais desenvolvem maior familiaridade ou estimam tende a ser natural, ocupando o espaço que, na imprensa tradicional impressa, costumava ganhar o apelido de "crítica negativa".

Forastieri (2011) sempre foi um defensor do jornalismo crítico na área da cultura em nome de um, conforme ele mesmo define, “compromisso total com o leitor”.

> O jornalismo que eu tento exercer desde 1988 é o jornalismo crítico. [...] Fã é fã, jornalista é jornalista. Fã perdoa tudo. Jornalista não perdoa nada, ou não deveria. Meu jornalismo é sempre pelo viés da cultura. As perguntas que o jornalista cultural têm de responder são só duas: primeiro, o objetivo da obra tem algum mérito? Segundo, o objetivo foi alcançado? Só. O resto é perfumaria. [...] É uma atitude radical. Exemplo: implica arrasar com a mais recente (e ruim) obra de um artista velhinho, respeitado e amado. Não interessa seu currículo. Interessa a obra. O jornalismo crítico pode ser exercido na grande imprensa ou num blog lido por cinco pessoas. Não requer muito mais do que saber escrever, curiosidade, uma cultura geral razoável. Quanto mais repertório e rigor melhor, naturalmente. Mas não precisa saber tocar piano para escrever sobre música. Não dá para esperar ter a formação cultural (filosófica, política, etc) desejável para começar a se mexer. [...] Não é grande arte. Dá para aprender fazendo. Do it yourself, velho lema punk. É uma maneira de ver as coisas e se posicionar.

Praticar a crítica destrutiva, inclusive, é um dos conselhos dados por Pereira Jr (2003) aos iniciantes que queiram seguir a carreira de crítico musical. A justificativa é “evitar a prática de compadrio”, algo comum no jornalismo cultural brasileiro, infestado pela proximidade entre quem cria a obra e quem escreve sobre ela. Forastieri (1995) também foi bem claro quanto ao tema polêmico.

> O que você ganha com isso? Não muito. Você entra em show sem pagar e ganha montes de CDs. Viaja a trabalho para entrevistar uns e outros. É convidado para festas e lançamentos. E, claro, conhece um monte de artistas. Às vezes, fica até amigo de um monte de artistas. Se isso acontecer, está na hora de pedir demissão e mudar de carreira. Niguém tem coragem de falar mal dos amigos. Ou, invertendo, não tem carreira que valha a perda de um amigo de verdade. A grana também pega. Tirando meia dúzia de grandes veículos, o salario na imprensa é uma bobagem. Se o teu negócio é ganhar dinheiro a sério, vale mais a pena fazer dez outras coisas do que ser jornalista. E lembre-se de que escrever sobre rock não é

> exatamente uma carreira. Tem poucas coisas mais ridículas do que um velhote pai de família que vive de escrever sobre a nova bandinha que despontou nos confins do Missouri. Por isso, os jornais e revistas costumam ter bom senso de substituir críticos coroas por garotos cheios de gás. Como, talvez, você.

É interessante reparar que os textos de Pereira Jr e Forastieri que abordam "o jornalista amigo de artista" foram publicados em 1995 e 2003, período que representou boa parte do auge dos cadernos voltados para adolescentes na imprensa nacional. O segundo, inclusive, trabalhou como editor do Folhateen, da Folha de S. Paulo e também comandando a redação das revistas Bizz (rock e pop) e Set (cinema e vídeo). Este mesmo período compreendeu o declínio das publicações tradicionais impressas. Não representam portanto, a ideologia e realidade dos jornalistas egressos da mídia *mainstream* e que começaram a editar seus *sites* independentes sobre o universo da música nos primeiros anos da *web* 2.0. Em primeiro lugar, estas iniciativas não se monetizam com a venda constante de propagandas em pontos estratégicos da tela porque não existe um departamento designado pelo veículo somente para procurar publicidade no mercado. A mesma capacidade reduzida de equipe também se transpõe para a parte editorial. Uma ou duas pessoas – que são uma espécie de, por assim dizer, "as donas do veículo", e demonstram uma certa obstinação para realizar este trabalho metódico de abastecê-lo diariamente de textos, fotos, vídeos, áudios e *links* – concentram todo o trabalho de abastecimento de notícias e matérias após o recebimento de textos de colaboradores, sem que ninguém seja remunerado para tal atividade e sem que haja mais a atitude predadora dos responsáveis pelo *marketing* das gravadores perante os profissionais da impensa alternativa.

Portanto não cabe mais o pensamento de que alguém, nestas duas primeiras décadas do Século 21, ainda possa se dar ao trabalho de construir um *website* jornalístico independente e ficar mantendo-o diariamente, por anos a fio, com textos e fotos somente para agradar a amigos, receber mimos materiais ou se iludir com o *status* da "fama dos artistas também cada vez menores e independentes, cada vez mais próximos de seus fãs e sendo vistos por eles como "pessoas comuns" em vez de "ídolos inacessíveis colocados em um pedestal". Se a "crítica negativa" mostra-se ausente das novas publicações não-corporativas, isso ocorre mais pela

involuntariedade dos jornalistas e pela nova configuração de tempo e estrutura profissional acarretada pelas mesmas evoluções tecnológicas que permitiram o surgimento desses novos *sites*.

Apesar das opiniões de Forastieri e Pereira Jr a respeito da “troca de favores”, *a priori* a relação entre críticos e artistas sempre foi comumente vista como uma “atividade parasita”.

> Somente uma reflexão de caráter histórico permite esclarecer ao mesmo tempo o porquê e o como da crítica. Ela deve partir da evolução das próprias artes, da atitude dos artistas ou daquilo que se poderia chamar de sua “consciência de si como artista” e, por fim, da evolução do público de arte”. Sabe-se muito bem que o conjunto desses parâmetros sofreu uma transformação importante na segunda metade do Século XVIII, depois que, na esteira de Shaftesbury e de Baumgarten, a questão da sensibilidade como forma de conhecimento ganhou um lugar na filosofia ao lado da razão, sob o nome de *estética*. Século do triunfo da Razão, o Século XVIII é também aquele que, de Diderot a Rousseau, dará um lugar à sensibilidade entre as faculdades humanas de conhecimento. A *Crítica do juízo*, de Kant, constitui o ponto culminante dessa reflexão (LEENHARDT, 2000, p. 19).

Ainda a respeito do duplo movimento que afeta tanto um lado quanto o outro (o academicismo que dá início a um novo mercado de arte e a multiplicação do público provocada pela abertura de muitos salões de arte no Século XVIII), Leenhardt ressalta ser esta a razão da abertura de um grande espaço desprovido de regras entre os distintos atores. Daí a necessidade de se firmar até os dias de hoje a crítica como um elemento que liga a subjetividade cada vez maior dos artistas a normas e critérios de julgamentos cada vez mais obsoletos por parte de apreciadores das artes. Sem que haja pendência para qualquer um dos lados, nem artistas, nem o público.

Afinal,

> o pressuposto fundamental da crítica situa-se de certo modo no âmago da própria cultura ocidental: trata-se nada menos que dainvenção do espírito crítico inerente ao nosso mundo, em decorrência do surgimento da filosofia e do espírito científico de modo geral – isso de perscrutar racionalmente os processos reais e os cometimentos humanos (BORNHEIN, 2000, p. 34).

Para Pierre Bordieu (1989), críticos de vanguarda servem como porta-vozes dos artistas e sua arte. São pessoas que conseguiram fazer um nome reconhecido, um “capital de consagração que implica um poder de consagrar objetos ou pessoas, portanto, de conferir valor, e de tirar os lucros dessa operação”. Isto tudo fez com que a crítica de arte fosse estabelecida como um gênero literário a postular as exigências de todo um departamento das bibliotecas cotidianas de quem convive com a arte. Fez também com que a crítica seja necessária em todos os momentos para conectar a importância da arte e dos artistas com o seu respectivo tempo.

Isto é o que veremos a partir do próximo capítulo, quando serão mostrados estudos de caso de quatro discos um mesmo artista – no caso, a banda curitibana Charme Chulo – pela ótica de críticos da área musical que atuam em veículos jornalísticos publicados na internet.

4. VIOLA CAIPIRA E GUITARRA ELÉTRICA

4.1. CIDADE-SATÉLITE DO ROCK NACIONAL

Conforme descrito, na introdução desta pesquisa, seria importante escolher como estudo de caso um artista curitibano que tivesse surgido no mesmo período da *web* 2.0 e dos primeiros websites independentes de jornalismo cultural voltado à música. Portanto, a banda Charme Chulo, fundada na capital paranaense em 2003 e que desde então já lançou quatro discos e continua em atividade, foi adotada como estudo de caso desta pesquisa.

Foto1. Charme Chulo (Fonte. Acervo Pessoal, 2007)

Também conta a favor do grupo o fato de não ter carreira anterior a esta data, quando a imprensa cultural brasileira ainda estava presa a formatos do impresso e seus modelos e padrões hoje já devidamente quebrados, superados e praticamente extintos na prática cotidiana do jornalismo. Caso o Charme Chulo houvesse lançado um disco antes de 2003 ou mesmo tivesse rodado o país fazendo seus shows certamente teria sido “recebida” pelos profissionais da área de outra maneira, o que, de certa forma, prejudicaria o objetivo desta pesquisa, em comparação com as

análises que foram realizadas em publicações realizadas nos sites desvinculados dos grupos corporativos de comunicação.

Antes de falar sobre o Charme Chulo em si, vale situar o contexto da música popular autoral produzida em Curitiba na primeira década deste Século XXI. O surgimento dos *sites* jornalísticos independentes abriu as portas para que as bandas independentes brasileiras pudessem ser mais conhecidas por jornalistas e, consequentemente, o público de todo o país. Este novo desenho foi trazido pela mídia alternativa nacional, com as barreiras geográficas de divulgação sendo derrubadas e proporcionando a possibilidade do trabalho realizado em uma determinada cidade ou estado chegar mais facilmente a todo e qualquer outro ponto do país sem que fosse preciso recorrer a viagens dos artistas ou ainda à aprovação de algum formador de opinião local para, então, convencer a imprensa dos grandes centros a dar espaço a um artista de fora. Para um artista de *rock'n'roll* de Curitiba, esta foi uma grande vantagem, já que a música deste gênero da música popular que é feita na capital paranaense sempre teve como obstáculos a baixa autoestima declarada pelos próprios músicos, a pouca visibilidade na própria cidade e a consequente falta de apoio da mídia tradicional para a sua divulgação. O que explica a autofagia do curitibano, de aceitar a fama de cidade-teste de turnês e shows de artistas que vêm de fora, por seu povo ser "analítico, devotado ao trabalho e de humor tão instável quanto seu clima" (MERCER, 2017, p. 169).

Uma das grandes lamentações entre músicos e produtores da cidade durante toda a década de 1990 era não ter ainda uma banda conhecida em todo o país. Afinal, fora o eixo Rio-São Paulo, considerado por razões sociais, políticas, econômicas e histórias o centro cultural do país, outras capitais como Brasília, Porto Alegre, Recife e Salvador já haviam revelado para a cena do BRock[49] pelo menos um nome com presença constante nas programações das FMs, programas musicais da TV. Nem mesmo o interesse da imprensa cultural *mainstream* nacional (MTV, Bizz, O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Jornal do Brasil, Zero Hora) na efervescência *underground* da cidade, que, entre os anos 1993 e 1994[50],

[49] Apelidado dado ao nicho mercadológico criado pelas gravadoras multinacionais nos anos 1980, quando o rock produido no Brasil foi o principal vendedor discos no mercado fonográfico nacional.

[50] Período em que Curitiba, por ter muitas bandas e shows de rock, ganhou desta imprensa cultural *mainstream* nacional a alcunha de "Seattle basileira", em comparação à cidade situada no noroeste dos

apresentava opções de shows de segunda a domingo e dezenas de bandas se apresentando em um circuito de bares e casas noturnas da cidade e lançando seus discos e fitas demo[51], foi suficiente para que algum artista emplacasse ao menos um *hit*[52] em todo o país.

Uma das razões desta dificuldade sempre foi a falta da disponibilidade de capital inicial para financiar os custos de um período introdutivo de residência em São Paulo ou Rio de Janeiro até a chegada do sucesso que permita a manutenção desta nova logística. Para um artista paranaense, que tem dificuldade de se manter profissionalmente em um mercado cultural local inexistente para quem quer se profissionalizar e fechado para os talentos locais, obter este orçamento para ultrapassar as fronteiras torna-se, quase sempre, algo praticamente inviável. O outro motivo, porém, englobava até então fatores ligados a questões sociológicas.

> Sim, existe um preconceito, no sentido mais literal dessa palavra, com relação ao artista paranaense, considerado muitas vezes frio e inexpressivo. O Sul do Brasil, de uma maneira geral, é frequentemente esquecido e muitas vezes malvisto por aqueles que se acham os detentores absolutos da expressão cultural do país. O fato de nossas expressões e linguagens artísticas serem, às vezes, diferentes do que se espera pelo senso comum do eixo (que através da mídia molda e mantém muitos dos estereótipos que compõem este chamado senso comum) nos coloca em uma posição de estranheza em relação ao resto; ou então, numa abordagem menos

---

Estados Unidos, que na primeira metade dos anos 1990 tornou-se sinônimo de excelência no segmento alterntivo do *rock'n'roll* dos EUA, através do trabalho de bandas como Nirvana, Soundgarden, Mudhoney, Alice In Chains e Screaming Trees mais os discos lançados pela loja de discos/gravadora independente Sub Pop.

[51] O jargão vem dos termos originais em inglês, *demo tape* e *demonstration tape* ("fita de demonstração"). São gravações não profissionais, feitas em estúdios profissionais ou caseiros, que servem de estudo de composição para um artista ou ainda para registrar as propostas iniciais de músicas que podem vir a ser lançadas em disco. Muitos grupos usam como portfólio para apresentar a jornalistas, produtores executivos e gravadoras, com o intuito de divulgação e obtenção de contratos. No *rock'n'roll* brasileiro dos anos 1990, em virtude da gravação profissional em estúdio e a prensagem e distribuição de um disco ainda serem de alto custo para um artista independente de selos e gravadoras, a fita demo era muito utilizada como alternativa de formato mais barato para um álbum ou EP.

[52] Música que se torna muito popular, através de maciça execução nas rádios e TVs ou ainda vendagens significativas em disco (*single*) e, mais recentemente, *streaming* de áudio e vídeo. O *hit* (o termo, em inglês, significa, literalmente, "batida", "pancada") é uma música de muito valor comercial e impacto artístico na carreira de seus compositores e intérpretes. É através do *hit* que o artista conquista a maioria de seus fãs.

> agressiva, usa-se o rótulo cult[53], que, se por um lado é agraciado com este ar de coisa mais refinada e conceitual, por outro lado é tido como pouco vendável. E mesmo as músicas que poderiam se enquadrar em uma categoria com maior potencial mercadológico encontram dificuldades para penetrar no mercado nacional. Muito embora grandes gravadoras já tenham tentado contratar artistas paranaenses, nunca houve um resultado expressivo em nível nacional, ou seja, que pudesse repercutir não só no Paraná mas também no resto do país, contribuindo para melhorar a imagem da música paranaense (SLOMP *apud* MERCER, 2017, p. 200).

A derrocada da mídia *mainstream* brasileira com a *web* 2.0 e o surgimento de diversos veículos alternativos *online* e dedicados ao cenário do *rock'n'roll* permitiu que os artistas paranaenses pudessem superar a barreira da rejeição da indústria cultural nacional. Desta maneira, através de blogs, redes sociais, plataformas de divulgação de músicas e ainda matérias (entrevistas, artigos, resenhas) de jornalistas profissionais, grupos como Bonde do Rolê, Copacabana Club e A Banda Mais Bonita da Cidade logo conseguiram projeção internacional antes de serem publicadas matérias e entrevistas com ambas na imprensa tradicional. Esta última, por sua vez, através de um único videoclipe postado no YouTube, ainda viralizou em redes sociais e *messengers*, alcançando rapidamente a marca de um milhão de visualizações. A farta demanda de novos sons e artistas independentes espalhados por todo o país veio ao encontro do espaço oferecido por estes veículos não corporativos. Afinal, as empresas fonográficas de maior participação financeira no mercado musical, ainda buscando cegamente por audiência e popularidade, voltavam-se quase tão somente aos veículos corporativos, enviando seus materiais e oferecendo entrevistas de seus artistas a ele, ignorando os novos *sites* independentes.

Trio formado por um DJ (Rodrigo Gorky) e um casal de vocalistas (Marina Vello e Pedro D'Eyrot) em 2005, o Bonde do Rolê começou a utilizar o formato e os elementos sonoros do *funk* carioca, com letras bem-humoradas e imitando, com deboche, o jeito de cantar dos MCs dos morros do Rio de Janeiro. Através de quatro músicas disponibilizadas no MySpace[54], eles chamaram a atenção do músico, DJ e

---

[53] Adjetivo que refere a uma obra de arte, artista, ideia ou movimento sociocultural que é cultuado nos meios artístico e intelectual.

[54] O MySpace foi a primeira rede social popular da internet. Fundada em 2003, permitia que o usuário montasse a sua rede interativa com fotos, blogs e a postagem de arquivos de áudio com música. Este último

produtor estadunidense Diplo, que logo os contratou para o seu selo de alcance mundial e veio a Curitiba para coproduzir o primeiro álbum.

> Do lançamento das primeiras faixas pelo Mad Decent para o estrelato foi uma ascensão meteórica. Em março de 2006, a revista americana Rolling Stone listou o Bonde do Rolê como uma das dez bandas "para se prestar atenção em todo o mundo". No mês seguinte, o grupo foi elogiado pelo jornal The New York Times. Em maio, antes mesmo de qualquer show oficial na cidade natal (só houve antes apresentações improvisadas nas festas comandadas por Gorky e Pedro) o Bonde embarcou para uma turnê de seis shows pela Europa. Em julho, seguiu para o Canadá e os EUA, onde se apresentaram ao vivo por todo o segundo semestre ao lado de Diplo e de outra banda brasileira, a paulistana Cansei de Ser Sexy. Divergências internas provocaram a saída de Marina em 2007. Os dois criadores mantiveram o grupo na ativa através da criação de remixes em estúdio para nomes da música eletrônica de vários países e apresentações no exterior e pelo Brasil como DJs. No mês de outubro, um dos hits do álbum de estreia, a música Solta o frango (cujo videoclipe foi gravado em um morro do Rio do Janeiro) foi lançada como trilha sonora da edição de 2008 do videogame Fifa Soccer, um dos mais populares da indústria dos jogos eletrônicos em todo o mundo. No começo de 2008, o Bonde do Rolê se associou à MTV Brasil para um reality show que escolheu duas novas vocalistas femininas entre concorrentes vindas de várias cidades do país (FLORENZANO, 2013, p. 57-58)

Fundado por cinco amigos que frequentavam a mesma casa noturna em Curitiba, especializada nos gêneros eletrônico e *indie rock*, o Copacabana Club tinha como conceito misturar os gostos pessoais de seus integrantes (*indie*, *punk*, pós-*punk*, *funk*, eletrônico), com a brasilidade no ritmo (samba, bossa nova) e no conceito (figurinos, nome do grupo). Ao postar as primeiras músicas também no MySpace, em 2006, a banda logo obteve sucesso.

> A faixa "Just Do It", incluída no EP de estreia em 2008, transformou-se em trilha sonora de propagandas e seriados exibidos em canais de TV por

---

aporte fez com que o mundo da música independente de muitos países ocidentais elegesse a plataforma como seu principal órgão de divulgação. Nomes como Lily Allen e Arctic Monkeys também foram revelados para a fama mundial pelo MySpace. A plataforma foi comprada pelo conglomerado de mídia News Corporation (dono da Fox e da DirecTV), por 580 milhões de dólares. Em 2011, em franca decadência pelo fato do crescimento de outras redes sociais como o Facebook e o Twitter, foi vendida para a empresa de mídia interativa Specific Media por 35 milhões de dólares. Logo tornou-se inativa e assim está até o presente momento, esperando seu relançamento.

> assinatura. Depois de ganhar o circuito alternativo em território argentino, o grupo assinou contrato com uma empresa de agenciamento de DJs para realizar *shows* em todo o país. Somente em 2010, lançou o primeiro álbum. Entre 2009 e 2013, representou Curitiba nos principais festivais brasileiros de música pop, como o Planeta Terra, o SWU e o Lollapalooza. Em 2012, já com nova formação (do quinteto original só permaneceram a vocalista Camila Cornelsen e a baterista Claudia Bukowski, que não foram as fundadoras mas acabaram tomando a frente do projeto), os Copas tocaram em Londres com verba colhida através de *crowdfunding* (ID.,IBID., p. 58).

Outro exemplo de sucesso possibilitado pelas novas mídias comunicacionais do Século XXI é A Banda Mais Bonita da Cidade, formada em 2009 como um projeto não autoral de seus músicos mas com o interesse de interpretar canções de outros compositores curitibanos. Em abril de 2011, o grupo conheceu a fama subitamente, pouco tempo depois de postar no seu canal do YouTube o videoclipe da canção *Oração*. O tecladista Vinicius Nisi dirigiu as imagens e o conceito do audiovisual foi assinado pelo próprio, na companhia de Cassiana Maranha e a vocalista da banda Uyara Torrente.

> O clipe foi gravado todo em uma única cena de plano-sequência, em uma casa centenária da cidade paranaense de Rio Negro [...]. A ideia consiste no cantor e compositor de "Oração", Leo Fressato, sendo filmado em tempo real passeando pelos cômodos da casa com um gravador. Pelo caminho, vai encontrando músicos que o acompanham com diversos instrumentos. A canção é formada, basicamente, pela repetição de um único refrão repetido várias vezes em seis minutos, em uma espécie de mantra com sonoridade de rock. Disponibilizado [...] no YouTube no horário do almoço no dia 17 de maio, o clipe se transformou em um grande viral na internet brasileira em questão de horas, através de links postados pelas pessoas em suas redes sociais. Somente nas três primeiras semanas, recebeu quase cinco milhões de visualizações [...]. A Banda Mais Bonita da Cidade transformou-se em febre musical instantânea, com pedidos de shows vindos de cidades espalhadas pelas cinco regiões do país e também de fãs que moravam no exterior. Suas primeiras apresentações após o sucesso de "Oração", em Curitiba, São Paulo e Rio de Janeiro, tiveram seus ingressos esgotados em menos de uma hora depois de aberta a bilheteria. Enquanto desfrutavam da fama repentina fazendo shows pelo país, o grupo tratava de solucionar uma cobrança dos fãs: a gravação do primeiro disco, que ainda sequer existia. A solução veio também através de rápidas gravações, todas também com a banda tocando ao vivo, em estúdios e teatros em Curitiba e Região Metropolitana. Em outubro do mesmo ano, já com o álbum pronto, disponibilizaram o trabalho para download gratuito no site do grupo. Em novembro, lançaram o CD, como um livro de bolso. Depois, fizeram apresentações em Portugal e na França (ID., IBID., p. 59).

A estreia do Charme Chulo nos palcos e plataformas da internet, como veremos a seguir, é anterior às do Bonde do Rolê, A Banda Mais Bonita da Cidade e

Copacabana Club, mas a banda ainda não chegou a fazer sucesso além das fronteiras nacionais como nos três casos vistos acima. Entretanto, mesmo com o sucesso de público e o alcance mais distante de seus conterrâneos, foi um dos nomes do *rock'n'roll* curitibano dos anos 2000 de maior aceitação não apenas entre os editores e redatores dos novos sites independentes da internet, mas também junto a outros formadores de opinião e curadores de festivais independentes de todo o país. Logo após o lançamento do EP *Você sabe muito bem onde eu estou* começariam a ser publicadas as primeiras críticas positivas a respeito do trabalho e da curiosa proposta de unir o pós-*punk* britânico ao universo tradicional do caipira brasileiro, como também veremos adiante. Isto logo possibilitou que fossem abertas as portas para a mídia *mainstream* nacional, segundo depoimento dado pelo vocalista Igor Filus.

> Assim que lançamos o clipe de "Mazzaropi Incriminado", em 2007, a MTV Brasil nos recebeu de portas abertas. Fomos lá no mesmo dia em que saiu uma matéria sobre a gente na capa da Ilustrada, da Folha de S. Paulo. Eles também já acompanhavam nosso trabalho por causa dos comentários nos *websites* e redes sociais, mas também pela nossa presença no Curitiba Pop Festival em 2005, quando o Charme Chulo, abriu para bandas internacionais de sucesso na época, como Weezer, Mercury Rev e Raveonettes. Acho a partipação destes veículos ao cobrir o cenário independente brasileiro algo extremamente importante como um degrau intermediário para as mídias maiores de Rio de São Paulo, que procuravam se basear naquilo que vem sendo comentado de Norte a Sul do país. Primeiro, no meio independente, só sobrevivem aqueles trabalhos mais consistentes. E estes que sobrevivem acabavam ganhando projeção e chamando a atenção dos veículos maiores. A nossa participação nesse festival de 2005 também se deu por conta disso. Nosso EP foi bastante comentado pelos veículos independentes, como o Mondo Bacana, o Scream & Yell, o Popload. Isso chamou a atenção desses outros formadores de opinião que produzem os festivais pelo Brasil e esse foi um dos que nos chamaram logo de cara. Outra caso emblemático aconteceu um pouco mais tarde, já em 2011. Fomos chamados para um festival na praça principal da cidade de Miracema do Tocantins, que tem vinte mil habitantes e fica na região metropolitana da capital do estado, Palmas. Bancaram toda a nossa ida para lá só para tocar nesse evento, inclusive passagens de avião de ida e volta a Curitiba. Tudo porque quem estava organizando tornou-se um grande fã da banda justamente através de matérias e entrevistas publicadas nos *sites* independentes (FILUS, 2018a).

Para compreender o motivo da conquista imediata dos veículos de jornalismo musical na internet, é preciso voltar às origens de seus dois fundadores, para entender o processo de sua fundação e o conceito aplicado para a sua sonoridade.

4.2. TEM CAIPIRA NA CIDADE

Radicados em Curitiba desde a infância, os primos Igor Filus e Leandro Delmonico, respectivamente nascidos em 1980 e 1984, cresceram ouvindo bandas de *rock'n'roll* por causa da influência dos pais, amigos da rádio FM Estação Primeira[55], da capital paranaense, e do programa de TV Lado B[56], transmitido pela MTV Brasil. Os primeiros discos adquiridos, ainda nos primeiros anos da adolescência, foram de bandas clássicas do *punk rock*, como Ramones, Clash e Sex Pistols.

> Três ou quatro acordes, letras de contestação e revolta, fáceis de aprender a tocar e cantar junto. É a iniciação básica de qualquer adolescente no mundo do rock. Depois não tardaram a descoberta da evolução do gênero para o pós-*punk*, a paixão imediata por nomes como Cure, Smiths e Joy Division e ainda o desejo de montar uma banda. Outra coisa comum ao período da adolescência (DELMONICO, 2017a).

Igor e Leandro também presenciaram um fenômeno especial na música brasileira feita durante o período da adolescência: o fato de o *rock'n'roll* produzido no país naquela época ser representado principalmente por bandas que levavam brasilidade ao som das guitarras. Os Raimundos saíram de Brasília para conquistar o país unindo o forró[57] ao *hardcore*[58]. Em Belo Horizonte, o Skank juntava a música

---

[55] A Estação Primeira esteve no *dial* FM em Curitiba entre novembro de 1986 e abril de 1995. Foi a primeira emissora a incluir bandas de *rock'n'roll* de Curitiba em sua programação.

[56] Programa produzido e exibido pela MTV Brasil entre 1991 e 2000. Foi o primeiro na televisão nacional a veicular música de bandas independentes ou que nunca estiveram nas paradas de sucesso brasileiras. Teve três apresentadores, todos ligados ao segmento *underground*: o músico Luiz Thinderbird, o radialista Fabio Massari e o músico, radialista e executivo de gravadora Kid Vinil.

[57] Nome de um gênero que abrange subgêneros musicais do sertão nordestino, como o xote, o baião o xaxado e o arrasta-pé. O nome veio da festa originária onde trios instrumentais com zabumba, acordão e triângulo executam as músicas em um palco. O forró é dos elementos mais tradiconais das festas juninas do nordeste brasileiro.

[58] Gênero evolutivo do *punk rock* na Inglaterra e nos Estados Unidos, assim como o pós-*punk*. Caracteriza-se por ser um punk rock mais acelerado e mais extremo tanto as letras das músicas quanto nos vocais.

pop dançante jamaicana (*reggae*, *ska*, *dancehall*[59]) a ritmos do sertão mineiro, como o calango, e nordestino, como o baião. Também de Belo Horizonte, o Sepultura ganhou o mundo ao fundir a velocidade e a fúria do *thrash metal*[60] com os tambores dos ritmos baianos introduzidos nos arranjos da banda em um trabalho feito em parceira com o percussionista, cantor e compositor Carlinhos Brown. O movimento Mangue Beat surgiu em Pernambuco mostrando que psicodelismo[61] se misturava aos tambores do Maracatu, no caso de Chico Science & Nação Zumbi, e o samba às guitarras distorcidas, no caso do mundo livre s/a[62]. Os cariocas do Los Hermanos faziam o seu *indie rock*[63] se debruçar sobre o samba e flertar com as marchinhas carnavalescas. O cenário musical da época estava todo desenhado para os dois primos nascidos lembrarem-se de ruas raízes interioranas ao formar o Charme Chulo em 2003, já estabelecendo previamente o conceito de misturar suas preferências na área do *rock'n'roll* com algumas referências socioculturais regionais.

Os primos nasceram em Maringá, município com 417 mil habitantes[64], situado no noroeste paranaense, a 425 quilômetros da capital paranaense (Curitiba). Sua fundação ocorreu no dia 10 de maio de 1947, "quando a companhia de Terras Norte do Paraná (adquirida por investidores nos anos 1940) abriu um escritório na cidade, no cruzamento entre a avenida Duque de Caxias e a rua Joubert de Carvalho" (PREFEITURA DE MARINGÁ, 2018). Por ser um município com a economia voltada para os agronegócios, a cultura caipira sempre esteve bastante presente entre os moradores da cidade. Por isso, Leandro e Igor foram bastante submetidos à música sertaneja na infância, fosse por meio de programas de rádio e televisão ou mesmo

---

[59] Gênero de música popular jamaicana do fim dos anos 1970. Possui caráter menos religioso e político do que o reggae e também mais festivo. É caracterziado como uma evolução do *reggae*, porém feita com maior presença de teclados e baterias eletrônicas.

[60] Vertente do *heavy metal* caracterizada por um ritmo ainda mais acelerado e agressivo. As músicas têm batidas que norteiam a velocidade dos *riffs* executados nas guitarras, intercalados com solos que prilvilegiam a velocidade e a técnica em detrimento do timbre.

[61] Gênero musical que remete ao termo psicodelia, manifestação da mente que produz efeitos profundos sobre a experiência consciente. Este termo foi muito utilizado durante o período da contracultura, nos anos 1960.

[62] O nome da banda é oficialmente grafado com as letras sendo todas minúsculas.

[63] Gênero musical dos anos 1990/00 oriundo não apenas do *punk* e do pós-*punk* como também da *folk music*.

[64] Dados de 2013 do IBGE (Instutito Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em <https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/200>. Acesso em 19 mai. 2018.

em família, já que os avós maternos eram boêmios e tocavam sanfona. Além de morarem em Maringá, também passaram pequenos períodos de tempo com os familiares em outras cidades do interior do país. Entre os artistas que ambos mais ouviam até a mudança para Curitiba, segundo Delmonico (2017), estavam as duplas representantes da quarta geração de artistas do gênero, como Zezé di Camargo & Luciano, Chrystian & Ralf, Leandro & Leonardo e os também paranaenses Chitãozinho & Xororó.

Nada melhor para representar a identidade regional da banda formada pelos dois primos do que adicionar, então, elementos da música caipira/sertaneja brasileira em uma vertente do *rock'n'roll* das metrópoles que já nasceu tão ousada quanto inovadora. O nome também surgiu de modo tão instantâneo quanto o conceito: Charme Chulo, trocadilho que contrapõe, com estilo e ironia, a imagem daquilo que é refinado com algo extremamente popular, com o "chulo" entrando como um adjetivo, um complemento estético do "charme". Isto é, este é, sim, um grupo de *rock'n'roll* (música popular oriunda do exterior) mas que se conecta às raízes caipiras (música genuinamente brasileira). Uma banda com a intensidade do pós-punk inglês e o lirismo do caboclo interiorano brasileiro.

Leandro aprendeu a tocar a viola caipira para poder substituir por completo a guitarra elétrica em muitos dos arranjos, muitas vezes tocando as dez cordas da viola da mesma maneira *rock'n'roll* que faria com as seis cordas da guitarra ou do violão – utilizando a mão direita, a que comanda o ritmo deste instrumento de corda, para gerar uma dinâmica mais forte e percussiva na batida.

> A maioria das vezes que um iniciante está aprendendo a tocar violão ele tende a se preocupar somente com a mão que faz os acordes, pestanas, digitações, etc. Porém é muito importante que uma pessoa que quer progredir e tocar bem de verdade passe a se preocupar com a mão direita (no caso dos destros) ou mão esquerda (no caso dos canhotos), que é a mão que vai fazer os ritmos e batidas. Muitas pessoas não pensam nisso, mas é a mão que faz as batidas que será a maior responsável pela dinâmica, swing, expressão, identidade musical, dentre várias outras coisas (SALES, 2013).

Igor, por sua vez, apostou no timbre de voz agudo, nada convencional para o *rock'n'roll* mas usual ao universo caipira. Ambos cantam, explorando o recurso da

segunda voz, sempre presente na sonoridade das duplas caipiras. Ambos também compõem as letras e músicas da banda, assinando sempre em dupla, repetindo o padrão vocalista-guitarrista de outros modelos de extrema popularidade da História do *rock'n'roll*, como John Lennon e Paul McCartney (Beatles) ou Mick Jagger e Keith Richards (Rolling Stones), Jimmy Page e Robert Plant (Led Zeppelin) ou ainda seus grandes ídolos Morrissey e Johnny Marr (Smiths).

Convém, entretanto, lembrar que o Charme Chulo não propôs a primeira experiência de misturar as linguagens do *rock'n'roll* com a da música caipira brasileira. Grupo musical revelado durante a efervescência da Tropicália[65], movimento ocorrido entre outubro de 1967 e dezembro de 1968, os Mutantes gravaram em seu segundo álbum, lançado no ano de 1969 e que levou o nome do grupo, como a quarta faixa do lado A, a canção *2001*, composta em parceria entre o cantor e compositor Tom Zé e a vocalista da banda, Rita Lee.

A canção partiu de uma poesia abandonada pelo parceiro baiano, que, encantado tanto pelo filme quanto pelo livro *2001: uma odisseia no espaço*, assinados respectivamente pelo cineasta Stanley Kubrick e o autor de ficção científica Arthur Clarke, havia escrito alguns versos pensando em como seria uma aventura de um astronauta brasileiro pelo espaço sideral. Rita compôs harmonia e melodia e transformou o mesmo astronauta em um ser caipira. O arranjo intercala trechos de uma tradicional moda de viola e outros com os instrumentos tradicionais do *rock'n'roll*.

> Diferente do que possa parecer, não são os Mutantes que cantam como uma dupla sertaneja na futurista moda de viola 2001. Na verdade, para essa gravação foram requisitados dois genuínos especialistas no gênero, Zé do Rancho e Mariazinha, acompanhados por suas respectivas viola e sanfona (CALLADO, 1995, p. 81).

Esta fusão do *rock'n'roll* com a música caipira feita pelos Mutantes obedece ao estatuto do "é proibido proibir" trazido pela Tropicália para a música brasileira no

[65] O nome veio de uma instalação do artista contemporâneo Helio Oiticica, em exposição no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro no ano de 1967. A concepção unia elementos tipicamente brasileiros com referências globais, misturando o rústico com o tecnológico. Por isso, a obra acabou dando o nome à música de Caetano Veloso que sintetizava a ideologia de todo o movimento criado por ele e o parceiro Gilberto Gil.

biênio 1967/1968. Nascido das mentes criativas e inquietas dos cantores e compositores Caetano Veloso e Gilberto Gil, o movimento tinha como objetivo promover o resgate do ideal antropofágico do Modernismo brasileiro de 1922 e elevar a música popular brasileira a um novo estágio, após anos de acomodação e engessamento" (PETILLO, 2013). Este novo estágio compreendia o desprendimento tanto da bossa nova e suas interpretações *cool*[66] de canções criadas sob princípios rítmicos e harmônicos bem definidos, quanto das recentes canções de protesto, que, embora ousadas liricamente, encaixavam-se também na tradição de reverência à manutenção da tradição do violão brasileiro como o principal instrumento musical. E ainda significava a absorção da rebeldia e do inconformismo oriundas do *rockn'roll* e das turbulências sociais que vinham de fora naquela mesma época para que fosse estabelecida uma conexão de vanguarda sem que a cultura popular de nosso país deixasse de ser valorizada. Tanto que a instrumentação do *rock'n'roll*, com base em guitarras de volume alto e timbres distorcidos, foi a escolhida. Portanto, a moda de viola tradicional do início da cultura caipira, proposta pelos Mutantes, era um elemento que se encaixava na fusão com o tripé instrumental formado por guitarra, contrabaixo e bateria, justamente por ser um gênero então esquecido pelos meios de comunicação em massa dos grandes centros urbanos brasileiras daquela época.

Esta era, aliás, uma das estratégias da Tropicália: recuperar gêneros brasileiros de tradição popular ou que já não encontravam mais espaço nas programações das rádios ou programas musicais da televisão. Desta forma, conforme Callado (1997, 2010), nas duas músicas que lançaram as bases do movimento durante as eliminatórias e a final da terceira edição do Festival de Música Brasileira, criado, produzido e transmitido pela TV Record de São Paulo, Gil relembrou a capoeira na canção *Domingo no parque*[67] e Caetano construiu *Alegria,*

---

[66] Gíria adotada pela juventude dos Estados Unidos e que se tornou sinônimo definitivo para descrever, de modo aprobativo e estético, algo que seja "elegantemente atraente ou impressionante".

[67] Música inédita apresentada por Gilberto Gil na terceira edição do festival de Música Brasileira da TV Record, em outubro de 1967. Conquistou o segundo lugar na competição, ganhando também o prêmio de melhor arranjo. A gravação oficial desta música chegou às lojas de discos de todo o país em um compacto de sete polegadas em novembro, logo após a final do festival. A mesma gravação oficial desta música está no álbum também batizado Gilberto Gil, lançado pela gravadora Phillips em maio de 1968.

alegria[68] em cima do ritmo de uma marchinha carnavalesca. A escolha da dupla para que houvesse o choque não poderia ter sido melhor: uma novidade misturando rock, música regional e música erudita em um dos programas de maior audiência da televisão na época e com transmissão ao vivo que sempre gerava grande repercussão posterior nos rádios, revistas e jornais.

> Apropriando-se dos ritmos mais enraizados na tradição folclórico regional brasileira e latino-americana, miscigenados, abrindo-se aos resultados dos experimentos musicais realizados em laboratórios, integrando nos procedimentos de criação os novos recursos técnico-eletrônicos (guitarra elétrica, microfone, alta fidelidade, diversidade de canais de gravação), o tropicalismo escapou dos limites estreitos da música popular, ao mesmo tempo que operou dentro dela. Com isso, trouxe para a música popular, em um fenômeno típico de deglutiçãoo intersemiótica, materiais, procedimentos e recursos que são próprios de outros códigos e linguagem. Criou assim uma hibridação de linguagens numa sintonia – a mais perfeita – com a mais híbrida de todas mídias: a televisão. Naquele momento histórico em que a música popular encontrava na televisão seu meio de difusão privilegiado, a Tropicália soube criar uma linguagem nova, não apenas para a música a ser ouvida, mas para a música a ser vista, vivida e compartilhada. A música que também é festa, riso, crítica e corrosão. Como um rebento fiel à tradição oswaldiana, na Tropicália a alegria foi a prova dos nove (SANTAELLA, 2017, p. 32-33)

Este resgate antropofágico-musical promovido pela Tropicália possibilitou um ponto de conexão do movimento com a MPB[69] que seria produzida pelas todas as próximas décadas. A formação de discípulos imediatos, por sinal, nunca seria possível se Caetano e Gil não tivessem se proposto a misturar referências e influências díspares. Enquanto a dupla ainda estava no exílio em Londres[70], Minas

---

[68] Música inédita apresentada por Caetano Veloso na terceira edição do festival de Música Brasileira da TV Record, em outubro de 1967. Conquistou o quarto lugar na competição. A gravação oficial desta música chegou às lojas de discos de todo o país em um compacto de sete polegadas em novembro, logo após a final do festival, e ultrapassou a vendagem de cem mil exemplares. A mesma gravação está no álbum também batizado Caetano Veloso, lançado pela gravadora Phillips em janeiro de 1968.

[69] Sigla utilizada para a expressão “música popular brasileira”.

[70] Gil e Caetano foram presos logo após o Natal de 1968, sob a acusação de “exercer má influência para os jovens do país”. Depois de presos por dois meses em quarteis do exército no Rio de Janeiro e impedidos de exercer qualquer atividade pública ou sair da cidade de Salvador entre fevereiro e julho de 1969, eles

Gerais exportou para o resto do Brasil o Clube da Esquina (Milton Nascimento, Lô Borges, Beto Guedes, Ronaldo Bastos, Wagner Tiso, Toninho Horta), que unia doces melodias *a la* Beatles ao clima do interior do estado. Outros sotaques regionais, então, se espalharam pelas programações radiofônicas. Do Nordeste veio a turma do psicodelismo e lirismo do sertão (Alceu Valença, Zé Ramalho, Fagner, Belchior, Ednardo) junto aos Novos Baianos, que revolucionaram ritmos regionais (frevo, trio elétrico) imprimindo nestes a sonoridade estridente das guitarras. Do Rio Grande do Sul, os irmãos Kleiton & Kledir, Engenheiros do Hawaii e Nenhum de Nós trouxeram o frio e alguns ritmos característicos do estado e dos vizinhos Uruguai e Argentina. O *rock'n'roll* saiu da embalagem pré-fabricada da Jovem Guarda e ganhou mais força, poder, humor e verve questionadora através de Raul Seixas, Secos & Molhados, Joelho de Porco, Rita Lee solo e a geração 1980 do BRock (Lulu Santos, Paralamas do Sucesso, Titãs, Lobão, Blitz, Legião Urbana, Kid Abelha, Eduardo Dusek, Barão Vermelho, RPM). Na linha seguida por Gal Costa em seus primeiros álbuns surgiram nomes como Jards Macalé, Luiz Melodia, Walter Franco, Jorge Mautner e Ney Matogrosso. Arrigo Barnabé, Itamar Assumpção, Ná Ozzetti, Vânia Bastos, Tetê Espíndola, Língua de Trapo, Rumo e Premeditando o Breque foram alguns dos nomes que, na virada dos anos 1980, que frequentavam palco ou plateia do Teatro Lira Paulistana, em São Paulo, e chegaram a ser chamados pela imprensa da época pelos apelidos de neotropicalistas e Vanguarda Paulistana. Jovens *punks* do ABC[71] e da cidade de São Paulo (Garotos Podres, Inocentes, Ratos de Porão, Cólera) mostraram barulho, revolta e fúria juvenil tal qual aquela iconoclastia anterior. Seguindo a cartilha das mesclas sonoras, nos anos 1990, Recife presenciou a criação da cena *mangue beat*, com Chico Science & Nação Zumbi, mundo livre s/a e Otto. Já Brasília viu os Raimundos juntarem forró ao *hardcore* e tornarem-se uma das bandas mais cantadas do país. Extremamente popular também foi a axé *music* que, a partir deste período, tornou-se onipresente no carnaval baiano, nas micaretas fora de época em todas as grandes cidades brasileiras, nas estações de rádio e nos programas de auditório da televisão com

---

negociaram com o governo brasileiro um exílio "voluntário" em Londres, na Inglaterra. Caetano retornou ao país em 1971. Gil, em 1972.

[71] Região metropolitana da cidade de São Paulo que compreende os municípios de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

Carlinhos Brown (com ou sem a Timbalada), Daniela Mercury, Ivete Sangalo, Asa de Águia, Chiclete com Banana e Claudia Leitte. Por sua vez, Fernanda Abreu optou também pelo antropofagismo mas enveredou à reciclagem da música negra estadunidense dos anos 1970 (*soul*, *funk*, *disco*), cantando letras bem brasileiras, assinadas por compositores como Fausto Fawcett, Lenine e Pedro Luís e com a tecnologia *fin de siècle* de sintetizadores, *samples* e programações eletrônicas.

Logo, a ideia de juntar o pós-*punk* britânico com a cultura caipira brasileira como o ponto central da identidade do Charme Chulo deve, e muito, aos caminhos abertos pela Tropicália na MPB, embora, segundo Delmonico (2017), não tenha qualquer relação com o movimento criado por Gil e Caetano por causa do desconhecimento das obras tropicalistas quando da criação do conceito da banda.

Assim como o Charme Chulo não foi o primeiro artista a misturar a linguagem do *rock'n'roll* com a cultura caipira, é importante ressaltar também que a banda de Curitiba não foi a primeira a se enveredar pela sonoridade do pós-*punk* no Brasil. No período de efervescência do gênero no eixo Inglaterra-Estados Unidos, músicos, DJs e radialistas antenados com a tendência externa traziam, aos poucos, as informações para o conhecimento do público brasileiro. Na rádio Excelsior FM, de São Paulo, Kid Vinil introduzia aos ouvintes as novas ondas musicais. "Com o passar dos anos, seu trabalho ganhou reputação e tornou-se referência principalmente para os amantes do *rock'n'roll* e da música alternativa, além de servir de inspiração para profissionais que seguiriam seus passos nos anos seguintes" (GOZZI; BELINTANI, 2015, p. 47). Uma década e meia mais tarde, Kid acumulou a função de apresentador também na televisão: estava à frente do programa Lado B da MTV, dedicado a bandas obscuras e desconhecidas do grande público e derivado do trabalho pioneiro de Vinil no *dial*. O carioca Julio Barroso, por sua vez, atuava como jornalista escrevendo para jornais independentes e revistas alternativas e tornou-se DJ para tocar em boates os discos que comprava em constantes idas a Nova York.

Kid Vinil e Julio Barroso não sabiam tocar instrumentos. Mesmo assim, por serem influentes formadores de opinião da cena musical *underground* de São Paulo e Rio de Janeiro, formaram suas bandas. E assumiam não só a função de *frontman* como também a de mentor intelectual de seus respectivos projetos. Kid era o vocalista da Verminose, banda *punk* que, com a mudança de sonoridade para o pós-

punk, também trocou seu nome para Magazine, passando a explorar o humor em suas letras. Entre 1983 e 1985, o Magazine emplacou nas rádios e TVs as músicas *Sou boy*, *Tic tic nervoso*, *Adivinhão*, *Glub glub no clube* e *Comeu* (composta por Caetano Veloso e gravada sob encomenda para ser tema de abertura da novela A gata comeu, exibida entre abril e outubro de 1985 pela Rede Globo de Televisão). A banda de Julio, batizada Gang 90 & As Absurdettes, criada com grandes influências da Tropicália (na questão antropofágica) e de outras bandas do pós-*punk* tanto inglês quanto o estadunidense, também teve estreitos laços com a Globo. A primeira aparição foi em 1981, defendendo a canção *Perdidos na selva* no festival MPB Shell, criado, promovido e transmitido pela emissora entre os anos de 1980 e 1982. "Contrariando todas as expectativas, a performance foi tão boa que a música foi classificada para a final" (ALEXANDRE, 2002, p. 76). Isto rendeu um contrato para o lançamento do primeiro *single*, em sete polegadas, com o lado B contendo uma versão em português para *Christine*, de Siouxsie & The Banshees. Em 1983, a Gang 90 lançou seu primeiro álbum. Uma das faixas, *Nosso louco amor*, também foi escolhida pela Globo para ser o tema principal de uma novela (*Louco amor*, exibida entre os meses de abril e outubro). Com o sucesso da música, executada diariamente no horário nobre[72] da emissora, outras faixas do disco foram bastante executadas nas rádios FM, como *Telefone* e *Noite e Dia* (parceria com o músico, cantor e compositor Lobão, na mesma época iniciando carreira solo). No fim do mesmo ano, o grupo também foi convidado para fazer parte de um especial infantil da emissora, *Plunct plact zuuum*, apresentando uma música inédita, chamada *Será que o King Kong é macaca?*, cujo objetivo era começar a discutir sexualidade com as crianças.

As atividades de Kid Vinil e Julio Barroso foram importantes para que proliferasse uma série de bandas por Rio de Janeiro e São Paulo a partir de 1984. Já existia um circuito de shows consolidados, em boates que à época ganharam o codinome de danceterias. Havia também rádios com a programação voltada à música pop e em especial o *rock'n'roll* (como a Fluminense FM, com sede em Niterói) e as grandes gravadoras assinando contrato com as bandas de maior destaque desta cena independente (Titãs, Ira!, Ultraje a Rigor, Paralamas do Sucesso, Legião Urbana, Capital Inicial, Plebe Rude, Kid Abelha & Os Abóboras

[72] Bloco de programação de maior audiência na medição diárias das rádios e TVs.

Selvagens, Metrô). Particularmente em São Paulo, liderada por jornalistas, ativistas culturais, intelectuais e estudantes universitários, instaurou-se também uma safra de bandas *underground* mais ligadas à estética artística do pós-*punk* estrangeiro do que propriamente à possibilidade de construir uma carreira comercial com o apoio da mídia brasileira. Seus integrantes tinham como ponto de encontro o chamado centro comercial das "Grandes Galerias", na região central de São Paulo, onde funcionavam lojas que importavam discos e ainda bancavam gravações e pequenas prensagens de vinis destes mesmos grupos (Baratos Afins, Wop Bop). Então, na capital paulista em especial e em cidades nos arredores floresceu uma segunda geração anticomercial. Dela fizeram parte bandas como Inocentes, Voluntários da Pátria, Vzyadoq Moe, Agentss, Kafka, Fellini, Violeta de Outono, Maria Angélica Não Mora Mais Aqui, Smack, Akira S & As Garotas que Erraram, Mercenárias, Chance, Gueto, Nau, Patife Band, Harry, Cabine C, Muzak, Ness, 365 e Vultos. Vindas de outras capitais como Rio de Janeiro, Porto Alegre e Brasília, grupos como Black Future, Picassos Falsos, DeFalla, Replicantes, Escola de Escândalo e Finis Africae também ganharam boa acolhida entre os paulistanos. Como no exterior, estas bandas faziam da sua música um *link* para referências de vanguarda artística do Século XX como o dadaísmo, a literatura, a arte contemporânea, o situacionismo. Entretanto estendiam esta vanguarda também ao terreno musical, flertando com a bossa nova e o samba carioca, os primeiros sintetizadores, a percussão em latas, o dodecafonismo[73] e o atonalismo[74], a psicodelia, o *rockabilly*[75], as experimentações da música eletrônica de estúdio (efeitos, *loops*[76]), o *noise* e a *no wave* de Nova York. Algumas destas bandas chegaram a assinar contrato com gravadoras multinacionais posteriormente, mas também não tiveram vendagens expressivas dentro do nicho

---

[73] Criado na década de 1920 pelo compositor austríaco Arnold Schoenberg, este é um sistema de organização de notas musicais no qual as doze notas da escala cromática utilizada tipicamente pela música ocidental são tratadas de forma equivalente, sujeitas a uma relação ordenada e não hierárquica.

[74] Música desprovida de um centro tonal, isto é, uma tonalidade preporenderante. Na música notal, as notas da escala cromática trabalham de forma independente umas das outras.

[75] Um dos primeiros subgêneros do *rock'n'roll*, surgido no sul dos EUA no início dos anos 1950. Misturava o som de estilos do oeste estadunidense como o *country* e o *rhythm'n'blues*, dando origem ao que se considera como o "*rock'n'roll* clássico". O nome vem da fusão dos termos "rock" e "*hilbilly*" (expressão em inglês que designa pessoas que vivem em zonas rurais e afastadas do grandes centros, algo equivalente ao nosso caipira).

[76] Colagem que determina a repetição contínua de um mesmo elemento musical ou compasso rítmico.

do BRock, sendo logo dispensadas contratualmente. Com a eleição de Fernando Collor de Mello para a presidência do país em 1989, o seguinte confisco econômico do dinheiro popular organizado pelo seu governo no ano seguinte e o *rock'n'roll* sendo trocado como prioridade musical das gravadoras brasileiras em prol de outros gêneros com retorno financeiro mais imediato e instantâneo para o mercado fonográfico naquele momento, como o sertanejo, o axé e o pagode, a cena pós-*punk underground* de São Paulo foi, naturalmente, deixando de existir. Muitas bandas encerraram as atividades e seus integrantes mudaram de profissão, deixaram o país por projetos pessoais ou passaram a desenvolver outros trabalhos musicais.

Em 2005, o selo fonográfico Soul Jazz, de Londres, lançou em *compact disc*, no mercado europeu, uma coletânea com faixas de algumas das bandas do pós-*punk underground* brasileiro. O título *The sexual life of savages*[77] remete diretamente a um verso da música *Nosso louco amor*, da Gang 90, no qual, utilizando o artifício do nonsense[78] dentro da letra de tonalidades românticas, Julio Barroso traduz literalmente o título de um livro de 1929, escrito pelo pesquisador polonês radicado em Londres Bronislaw Malinowski, um dos fundadores da antropologia social. No mesmo ano, o selo alemão Man Recordings também elaborou outra coletânea com o pós-*punk underground* paulistano para o mercado europeu. O álbum recebeu o título-trocadilho de Não wave.

> Para *[o jornalista, escritor, músico e integrante do Akira S]* Alex Antunes, as revisões internacionais servem de alento psicológico aos envolvidos. "Achávamos que toda aquela intensidade iria se perpetuar, mas de certo modo todo o movimento se perdeu. Isso deixou uma sensação esquisita em muitos de nós. Os álbuns *[Não wave e The sexual life of savages]* permitem que a cena, que foi enterrada viva, dê uma respirada", diz Antunes. (CARNEIRO, 2005).

[77] Este livro faz parte de uma série de estudos literários, cujo primeiro lançamento ocorreu em 1922. Nesta obra, especificamente, Malinowski descreve os relacionamentos amorosos e sexuais dos habitantes melanésios das ilhas Trobiand, na Nova Guiné, para onde embarcara em 1914, com o objetivo de estudar e decifrar os povos primitivos das ilhas do sul do Oceano Pacífico. Estes estudos de Malinowski tornaram-se referência para obras da Antropolgia escritas entre os anos 1960 e 1970.

[78] Expressão de origem inglesa que denota algo sem sentido, nexo, lógica ou coerência.

O pós-*punk* também foi intenso nas grandes cidades de nosso país, embora tenha esbarrado na projeção comercial, ao contrário do que ocorreu no exterior. Contudo, com exceção do samba dos subúrbios da antiga capital nacional[79], nenhum destes grupos brasileiros seguiu o modelo tropicalista de tentar buscar conectar o *rock'n'roll* com as raízes mais profundas da cultura popular regional, como faria depois o Charme Chulo.

4.3 AS INFLUÊNCIAS DO CHARME CHULO

4.3.1 CULTURA CAIPIRA E MÚSICA SERTANEJA

Quando publicou, no ano de 1918, o livro Urupês, o escritor Monteiro Lobato, oriundo da cidade de Taubaté, lançou o primeiro grande expoente da cultura caipira brasileira: o personagem Jeca Tatu. Famoso pela exacerbada veia política em suas obras literárias e textos publicados em jornais, Lobato criou não só um símbolo do atraso no país como também da depreciação desta região interiorana de São Paulo, onde nascera. Jeca era preguiçoso, pouco afeito ao trabalho, moroso mentalmente e oscilava entre o selvagem e civilizado perante o progresso tecnológico e os fatos sociopolíticos daquele período. Mesmo tendo recebido críticas da elite intelectual, esta caricatura do "homem primitivo" fez muito sucesso, ganhando espaço em novas obras publicadas na sequência.

Entretanto, Lobato evitava a nomenclatura "caipira"[80], mais usada nas cidades que ficam à margem do Rio Tietê. O autor adotou o termo "caboclo"[81] para "se referir ao mestiço do branco português com o índio, que constitui o paulista por excelência, aquele que ocupou o interior do estado desde as primeiras décadas após o descobrimento"[82] (SOUSA, 2005). Monteiro Lobato pode ter popularizado o ideário

---

[79] A cidade do Rio de Janeiro foi a capital brasileira até a fundação de Brasília, ocorrida em 21 de abril de 1960.

[80] Em O dialeto caipira, livro publicado em 1920, o folclorista Amadeu Amaral "traduz" o vocábulo como "habitante da roça, rústico". Apesar de sua origem ser indeterminada, Amaral aponta que o termo já era utilizado em Portugal no século XIX e que, na região do Minho, era sinônimo de avarento e sovina.

[81] Termo oriundo da palavra tupi "caá-boc" ("procedente do mato", em português), utilizada para designar o índio no final do Século XVI.

[82] No primeiro capítulo do livro *Moda inviolada: uma história da música caipira*, Walter de Sousa faz um passeio pelas primeiras décadas posteriores ao descobrimento do Brasil e mostra como o que hoje é conhecido

do caipira, mas o professor de literatura da Universidade de São Paulo (USP) Antonio Candido foi o primeiro intelectual a adotar oficialmente este termo em seu estudo *Os parceiros do Rio Bonito*, publicado em 1964.

> Candido foi o primeiro escritor a utilizar o termo "caipira" significando um modo de ser que estava se esvaindo diante da modernização capitalista que o Brasil vivia no Século XX. O caipira seria um sujeito que se via confrontado à modernidade capitalista e, para manter seu estilo de vida tradicional, via-se obrigado a resistir bravamente. O professor da USP foi o pioneiro em dar sentido teórico à palavra "caipira", ao utilizá-la de forma sistemática e sem "misturar" com o termo "sertanejo" (ALONSO, 2015, p. 24-25).

O jornalista Cornélio Pires também foi importante para registrar a cultura do homem do interior do país, ao publicar mais de vinte livros reunindo vocabulários, termos e expressões caipiras e ainda músicas e composições reunidas durante as pesquisas realizadas em seguidas viagens. Em 1928, fez com que a indústria fonográfica brasileira lançasse o primeiro disco com uma música caipira. A canção escolhida foi a moda de viola *Jorginho do sertão*, adaptada por Pires do folclore paulista e interpretada pela dupla de irmãos Caçula & Mariano[83]. Cornélio tornou-se, assim, o criador do que viria a ser conhecido nos dias de hoje como música sertaneja, por levar a música caipira tradicional ao formato fonográfico e à natureza do espetáculo circense, já que a música caipira, por sua vez, deriva da música litúrgica do catolicismo popular, presente em folguedos como as festas do Divino Espírito Santo e danças típicas como cateretê, catira e cururu, todas oriundas de rituais e tradições indígenas. O uso da viola como o principal instrumento harmônico[84] da música caipira, e consequentemente da música sertaneja, veio para o Brasil alguns séculos antes, por intermédio do colonizador português e dos missionários religiosos.

---

como o estado de São Paulo foi a primeira região do país a ter o seu interior desbravado por religiosos e colonizadores portugueses.

[83] Respectivamente pai e tio do multi-instrumentista, arranjador e compositor Caçulinha, famoso em todo o país por ter sido o maestro da banda do programa dominical *Domingão do Faustão*, da Rede Globo de Televisão.

[84] Um instrumento musical harmônico é aquele que permite a combinação e a concordância de várias notas executadas ao mesmo tempo.

> A música caipira é branca nas formas e rimas, e africana, indígena e europeia nos pensamentos e afetos. Escreveu Darcy Ribeiro que coube aos mestiços a travessia de costumes, normas e sentimentos pelos leitos dos sertões. Nos campos e cidades, e com um contentamento nostálgico a espantar os males, possui um fundo de tristeza e desolação. Explícito ou nas entrelinhas, fala de um vazio, uma saudade, uma coisa que, lá no fundo, nos foi arrancada. Pulsam etnias e sabenças do mundo tingidas pela agonia do desterro: o português degredado e saudoso; o indígena exilado em sua terra; o afro-brasileiro usurpado pela indecência escravista. Chora, viola! Essa moda é o dizer tristonho do sem-terra, no encantado da existência ao rés do chão (SANT'ANNA, 2015, p.8).

A partir de 1914, por causa do início da Primeira Guerra Mundial e o consequente impedimento do uso de textos teatrais europeus provocado pela impossibilidade de viagens ao Velho Continente, houve na cultura brasileira um grande movimento de defesa dos valores nacionais. O caipira tornou-se personagem comum no enredo de montagens assinadas por autores brasileiros. Comediantes passaram a adotar, ao longo dos anos subsequentes, elementos do cotidiano caipira em suas caracterizações e começaram a ser formadas as primeiras duplas – como Jararaca & Ratinho e Alvarenga & Ranchinho – para realizar, em teatros e circos mambembes, mistos de apresentações musicais e esquetes de humor. Este formato artístico se transformou em um dos pilares da música de origens caipiras durante todas as décadas seguntes.

O médico, professor, antropólogo e etnólogo Edgar Roquete-Pinto criou em 1923, na capital federal, a primeira emissora regular de rádio no Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com interesses educativos e culturais. Para ele, a programação não deveria ter fins comerciais, excluindo o uso de propagandas e músicas populares. Portanto, "o modelo de transmissão se restringia a recitais e palestras de agremiações musicais e literárias" (GÓES; BELLOTTI, 2011) mais óperas e textos instrutivos ou educativos. Embora não existissem concessões e as primeiras estações estivessem voltadas às classes mais altas e letradas da sociedade, o rádio rapidamente tornou-se um eletrodoméstico popular nas residências de menor poder aquisitivo. Em 1932, um decreto-lei[85] assinado pelo

[85] Decreto-lei nº 22.111, de 1º de março de 1932.

presidente Getúlio Vargas modificou a natureza dos serviços de radiocomunicação em todo o território nacional, tornando viável a difusão de propagandas para que estas mesmas emissoras pudessem expandir suas atividades.

A permissão para a inclusão de publicidade diária provocou mudança de direcionamento nas programações. Com a introdução de programas de entretenimento, com música popular e humor, o rádio firmou-se como um grande veículo de comunicação em massa no país. Este fato alimentou na indústria fonográfica o forte desejo de investir em novos artistas e exercer pressão para que seus trabalhos fossem veiculados diariamente. Neste período, "as mulheres ganharam maior espaço devido às cantoras que se apresentavam e começavam a introduzir o conceito de fã na sociedade brasileira" (GÓES; BELLOTTI, 2011). Um dos programas de maior audiência no Rio de Janeiro era o comandado pelo radialista Ademar Casé[86], pioneiro em pagar cachês a artistas para apresentações exclusivas, gravar *jingles* publicitários e transmitir novelas.

Como consequência do alcance popular do rádio, a música da roça também foi levada para a programação das emissoras. Além das duplas, cantores se tornaram famosos ao compor e interpretar música caipira ao longo das décadas seguintes. Alguns nomes de destaque nesta nova era radiofônica brasileira foram João Pacífico, Inezita Barroso, Dircinha Batista, Linda Batista, Tonico & Tinoco, Tião Carreiro & Pardinho, Cascatinha & Inhana, Zé Carreiro & Carreirinho, Liu & Léu e as Irmãs Galvão (Meire e Marilene). Criada em setembro de 1954, a Revista da Música Popular, que enfocava a trajetória pessoal e profissional destes novos ídolos nacionais, significou o reflexo da popularidade da música que o rádio levava a todos os lares, sendo também "o efeito de décadas de pensamento nacional-folclorista no Brasil, que desde o início do século buscava encontrar as 'raízes' do país em seu próprio povo" (ALONSO, 2015, p.33).

A popularização do rádio, entretanto, provocou um efeito colateral para os puristas nacionalistas: a importação de gêneros musicais. Aos poucos, os ouvintes conheciam o *jazz* estadunidense; o chamamé argentino; o rasqueado mexicano;

---

[86] Patriarca de uma família com ligações com a televisão, o eletrodoméstico que sucedeu o rádio na popularidade nacional. Um de seus filhos é Geraldo Casé, diretor que passou por várias emissoras e ficou famoso por criar o programa de auditório Um instante Maestro, apresentado por Flávio Cavalcanti, na TV Tupi, em 1957. Uma de suas netas é a atriz Regina Casé, que integrou o grupo teatral Asdrúbal Trouxe o Trombone e participou de diversas novelas e programas de humor e entretenimento na Rede Globo de Televisão.

ritmos caribenhos como a conga, o mambo e o bolero; e a guarânia paraguaia. Os dois últimos não tardaram a se combinar à música caipira brasileira. O compacto[87] com a primeira gravação da versão para o português da guarânia *Índia*, feito em 1952 por Cascatinha & Inhana, tornou-se sucesso rápido, mesmo enfrentando a barreira de quem reclamava com veemência a respeito da "desfiguração" da música tradicional brasileira.

> Apesar das críticas, *Índia* vendeu cerca de quinhentas mil cópias. Num tempo em que o rádio ainda era o principal veículo da música (e não o LP, que seria lançado mais tarde naquele ano), a venda de quinhentas mil cópias de compactos é espantosa, especialmente se levarmos em conta que o Brasil contava na época com cerca de 50 milhões de habitantes. Ou seja, 1% da população brasileira tinha o disco de Cascatinha & Inhana com Índia. Esse número só seria superado no auge da música sertaneja, entre 1989 e 1994, quando a média anual de vendas das principais duplas foi de 1,5 milhão de cada disco (ID., IBID., p.37).

Com as influências estrangeiras incorporadas à genuína música caipira, logo surgiu um novo nome, com intuito mercadológico, que se transformou em batismo definitivo para o gênero: música sertaneja. Curiosamente, a nomenclatura também serviria para abarcar os gêneros populares do interior nordestino, o sertão. Baião, xote e xaxado vinham sendo trazidos às rádios, bares e palcos da capital brasileira pelo cantor, compositor e sanfoneiro pernambucano Luiz Gonzaga. Mesmo radicado havia alguns anos na cidade do Rio de Janeiro, ele costumava se apresentar utilizando o figurino tradicional dos vaqueiros da região onde nascera.

Entre as décadas de 1930 e 1950 a cultura caipira enfrentava os primeiros efeitos de algo que viria a ser muito visto na comunicação da segunda metade do Século XX: a globalização ligada à evolução tecnológica. Nessa perspectiva, os encadeamentos se articulam na denominação geral de cultura pelas palavras de Williams (1958, 1989), nas quais ele argumenta que esta reside nas ações cotidianas da vida, é ordinária e é, portanto, de todos e produzida para todos.

---

[87] Termo utilizado pelo mercado fonográfico brasileiro que denominava o disco em vinil de sete polegadas, com apenas uma ou duas faixas de cada lado. Significa o mesmo que "*single*", jargão utilizado no exterior.

> Uma cultura tem dois aspectos: os significados e direções conhecidos, em que seus integrantes são treinados; e as novas observações e os significados que são apresentados e testados. Esses processos são ordinários das sociedades humanas e das mentes humanas, e observamos através deles a natureza e uma cultura: que é sempre tradicional quanto criativa; que é tanto os mais ordinários significados comuns quanto os mais refinados significados individuais (Id., ibid., p.5).

Com o acréscimo de ritmos característicos de outras regiões e a chancela definitiva do novo meio de comunicação de massa, o rádio, criou-se no Brasil o conceito de música sertaneja, que, ao longo de tempo, viria a dominar tanto o mercado fonográfico nacional quanto a difusão pelos meios de comunicação por todo o país. Tudo motivado pela identificação da população brasileira com as raízes da sua própria cultura, feito por artistas vindos também do povo e, graças às ondas do rádio, disseminado país adentro.

> Essa música de sons ligados à área da viola caipira — que abrange a vasta região Centro-sul, compreendida por quase todo o estado de São Paulo, parte do interior do estado do Rio e ainda grandes espaços de Minas Gerais, Goiás, Paraná e Mato Grosso — viria juntar-se nos últimos anos do Século XX uma "música nordestina" também fabricada a partir do eixo Rio-São Paulo, e desde a década de 1960 denominada amplamente de "música de forró". Tudo, aliás, vindo a traduzir, por sua vez, a nova realidade do avanço das áreas urbanas sobre as áreas rurais, consequentemente de um processo de industrialização que, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, passou a movimentar não apenas trabalhadores dessa área Centro-Sul, mas também vastas massas de antigos lavradores nordestinos, migrados de suas regiões para se transformarem em mão-de-obra não especializada nos mais diferentes pontos "do sul", conforme os interesses da "política de desenvolvimento" criadora de bóias-frias. Pois um dos aspectos mais curiosos desse moderno processo de "desenvolvimento" viria ser exatamente, no plano cultural, o da crescente diversificação do mercado musical, em termos de consumo de cada vez maior número de gêneros de músicas ligadas mais ou menos autenticamente a esse não muito bem difundido caráter rural. E tanto é verdade que, apesar das gravadoras multinacionais tentarem impor seus gêneros universais a todo o povo brasileiro, com caráter de monopólio musical, o mercado dessa genérica "música sertaneja" da área da viola caipira, sulina ou nordestina, continuaria a crescer, como se o público submetido ao processo de urbanização recente se recusasse a passar musicalmente da manteiga de leite de vaca para a margarina (TINHORÃO, 2009).

A partir dos anos 1960, a música sertaneja se distanciaria de vez de suas origens rurais, por conta da fricção cultural, termo oriundo da Antropologia que indica o choque entre duas ou mais culturas.

> Prevaleceria, evidentementemente, a cultura urbana e seus elementos. Isto porque, além de a música sertaneja ser um produto preparado para o consumo urbano, a mídia, os veículos de comunicação de massa passariam trabalhá-la junto aos públicos urbano e rural. A partir daí a urbanização da música sertaneja já era um fato consumado (CALDAS, 1999, p. 65).

No começo dos anos 1970, o sertanejo alcançava a sonoridade típica dos grandes centros urbanos com trabalhos revolucionários para a tradição interiorana. Depois da massificação do *rock'n'roll* com a beatlemania[88] e a Jovem Guarda[89], era a época do caipira conquistar uma nova juventude apostando na eletrificação de guitarras e contrabaixos e o uso dos tambores de uma bateria. Outra adição foi a adaptação, nas letras e temáticas dos discos, do humor escrachado de gêneros cinematográficos populares nas últimas décadas no país, como as chanchadas da Atlântida e o *western spaghetti*[90]. Entre os nomes desta terceira geração "caipira" estavam Trio Parada Dura, Milionário & José Rico, João Mineiro & Marciano, Leo Canhoto & Robertinho, Sérgio Reis e Eduardo Araújo.

> Um sintoma comercial desse fenômeno cultural relacionado com fatores econômico-sociais é o fato de as fábricas de discos terem começado a criar, a partir da década de 1970, uma série de selos "regionais" e "populares" dirigidos a um público que sabiam ser marginal, não apenas socialmente, mas também em relação a valores estáticos urbanos determinados pela cultura da classe média que domina os meios de divulgação no país. Do ponto de vista econômico esse interesse novo pela "música sertaneja" –

[88] Fenômeno mundial iniciado em 1963, quando cinco compactos dos Beatles ocuparam, na sequência, o topo das paradas de vendas de discos nos Estados Unidos. Com este fato, o grupo britânico tornou-se o maior representante do então emergente gênero batizado *rock'n'roll*. No Brasil, este fenômeno se amplificou com a estreia do longa-metragem *A hard day's night* nos cinemas, em 1964. Para o título em português deste filme foi escolhida a expressão *Os reis do iê-iê-iê*, em referência a um verso da música She loves you.

[89] Movimento cultural da juventude brasileira dos anos 1960. Começou com a estreia do programa de TV de mesmo nome, na Record, em 1965. Os três cantores que apresentavam este mesmo programa foram os principais expoentes desta vertente: Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa.

[90] Nome dado ao subgênero de filmes de faroeste maciçamente produzidos em outros países que não os Estados Unidos, sobretudo a Itália. Várias destas histórias tendiam para a comédia.

> sulina ou nordestina – também se explica: é que segundo levantamentos em torno do mercado de discos no Brasil – e apesar de não frequentarem as paradas de sucesso das rádios ou da televisão –, os gêneros de música dirigidos a esse público marginal (em relação ao mercado "oficial" são consumidos pela gente não identificada que compra nada mais, nada menos, do que 40% dos discos prensados no país considerado o sexto mercado da indústria de música de massa em todo o mundo). Foi sob esses selos (Rodeio, da WEA; Jangada, da EMI-Odeon; Premier, da RGE; Caboclo, da Continental) e, principalmente, através da marca Chantecler, a mais especializada de todas e com maior elenco, que se editavam já em 1980 cerca de trinta discos de música sertaneja por mês, o que perfazia um total de 250 músicas a disputar a divulgação — apenas na capital de São Paulo — através de treze programas dirigidos à gente do interior e da periferia da cidade em sete emissoras de rádio e duas de televisão (Id., ibid.)

Os anos 1990 consolidaram a quarta geração como os principais vendedores de discos em todo o país, fato este proporcionado pela explosão comercial do formato *compact disc*[91] aliada à estabilidade econômica do Plano Real. Duplas como Chitãozinho & Xororó, Zezé di Camargo & Luciano, Leandro & Leonardo, João Paulo & Daniel, Chrystian & Ralf, Rick & Renner, Gian & Giovanni (cujas carreiras já estavam consolidadas no nicho fonográfico da música sertaneja desde meados da década anterior) fizeram a música sertaneja sair do *habitat* natural das rádios AM[92] e invadir as emissoras FM[93]. Estes artistas também estavam em todos os programas musicais de auditório transmitidos em rede nacional pelas principais emissoras de

[91] Popularmente conhecido como CD (iniciais de sua denominação na língua inglesa), o disco ótico digital de armazenamento de dados com leitura a laser começou a ser comercializado nos anos 1980, chegando ainda timidamente ao Brasil no início da década seguinte. Com a implantação do Plano Real na economia brasileira, em 1994, o formato "aposentou" o vinil nas lojas e tornou-se a mola propulsora de altas vendagens por todo o país, devido ao seu baixo custo de fabricação e maior capacidade de armazenamento de músicas.

[92] A Amplitude Modulada foi, por cerca de 80 anos, o principal método de transmissão radiofônica, por causa do longo alcance de seus sinais e mesmo com a forte possibilidade de interferências de outras fontes eletromagnéticas. Nos últimos anos, a transmissão via AM está sendo gradativamente abandonada pelas emissoras em virtude da migração destas mesmas estações para os sinais mais baixos da TV analógica, que por sua vez, está sendo trocada pelo processo digital.

[93] Inventada em 1933 nos Estados Unidos, a radiodifusão em Frequência Modulada fornece um som com alta fidelidade tanto na transmissão quanto na recepção das ondas. A partir do final dos anos 1960, as emissoras brasileiras orientadas pela programação formada por música passaram a optar por este sistema, superior em qualidade em comparação com a "rival" AM, mesmo perdendo no alcance geográfico. Nas décadas de 1970 e 1980, as emissoras FM em nosso país voltaram-se para o público-alvo das classes A e B.

TV do país (Globo, SBT, Record, Band) e, então, detentores das principais audiências destas redes nacionais.

Já a quinta – e atual – geração da música caipira atende pelo apelido de "sertanejo universitário" e surgiu ainda nos 1990. Foi lançada no mercado fonográfico voltada aos jovens das grandes cidades com origens interioranas, filhos cujos estudos nos centros urbanos as famílias bancam ou ainda aqueles que vieram ainda pequenos ou já nasceram nos grandes polos regionais. Suas letras, melodias e arranjos quase nada carregam do tradicional "caipira" ou mesmo do sertanejo inicial. As temáticas falam, predominantemente, sobre sexo, bebidas, festa, diversão e descompromisso. A batida percussiva foi "emprestada" da axé *music*[94] baiana. Também existem elementos de pagode[95] nos versos do sertanejo universitário.

Ribeiro (2015) define a música caipira como uma gaveta dentro de um grande armário da música sertaneja, ja que a segunda tem raízes no meio rural mas pode ser feita em outras regiões do país já que há sertão no pais inteiro. "Também não se confunda música caipira, da forma como a tratamos aqui, com 'sertanejo moderno', 'universitário', 'de rodeio' ou outras formas de manifestação musical sem ligação, 'sem raiz' com a vida no campo". No campo das influências do Charme Chulo a música sertaneja brasileira entra até a sua quarta geração, já que, conforme visto anteriormente, eram as principais duplas deste período, como Chitãozinho & Xororó, Leandro & Leonardo, Zezé di Camargo & Luciano e Chrystian & Ralf, que os primos Leandro e Igor costumavam ouvir frequentemente até a mudança de suas famílias para a capital do Paraná, quando também começaram a gostar e se identificar com alguns dos ídolos e toda a linguagem do *rock'n'roll*.

---

[94] Música surgida durante as manifestações do carnaval de Salvador na década de 1980. Artistas diversos renovaram a tradição dos trios elétricos misturando elementos como o ijexá, o samba-*reggae*, o frevo, o merengue, o r*eggae*, o samba, o forró, o *rock'n'roll* e ritmos do candomblé. O nome foi criado pelo jornalista baiano Hagamenon Brito como uma descompromissada brincadeira, já que o termo axé significa saudação de energia positiva no camdomblé. Entretanto, continuou sendo utilizado popular e mercadologicamente.

[95] Subgênero do samba cuja origem remonta aos anos 1970. Surgiu das rodas de samba realizadas nos fundos de quintal das grandes casas das comunidades e morros da cidade do Rio de Janeiro.

4.3.2 O ESPÍRITO JUVENIL DO ROCK'N'ROLL

O *rock'n'roll*[96], como gênero musical, nasceu nos Estados Unidos na década de 1950, derivado da mistura entre várias linguagens musicais dos negros (*jazz*, *blues*, *rhythm'n'blues*, *boogie woogie*, *gospel*) e brancos (*country*, *folk*, *hillbilly*) deste país. O batismo vem da junção de duas gírias bastante utilizadas pela comunidade negra do sudeste dos Estados Unidos. "*Rock*" significa "balançar"; "*roll*", "rolar". Entretanto, havia uma forte conotação sexual no uso coloquial destes dois verbos.

Não existe propriamente uma data específica ou um marco inaugural do *rock'n'roll*. Especula-se que o programa de rádio comandado pelo DJ Alan Freed na cidade estadunidense de Cleveland, no estado de Ohio, tenha sido o primeiro a difundir, já no ano de 1951, o que então era chamada de "*race music*"[97] no mercado fonográfico norte-americano (A HISTORIA DO ROCK'N'ROLL, 1995). De "*race music"* era chamado todo e qualquer tipo de música criada e executada por cantores e músicos negros. Não havia ainda nichos separados para contabilizar a vendagem de discos e execuções radiofônicas de cada gênero musical dos negros porque toda a indústria era comandada por executivos brancos em um país tomado pela segregação racial e imerso em uma política social de extremo conservadorismo chamada macartismo[98]. Também não era muito comum ver plateia branca em apresentações de artistas musicais negros. Já o contrário, em muitos locais do território dos Estados Unidos, era algo expressamente proibido, fosse por leis ou por códigos informais de conduta social. Políticos, instituições sociais e até mesmo publicações jornalísticas constantemente acusavam artistas negros de "ameaça à sociedade", por causa das letras "de baixo calão de músicas e da incitação à dança que as mesmas provocavam" (MARTIN; SEGRAVE, 1988, 1993, p. 41-58).

---

[96] A expressão também pode ser escrita como "*rock and roll*". O uso das apóstrofes significa somente a supressão de duas letras na grafia da língua inglesa, tornando esta mesma expressão uma palavra única.

[97] Termo explicitamente racista e pejorativo, que significa, em português, "música racial".

[98] O senador republicano Joseph McCarthy exerceu seu mandato entre 1947 e 1957 e representou a liderança do conservadorismo da sociedade estadunidense contra as artes e os artistas. Foi o responsável pela popularização do termo macartismo, que se referia à prática de acusar uma pessoa de crime de subversão ou traição aos "interesses" da pátria sem que existisse qualquer evidência.

O *rock'n'roll*, então, não tardou a ser adotado por uma geração de jovens que começava a colocar em questão alguns dogmas da cultura dominante e, sobretudo, a geração de seus pais e avós.

> Durante um lento processo de desilusões, este novo grupo reconhecido – os adolescentes – formulou questões que uma década depois de tornariam gritos de protesto. Mas [...] os gritos eram apenas suspiros na década de 1950. "Essencialmente, o *rock and roll* proporcionava a seu público, predominantemente de classe média, uma forma excitante de extravasar a sua insatisfação e um senso de liberdade de grupo, ao mesmo tempo que perseguia objetivos sociais estabelecidos" (HIBBARD; KALEIALOHA, 1983, p. 13, *apud* FRIEDLANDER, 1996, 2002, p. 37).

O cinema também foi um meio importante para disseminar e popularizar o *rock'n'roll* a uma plateia de jovens e adolescentes brancos de classe média alta por todos os Estados Unidos. Nas telas, atores como James Dean e Marlon Brando interpretavam, durante a primeira metade dos anos 1950, jovens com atitudes rebeldes, que questionavam paradigmas e preceitos da sociedade. Nos bastidores, também eram conhecidos por possuírem temperamento difícil e questionarem o *status quo* que regia a profissão de ator junto a estúdios, empresários e, sobretudo, normas de conduta.

No filme *Juventude transviada*[99] (1954), Dean interpreta Jim Stark, que já no início é detido por embriaguez e aproxima-se de Judy, personagem de Natalie Wood, atriz com apenas 16 anos de idade durante as filmagens. O namorado da menina, líder de uma gangue juvenil, inicia uma disputa pessoal com Jim, que envolvia brigas com facas e arrancadas de carros em direção a um penhasco. Stark tem ao seu lado somente um amigo, Plato Crawford, assim como ele um adolescente atormentado pelo abandono do pai ainda na infância e a ausência da mãe em casa durante quase todos os momentos do dia. Sal Mineo, ator mirim da Broadway e um ano mais novo que Wood, foi o nome escalado para viver Plato. Se Dean, então com 21 anos durante as filmagens, estava interpretando a si mesmo como o tal rebelde sem causa do título original, ele também personificava os outros

[99] Longa-metragem lançado com o título original de Rebel without a cause ("Rebelde sem causa", em português)

garotos, que tateavam seu caminho em um mundo desprovido de amor e compreensão.

> Neste filme, assim como em sua vida, Dean se tornou "o símbolo insatisfeito de uma geração insatisfeita". Ele seria o príncipe herdeiro dos garotos que perambulavam pelas pizzarias: um trovador para os jovens que dedicavam musicas uns aos outros no rádio. Sua busca por "emoções fortes" – termo usado no filme por um membro da gangue – os contrapunha aos mais velhos, que haviam criado o que Renata Adler[100] chamou de "a época mais amena, mais racional, mais desprovida de individualidade da história recente". Se sua agitação era anárquica, também era um grito de liberdade (MARTINETTI, 1996, p. 169).

Outro título de destaque nos cinemas desta época foi *O selvagem*[101] (1953), com Marlon Brando no papel principal. Na história, ele vive Jimmy, o líder de um bando de motociclistas que promove uma série de arruaças nas ruas de uma pequena cidade interiorana dos Estados Unidos. A tensão aumenta quando um grupo rival chega à mesma cidade. Quando o confronto entre os lados parece iminente, cidadãos locais optam por intervir por conta própria. Já em *Sementes da violência*[102] (1955), um professor vivido pelo ator Glenn Ford é transferido para uma escola onde os próprios alunos estabelecerem suas regras, fazendo direção e docentes perderem o controle sobre eles. Na tentativa de se impor, ele enfrenta muita hostilidade, ameaças anônimas à sua família e um cenário nada favorável, com as ruas do bairro local convivendo diariamente com violência, tensão racial e gangues integradas por alguns destes jovens.

Estas três histórias apresentavam um ponto em comum: eram centradas em uma constante insatisfação refletida em atos batizados pela mídia daquela época como delinquência juvenil. O cinema apenas refletia o que já estava acontecendo nas ruas de muitos grandes centros urbanos espalhados por todo o país. Entretanto,

---

[100] Martinetti aqui se refere à escritora e jornalista estadunidense Renata Adler, conhecida por suas críticas de cinema.

[101] Longa-metragem lançado com o titulo original The wild one, literalmente traduzido para o seu lançamento no Brasil.

[102] Longa-metragem lançado com o título original de Blackboard jungle (em português, "A selva do quadro-negro").

o estopim aceso na primeira metade dos anos 1950 revelava-se apenas uma consequência do que já se moldava nas décadas anteriores.

> Com a juventude tornando-se o para-raios para problemas mais amplos da América dos anos 1920, novos métodos de medição eram necessários. Em maio de 1924, G. Stanley Hall escreveu um ensaio chamado Podem as massas governar o mundo?, no qual ele reafirmava sua visão mística. Ele sentia que uma causa para se ter esperança na sociedade de massa era um movimento jovem quase mundial que "estava lutando por uma nova religião, nova luz, novo homem, nova era, novo Estado, novas relações econômicas e paz. No mês seguinte ele morreu aos 81 anos: seus muitos obituários prestaram testemunho de sua paixão pela "juventude, liberdade e novo conhecimento". Entretanto, a visão romântica de juventude de Hall tinha se tornado algo insustentável. Graças a seu trabalho pioneiro, a adolescência se tornara uma imensa indústria comercial, assim como uma classe distinta dentro das sociedades ocidentais. Com o volume de novos dados sobre a juventude não era mais possível chegar a conclusões sobre gerações. Quando Hall começou seu trabalho era um pioneiro solitário, mas nos trinta anos intermediários sua metodologia seria superada por novas abordagens acadêmicas que refletiam a realidade adolescente muitíssimo diversa que havia ajudado a revelar (SAVAGE, 2007, 2009, p. 243).

A mais influente das abordagens de G. Stanley Hall teve origem na futurópolis americana. Inaugurado em 1921, o Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago desenvolveu um empirismo radical. Sua primeira grande publicação, *On hobos and homelessness*[103], de Nels Anderson, acrescentou uma "observação participante" ao envolvimento pessoal com o rigor acadêmico. Sendo ele mesmo um ex-vagabundo, Anderson sustentava que os vagabundos eram os últimos remanescentes do espírito pioneiro original, daquele colonizador que se livrava de todas as responsabilidades e partia para lugares desconhecidos. Para ele, nenhum adulto poderia sentir isso melhor do que o garoto de sangue quente comum.

> O primeiro livro do departamento mergulhou ainda mais fundo na vida do adolescente das cidades. Publicado em 1926, *The gang*[104], de Frederic M. Thrasher, analisou centenas de jovens com idades entre 11 e 25 anos. Ele concluiu que o ambiente estava associado ao comportamento, visto que a grande maioria das gangues urbanas crescia "numa ampla zona crepuscular de estradas de ferro e fábricas, vizinhanças em deterioração e populações em deslocamento". Esta zona era o sintoma de um problema

[103] "Sobre vagabundos e errantes", traduzindo a expressão para o português.

[104] "A gangue", em português.

> maior: "As cidades industriais americanas não tiveram tempo para se estabelecerem e se autocontrolarem: elas são joviais e estão vivenciando as lutas e instabilidades da juventude." Estes espaços vazios eram explorados por adolescentes urbanos: "Os meninos da terra das gangues gozam de uma inusitada liberdade das restrições impostas pelas agências controladoras normais nas melhores áreas residenciais da cidade". Eles viviam uma outra versão do mito pioneiro: "Sob alguns aspectos, estas regiões de conflito são como uma fronteira; sob outros, como uma "terra de ninguém", sem lei, sem deus, selvagem. Thrasher citou o romantismo como um fator importante na vida da gangue: "As fantasias dos adolescentes lançam sobre o mundo – frequentemente vulgar e feio para o adulto – a luz rósea da novidade e do romance" (Id, ibid., p. 244).

A juventude transviada encontrava, enfim, uma voz na indústria do entretenimento que a representasse e espelhasse a sua rebeldia e consequente aversão à perfeição utópica do *American Dream*. O "sonho americano" é o grande *ethos* de uma sociedade que anseia pelos ideiais de liberdade e oportunidade para que suas famílias possam obter sucesso, prosperidade e estabilidade. Com base na Declaração da Independência dos Estados Unidos, o termo foi criado para difundir a esperança de uma vida melhor e mais rica para todos, "com chance para todos baseadas em suas habilidades ou conquistas, independentemente de sua classe social ou circunstâncias do nascimento" (ADAMS, 1931). Em entrevista concedida durante as filmagens de *Rebelde Sem Causa*, James Dean deixou claro o motivo de ser o principal artífice da época contrário a este conceito: declarou que seu objetivo na vida não incluía o desejo de encantar a sociedade e, se fosse preciso, escolheria "receber vaias a bocejos, porque nada pode ser mais mortal do que o enfado e isto se aplica tanto ao causador dele quanto à sua vítima" (JAMISON, 1955). Não por acaso, o ator morreu aos 24 anos de idade, em setembro de 1954, em um desastre automobilístico ocorrido semanas antes de chegar ao circuito comercial o seu segundo e principal filme de uma curta trajetória de apenas três.

Para embalar o ritmo da rebeldia juvenil nas telas, nada melhor do que a batida contagiante do *rock'n'roll*, então ainda não muito explorado pelo *mainstream*[105] musical. O casamento perfeito entre som e imagem ocorreu, enfim, em 1956, no encerramento do longa-metragem *Ao balanço das horas*. O enredo recontava, de

[105] Termo empregado, muitas vezes, de forma pejorativa ao *status quo* gerado pela imposição de valores da indústria fonográfica ao mercado. O *mainstream* promove também, e principalmente, a repetição, institucionalização e sedimentação de imagens sonoras no núcleo do sistema da música pop (CONTER, 2016, p. 312).

maneira fictícia, a descoberta e a ascensão profissional do cantor e guitarrista Bill Haley[106]. A canção *Rock around the clock*, que dava o nome original a esta obra audiovisual e fora regravada especialmente para ela, tocou ininterruptamente nas rádios em todo o país durante um ano e este fato transformou-o no primeiro ídolo musical daquela geração de jovens e adolescentes. Esta e as outras músicas incluídas no filme fascinavam de imediato a plateia, que dançava sem parar nos corredores e por sobre os assentos das cadeiras, "provocando destruição e balbúrdia nas salas de projeções" (PRIMATTI, 2005).

A este fato pode-se ligar as associações que Bakhtin (1965, 1987) faz entre as festividades e os tempos de crise, quando as festas têm o papel relevante de dar visibilidade a desejos populares de mudança da ordem.

> No livro *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais* (1965), o pensador russo Mikhail Bakhtin (1895-1975) desenvolveu o conceito de carnavalização e o identificou intrinsecamente à cultura popular, pois esta, ao valorizar a dimensão corporal da vida, tende a ridicularizar, parodiar, subverter a seriedade, os rituais fechados e as transcendentais pompas legalistas dos poderes instituídos (SOARES, 2011).

Logo, o cinema captaria esta mensagem vinda da "carnavalização" promovida pelo público jovem, ansioso por fazer ecoar a sua voz na sociedade na qual estava inserido mas considerava extremamente opressora. Isto acabaria por se refletir imediatamente em uma mudança sociocultural irreversível. O ritmo casou-se perfeitamente com a experiência da canção europeia, com o uso do canto (componente discursivo, que gera uma letra formada por frases e expressões nem sempre com nexo semântico) equivalente às tensões e dinâmicas musicais provocadas por acordes com intervalos de notas simples (maiores ou menores) e a dinâmica impressa aos arranjos e fez do *rock'n'roll* um furacão sociocultural que abalaria as estruturas sociais, econômicas e histórias do mundo nas décadas seguintes. Esta poderosa união de elementos musicais formam o que Tatit (1994,

[106] Pseudônimo do artista estadunidense William John Clifton, que começou a carreira na música gravando *country music* nos anos 1940. Quando estourou nas paradas com a canção Rock around the clock, já havia passado dos 30 anos de idade. Ele também possuía porte físico distante de um típico galã do cinema.

1999) chama de “mesma base sequencial”: isto é, “a fonte geradora do tom e do pulso, o primeiro explorado à exaustão pela música europeia, o segundo pela música africana”.

Lançamento bancado por um pequeno produtor independente, chamado Sam Katzmann, *Ao balanço das horas* custou apenas 300 mil dólares e arrecadou 4 milhões nas bilheterias. Seu sucesso motivou os grandes estúdios a produzir outros filmes com histórias juvenis e trilha sonora com *rock’n’roll*. Com a morte precoce de James Dean, um iniciante cantor branco de “voz negra” ocupou o lugar do jovem galã das massas, deixado vago por Dean. Até 1960, quando decidiu se retirar do meio artístico para servir ao exército dos Estados Unidos em uma base militar situada na Alemanha, Elvis Presley participou, atuando e cantando, em seis longas-metragens e se transformou no primeiro astro de popularidade mundial do *rock’n’roll*. Isto consolidou comercialmente o gênero musical que, ironicamente, apresentava em sua gênese uma linguagem própria para quem queria se afastar em definitivo do *status quo* da geração de seus pais.

Este novo papel social exercido pela juventude ficaria conhecido pelo uso do termo “adolescência”. O termo vem do latim “*adulescens*” ou “*adolescens*”, o particípio passado do verbo “*adolescere*”, que significa, em português, crescer. O conceito da expressão, porém, não nasceu com a rebeldia juvenil disseminada nos anos 1940 e 1950 e engloba uma série de transformações socioeconômicas que a civilização ocidental sofreu ao longo dos séculos XVIII e XIX e marcaram a chegada do ideal individualista. Para Motta (2010), o romantismo e a modernidade contribuíram para a disseminação do individualismo e propiciaram o surgimento do entendimento atual da adolescência, no sentido de que cada sujeito é livre para construir uma trajetória singular.

> Já no Século XX, a adolescência passou a ocupar um lugar cada vez mais importante no imaginário social. Com a escolarização prolongada e a introdução de um sistema de ensino segmentado, de acordo com as diversas áreas do conhecimento, o período de dependência dos jovens em relação aos pais cresceu. Estendeu-se o prazo entre a puberdade e o casamento e os jovens passaram a deixar a casa dos pais cada vez mais tarde (Id., ibid.).

A quebra de paradigmas a respeito da chegada do novo papel social dos jovens, devidamente estimulado pelas novas opções de consumo oferecidas pela indústria cultural (discos, filmes, revistas com a vida e obra dos novos ídolos, programas de rádio e TV), é apenas uma representação do processo de descentralização da sociedade moderna, dando lugar a uma pluralidade de centros, fazendo emergir várias identidades para os sujeitos, muitas vezes conflitantes.

> As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como sujeito unificado. [...] *[a crise de identidade]* é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que esta deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2015, p.9).

Por causa de toda esta força revolucionária social dentro de um país com direcionamento sociopolítico extremamente conservador como os Estados Unidos daquela década de 1950, o *rock'n'roll* passou a ser visto inicialmente como um grande perigo à sociedade e que deveria ser combatido. Em virtude do fracasso do primeiro objetivo, coube, então, ao poder econômico cooptar esta nova cultura e agregá-la para tirar proveito financeiro desta situação irreversível.

Com a ajuda do cinema e a formação dos primeiros grandes ídolos do gênero, o *rock'n'roll* foi absorvido pela indústria cultural, ávida por explorar aquele novo e crescente filão do público adolescente. O que, por conseguinte, minimizou o impacto inicial daqueles artistas pioneiros vindos dos guetos negros e iniciou um processo de fabricação em massa de novos ídolos brancos moldados para o mercado de consumo das classes mais abastadas. O mercado fonográfico absolutizou a imitação do *rock'n'roll* a partir da segunda metade dos anos 1950. Afinal, como afirmou Adorno (2009), ela (a imitação) quando "reduzida a puro estilo, trai seu segredo: a obediência à hierarquia social".

Os 1960 começaram com o "furacão" *rock'n'roll* devidamente cooptado pela indústria. Aquele jovem rebelde e indomável dos anos anteriores foi transmutado em um ser "pacífico", consumidor passivo e fiel do nicho aberto pelo mercado fonográfico e seus novos ídolos. E foi justamente a idolatria acabou por separar

cantores e músicos de seus admiradores. A beatlemania iniciada em 1963, após a primeira visita dos Beatles aos Estados Unidos, criou o conceito de turnês com apresentações em grandes estádios e arenas, onde o ídolo fica distante de seu fã. Fato que, com os Beatles, a distância não tornou-se a solução, já que em 1966 o quarteto realizou seu último show, na cidade de San Francisco (EUA). A opção pela interrupção das apresentações foi motivada pela quase impossibilidade de a banda ouvir o que tocava, pois a histeria dos gritos que vinham da plateia e arquibancadas era mais alta que a música do palco (IT WAS FIFTY YEARS AGO TODAY!, 2017). O sucesso dos Beatles trouxe a reboque outras bandas britânicas aos Estados Unidos, como Animals, Who, Rolling Stones, Yardbirds e mais os guitarristas Eric Clapton e Jimi Hendrix – este nascido em Seattle, cidade situada no noroeste dos EUA, mas levado pelo seu empresário, Chas Chandler, anteriormente baixista do grupo britânico Animals, para tocar na noite de Londres. A partir de 1966, uma série de artistas estadunidenses com origens na contracultura[107] como Grateful Dead, Doors, Beach Boys, Janis Joplin passou a rivalizar diretamente com os ingleses tanto na preferência do público quanto nas vendagens de discos. Grandes festivais ao ar livre, como Monterey, Altamont e Woodstock, foram realizados nos grandes centros urbanos das duas costas do país (MERHEB, 2012, p.109-309). A criação do conceito de álbum (um LP[108] com diâmetro de doze polegadas que eram lançados como discos de faixas inéditas, não mais como uma mera coleção reeditando os últimos compactos do artista) impulsionou o mercado fonográfico também a partir desse mesmo ano, motivando o interesse de companhias multinacionais de outras áreas a investir na música e comprar, na década seguinte, várias empresas fonográficas importantes para obter lucro também neste ramo (A HISTÓRIA DO ROCK'N'ROLL, 1995).

---

[107] Movimento que teve seu auge em meados da década de 1960, quando jovens, estudantes universitários professores e intelectuais propuseram novos estilos de vida e mobilização, voltando-se ao antissocial aos olhos das pessoas mais conservadoras, buscando um espirito mais liberal e as transformações da consciência, dos valores e do comportamento em novos canais de expressão para o indivíduo nas pequenas realidades do cotidiano. Hobsbawm (2000) denominou este período de "mudança estrutural irreversível na família e na participação do jovem na sociedade".

[108] Abreviação do termo *long play* (em português, algo como "obra longa"), que designava o disco de vinil de dez ou doze polegadas, com cada lado durando até 23 minutos e contendo a média de seis músicas.

No início dos anos 1970, a cidade de Nova York enfrentava uma grande decadência social, política e econômica. Sem muitas possibilidades de empregos ou esperança de enxergar uma possível melhora no panorama, muitos jovens canalizaram para a arte todo o seu descontentamento, propício para expressar revolta através de uma música que refletia a desintegração e a corrupção da sociedade através de letras de confronto que refletiam graus variados de ódio justificado e a exploração artística do choque de valores. Uma safra de bandas (Television, Patti Smith Group, Blondie, Ramones, Stooges, MC5, Velvet Underground, New York Dolls, Richard Hell & The Voivods) buscavam inspiração em outras expressões artísticas como a moda, a poesia, as artes plásticas e a literatura. Muitas destas apostavam na somatória da performance técnica de baixa qualidade em um ritmo frenético, com uma massa sonora levada por todos os instrumentos tocados ao mesmo tempo, o que criava uma parede bastante ruidosa. Outras, no entanto, aproximavam-se da poesia, da literatura, das artes visuais da música concreta para enriquecer a sua arte. No visual, era comum a estética agressiva, formada por cabelos compridos desgrenhados, camisetas rasgadas, o couro do submundo do sexo barato das ruas e ainda alfinetes no lugar de brincos e *piercings*[109] (MCNEIL; MCCAIN, p.19-427).

Havia ainda a ampla insatisfação com o *status quo* do *rock'n'roll* na época. Por não se identificarem com os grandes astros com lançamentos, turnês e atitudes cada vez mais megalômanas, músicos, produtores e jornalistas envolvidos com esta efervescência local adotaram como lema principal a frase *do it yourself*[110]. Faziam eles mesmos a engrenagem funcionar, escrevendo e editando publicações jornalísticas independentes, organizando um circuito *underground*[111] de shows em pequenos bares e ativando uma rede comunicacional com outros grandes centros dos Estados Unidos e até mesmo de outros países, tudo através do envio semanal de cartas e discos pelo correio. O termo "*punk*" batizou a mais famosa e duradoura

[109] Perfuração da pele para uso de adereços em lugares do corpo diferentes do lóbulo das orelhas.

[110] "Faça você mesmo", em português.

[111] Termo atribuído ao conjunto de cenas musicais menores, geralmente autônomas independentes das grandes gravadoras e das leis do mercado fonográfico (Conter, 2016, p. 313). A partir dos anos 1990, foi criado o termo "alternativo" como o oposto a "*mainstream*" e o equivalente a "*underground*" para a indústria cultural.

destas publicações autônomas[112]. O despojamento dos textos aliado à falta da aura elitista das costumeiras revistas sobre música das grandes editoras. “Não era uma criação lucrativa de jornalistas de rock que estavam a par do mundo secreto dos bastidores. Lendo *Punk* havia a sensação de que bandas, fãs e qualquer pessoa que passasse pela rua eram todas amigas” (STORM, 2012, p. xvi).

A expressão *punk* foi utilizada pela primeira vez no mundo musical por outra revista destinada ao mundo do rock, a Creem Magazine (1969-1989). Ela também aparecia em uma série policial de TV denominada *Kojak* (1973-1978), na qual o protagonista chamava, desta maneira e de modo pejorativo, os criminosos que combatia e prendia. A origem da palavra é obscura, embora haja a suspeita de que tenha relação com o vocábulo “*spunk*”, gíria utilizada para designar tanto “sêmen” quanto “madeira podre”. Com o passar dos anos, “*punk*” transformou-se também sinônimo para profissionais da prostituição e coisas ordinárias ou sem sentido.

Levada ao outro lado do Oceano Atlântico pelo empresário inglês Malcolm McLaren, que entre 1972 e 1973 vivera em Nova York e exercera a função de empresário do New York Dolls, a estética *punk* encontrou um cenário ainda mais catastrófico em Londres. Muitos dos adeptos ao novo estilo vinham do proletariado, formada por jovens das classes socioeconômicas mais baixas e sem muito acesso ao sistema educacional britânico (HOW BEATLES CHANGED THE WORLD, 2017).

> Existem duas explicações básicas para o surgimento e a natureza violenta da música punk na Inglaterra de meados dos anos 1970. Elas se opõem mas não são mutuamente excludentes; a combinação delas fornece um fundamento lógico plausível para o nascimento do punk. Uma das teorias cita a economia britânica em declínio como o principal impulso. Neste cenário, surgiu um crescente segmento de jovens de classes menos favorecidas que se mostravam insatisfeitos com a falta de oportunidades econômica e educacional na Inglaterra. Empregos de salários decentes não estavam disponíveis e o acesso às escolas só era permitido às classes sociais privilegiadas, forçando vários jovens da classe operária a desistir da educação. Esta juventude desiludida cada vez mais numerosa vislumbrava um futuro de substância à custa do sistema de previdência social britânico.

[112] Punk Magazine foi a revista criada em 1975 pelos editores Legs McNeil e Ged Dunn e o cartunista John Holmstrom. Quinze edições foram publicadas entre 1976 e 1979. Um novo número veio em 1981, assim como alguns outros especiais comemorativos após o ano 2000. Sua linha editorial era dedicada basicamente a cobertura de shows, lançamentos fonográficos e entrevistas de artistas do punk rock novaiorquino, que costumavam se apresentar regularmente em pequenos bares como CBGB’s, Max’s Kansas City e Zeppz.

> Os jovens perceberam que para eles não havia futuro, e por isso se revoltaram. É possível ver a música, as letras de grande rebeldia e a natureza antiautoritária de suas atitudes com um reflexo destas condições. Outra interpretação do punk o coloca, principalmente em relação ao estilo e atitudes, como tendo suas origens na escola de arte dos mentores do punk e integrantes das bandas de rock. Simon Frith e Howard Horne argumentaram que vários integrantes de bandas frequentaram a escola de arte – Glen Matlock, dos Sex Pistols; Joe Strummer, Paul Simonon e Mick Jones, do Clash; a *punkette* Siouxsie Sioux e Adam Ant, só para citar alguns. Além disso, vários empresários importantes (como Malcolm McLaren dos Pistols) e outros homens de negócios do gênero trouxeram seus conhecimentos adquiridos na escola de arte à mistura. A escola de arte e suas discussões sobre choque de valores, performance enquanto arte, teorias situacionistas de subversão e moda se manifestaram no punk rock. O que os artistas vestiam, o trabalho que apresentavam, como eles se apresentavam e o que eles diziam através das letras, e a comunicação com o público durante os shows, eram matéria de considerações estéticas. Para eles, "o punk rock era um movimento musical da escola de arte" (FRIEDLANDER, 1996, 2002, p. 354-355).

As maiores atenções acabam polarizadas entre duas bandas com discurso e atitudes bastante politizadas. Formado por um empresário simpatizante das ideias do Situacionismo[113], o Clash foi para muitos a grande banda britânica por causa das incisivas críticas sociopolíticas em suas letras e ainda pela aproximação com a sonoridade típica dos guetos raciais de Londres, neste caso, o *reggae* jamaicano, já que parte da população negra da capital inglesa veio das ex-colônias caribenhas. "Os versos falavam sobre racismo, violência policial, hipocrisia política, decadência moral, marginalizados sociais" (COGAN, 2008, p. 50-53).

Os Sex Pistols, a outra celebrada banda que encabeçou o movimento britânico, foram o fruto de uma experiência de Malcolm McLaren. Ao retornar de Nova York em 1974, ele abriu uma loja com a namorada estilista Vivienne Westwood, chamada Sex e especializada em moda alternativa, inspirada no visual *punk* de Nova York e com roupas e acessórios de couro com adereços de metal, também como uma

---

[113] Movimento de cunho político e de vanguarda artística, que se contrapunha às propostas de reconstrução do mundo europeu originárias da burguesia liberal. Nele, os artistas apresentavam o urbanismo de acordo com a sociedade moderna de consumo e faziam as cidades se modificarem alterando a relação do cidadão com o espaço urbano. O situacionismo foi uma das grandes influências dos protestos estudantis de Paris ocorridos em maio de 1968. Os mais famosos membros do grupo são o filósofo belga Raoiul Vaneigem e o escritor e cineasta francês Guy Debord, que polarizavam opiniões entre os demais integrantes do grupo (WILSON; LACK, 2008, p.199-200).

forma de remeter ao universo do sadomasoquismo[114]. McLaren juntou quatro garotos que frequentavam ou trabalhavam na loja e formou o grupo voltado "para promover a loja, provocando desde o início, com nome sexualmente quase explícito, músicas de temáticas explosivas e atitudes polêmicas" (WESTWOOD; KELLY, 2016, p. 195-233). Nas apresentações ao vivo, cuspes trocados entre vocalista e plateia eram comuns, assim como uma massa sonora saída dos amplificadores, na qual se distinguiam os berros estridentes do vocalista Johhny Rotten[115], dono de sebosos cabelos curtos, espetados e pintados na cor laranja e que orgulhava-se de cantar de forma esganiçada e com berros.

Sob o comando rígido de McLaren, os quatro músicos não tardaram a tornar o Sex Pistols um *enfant terrible* do *punk rock*. Em curtos dezesseis meses de carreira fonográfica, os Sex Pistols lançaram apenas um álbum, foram expulsos de duas gravadoras e provocaram muita confusão. Suas duas músicas mais famosas foram *Anarchy in the UK*[116] e *God save the Queen*[117]. Na última, cujo título é o mesmo do hino nacional britânico, Rotten ridicularizava a Rainha Elizabeth II e toda a Família Real. Durante um programa de entrevistas, em dezembro de 1976, "em apenas três minutos, os músicos pronunciaram os quatro primeiros palavrões da História na TV britânica, o que acarretou na suspensão do apresentador Bill Grundy por duas semanas" (MENEZES, 2013). No dia 7 de junho de 1977, quando Elizabeth II

---

[114] Relações entre tendências diferentes entre pessoas buscando prazer sexual na dor. Envolve os opostos sadismo e masoquismo. O primeiro é o prazer que uma pessoa sente ao impor o sofrimento físico e moral à outra. O nome remete ao soldado e novelista francês Donatien François, conhecido como Marquês de Sade e famoso por este tipo de prazer. O segundo é o contrário do primeiro. O nome remete ao romance A Vênus das peles (1870), do austríaco Leopold Von Sacher-Masoch, onde um dos personagens chega ao orgasmo ao ser surrado pelo amante de sua esposa.

[115] "Joãozinho podre", em português. Pseudônimo utilizado pelo inglês John Lydon enquanto cantava nos Sex Pistols.

[116] "Anarquia no Reino Unido", em português. Eis alguns de seus versos: "Eu sou um anticristo/ Eu sou anarquista/ Não sei o que quero mas sei como conseguir/ Eu quero destruir quem anda pelas ruas/ (…) Anarquia no Reino Unido/ Está chegando e talvez/ Eu informo o horário errado e paro uma linha de tráfego/ Seu sonho futuro é um projeto de compras/ (…) São tantas as maneiras de conseguir o que você quer/ Eu uso o melhor, eu uso o resto/ Eu uso o inimigo/ Eu uso a anarquia".

[117] "Deus salve a rainha", em português. A expressão dá título também ao hino britânico, que adapta o gênero sexual de acordo com o monarca vigente. Na letra dos Sex Pistols são estes seus versos iniciais: "Deus salve a rainha/ E o regime fascista dela/ Isso transformou você em idiota/ Em uma bomba H em potencial/ Deus salve a Rainha/ Ela não é um ser humano/ Não há futuro/ No sonho da Inglaterra".

comemorava o jubileu de 25 anos de sua coroação, a banda lançou *God save the Queen* tocando a música a bordo de um barco no Rio Tâmisa, passando várias vezes na frente do Parlamento para demonstrar seu profundo desrespeito à monarquia. No retorno à terra firme, policiais invadiram o barco e detiveram os músicos e seus empresários. Afinal, com suas afrontas ao sagrado britânico, o secular regime monárquico britânico, o Sex Pistols era a personificação, em estado mais do que bruto, da "capacidade profanativa da arte" (AGAMBEN, 2005, 2007).

A virulência de atitudes e verborragia do *punk rock* produziu eco e se intensificou em todo o Reino Unido, espalhando-se também à vizinha Irlanda. Ao som de Clash, Sex Pistols e outras bandas (como Buzzcoks, Damned, Adicts, Undertones, X-Ray Spex, Generation X, Stiff Little Fingers), jovens enfrentavam unidos, de forma literal, a barreira do *no future* na economia, na política e na vida pessoal de cada um. Andavam sempre em bandos, provocando repulsa à sociedade britânica através do visual agressivo copiado dos primeiros *punks* nova-iorquinos e a adição de um novo elemento: o corte de cabelo moicano[118], muitas vezes com fios coloridos, espetados e colados com muito gel, quase sempre em tamanhos escandalosamente exagerados. Estes jovens vagavam pelas ruas de Londres durante o dia e a noite, sempre manifestando seu desprezo a outros transeuntes, bebendo, falando alto, cuspindo e vomitando nas ruas.

Se a concepção do período de vida chamado adolescência representava, duas décadas antes, o ápice do ideal individualista marcado pelas transformações socioeconômicas dos dois séculos anteriores, a afirmação do *punk rock* como um gênero popular entre os jovens de Londres e outros grandes centros urbanos espalhados pelo Reino Unido instaurou o início de uma nova revolução social ligada diretamente à música: o tribalismo *punk*.

> Deus (e a teologia), o Espírito (e a filosofia), o indivíduo (e a economia) cedem lugar ao reagrupamento. O homem não é mais considerado isoladamente. E mesmo quando admitimos, e eu tenderia a fazê-lo, a

[118] Corte de cabelo de origem em tribos indígenas dos Estados Unidos, como os *cherokees* e os *mohawks*. O estilo é caracterizado por uma grande crista de pelos no meio da cabeça, com os lados raspados. Este corte simbolizava a luta da tribo *punk* contra o sistema de governo, que "procura impor todo tipo de controle à liberdade do povo, e o desejo de nunca ser um fantoche". Esses índios estadunidenses ficaram marcados pela atutude de preferir morrer a permanecer sob o controle dos brancos colonizados do oeste do país.

> preponderância do imaginário, não devemos esquecer que ele resulta de um corpo social e que, de retorno, volta a materializar-se nele. Não se trata, exatamente, de autossuficiência, mas de constante retroação. Toda vida mental nasce de uma relação e de seu jogo de ações e retroações. Toda a lógica comunicacional ou simbolista se fundamenta nisso. É o que O. Spann chama "a ideia do acoplamento" (*Gezweiung*). Efeito de comparte que se pode ver entre os pais e a criança, entre o professor e os alunos, entre o artista e seus admiradores. Mas queremos deixar claro que esse efeito de comparte transcende os elementos que o compõem. Essa transcendência é característica da perspectiva sociológica, em seus começos, a qual foi, sabemos disso, obcecada pela comunidade medieval. Entretanto, como o burguesismo triunfante tinha por vetor essencial o individualismo, esse modelo comunitário foi progressivamente reprimido, ou não serviu, *a contrario*, senão para justificar o aspecto progressista e liberador da modernidade (MAFFESOLI, 1988, 2014, p. 133).

A nebulosa afetual, o estar-junto "à tôa" e o modelo "religioso" são três dos principais elementos que compõem o tribalismo segundo Maffesoli (1988, 2014). Todos podiam ser facilmente identificados nos grupos de jovens *punks*. A primeira, que compreende a partilha de sentimento e experiência, é marcada não apenas pela possibilidade da pessoa (*persona*), através da mudança de figurino que indicam seus gostos, representar papeis nas diversas peças do *theatrum mundi* do dia a dia mas também pela fluidez, por ajuntamentos pontuais e também pela possibilidade de dispersão rápida. O segundo diz respeito à propensão ao reagrupamento, ao laço em que o antecruzamento das ações, situações e afetos formam um todo. O último está presente na criação de redes a partir das experiências difusas da vida contemporânea, transformada em um processo de massa, para que um certo grupo privilegie determinados cultos e simbolismos.

Em 1977, a temperatura só aumentava na Inglaterra com a fúria e a revolta juvenil canalizadas através da música pelas bandas *punk* lideradas por Clash e Sex Pistols. As letras de suas músicas ilustravam os sentimentos negativos em relação à sociedade corrupta e em processo de desintegração. "A confrontação refletia graus variados de ódio justificado, performance técnica, exploração artística do choque de valores e a intenção de renegar as instituições oficiais de produção de música" (FRIEDLANDER, 2002, p. 352).

Por causa de *Anarchy in the UK*, que ultrapassou a marca de 50 mil cópias vendidas de seu *single* e entrou para as paradas britânicas, McLaren e o Sex Pistols começaram a "enfrentar uma grande dificuldade de promoção. (...) Propagandas da

banda em emissoras de rádio e TV foram recusadas. A música, banida das programações musicais. A BBC[119] chamou-a de mau gosto grosseiro" (SAVAGE, 2001, p. 349). Jornais sensacionalistas também transformaram em escândalos nacionais fatos protagonizados pelo grupo, como o festival de palavrões ditos ao vivo na televisão. No dia seguinte a este acontecimento, o tabloide Daily Mirror estampou na manchete principal da edição de 2 de dezembro de 1976 a frase *The filth and the fury!*[120] (OPEN CULTURE, 2017), que posteriormente seria utilizada como batismo de uma breve turnê mundial de retorno da banda aos palcos, em 1996, e também documentário sobre a mesma lançado no ano 2000. Até a morte do baixista Sid Vicious, por overdose de drogas ilícitas em janeiro de 1979, ocorrida um ano após o fim do grupo, os Sex Pistols seriam presença constante em manchetes, editoriais e textos adversos em toda a imprensa britânica. A perseguição e o boicote dos grandes meios de comunicação, sempre zelosos ao *status quo* do governo monárquico britânico, ajudaram a levar à dissolução precoce o Sex Pistols, anunciada em fevereiro de 1978.

John Lydon anunciou o fim das atividades dos Sex Pistols de surpresa, no meio de uma apresentação, na cidade estadunidense de San Francisco. Era o quinto *show* da primeira turnê marcada por McLaren nos Estados Unidos, país onde o *punk rock* fora moldado e de onde foi apropriado de forma mais violenta e agressiva. Na verdade não era uma turnê em locais apropriados para o *punk rock* e com plateia formada por fãs do gênero. Malcolm agendou a banda para tocar em locais voltados ao conservador nicho da *country music*, frequentado por homens beberrões, brigões e mais alinhados ao pensamento ultraconservador *white trash*[121].

Lydon estava cansado das manipulações do empresário. Achava que o *punk rock* tinha perdido a "capacidade profanativa da crítica" (AGAMBEN, 2005, 2007) e havia se embebedado pelo cinismo do mera espetacularização da mercadoria (a

---

[119] Sigla para British Broadcasting Corporation (Corporação Britânica de Rádio e Teledifusão, em português), conjunto de emissoras púbicas de rádio e TV que funciona de forma independente da intervenção do governo.

[120] Expressão que pode ser traduzida tanto como "a escória e a fúria" quanto "a obscenidade e a fúria".

[121] "Lixo branco", traduzindo literalmente para o português. Esta é uma expressão criada no início do Século XIX para se referir a um grupo específico da população estadunidense, decorrente da estratificação social e dos processos econômicos ligados ao sistema do trinônio latifúndio-monocultura-escravidão, largamente empregado no sul escravagista dos EUA. Este grupo é conhecido pelo extremo conservadorismo social e religioso.

banda, neste caso). Com a dominação da mesma por McLaren e a alienação dos espectadores (tanto os garotos fãs do *punk rock* quanto a maioria da população do Reino Unido e dos Estados Unidos que não fazia a menor noção do que era o *punk rock*), afinal, o consumo (dos Sex Pistols) se dava pela aparência do produto e pelas ilusões geradas por ele. O consumidor real, segundo Debord (1967, 1997), acaba, por este motivo, por tornar-se consumidor de ilusões: "a mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é a manifestação geral".

Pode-se dizer que *punk rock* veio com tanta fúria que seu poder de fogo foi breve demais. Além de provocar precocemente o encerramento das atividades dos Sex Pistols, o ato refratário da mídia pesou em relação a todo o gênero, já que o boicote também atingiu, por tabela, outros artistas. "Menos de dois anos depois, vários outros grupos se formaram em sua esteira para mudar a cara do pop/rock para sempre". (FRIEDLANDER, 2002, p. 352).

> Por volta do verão de 1977, o punk começou a se transformar em uma paródia de si mesmo. Muitos dos participantes do movimento original sentiram que tudo foi muito além do previsto e muitas das possibilidades acabaram se desgastando ao virar uma fórmula comercial. Pior que isso: tudo se tornou uma bomba rejuvenescedora para a mesma indústria fonográfica que tanto se queria combater e derrubar (REYNOLDS, 2003 p. xvii).

A desilusão com os rumos comerciais e o boicote sofrido pelo *punk rock* tornou-se ponto de ruptura entre os garotos *working class*[122] e muitos de seus aliados, outros jovens tão boêmios quanto, porém vindos de famílias mais abastadas e que frequentavam escolas de arte. De um lado ficaram aqueles que se denominavam "*punks* reais" e que logo depois estariam envolvidos com o movimento chamado *oi!*[123], também surgido nos guetos e subúrbios londrinos. Sua música mantinha a agressividade verbal e sonora do *punk*, porém aumentava ainda mais a velocidade das batidas e a intensidade dos vocais. Além dos *punks* remanescentes, o oi! também cativou o público *skinhead*[124], subcultura formada por

[122] Termo usado na Inglaterra para definir a classe operária ou proletária.

[123] O nome desta vertente musical veio da faixa *Oi! Oi! Oi!,* do grupo Cockney Rejects

[124] O termo se refere ao corte de cabelo raspado com máquina nos níveis 0, 1 e 2.

jovens da classe operária que passaram a adotar a moda, a música e o estilo de vida dos *rude boys*[125] jamaicanos que migraram para a Inglaterra nos anos 1960.

Do lado oposto da divisão ficaram os jovens de tendência vanguardista, agora misturando-se a outros oriundos dos Estados Unidos assumidamente influenciados pelo *punk rock* britânico. Por achar que o *punk rock* surgido em 1976 e 1977 era apenas um retorno ao rock básico e melódico dos anos 1960 sendo apenas tocado com mais vigor e velocidade, esses viam no momento a necessidade de dar *upgrade* na identidade do gênero. Nascia o *post-punk* (pós-*punk*, em português) misturando o vigor do *punk* rock com outras tendências artísticas, como a pintura, a dança, o cinema, a literatura, a poesia e o teatro. Entretanto, havia o consenso de que o novo período era também propício para a tentativa de reproduzir, através da música pop, todos os principais temas e técnicas modernistas do Século XX e alguns visionários predecessores.

Um dos primeiros indícios desta nova fase evolutiva do *punk* surgiu quando John Lydon voltou de uma viagem feita logo após o fim dos Sex Pistols, em fevereiro de 1978. Ele acompanhou o amigo Richard Branson, dono da gravadora Virgin, por alguns dias de estadia na Jamaica, com o intuito de descobrir novos músicos de *reggae*[126] para serem lançados no mercado fonográfico. Ao retornar, Lydon estava tão entusiasmado com o *dub*[127] que logo montou uma nova banda, chamada Public Image Ltd[128], para explorar novas sonoridades e afastar-se da imagem construída pela antiga banda. Com influências do *dub* do *krautrock*[129] alemão, ele gravou o

---

[125] Termo originário da cultura popular jamaicana de meados do Século XX. Denominava os jovens que viviam pelas ruas durante todo o dia, sem muito envolvimento com estudos ou algum tipo de trabalho remunerado diário. É similar à expressão norte-americana "*gangsta*" ou a brasileira "malandro".

[126] Gênero musical desenvolvido na Jamaica no decorrer dos anos 1960, originário do desenvolvimento de uma forma mais desacelerada de gêneros predecessores como o *ska* e o *rocksteady*. O ritmo é acentuado no tempo mais fraco do compasso. O cantor e compositor Bob Marley é considerado pelos fãs do gênero o principal artista de *reggae* em todos os tempos.

[127] Subgênero do *reggae*. Surgiu na Jamaica no final da década de 1960. Funcionava como uma forma de remix de uma música já lançada, no qual se retirava grande parte dos vocais e eram valorizados os trechos rítmicos formados por baixo e bateria no arranjo original.

[128] Também conhecida pelas iniciais PiL, sempre grafadas nas capas dos discos com a letra I minúscula.

[129] Nome genérico atribuído às bandas experimentais da Alemanha surgidas no fim da década de 1960 e na primeira metade dos anos 1970. Originalmente utilizado pela imprensa musical inglesa, este termo foi criado de modo pejorativo a partir da expressão popular "kraut". O significado, na língua germânica, origina-se do

disco entre julho e novembro e a Virgin, a mesma que bancara as ousadias sonoras dos Sex Pistols, colocou-o nas lojas britânicas no dia 8 de dezembro, tornando-o a obra inaugural deste novo *punk rock*, mais dançante, mais desacelerado, com propostas muito mais artísticas do que sociopolíticas, porém não menos contundente.

Berman (2013) definiu o álbum de estreia do Public Image Ltd, denominado *First issue*, em uma resenha publicada pelo *website* estadunidense Pitchfork[130]:

> Formado em 1978, poucos meses após a infame implosão dos Pistols em San Francisco, a Public Image Ltd não era tanto pós-*punk* quanto era metapunk. Embra ele detestasse a comparação, PiL inicialmente prestou para Lydon tal qual foi a Plastic Ono Band foi para outro famoso John L.[131]: um veículo através do qual ele poderia exorcizar e expulsar o albatroz de sua antiga banda. Não só o apelido do novo grupo foi um comentário pontual sobre as tentativas astutas de Malcolm McLaren de transformar os Pistols em fantoches punk rock (e a cumplicidade de Lydon no sacrifício), seu *single* de estreia, de mesmo nome que a banda esquadrinhava um amargo bilhete de despedida. Nele, jogava farpas como os versos: "Você nunca ouviu uma palavra que eu disse/ Você só me vê pelas roupas que uso". A canção Public image era essencialmente como uma How do you sleep"[132] que fazia você dançar. Musicalmente falando, Public image apresentou uma ponte lógica entre os velhos e novos empreendimentos de Lydon, mantendo o punk rock e os vocais agitados, mas com uma maior expansão sonora destacando as linhas de baixo bem graves e profundas de Jah Wobble a as esmerilhadas guitarras metálicas (materialisticamente falando) e insinuando o dub, o reggae as influências do krautrock que formariam as bases sonoras do PiL. (...) Claro que os Sex Pistols poderiam ser desagradáveis, mas a fundamental faixa Public image era impenitentemente brutal, o punk despojado de sua moda e do sensacionalismo provocante dos tabloides e reduzido à sua essência barulhenta e niilista. Onde os Pistols se engajavam em amplas críticas às instituições britânicas, os ataques de First issue à Igreja Católica eram mais

---

prato original desse país chamado chucrute ("saeurkraut" em alemão; "repolho azedo", em português). Por causa do sucesso de várias destas bandas, no entanto o termo ganhou mais tarde um significado positivo, transformando o "insulto" em reconhecimento geográfico.

[130] Fundado em 1995 e desde então um dos mais importantes veículos mundiais e *on line* voltados à cobertura jornalística do *rock'n'roll*.

[131] John Lennon formou, logo após o fim do Beatles, a banda Plastic Ono Band como um projeto para lançar sua carreira solo.

[132] Segundo John Lennon, seu ex-parceiro de Beatles Paul McCartney teria feito críticas pessoais a ele no álbum *Ram*, o segundo solo de Paul, lançado em maio de 1971. Então, como resposta, John compôs imediatamente a música *How Do You Sleep?*, lançada em setembro de 1971, em seu álbum solo chamado Imagine.

> como facadas à curta distância que torcem terrivelmente a lâmina. Por meio da spoken word[133] nas duas partes de Religion (uma música supostamente rejeitada pelos Pistols) e da implacavelmente angustiante Annalisa (baseada em uma história real de um exorcismo que deu tragicamente errado), a voz de Lydon é transformada de um mero instrumento de provocação à encenação do mais puro terror. Não surpreendentemente, a Warner Bros[134] considerou First issue muito pouco comercial nos EUA (BERMAN, 2013).

Após o lançamento do Public Image Ltd, outros grupos passaram a incorporar entre suas influências, letras de músicas e referências conceituais de obras e artistas de vanguarda. Mais do que um movimento, outrora algo minimamente planejado com algumas firmes diretrizes de insatisfação artística e insubordinação social como fora o *punk*, o subsequente pós-*punk* tornou-se um *zeitgeist* coletivo. O que tornou o pós-*punk* algo mais duradouro e de certa forma mais inovador artisticamente do que o *punk*.

O termo *zeigeist*, que, traduzido, pode significar "espírito da época", "espírito do tempo" ou "sinal dos tempos", reflete o conjunto do clima intelectual e cultural de um determinado período do tempo. Segundo Jung (2014), este termo "remonta ao filósofo Johann Herder, discípulo de Immanuel Kant e inspirador de Johann von Goethe, e tornou-se conhecido após o livro *Filosofia da História* (1837), de Georg Hegel". Seu conceito, na língua alemã, é menos abstrato, mais ligado à realidade concreta e assume quase as feições de um agente protagonista da História: "não apenas caracteriza e descreve, mas também determina e controla a conduta das sociedades humanas em um tempo e em um lugar específico" (BROZEK; MASSIMI, 2002). Naquele ano de 1978, entre os jovens músicos britânicos vindos do *punk rock* havia, portanto, a necessidade de sobreviver vivendo e respirando aquilo que mais amavam, o *rock'n'roll*, sem cair em impedimentos ou armadilhas de prender-se ao estabelecido pelo próprio *punk*.

---

[133] "Palavra falada", em tradução literal para o português. A récita é uma forma de arte literária e também de performance artística em que letras de músicas, poemas ou mesmo histórias são declamadas ao invés de cantadas. Pode ocorrer nos contextos da música, literatura e artes plásticas, mas sempre com foco na oralidade.

[134] Gravadora multinacional (de origem estadunidense mas que também passou a atuar em outros países) que entrou no mercado fonográfico após o *boom* mundial de vendagens de discos ocorrido na segunda metade dos anos 1960. A Warner representava os lançamentos do selo independente britânico Virgin no ano do lançamento original de *First issue*, em 1978.

Aos poucos, outras bandas surgiam no cenário independente, todas com dois elementos em comum: a urgência de se desvincular da agressividade sonora e verborrágica do *punk* mas sem perder o mesmo vigor e a necessidade de transpor o conhecimento adquirido nas boas escolas e, sobretudo, trazido das faculdades de arte. Em 1979, muitos outros nomes preenchiam as páginas nos semanários jornalísticos especializados em música e tinham seus primeiros discos (*singles* e álbuns) chegando às lojas. Aos poucos, os fãs de bandas *underground* se acostumavam a receber, através do formato do rock, informações sobre teatro, pintura, cinema, poesia e literatura de vanguarda. O Cure perseguia a literatura de alienação e brutalidade de Franz Kafka: sua primeira música lançada em disco, *Killing an arab*, é um trecho da história de seu livro *O estrangeiro*. Fall, XTC e Slits se inspiravam nos efeitos de desconstrução do Teatro do Absurdo[135] e da *nouvelle vague*[136] para entortar guitarras e nada simétricas em arranjos que se tornavam desenhos geométricos. Primitivismo[137] era palavra de ordem no Gang Of Four. O Cabaret Voltaire pegou para o seu batismo o nome do local, na Suíça, onde se reuniam os artistas dadaístas[138] e apostou nos ruídos e barulhos desconcertantes da música industrial feita com teclados e baterias eletrônicas. Faixas como *Hong Kong*

---

[135] Expressão cunhada pelo crítico húngaro radicado na Inglaterra Martin Esslin nos anos 1950 para denominar as peças posteriores à Segunda Guerra Mundial que tratavam da atmosfera de desolação, solidão e incomunicabilidade do homem por meio de traços estílisticos e temas que divergem da tradicional dramaturgia realista. Entre os principais dramaturgos desta corrente estão o irlandês Samuel Beckett, o romeno radicado na França Eugène Ionesco, o inglês Harold Pinter e o alemão Bertolt Brecht.

[136] Corrente artística do cinema francês inserido dentro do movimento de contestação (social, cultural, politica) dos anos 1960. Seus cineastas eram jovens nomes novos na área, sem grande apoio financeiro mas com vontade de transgredir as regras mais comuns do cinema comercial. Muitas vezes trabalhavam como críticos de uma revista chamada *Cahiers du Cinéma*. Jean-Luc Godard, François Truffaut, Claude Chabrol, Agnes Varda e Alain Resnais foram alguns dos mais relevantes diretores desta vertente.

[137] Produção artística que procura permanecer, de algum modo, isolada e independente da cultura vigente (WILSON; LACK, 2008, p. 171). Difundida como uma tendência de vanguarda durante a arte moderna do início do século XX, buscava referências e inspirações em coleções etnográficas de museus para servir de contraponto a tudo o que estava sendo valorizado como arte e dominado pelo gosto convencional, como a arte acadêmica.

[138] O dadaísmo ou movimento dada teve início em Zurique (Suíça), em 1916, quando escritores, poetas e artistas plásticos construíam novas obras artísticas utilizando de forma crítica a falta de sentido que pode ter a linguagem. O objetivo era contrariar os padrões da arte estabelecida na época como uma reação provocativa aos horrores da Primeira Guerra Mundial. O nome da corrente foi escolhido de modo aleatório, abrindo-se um dicionário e colocando a ponta de um estilete sobre ela. A criação do surrealismo deriva do dadaísmo (WILSON; LACK, 2008, p. 60).

Garden e *Christine*, de Siouxsie & The Banshees, trazem letras surrealistas[139]. O Wire apostou na combinação do minimalismo[140] com estruturas musicais não ortodoxas, como, por exemplo, a duração muito curta de várias faixas de seus primeiros álbuns. Ternos coloridos, babados, cabelos compridos e muita maquiagem eram a equação que fazia o Duran Duran reviver o dandismo[141]. Apostando nos sintetizadores, o cantor Gary Numan e bandas como Joy Division, New Order, Eurythmics, Depeche Mode, Soft Cell, Ultravox e Human League flertavam também com a repetição mântrica do *krautrock*. O Birthday Party dava um ar soturno a gêneros musicais estadunidenses das primeiras décadas do Século XX, como o *jazz* e o *blues*, mais o *rockabilly* dos anos 1950. Já o A Certain Ratio optava por mesclar elementos da música negra mais recente, como o *funk*[142], a *disco*[143] e o *dub*. Os versos dos Smiths atualizavam para o Século XX a aura dos poetas britânicos Oscar Wilde, John Keats, W.B. Yeats e George Elliot. O futurismo[144] inspirou o batismo do grupo Art of Noise e sua gravadora ZTT. As capas dos discos de outro selo, Factory, reproduziam as aspirações do neomodernismo[145] de combinar música e palavras,

---

[139] Movimento de artes, teatro, cinema e literatura surgido em Paris em 1924. Traz forte influência do nonsense do dadaísmo e da psicanálise de Sigmund Freud, enfatizando o papel do inconsciente na atividade da criação. Opôe-se ao racionalismo. André Breton (poeta), Antonin Artaud (dramaturgo), Luis Buñuel (cinema), René Magritte e Salvador Dali (pintores) são alguns dos principais expoentes (WILSON; LACK, 2008, p. 207).

[140] Corrente artística das artes plásticas utilizada também na música e que só usa elementos mínimos e básicos nos elementos referentes a cada expressão artística. Foi desenvolvida a partir do abstracionismo, durante a segunda metade dos anos 1960, nos Estados Unidos (WILSON; LACK, 200, p. 128).

[141] Chamava-se de dândi a pessoa de bom gosto cultural e apurado senso estético, mas que não necessariamente pertencia à nobreza europeia do Século XIX. Era um pensador que dava valor à beleza dos pormenores ocupava seu tempo com atividades lúdicas e ociosas.

[142] Gênero musical que surgiu nos Estados Unidos no começo dos anos 1960 quando músicos negros misturaram elementos de *soul*, *jazz* e *rhythm'n'blues*. É marcado pela falta de ênfase na melodia e na harmonia para que se sobressaia a parte rítmica marcada por baixo e bateria. James Brown foi um dos maiores nomes desta vertente.

[143] Gênero de música dançante também chamado de *discothéque* ou *disco music*. Teve seu ápice comercial na segunda metade dos anos 1970. Suas raízes estão nos clubes noturnos de dança frequentados por *gays*, negros, mulheres e latino-americanos em cidades estadunidenses como Filadélfia e Nova York.

[144] Corrente social e artística surgido na Itália em 1909. Defendia o fim do moralismo, negando o passado e ovacionando a "beleza" da revolução tecnológica e industrial (WILSON; LACK, 200, p. 85).

[145] Movimento que defende a igualdade de direitos essenciais entre os seres humanos, uma solução de compromisso entre a contemporaneidade e a herança histórico-cultural da sociedade. Na linguagem, refuta o relativismo de valores e é adversário do desconstrutivismo.

além de carregar as imagens de referências a escolas como o construtivismo[146] russo, a De Stijl[147] flamenga e a Bauhaus[148] germânica. Por sua vez, a banda chamada Bauhaus revivia, no visual, letras e clipes. O expressionismo[149] alemão e os filmes de terror da companhia inglesa Hammer[150]. O cubismo se fazia presente nos desenhos das capas dos discos solo de Brian Eno. Bandas do selo Two-Tone, como Specials, Selecter e Madness, incorporavam os dançantes ritmos jamaicanos dos anos 1960 (*ska*, *reggae*, *rocksteady*) com a estética da moda masculina dos anos 1940 e 1950. O Clash continuou sua carreira afastando-se do *punk rock* cru e básico dos primeiros discos: desacelerou as batidas e passou a flertar com o nascente *hip hop* nova-iorquino, chegando a usar instrumentos como sintetizadores e baterias eletrônicas.

A todos estes artistas britânicos somaram-se bandas vindas dos Estados Unidos que se identificavam com a vasta gama de influências de outras artes assimiladas pelo pós-*punk* britânico. O Pere Ubu emprestou seu nome do

---

[146] Corrente estética e politica iniciado em meados dos anos 1910 como parte do contexto dos movimentos russos das artes de vanguarda, com forte influência na arquitetura e na arte ocidental. Negava a "arte pura" e abolia a ideia de que a arte se separa do mundo cotidiano como um elemento especial da criação humana (WILSON; LACK, 200, p. 54).

[147] Também conhecido como neoplasticismo, foi um movimento de pintores, *designers* e arquitetos holandeses que defendiam formas abstratas, o ascetismo da forma de representação na arte e na arquitetura e o purismo limitado pela funcionalidade. Guarda semelhança com a Bauhaus alemã. Piet Mondrian é um dos seus fundadores (WILSON; LACK, 200, p. 203).

[148] Escola de vanguarda de *design*, artes plásticas e arquitetura. Foi fundada na Alemanha em 1919 e fechada pelo governo nazista em 1933. É uma das maiores expressões do modernismo no *design* e na arquitetura (WILSON; LACK, 200, p. 36).

[149] Corrente alemã do início do Século XX que atingiu várias expressões artísticas como arquitetura, artes plásticas, literatura, dança, música, fotografia, teatro e cinema. Propunha uma arte pessoal e intuitiva, onde predominasse a visão interior do artista (a "expressão) em oposição à observação da realidade (a "impressão"). Caracterizava-se por deformar a realidade para expressar subjetivamente a natureza. Entre os nomes mais conhecidos desta corrente estão Brueghel e Giya (pintores), Strindberg (escritor e dramaturgo), Schönberg (compostor e criador do dodecafonismo) e Fritz Lang (cineasta) (WILSON; LACK, 200, p. 73).

[150] Companhia cinematográfica fundada em Londres em 1934. Tornou-se famosa por uma série de longas-metragens de terror em preto e branco, entre 1955 e 1979, que imortalizaram figuras monstruosas como Drácula, Múmia e Frankenstein. Depois de interromper as atividades nos anos 1980, retomou-as em 2007.

protagonista da peça *Ubu Rei*[151]. O B-52's juntou a moda feminina dos anos 1960 com versos que faziam reverência a escritores de ficção científica[152] e do movimento *beat*[153]. O pioneiro da arte contemporânea Marcel Duchamp e as tendências radicais do grupo Fluxus[154] construíram as diretrizes da sonoridade da *no wave* de Nova York, da qual participavam Glenn Branca, Lydia Lunch, James Chance, Sonic Youth, Swans, D.N.A. e a dupla Suicide. O Cramps seguia pelo mesmo caminho do Bauhaus, misturando o visual gótico[155] e letras com temas inspirados nos filmes de terror baratos e antigos. O Talking Heads se aproximava do cinema de vanguarda dos EUA dos anos 1960 e 1970[156] em seus videoclipes, além de transformar poemas do dadaísta Hugo Ball em pequenos manifestos musicais com batida tribal.

---

[151] Predecessor do Teatro do Absurdo, o poeta, romancista e dramaturgo Alfred Jarry tornou-se conhecido por Ubu Rei, sua principal obra, na qual inventava a patafísica ("a ciência das soluções imaginárias"), que, utilizando a comicidade, propõe a desconstrução de realidade e a reconstrução de tudo dentro do absurdo.

[152] Também conhecido pela sigla em inglês *sci-fi*, este é um gênero da ficção que lida com conceitos ficcionais e imaginativos relacionados a viagens no tempo e no espaço, ciência e tecnologia. HG Wells, Mary Shelley, Robert Louis Stevenson, JG Ballard e Phillip K Dick são autores consagrados deste gênero. Entre as obras mais conhecidas estão as franquias de TV e cinema *Star trek*, *Star wars* e *Doctor Who*, mais filmes como *Blade runner*, *Solaris* e *2001: uma odisseia no espaço*.

[153] A Geração Beat era formada por jovens poetas, escritores, boêmios e pensadores estadunidenses que, influenciados pela cultura e política de seu país no Pós-Guerra, levavam vida nômade e fundavam comunidades. Também promoveram uma efervescência literária que deu origem, nos anos 1960, à contracultura e ao movimento *hippie*. William Burroughs, Jack Kerouac e Allen Ginsberg são três dos principais nomes *beat*.

[154] Corrente artística de cunho libertário, bastante ativo nos grandes centros urbanos entre as décadas de 1960 e 1970, caracterizado pela mistura de diferentes artes, como pintura, literatura, performance e música. Os artistas se declaravam contra o tratamento de mercadoria dado ao objeto de arte e transformavam-no em antiarte. Criaram o conceito dos *happenings* e possuíam estilo e teoria comparados à *pop art* e ao dadaismo. Marcel Duchamp, Joseph Beuys, Emmett Williams, Yoko Ono e John Cage eram alguns dos nomes que integravam o movimento (WILSON; LACK, 200, p. 80-81).

[155] A arte gótica designa uma fase da história da Europa ocidental que vai do século XII ao início do séulo XV, período que compreende o fim do estilo românico e o início do Renascimento. Compreendia a arquitetura, a pintura e a escultura. O nome faz referência ao povo godo e foi utilizado inicialmente para menosprezar a arte, chamada de "monstruosa e bárbara". No Reino Unido da Era Vitoriana, na virada do Século XIX, uma nova leitura do gótico surgiu na literatura, na arquitetura e na pintura, como um ponto de tensão frente às incertezas trazidas pela Revolução Industrial e a interferência da tecnologia na vida das pessoas. Na segunda metade do Século XX, a moda passou a explorar o clima soturno em peças, texturas e cores.

[156] Primeira geração de diretores e roteiristas que, antes de se profissionalizarem, estudaram cinema na faculdade. Entre os nomes revelados pela safra estão Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, Robert Altman, George Lucas e Steven Spielberg.

Por fim, o Devo chegou a criar uma espécie de metapós-*punk*, elaborando todo um conceito filosófico de vanguarda para nortear o seu discurso em som e imagem: a de-evolução[157]. Ainda coube o rótulo de pós-*punk* a outros artistas da mesma geração, mesmo eles não apresentando propostas de mistura com elementos estéticos vanguardistas e tendo o seu som mais próximo de elementos mais usais e tradicionais do *rock'n'roll* e da música pop. Entre estes podem ser citados U2, R.E.M., Elvis Costello, Police, Pretenders, Cars, Culture Club, Adam & The Ants, Jam, Ian Dury, Tears For Fears e Echo & The Bunnymen.

Quase toda essa ousadia partiu de gravações lançadas por selos independentes, de pequeno ou médio porte, inicialmente sem vínculos com corporações mundiais do mercado fonográfico. Entretanto, ao passo que os artistas obtinham grande exposição da mídia e vendiam cada vez mais seus discos, as grandes gravadoras procuravam estas iniciativas independentes para acertos contratuais. A inauguração da Music Television (MTV), nos EUA, no primeiro dia de agosto de 1981, e sua consequente política de abertura de filiais em outros países e continentes nos anos posteriores contribuíram para alavancar o sucesso comercial destes artistas, a maior parte vinda de terras britânicas, que já se propunham a misturar som e imagem, "antes mesmo da popularização do formato do videoclipe" (VINIL, 2008, p. 139).

> Se as bandas da MTV vieram para avivar as paradas de sucesso, seus vídeos vieram para mudar radicalmente todas as formas de artes visuais massivas, dos filmes à televisão passando pela propaganda. O visual MTV e todo o conceito em que ele se moldou era marcado por nostálgicas cores pasteis (que ofereciam uma bem-humorada, satírica e idealizada visão da cultura adolescente inicial lá dos anos 1950), frenéticos e relampejantes cortes na edição de imagem mais longas sequências de montagem e enredos brutalmente fraturados. Um estado frequente de sonho se mantinha, com a proposta de uma verdade maior através de espumantes abstrações. Era o mundo da internalização e da eterna estimulação. Era a nova droga (FARBER, 1992, p. 642).

[157] Formado por estudantes de artes e comunicação, o Devo cirou sua própria arte de vanguarda: a de-evolução. Basicamente consistia no fato de declarar que o ser humano estaria regredindo em seu comportamento, "andando de trás para a frente". As letras das músicas tinham base na literatura *pulp* dos anos 1920. O figurino dos músicos misturava o futurista com o retrô e a performance de palco e videoclipes lembrava movimentos robóticos tão acelerados quanto fragmentados.

A imprensa britânica adotou o termo pós-*punk* para abrigar todos os artistas daquela época. Entretanto a indústria norte-americana, sempre pensando em objetivos comerciais, adotou um nome com mais possibilidade de ser aceito pelo mercado fonográfico. Surgia, então, a *new wave*, termo que, na língua inglesa, "remonta à *nouvelle vague*, o cinema francês de vanguarda do final dos anos 1950 que marcava uma ruptura radical com as convenções dominantes" (SHUKER, 1998), A adoção do termo *new wave*, entretanto, sempre foi questionada por muitos pesquisadores do *rock'n'roll* pelo fato de que a expressão "nova onda" também pode se referir a qualquer elemento extramusical.

A mesma indústria cultural que apropriou-se do pós-*punk* para projetar o seu sucesso comercial e "mudar" o seu nome também foi a responsável pelo fim do movimento em si como um grande ímpeto artístico. Até o biênio 1983/1984 eram estes "pequenos" nomes predominavam diariamente na programação da Music Television. Isto acabava servindo de pauta das programações de emissoras de rádio FM voltadas à música pop e propulsionava as vendagens dos discos. Porém, os artistas de Estados Unidos e Canadá acabaram aprendendo com o consumo da mesma MTV a trabalhar com perfeição o casamento entre som e imagem na construção do imaginário de um ídolo na cabeça dos fãs. O que, no caso da MTV, com a sucessão gradual de clipes de um mesmo artista, tornou-se um grande trunfo neste modelo comercial de difusão musical. Afinal, segundo Maffesoli (2001),

> [...] em geral, opõe-se o imaginário ao real, ao verdadeiro. O imaginário seria uma ficção, algo sem consistência ou realidade, algo diferente da realidade econômica, política ou social, que seria, digamos, palpável, tangível [...] O imaginário tem, além disso, algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transfiguração. A cultura pode ser identificada de forma precisa seja por meio das grandes obras da cultura, no sentido restrito do termo, teatro, literatura, música, ou, no sentido amplo, antropológico, os fatos da vida cotidiana as formas de organização de uma sociedade, os costumes, as maneiras de vestir-se, de produzir etc. O imaginário permanece uma dimensão ambiental, uma matriz, uma atmosfera, aquilo que Walter Benjamin[158] chama de aura. O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantem ambígua perceptível, mas não quantificável. Na aura de obra – estátua, pintura – há a materialidade da obras (a cultura) e, em algumas obras, algo que as envolve, a aura. Não vemos a aura, mas podemos senti-la, O imaginário, para mim, é essa aura, e da ordem da aura: uma

[158] Filósofo, sociólogo e ensaísta alemão associado à Escola de Frankfurt e à Teoria Crítica. Uma de suas obras mais conhecidas é A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica (1936).

> atmosfera. Algo que envolve e ultrapassa a obra. Esta é a ideia fundamental de Durand[159]: nada se pode compreender da cultura caso não se aceite que existe uma espécie de "algo mais", uma ultrapassagem, uma superação da cultura. Esse algo mais é o que se tenta captar por meio da noção de imaginário.

Sendo *new wave* ou *pós-punk,* não importando o termo utilizado, com os vídeos exibidos pela MTV, os artistas deste período trouxeram de revolucionário e irreversível para o mercado da música foi a construção da carreira de um artista não mais apenas em torno da indentidade sonora, mas sim – e sobretudo – através da imagem. Tanto a imagem em movimento, com toda a sua sensualidade instantânea, como a imagem que representa uma representação mental não gratuita, determinada por elementos de *schème*[160] e arquetipais (COELHO, 2012).

Foi a construção do imaginário destes novos ídolos no pop para a juventude da década de 1980 que atraiu as grandes gravadores do mercado fonográfico mundial. Estas grandes corporações, com o apoio incessante de seus enormes departamentos de *marketing*, que passaram a trabalhar incansavelmente para vender seus produtos a partir do final dos anos 1970 (A HISTÓRIA DO ROCK'N'ROLL, 1995) dado ao crescimento volumoso nas vendas desde meados da década anterior. O objetivo era emplacar uma nova geração voltada às execuções radiofônicas massivas através da criação de um mundo novo de ídolos nativos fabricados pela linguagem do audiovisual. Então, "os invasores britânicos se retraíram e a MTV mergulhou na realidade do novo pop com artistas como Cyndi Lauper, Prince, Madonna, Michael Jackson e Bruce Springsteen" (REYNOLDS 2003, p. 536), todos devidamente produzidos pelo mercado fonográfico "caseiro".

Logo após a virada deste século, no eixo Estados Unidos-Reino Unido surgiram muitas bandas com forte influência do pós-punk produzido até os primeiros anos da MTV. Nomes como Strokes, Interpol, Black Rebel Motorcycle Club, Yeah Yeah Yeahs, White Stripes, Killers, Franz Ferdinand, Libertines, Kasabian, Keane, Kaiser Chiefs e Arcade Fire surgiram com destaque na mídia musical internacional e

---

[159] Filósofo, sociólogo e antropólogo francês conhecido por seus trabalhos a respeito de imaginário e mitologia. Durand é discípulo de Gaston Bachelard e mestre de Michel Maffesoli.

[160] "Planejamento" ou "esquema", traduzindo livremente a expressão para o português. A expressão significa uma representação gráfica reduzida ao essencial e muitas vezes simbólica, mas onde todas as informações são dadas de forma precisa.

começaram a chamar a atenção também de novos músicos e fãs brasileiros, como os dois primos que fundaram o Charme Chulo e começaram a dar os primeiros passos com a banda em 2003.

5. ESTUDOS DE CASO

5.1 VOCÊ SABE MUITO BEM ONDE EU ESTOU (2003 – 2006)

Foto 2. O EP Você sabe muito bem onde eu estou
(Fonte. Charme Chulo, 2004)

No jargão da indústria do disco, a sigla EP é usada para a expressão "*extended play*", que designa um produto que é um pouco maior do que o *single*. No vinil de sete polegadas cabem até duas músicas de cada lado e, por isso, no Brasil se utilizavam os termos "compacto" ou "compacto duplo". Quando havia a necessidade de inclusão de mais faixas ou um tempo maior, o diâmetro do disco mudava de sete para doze polegadas (o tamanho do *long play*). Com o advento do formato *compact disc* (CD) a partir dos anos 1980, a indústria fonográfica estabeleceu a convenção de que um EP poderia conter entre quatro e sete faixas. Se antes o *single* já era o veículo ideal para lançar novos nomes no mercado, o *extended play*, na época do *compact disc*, abriu mais possibilidades para começar uma trajetória fonográfica, que poderia mostrar mais músicas gastando a metade de tempo e dinheiro do que seria na gravação de um álbum. Por esta questão

econômica, lançar um EP antes de um álbum (o antigo LP no formato do vinil) transformou-se na melhor opção para um artista independente brasileiro, desvinculado de contratos com gravadoras e que banca as próprias despesas.

No inverno de 2004, Igor Filus e Leandro Delmonico deram o passo fonográfico inicial com o Charme Chulo. Com apenas mais um baixista na formação oficial da banda, Celso Andrei, a dupla gravou em um estúdio de Curitiba as seis faixas do primeiro disco. O EP ganhou o título de *Você sabe muito bem onde eu estou* e apresenta as músicas *Piada cruel*; *Polaca Azeda*; *Você não precisa dessa música*; *Ai de você, José!*; *A beleza e a dor dessa alma*; e *O que é que foi, piá?*.

Como é comum em um trabalho de estreia, o artista iniciante está buscando a sua condição de "cidadão" no mundo da música, o que ainda é uma realidade em construção. "O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático" (HALL, 2014, p. 11). Esta citação de Stuart Hall funciona como alusão à fragmentação das identidades frente ao sinal de colapso como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O que ocorria no mundo da música neste mesmo período de lançamento do EP do Chame Chulo.

O sentimento de serem dois jovens caipiras perdidos na cidade grande já dá o tom na capa do disco, composta por uma fotografia datada de 1938, tirada em uma madeireira situada na cidade catarinense de Perdizes, hoje rebatizada Videira. Segundo o vocalista, a ideia principal foi mostrar como era a vida dos imigrantes europeus logo após a chegada ao interior da Região Sul do país.

> Pegamos uma foto antiga de família. Foi tirada na madeireira da qual meu bisavô era sócio. Minha avó, que também é avó do Leandro, é uma das crianças que aparecem sentadas ali na frente. A fotografia foi tirada durante um dia de confraternização entre patrões e empregados, em um fim de semana. Aliás, a postura séria e solene das pessoas na foto é bastante emblemática (FILUS, 2018b).

As raízes divididas entre capital e interior se fazem presentes não apenas na foto da capa como também no título do disco e em versos e nomes de algumas das faixas gravadas. A frase "Você sabe muito bem onde eu estou", exatamente por seu último verbo, já é um indicativo de transitoriedade, tal qual a experiência de vida de ambos os músicos. A regionalização também é marcante na derradeira das seis

faixas do disco. No título e ainda no decorrer da letra de *O que é que foi, piá?* aparece uma das gírias paranaenses mais utilizadas no dia a dia: a forma como se chama alguém que é uma criança do sexo masculino ou se comporta como um menino.

Outra típica expressão paranaense batiza outra das faixas, *Polaca azeda*. Segundo Iarochinski (2011), o termo "polaco", já bastante arraigado na cultura popular do Paraná, vem de um chamamento pejorativo para denominar quem pertencia às famílias de origem polonesa de baixa renda que, fugindo da guerra em seu país, vieram para colonizar o interior. Com o passar do tempo e com a industrialização e o desenvolvimento do país, aqueles que mudaram para Curitiba e podiam ter mais acesso a trabalho e estudos, tentaram fugir do estigma da discriminação inventando o termo "polonês" (que não existe na terra natal destes imigrantes) para se distinguir do original "polaco".

Piada cruel tem a veia da literatura curitibana em sua letra, cujos versos contam uma história de picardias sexuais inspirada nos contos do mais famoso escritor da cidade, Dalton Trevisan, com intercalação de vozes literárias (narrador e personagens) e diálogos escritos com aspas no encarte. Estes foram os primeiros versos compostos por Leandro para o repertório da banda.

Várias coisas me atormentam
Quando tento entender
Os dilemas dessa vida

"Bate na porta
Anda depressa
Que o velho não pode descobrir
O que você guardou pra mim
O que você guardou pra mim"

"Suspira baixinho
Me mata meu amor
Nessa cama eu te amo
Com o meu pequenino coração"

Essa estória é muito velha
Eu acho que nunca vai mudar
Você sabe muito bem onde eu estou
Me escute o que lhe falo por favor

"Não reclame meu filho, poderia ser pior

Não reclame meu filho, poderia ser pior!”

“Suspira baixinho
Me mata meu amor
Nessa cama eu te amo
Com o meu pequenino coração”

Essa estória é muito velha
Eu acho que nunca vai mudar
Você sabe muito bem onde eu estou
Me escute o que lhe falo por favor
Você sabe muito bem onde eu estou
Me escute o que lhe falo por favor (CHARME CHULO, 2004).

A relação estabelecida pela letra de *Piada Cruel* com a literatura de Dalton Trevisan está tanto na intenção de realizar um pequeno inventário da cidade – no caso, Curitiba – quanto ao fato de recorrer a personagens degradados, não aceitos pela sociedade por motivos morais e religiosos e que, por isso mesmo, dividem o simbolismo desta mesma cidade entre o sagrado e o profano. Enfim, a “Curitiba menor, escrita em letras minúsculas, que é a dos ‘bailes femiliares de várzeas’, do ‘Gigi, que é o maior pidão e nada não ganha’, ‘das carrocinhas das polacas de lenço colorido na cabeça’, da ‘sociedade secreta das Tulipas Negras’, ‘das normalistas de gravatinhas’ e ‘das meninas de subúrbio pálidas, pálidas que envelhecem de pé nos balcões’” (NICOLATO, p. 10-15, 79-94).

Entretanto, não é apenas a vertente nacional da literatura que transparece como inspiração para o versos de faixas deste disco. Obras internacionais também são influências assumidas da letra de *A beleza e a dor de sua alma*. Entre as referências da canção, Filus (2018), o autor de seus versos, cita Fyodor Dostoevsky (*Notas do Subsolo*, 1864), Oscar Wilde (*De profundis*, 1905), Thomas Mann (*A montanha mágica*, 1924) e Hermann Hesse (*O lobo da estepe*, 1927).

Na estética musical, o EP está bem mais próximo das influências iniciais de Igor e Leandro no mundo do rock. Pode se identificar a sombra dos Smiths na guitarra de *Piada cruel*, no cruzamento da batida *country* com a levada *rockablily* da viola em *Polaca azeda*, nas letras de *Ai de você, José!* (defesa do vegetarianismo) e *A beleza e a dor de sua alma* (existencialismo romântico). Este fato, para Filus (2018), deve-se à relativamente grande diferença de idade entre os dois no período

compreendido entre a criação do Charme Chulo e a concepção das primeiras músicas (2003) à gravação e lançamento deste disco (2004).

> Eu tinha entre 23 e 24 anos, já havia concluído o curso de arquitetura e urbanismo na universidade, ao passo que Leandro, então com 19 e 20, ainda estava dando os primeiros passos no curso de jornalismo e tinha menos experiência de vida para absorver influências e demonstrar segurança como compositor (Id., ibid.).

Pode-se ainda dizer que as temáticas do EP se adequam à condição do caipira que não permanece mais no campo:

> Entre os que emigram, o ajeitamento à situação urbana, dadas certas condições econômicas mínimas, *[a aceitação]* é quase sempre mais fácil do que poderia parecer e se deve ao fato de, mesmo no ritmo atual de incorporação rápida, o afastamento cultural entre os agrupamentos rurais ou centros urbanos ser menos abrupto do que supomos. Com efeito, há uma série de gradações que se interpõem entre os respectivos extremos, dando lugar a uma continuidade, ao longo do qual encontramos estágios progressos de civilização. Estes ligamentos sempre permitiram a incorporação lenta, mas perceptível, de traços urbanos às culturas rústicas, que os vão progressivamente (ou regressivamente) redefinindo ao longo da gradação. Como assinalam os estudiosos para o caso da música, da poesia e dos contos, muito do que reputamos específico das culturas rústicas é, na verdade, fruto duma lenta incorporação de padrões eruditos. Processo que se poderia com justeza chamar de degradação cultural, se fosse possível dar à expressão o sentido etimológico, despindo-a de qualquer significado pejorativo (CANDIDO, 1964, 2001, p. 274).

Na mídia cultural independente, a recepção inicial do Charme Chulo foi de maravilhamento dos autores dos textos frente às propostas criativas do primeiro trabalho fonográfico. Sem deixar de citar o estranhamento inicial pelo cruzamento de duas culturas sociomusicais aparentemente distintas e não concomitantes no tempo e no espaço, a coluna *Zap'n'Roll*, então sediada no *website* da revista *Dynamite* e um dos primeiros veículos a voltar a atenção às atividades do grupo de Curitiba, destacava a verve romântica da letra da canção *Polaca azeda*:

> O que o Charme Chulo tem a oferecer de tão especial, afinal? Pense num mix alucinado, poético e envolvente de violões folk, violas verdadeiramente caipiras, melodias que remetem por vezes a Smiths (!) e Legião Urbana e letras de cunho romântico e regionalista. O som da banda é mais ou menos por aí. Quem ouvir o disco poderá estranhar, à primeira audição, a inflexão um tanto "interiorana" de Igor. Mas até ela se justifica, por passar uma doce inocência e desalento ao cantar versos como "Sou pequeno, você é maior/Você me humilha, você me humilha/E quanto mais eu morro, você mata/Nem se importa se somos amigos/Mas lhe respeito e lhe trato com tanto carinho/E o que recebo?/O que vale mais?". São frases da singela "Polaca azeda", a melhor canção de um CD que já ganhou o coração de Zap'n'Roll. De resto, o visual de Igor remete mesmo àqueles poetas do pop que desfilavam por Manchester nos anos 80/90. Camisa branca de mangas compridas arregaçadas, calça social, cabelos com topete em desalinho. Um poeta romântico, desiludido e caipira para os dias atuais, cantando suaves e tristonhas canções pop em uma banda indie do Paraná. Precisa mais? (FINATTI, 2004),

O *Scream & Yell* associava o Charme Chulo à boa safra de bandas independentes surgidas em Curitiba no inicio da década e também salientava a força musical do EP:

> O quarteto Charme Chulo é outra banda a se juntar ao grupo das grandes bandas curitibanas safra anos 2000. Porém, enquanto Terminal Guadalupe, Poléxia e OAEOZ [...] reciclam suas influências de forma totalmente pessoal para criar algo novo e instigante, o Charme Chulo aposta em uma mistura inusitada do pop com o regional para brilhar em uma cena tão concorrida. Canhestramente falando, seria como se os Smiths tivessem sido formados no interior paranaense e Johnny Marr tivesse se apaixonado por uma viola caipira. Claro, não é só isso, mas já é um começo. Lançado em 2004 de forma independente, o EP *Você Sabe Muito Bem Onde Eu Estou* é o tipo de debute que conquista pela transparência da banda. O vocalista e letrista Igor desafina em alguns momentos e escreve boas letras que não rimam. Os riffs de Leandro se apoiam no folk e não sentem vergonha de pagar tributo ao Smiths da estréia enquanto bateria e baixo dão corpo a alma do grupo que flutua pela atmosfera, e é resgatada por uma produção extremamente bem cuidada. O resultado de toda essa mistura é um álbum deliciosamente irrepreensível, em que a inspiração supera a técnica, tornando este EP um daqueles registros únicos, que flagra uma banda iniciante fervendo de inteligência e tesão musical nos mesmos moldes de bandas britânicas que são descobertas ainda quando tem apenas um " (COSTA, 2005).

Em *O Bloco*, a justificativa era a de que a diferença feita pelo Charme Chulo estava no prazer em se divertir fazendo música para divertir os outros:

> Na grande e absurda safra de bandas independentes no Brasil, o Charme Chulo tem seu lugar garantido entre as que fazem a diferença. Não fazem música pra dançar. Não fazem música pra cantar. Será que fazem música para se divertir? Se for isso, ponto pra eles. A música encanta. E encantados, qualquer um de nós é *[sic]* capaz de se levantar do sofá e dançar, abrir a boca e cantar, enfim se divertir *[sic]* (BENTO, 2015).

A capacidade de se transformar na primeira banda paranaense a ter um hit nacional era destacada em dois textos publicados no *Bacana* (posteriormente rebatizado *Mondo Bacana*), entre 2004 e 2005:

> O Charme Chulo tem a rara habilidade de misturar rock e regionalismo sem virar macumba musical. Está longe de ser uma banda engraçadinha – aliás, o EP cresce após sucessivas audições [...]. Estão longe de ser apenas "bichos do Paraná" (SMITH; LIMA, 2004).

> Curitiba sempre primou por gerar bandas de qualidade nas mais variadas vertentes do rock alternativo. Entretanto, faltava uma formação que falasse de amor e sentimentos e tocasse lá no fundo, capaz de criar um séquito de fãs tão fiéis quanto desesperadamente apaixonados. Isso não só em Curitiba, mas em várias outras cidades brasileiras. [...] Logo estará sendo rodado o primeiro clipe da banda, do *hit* “Piada Cruel”. O álbum de estréia, aguardadíssimo depois da ótima recepção do EP *Você Sabe Muito Bem Onde Eu Estou*, será gravado no segundo semestre. [...] Com pouco mais de um ano de trajetória, o grupo conquistou críticos e muitos fãs em Curitiba. Faz shows periódicos na cidade e já partiu para tocar em algumas das cidades das regiões Sul e Sudeste. Podem aparecer como presença em alguns dos mais importantes festivais nacionais (LIMA; SMITH, 2005).

O *Drop Music* já vislumbrava uma longa carreira, condicionando-a ao poder de fogo que as gravadoras ainda detinham na pavimentação de um artista iniciante.

> A banda paranaense é a que chega mais perto de conseguir a fusão perfeita da batida dita caipira [...], com letras inteligentes e que em nenhum

> momento apelam para a tiração de sarro de quem vive na roça, seja seu cotidiano ou seu sotaque, e, ao contrário, falam do próprio dia-a-dia. Mais ainda, eles usam a viola com a devida reverência (ANTONELLI, 2005).

Já o *Urbanaque* foi taxativo no veredito final:

> Se todas as bandas começassem [...] como o Charme Chulo, a música nacional [...] poderia estar vivendo uma outra história (CARVALHO, 2005).

O EP já traçava a personalidade do Charme Chulo para o trabalho que viria na sequência. E a mídia alternativa já havia percebido e destacado isso, enquanto os veículos mainstream ainda ignoravam a banda.

5.2 CHARME CHULO (2006 – 2008)

Foto3. O álbum Charme Chulo
(Fonte:Charme Chulo, 2007)

A consolidação da Web 2.0 contribuiu para a divulgação do EP de estreia pela internet, feita pelos próprios músicos a partir de redes sociais mais populares na época no Brasil (Orkut, Twitter) e plataformas de *streaming* para música (MySpace), ajudou a espalhar o nome do Charme Chulo por todo o país. Já com a formação fechada com um baterista fixo (Rony Jimenez, vindo de uma banda da cena *punk* de Curitiba) e um novo baixista (Peterson Rosário, que também contribuía acrescentando *backing vocals*[161] às vozes de Igor e Leandro), o quarteto trocou muitos contatos com fãs ligados à cultura da música independente brasileira, muitos deles também cantores e instrumentistas, produtores de shows e programas de rádio e ainda criadores de novos fanzines digitais sobre o *rock'n'roll*, agora chamados *blogs*, criados por pessoas ligadas à área ou muitas vezes por mero diletantismo.

Assim, nesta última categoria, formava-se uma nova rede de criadores de conteúdo em texto, áudio e vídeo, que, aos poucos, passariam a multiplicar seguidores e ser chamados de influenciadores digitais. Estes novos criadores de conteúdo já chamavam a atenção pela expressividade dos números em pouco tempo de ação. Tapscott (2010, p. 60) escreveu sobre tal cenário nos Estados Unidos:

> Quando buscam informação ou entretenimento, eles esperam que aquilo se transforme numa conversa. Cerca de 80% dos integrantes da Geração Internet com menos de 28 anos visitam regularmente blogs, a maneira mais popular de criar e compartilhar conteúdo. Esses conjuntos de pensamentos, opiniões e interesses pessoais – ou até mesmo trabalhos artísticos, fotos, histórias e vídeos – representam a autoexpressão sem filtros. Cerca de 40% dos adolescentes e jovens adultos[162] têm seus próprios blogs, segundo o Pew Reserach Center[163]. Eles também estão gerando mais conteúdo.

[161] Vocais de apoio ou coro de fundo que um integrante de uma banda (ou apenas um convidado) faz em parceria com o vocalista principal.

[162] No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece que o adolescente se situa na faixa etária entre 12 anos completos e 18 incompletos. Já o termo jovem costuma ser utilizado para designar a pessoa entre os 15 e 29 anos, seguindo a tendência internacional. Assim, podem ser considerados jovens os adolescentes jovens (entre 15 e 17 anos), os jovens-jovens (ou pós-adolescentes, entre 18 e 24 anos) e os jovens adultos (entre os 25 e os 29 anos)" (AGÊNCIA NACIONAL DOS DIREITOS DA INFÂNCIA, 2018).

[163] *Think tank* localizado na cidade de Washington DC que mede, avalia e fornece informações sobre questões e tendências que moldam o comportamento social, político e econômico dos Estados Unidos.

> Aproximadamente 64% dos jovens da Geração Internet participaram de alguma forma de criação de conteúdo em 2007, em comparação com 57% em 2006. Isso corresponde à metade de todos os adolescentes entre 12 e 17 anos de idade, ou cerca de 12 milhões de jovens só nos Estados Unidos, e é provável que esse número cresça a cada ano (TAPSCOTT, 2010, p. 60).

A atividade intensa do Charme Chulo nesses primeiros anos da *web* 2.0 proporcionou à banda muitos convites para tocar, recebendo cachê[164], além da fronteira do estado do Paraná. Quase sempre viajando no carro Fiat Uno de propriedade do vocalista e apenas com malas de roupas e instrumentos na bagagem, o grupo se dirigiu às capitais e outras cidades importantes de quatro das cinco regiões brasileiras. A banda subiu aos palcos no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Rondônia e Tocantins. Shows não foram marcados apenas em outros estados do Norte (Acre, Amazonas, Pará, Amapá e Roraima) e em todo o Nordeste (Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão). Algumas destas apresentações ocorreram em grandes festivais ao ar livre, inclusive dividindo o palco com atrações do segmento independente/alternativo internacional. Segundo Filus (2018), este foi o início de uma fase que durou entre 2006 e 2010 e obteve uma média de 70 concertos anuais, número considerado alto para um artista de *rock'n'roll* no Brasil e sem exposição constante na grande mídia[165]. Houve tempo ainda para a gravação do primeiro clipe da banda, para a faixa *Polaca azeda*, no qual se alternam imagens das ruas de Curitiba, da banda tocando no alto de um edifício na cidade e de casais dançando no salão de um bailão de beira de estrada.

Entre os meses de abril e julho de 2006, o Charme Chulo passou três pequenas temporadas hospedado em Florianópolis, capital de Santa Catarina, para gravar o primeiro álbum. O contato com produtor escolhido para o disco, Eduardo

---

[164] Palavra aportuguesada do termo original em francês. Significa a remuneração que um artista recebe por cada apresentação pública.

[165] Também popularmente chamada de mídia *mainstream* no meio musical. É composta por veículos ligados a grupos corporativos estrangeiros ou nacionais de comunicação.

Vicari, guitarrista da banda Pipodélica[166], veio da fase inicial de muitas atividades na internet. Vicari, por sua vez, indicou o estúdio AML, de propriedade do engenheiro de áudio Alexei Leão, também vocalista da banda Stormental[167], que ficou responsável pela gravação de todas as vozes e instrumentos, mais mixagem[168] e masterização[169]. Doze faixas compõem o repertório: *Mazzaropi incriminado*, *A caminho das luzes essa noite*, *Polaca azeda*, *Piada cruel*, *Amor de boteco*, *Não deixa a vida te levar*, *Apaixonante na tristeza*, *Romaria dos desvalidos*, *Solito a reinar*, *Intriga de cinco pessoas*, *Barretos*, *Geada no seu coração*. Duas delas foram escolhidas por terem feito mais sucesso entre as seis do disco anterior. Contudo, pequenas alterações foram feitas no arranjo e alguns instrumentos regravados para que se obtivesse timbres melhores em relação ao que fora apresentado no EP.

Antes mesmo de começarem as gravações, o título do álbum já estava decidido. O disco seria um homônimo do quarteto, algo comum entre bandas de *rock'n'roll*. Quando isso ocorre significa que o artista está deixando claro ao público que, ao assinar a obra com o próprio nome, aquela ali é a sua verdadeira identidade e que as músicas ali contidas expressam, de alguma forma, a sua verdade de sentimentos, intenções e visão de mundo. "Rony e Peterson já estavam incorporados à banda, contribuindo com suas criações e caraterísticas e também viajando direto com a gente. Neste álbum de estreia já estava mais do que consolidado o rock caipira do Charme Chulo" (Id., ibid.).

Passados três anos do EP, Leandro já estava bem mais experiente e confortável em seu trabalho como compositor, o que acabou enriquecendo a proposta de pesar de forma mais igualitária as sonoridades do *rock'n'roll* dos

---

[166] Banda em atividade entre 1999 e 2008, considerada uma das mais expressivas da cena musical catarinense no Século XXI. A sonoridade se baseava na releitura do psicodelismo dos anos 1960 e sua mistura com referências mais recentes do *rock'n'roll*.

[167] Banda formada em 2006 na cidade de Florianópolis, com sonoridade ligada à vertente do *heavy metal* e que já compôs trilha sonora para uma companhia de dança local.

[168] No processo de armazenamento de áudio, a mixagem combinada em diversos canais as múltiplas fontas sonoras captadas dentro do estúdio ou durante uma apresentação. Durante este processo, os níveis de sinal, conteúdos de frequência, dinâmica e posição panorâmica são manipulados e efeitos podem ser adicionados aos sons originais. Tal procedimento prático, estético ou criativo é feito para que o produto final tenha maior apelo junto ao ouvinte, com habilidades que não poderiam ser obtidas em uma performance ao vivo.

[169] Passo derradeiro no processo de pós-produção do áudio. O objetivo é balancear os elementos captados em uma mix em estéreo e otimizar a reprodução em todos os tipos de sistema de som e formatos de mídia.

grandes centros urbanos e da música do interior caipira. A viola se faz mais presente no decorrer do arranjos, inclusive com *riffs*[170] mais trabalhados e construídos no próprio instrumento. Já na abertura do repertório, a faixa *Mazzaropi incriminado* recorre à alegoria do maior nome da cultura caipira no cinema brasileiro para acionar nas letras da banda a crítica sociopolítica mordaz dos tempos áureos do *punk* britânico. "Boa parcela da população brasileira é comparada ao comediante Mazzaropi aqui porque na vida delas acontece como nos filmes: a pessoa sempre acaba mal no final" (DELMONICO, 2018). Mesmo com a analogia, a primeira crítica política em um disco do grupo não fica tão velada:

> Ô Nhá, se é pra ficar morrendo aqui
> Eu vou embora
> Não vou dormir os dias com bicho de pé
> Nem tenho o tempo todo para decidir
>
> Eu não vou fugir
> Eu não vou deixar tudo assim
> Tenho de levar meu sofrer
>
> É... você se sente o Mazzaropi incriminado
> Um brasileiro que perdeu mais uma chance
> É enganado tanto quanto ele só
>
> Mas eu não vou fugir
> Eu não vou deixar tudo assim
> Tenho de levar meu sofrer
>
> Chega à noite e irá saber
> Inocente a chorar, inocente a chorar
> Toda vida para quê?
> Pelo menos a saudade da terra há de ter (CHARME CHULO, 2007)

A presença mais destacada de Leandro como compositor e instrumentista permite que no decorrer do disco haja um espaço maior às referências do interior em comparação com o anterior. Desta vez mergulhando não apenas no universo tradicional do caipira paranaense, herdado de São Paulo mas também construído

[170] Progressão curta de acordes ou linha melódica repetida diversas vezes ao longo da canção (CONTER, 2016, p. 312). Termo originário do jazz que é simplesmente empregado na música popular de vários países, em geral com recorrência a um padrão rítmico-melódico constante, às vezes modulando harmonicamente e atingindo por progressão tonalidades vizinhas ou estranhas (DOURADO, 2004, p. 281).

por gaúchos que migraram para o estado ou a musicalidade mais próxima ao litoral. Isto explica a inclusão de levadas rítmicas gauchescas (*Solito a reinar*, *Intriga de cinco pessoas*), a a percussão fandangueira (*Romaria dos desvalidos*) e a viola romântica e tocada de maneira melancólica (*Geada no seu coração*). Em faixas como A caminho das luzes essa noite, *Barretos* e *Não deixa a vida te levar*, o Charme Chulo, por outro lado, mostra-se conectado com a onda revivalista do pós-*punk* dos anos 1980 que bandas do eixo anglo-americano como Strokes, Libertines e Franz Ferdinand propunham na época. A migração também é o tema do videoclipe feito para *Mazzaropi Incriminado*, com cenas que mostram a banda tocando e andando no Terminal Rodoviário interestadual.

Esta ligação entre o passado tradicional da cultura interiorana e as bandas do presente que fazem sucesso nas grandes metrópoles mundiais vem a explicar o conceito visual do álbum, criada por Igor e Peterson. A capa procura passar a ideia de que ali, nas doze canções, estão caipiras que viajam do passado para o futuro sem se esquecer de suas raízes ou deixar de manifestar interessante em continuar sempre olhando para a frente, rumo à evolução. A foto é de uma das entradas do Passeio Público, o mais antigo parque municipal da capital paranaense e primeiro zoológico da cidade, inaugurado em 1886 e cujos portões são inspirados pelo Cemitério de Cães de Paris (PREFEITURA DE CURITIBA, 2018). O local, que fora também a primeira obra de saneamento da capital paranaense, foi projeto em uma das extremidades da Rua da Liberdade (hoje Rua Riachuelo), então a mais importante rua curitibana. Tornou-se o ponto de encontro da sociedade, onde as pessoas costumavam conversar e a juventude fazia o *footing*[171] dos finais de semana. Em um efeito gráfico de computação da época, um dos lados da foto está esmaecido em tom de sépia, reproduzindo uma fotografia antiga. O outro, nas cores verde e preta, transpõe o restante da fotografia para a ideia de representação gráfica de uma placa-mãe dos computadores. Na mesma imagem, a banda, inseriu, intencionalmente fora de perspectiva, outros signos da tecnologia de ontem (um carroção polonês, tal qual o modelo que está em permanente exposição no Bosque do papa e que era usado no Século XIX para que as frutas fossem transportadas das plantações nas fazendas até os mercados da cidade) e hoje (um avião a jato,

[171] Termo usado coloquialmente no original em inglês, que pode signifcar tanto um passeio a pé quanto o local em um cidade onde se faz este passeio com o objetivo de encontrar relacionamentos amorosos.

um arranha-céu de linhas modernas, com pele de vidro e formas que remetem ao desconstrutivismo dos anos 1980). Há ainda, também digitalmente inserida na fotografia e também fora de perspectiva, uma araucária, árvore-símbolo do estado do Paraná. “O nome da banda, por si só, já é forte. O nome do disco e esta capa passam bem a ideia da identidade que quisemos dar ao grupo, falando sobre o regional e o universal, o que já foi, o que é e o que pode vir a ser” (FILUS, 2018).

A fixação da imagem da banda também passava pelos figurinos desta época. Apesar do topete calcado nos cabelos masculinos dos anos 1950 (início do *rock’n’roll*), Igor sempre se apresentava com a combinação de mocassins escuros e camisas sociais presas para dentro de calças sempre claras, como um autêntico cantor brega. Leandro e Peterson adotaram a blusa xadrez para remeter ao universo caipira. O guitarrista e violeiro por vezes também deixava o bigode crescer e ainda se alternava entre botinas marrom e sandálias Havaianas nos pés. Rony, mesmo atrás do *kit* de tambores e pratos de sua bateria, ostentava um vistoso chapéu *country*. No som, uma poderosa banda calcada em arranjos de origem *punk* e pós-*punk*, com estética distinta à do visual e da temática de algumas letras. Isso tudo é o que Didi-Huberman (1990, 2013, p.9) chama de “irrecusável sensação do paradoxo”.

> Com frequência, quando pousamos nosso olhar sobre uma imagem da arte, vem-nos a irrecusável sensação do paradoxo. O que nos atinge imediatamente e sem desvio traz a marca da perturbação, como uma evidência que fosse obscura. Enquanto o que nos parece claro e distinto não é, rapidamente o percebemos, senão o resultado de um longo desvio – uma mediação, um uso das palavras. No fundo, o paradoxo é banal. Acontece com todos, Podemos aceitá-lo, nos deixar levar por ele; podemos mesmo experimentar certo gozo e nos sentirmos alternadamente cativos e liberados nessa trama de saber e de não-saber, de universal e singular, de coisas que pedem uma denominação e coisas que nos deixam de boca aberta... Tudo isso diante de uma mesma superfície de quadro, de escultura, em que nada terá sido ocultado, em que tudo diante de nós, terá sido, simplesmente, *apresentado*.

Ao se propor a trabalhar a música em conjunto com a sua imagem, o Charme Chulo repetia o que o mercado fonográfico como um todo, fossem os artistas vinculados a grandes gravadoras ou aqueles que gerenciavam sua carreira sem qualquer vínculo a elas, aprendeu com o sucesso imediato da MTV na primeira

metade dos anos 1980: é impossível e irreversível que a primeira volte a andar sem qualquer relação com a segunda. Depois do domínio mundial desta emissora de televisão nas duas últimas décadas do Século XX, a *web* 2.0 apenas reforçou o poder de fogo que possui um videoclipe para a carreira de um artista musical. Com o passar dos anos e a solidificação do uso massivo das redes sociais e plataformas de divulgação, a imagem (o vídeo) transita mais rapidamente, sem barreiras geográficas e alcançando o maior número de pessoas possíveis, em comparação com um disco em suportes físicos (seja o *long-play* em vinil ou o álbum em *compact disc*). O que apenas reforça a teoria de que a visão tornou-se dominante no ser humano no decorrer dos últimos séculos, em detrimento aos outros sentidos (HAROCHE, 2008).

Esta foi a grande mudança de comportamento no consumo de música imposta pela geração que cresceu junto à internet. A Geração Pós-Guerra (1946-1964, também chamada de Baby Boomers) assistiu a um grande impacto levado às práticas comunicacionais moldado sobretudo pelo domínio da televisão e a geração subsequente, a chamada Geração X ou Baby Bust (1965-1976), endossou a situação, passando a consumir a tecnologia em mídias analógicas também nos ambientes de trabalho, inclusive quando ela passou a ser digital. Contudo, foi a safra posterior aquela que presenciou a maior de todas as revoluções. Tapscott (2010, p. 28) define a Geração Y ou Millenium (1977-1997): “Se você observar nos últimos 20 anos ficará claro que a mudança mais significativa que afetou a juventude foi a ascensão do computador, da internet e de outras tecnologias nos hábitos cotidianos. É por isso que chamo os jovens desse período de Geração Internet, a primeira geração imersa em bits”. O autor também se refere aos jovens que tiveram acesso à internet e cresceram com a expansão das redes e de outras tecnologias digitais:

> Ao crescerem, as crianças da Geração Internet olhavam para os computadores da mesma maneira que os baby boomers olhavam para uma tevê. Nós, baby boomers, não ficamos maravilhados com a tecnologia ou nos perguntamos como a televisão transfere vídeo e áudio através do ar, simplesmente assistimos ao que está na tela. A televisão é um fato da vida. O mesmo aconteceu com a Geração Internet e os computadores. E, à medida que a tecnologia evolui implacavelmente a cada mês, os jovens simplesmente a absorvem, como se fossem melhorias na atmosfera (ID., IBID., p. 31).

Dois anos depois e dois meses antes do lançamento do primeiro álbum, o *Urbanaque* voltava a dar destaque ao Charme Chulo, citando uma atitude ousada dos músicos no texto a respeito de um festival de bandas independentes de *rock'n'roll* na cidade de Jaú, no interior de São Paulo:

> Os curitibanos do Charme Chulo foram um caso à parte. Assumidamente caipiras elétricos e representantes do bom rock rural, a banda desafiava os fãs de Ramones que resolveram se aglomerar na frente do palco com a frase "punk no Brasil é Tonico e Tinoco". Depois de cinco minutos de show, todos estavam dançando e ensaiando alguns passos de country na platéia. "Mazzaropi incriminado" mostrou que viola caipira e rock é dançante sim (DIAS, 2007).

Em abril de 2007, o *Scream & Yell* novamente fez elogios, agora pelo lançamento do álbum Charme Chulo:

> Charme Chulo, o álbum, amplia a equação que resumia o som da banda, e que agora vai além da união de Smiths com viola caipira. Estes dois pilares mantém em pé o som do quarteto, mas há no álbum um choque interessante do jeito jeca de ser com o espião de corações solitários encontrado na figura do importante escritor curitibano Dalton Trevisan. O Charme Chulo trafega na linha tênue que separa um território do outro criando geniais retratos de um povo que perdeu a sua chance (e continua sendo enganado), de amores encontrados em botecos (cujas diferenças desaparecem em um colchão), e de pessoas que deixam a vida lhe levar (vida leva eu?). Das 12 canções que compõem o álbum, mais da metade poderia frequentar o *playlist* das jabazadas rádios FM do país (e das AM também), o que mostra que o cenário independente está cada vez mais viável para a grande massa, sem perder a aura de inteligência e qualidade que o norteia. [...] Charme Chulo, o álbum, entra na lista de melhores lançamentos do ano no território nacional e volta a jogar luz sobre a exuberante cena curitibana (COSTA, 2007).

Outro veículo que ainda no primeiro semestre se apressou em colocar o álbum entre os melhores lançamentos nacionais de 2007 foi o *No Trombone*:

> Charme Chulo é um dos grandes discos do ano, espertamente dançante como poucas coisas no rock brasileiro o são. É regional sem vergonha das

> raízes e de sua história; a ampliação das misturas iniciadas com Selvagem, dos Paralamas, e tão bem processada e levada pela geração dos anos 90. É o brit rock com sotaque nacional, The Cure com a cara de Odair José e Tonico e Tinoco; o encontro da capital com o interior, um choque de gerações. A realização de um conceito levado ao extremo. Não é um retrato do Brasil das desigualdades (e nem tem a pretensão de ser), mas uma comprovação agradável de uma lei física: os opostos se atraem (AGOSTINI, 2007).

O *Loco de Bom* não só corroborou a mesma opinião positiva em sua resenha do disco, como ainda já citou o impacto do disco anterior perante os formadores de opinião da imprensa independente. Já em outra resenha, a de um show da banda na cidade paranaense de Ponta Grossa, também projetou um futuro maior do que o circuito alternativo para a banda:

> Gravado no final do ano passado, [...] o CD de estreia dos piás de Curitiba, sintetiza bem o espírito da capital paranaense. Envolto numa camada um tanto arrogante, que faz questão de escancarar as influências cosmopolitas (rock inglês antigo e contemporâneo) mas que no fundo revela a pureza caipira numa viola ou no sotaque singular. [...] No final das contas, trata-se de uma bela estréia em estúdio. Faz jus a esse pequeno alvoroço criado por meia dúzia de colunistas influentes, e mostra que há sim, vida inteligente no rock nacional. Nem que para encontrá-la seja necessário ir buscá-la no meio do mato (AUGUSTO, 2007).
>
> Aí foi a vez dos piás de Curitiba subirem ao palco. Despejaram a mistura de country, caipira, Smiths (não há como fugir do clichê), pós punk e mais uma gama de coisas. Os bravos que resistiram assistiram a uma apresentação impecável. Viram uma banda na sua melhor forma, exalando um quê de adolescência, mas que ambiciona muito mais que diversão. Vocês podem se surpreender um dia em saber que aquela banda que toca nas FMs uma vez veio aqui, tocou numa biboca (no bom sentido) para meia dúzia de pessoas e você preferiu ficar em casa vendo aquele DVD. O Charme Chulo tem potencial para estourar, e ao lado de alguns artistas como Supercordas, Rômulo Fróes, Mombojó, Cidadão Instigado e Wado, formam um perfil do novo “rock brasileiro”. São pessoas que não fazem a mínima questão de esconder as suas verdadeiras influências, desde Roberto Carlos, passando por Clube da Esquina e Caetano Veloso e terminando em Bloc Party. Não têm vergonha de assumir que curte música brasileira e ouve aquele sucesso na FM, e também se assumem indie blasé, com All Star nos pés e últimas tendências na cabeça. Mas voltando àquela já madrugada de 22 de abril de 2007. O Charme Chulo, na figura de seu frontman, Igor Filus, dá uma lição de desenvoltura e charme de um verdadeiro dançarino amante latino. Sério, as dancinhas dele são algo inqualificável. A presença da viola caipira através de Leandro Delmonico é um complemento ideal. O quarteto desfila um punhado de boas canções, como “Piada Cruel”, “Polaca Azeda” [...], “Barretos”, “Mazzaropi Incriminado” e “Amor de Boteco”. Ainda presta uma forma de tributo àqueles que deram início ao que eles fazem, Os Mutantes, tocando “Dois Mil e Um”. É, foi bom hein? Tem uma aspirina aí? (ID., IBID.).

Em novembro de 2007, o *Bacana* destacava o salto de maturidade musical do Charme Chulo nos primeiro quatro anos, falando sobre a gravação em DVD de uma apresentação ao vivo em Curitiba:

> Enfim, o Charme Chulo cresceu e apareceu. [...] Aquela referência interiorana se encontra mais reduzida pelas pegadas, pelos compassos dançantes [...], pelo gigantismo da linha de frente dos outrora Marr & Moz de sangue pé-vermelho [...]. Depois de tudo, restou a sensação de que diante de todos estava ali não mais aquela grande banda *underground* curitibana que soube encantar a todos nos seu quatro primeiros anos de existência. Estava sim uma banda grande, formada e gestada por uma Curitiba conhecida pela autofagia voraz e descrença em seus próprios artistas. Uma banda grande [...] que trabalha de maneira consciente e organizada para traçar novos rumos nacionais. Os primeiros passos já foram dados [...]. Agora começa uma nova etapa. E a agradável noite [...] vai ficar como o marco desta transição (SMITH, 2007).

Esta nova etapa prevista pelo *Bacana* foi emendada com os frutos da divulgação do álbum homônimo.

5.3 NOVA ONDA CAIPIRA (2008 – 2010)

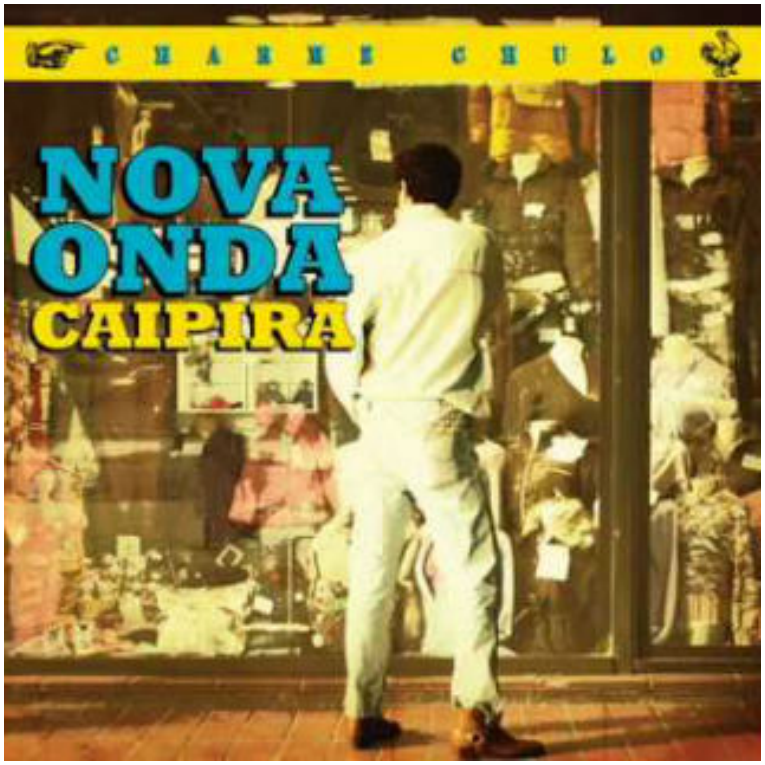

Foto 4. O álbum Nova onda caipira
(Fonte: Charme Chulo, 2009)

O processo de concepção do segundo álbum misturou-se às viagens pelas estradas do Brasil e à divulgação do disco *Charme Chulo*. Isto explica o maior aprofundamento em direção à incorporação da identidade caipira. A começar pelo nome e também pelo conceito do trabalho lançado em outubro de 2009, batizado Nova onda caipira. Gravada entre os meses de dezembro de 2008 e julho de 2009 em estúdios de três capitais brasileiras (Toca do Bandido, no Rio de Janeiro; Ferradura, em São Paulo; e AML, em Florianópolis), esta foi a obra mais dispendiosa, entre custos e viagens e posteriores promoções, para a banda. Somente o videoclipe gravado para a faixa-título custou oito mil reais, valor considerado, naquela época, alto para uma banda sem o suporte de departamentos de *marketing* e finanças de grandes gravadoras.

Onze canções compõem o repertório de *Nova onda Caipira*: *Moda do acerto*, *Fala comigo Barnabé*, *Três Marias*, *Nova onda caipira*, *Brasil sacanagem*, *De hoje não passa*, *Borboleta de porcelana*, *Vida moderna*, *Até dizer chega*, *Rádio AM* e *Galo Maringá*. O conceito era refletir sobre a questão do choque de opiniões e deslumbramentos que ocorre com quem defende o tradicionalismo cultural sempre que cada nova onda ou gênero musical aparece ou é incensado pela mídia.

> A ideia surgiu quando estava pegando um ônibus no Terminal do Boqueirão. Inclusive a capa do disco, um rapaz com uma pose toda desengonçada, meio torto, olhando para uma vitrine de roupas, foi tirada lá. Era a época da *new rave*[172], quando toda a imprensa musical estava falando de uma banda chamada Klaxons[173]. Sem falar que só o nome *new rave* remete à expressão *new wave*. Então fui longe ao tentar imaginar o que seria se toda a tradição cultural do caipira se tornasse a nova onda do rock (DELMONICO, 2018b).

[172] Termo criado pela imprensa britânica em meados dos anos 2000 para descrever a sonoridade da bandas que misturavam elementos do *indie* rock e da *electrohouse*. O termo *"rave"* vem das festas com música eletrônica organizadas de forma ilegal na Inglaterra, no final dos anos 1980 e começo dos 1990, em grandes galpões ou sítios, que duravam até doze horas e eram marcadas pelo farto consumo de drógas sintéticas e alucinógenas, como LSD (sigla para dietilamida do ácido lisérgico) e MDMA (metilenodioximetanfemina, conhecido popularmente como *ecstasy*).

[173] Banda formada em Londres em 2005 e ainda em atividade. Sua bibliografia é composta por três álbuns, lançados nos anos de 2007, 2010 e 2014.

O disco abre com uma moda de viola (*Moda do acerto*), abrindo caminho a outros ritmos associados à música interiorana, inclusive os vindos do sertão nordestino e de países vizinhos depois de 1930. Depois vêm harpa e acordeon em alguns arranjos, o pagode de vila (*Brasil sacanagem*), a guarânia (*Borboleta de porcelana*), a rancheira sertaneja (*Vida moderna*), o baião (*Até dizer chega*) e a *country music* (*Galo Maringá*). Tudo com o revestimento sonoro do *rock'n'roll* e sua instrumentação básica de guitarras, contrabaixo e bateria.

O lado "cidade grande" se localiza pela batida dançante das demais faixas, influenciada por trabalhos de bandas como Pretenders, R.E.M. e Smiths na primeira metade dos anos 1980, e por vezes aceleradas pela energia herdada do *punk rock*. Também é equilibrado pelas temáticas de letras como *Fala comigo Barnabé*, *Nova onda caipira*, *Rádio AM*, *Moda do acerto* e *Brasil sacanagem*. As duas primeiras falam sobre o estranhamento entre a defesa das tradições e a veia progressista. *Fala comigo Barnabé* é centrada na retração comportamental do migrante interiorano frente às "maravilhas" da cidade grande. Já a faixa-título *Nova onda caipira* foca na pessoa que sintoniza a frequência dos modismos para embarcar neles sem deixar totalmente para trás a sua cultura interiorana. *Rádio AM* critica a mudança de perfil das emissoras de amplitude modulada, que hoje são baseadas na transmissão de notícias, missas e partidas de futebol e ainda, no pouco da difusão que restou, hoje misturam berrantes a batidas eletrônicas.

Moda do acerto e *Brasil sacanagem*, pode se considerar assim, são as duas composições mais *punk* do disco, embora musicalmente estejam bem mais para o interior brasileiro. Na faixa de abertura, Igor e Leandro narram em jogral de duas vozes, em uma tradicional moda de viola, um assalto sofrido pelo segundo em pleno centro de Curitiba, à luz do dia, em um local bastante movimentado.

Esta cidade já me deu uma grande frustração
O caso que eu conto agora é de partir meu coração
Hoje ando nessas ruas como quem não vive mais
Fico sempre ligado na ação dos marginais
Desconfio até da sombra, já não vivo mais em paz

Tarde da noite, estava só, bem ali no terminal
Um rapaz se aproximou de uma maneira casual
Me pediu algum trocado pra ajudar na condução
Eu fui muito inocente e não pensei na ocasião

> Eu abri minha carteira, dando mole pro ladrão
>
> "Mas passe tudo e é pra já", ordenou-me o rapaz
> Perto dele tinha outro, então fiquei com um pé atrás
> Pensei em sair correndo ou em dar uma direta
> Mas eu vi que o outro moço tava numa bicicleta
> Lá se foi o meu dinheiro, o malaco fez a festa
>
> E nesse dia então pensei: como pode, meu senhor,
> Carregarem mais dinheiro, pobre do trabalhador
> Já o roubam no governo, no salário e em tribunais
> Chega um louco de gole, faz a limpa e tanto faz
> Faço acerto com bandido, desse jeito não dá mais (CHARME CHULO, 2009).

Logo após a estrofe final, a banda toda entra tocando, no ritmo percussivo da dança folclórica da catira[174], imprimindo tanto peso, ironia e agressividade sonora, quanto uma banda do *punk rock* londrino em atividade no ano de 1977. Enquanto isso, *Brasil sacanagem*, por toda a sua letra e pela urgência da bateria acompanhando um pagode de viola, faz jus ao epíteto de "*God save the Queen* brasileira":

> Ginga, mutreta, maracutaia
> Fruta sacana e gostosa na praia
> Você fala minha língua?
> Tá no esquema, o governo é ladrão
> Mas todos gostariam de estar no governo
> Dinheiro fácil com a mão boba
> É uma cobra comendo a outra
> Pra rir tem que fazer rir
> Parente ou amigo tá feito comigo
> Há putas demais e empresários de menos
> Se tem confusão com quem não se mete
> Pode ter chuva de canivete
> Com jeito tudo se resolve
> Não diga, parceiro, que nunca ouviu:
> O melhor lugar do mundo pra ser rico é no Brasil
> Por todo amor que houver nessa vida
> Com a violência descontraída
> Tem que ter jogo de cintura
> O Brasil não combina com guerra
> Mas o Brasil combina com Rio (ID., 2009).

[174] Dança marcada pelos pés e mãos, bastante famosa no interior dos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Paraná (sobretudo na região norte), São Paulo, Minas Gerais

Com o álbum homônimo anterior, as portas já haviam sido abertas em veículos importantes da mídia corporativa nacional. Os videoclipes das faixas *Fala comigo Barnabé* e *Nova Onda Caipira* foram bem acolhidos pela *MTV Brasil* quando lançados no ano de 2010, passando a integrar a sua programação diária. A revista Rolling Stone também já publicava notas informativas sobre festivais com o nome da banda em 2009.

Antes, porém, em 2007, a *Folha de S. Paulo*, por sua vez, dedicou ao Charme Chulo – e também a outra banda, Supercordas, oriunda da cidade fluminense de Volta Redonda – uma matéria de capa de seu suplemento cultural, a Ilustrada. Porém, o jornal preferiu não analisar o conteúdo artístico do quarteto curitibano como ele era, com as raízes fincadas no punk rock e o subsequente pós-punk, mas apenas simplificar tudo de forma superficial, revivendo o antigo rótulo de rock rural, bastante utilizado na música popular barsileira dos anos 1970:

> Roqueiro brasileiro é urbano. Envelhece na cidade, convive com bichos escrotos, na sexta-feira vai pra zona da cidade gastar o dinheiro de rapaz trabalhador, se prepara para dormir enquanto o mundo inteiro acorda... Mas tem roqueiro jovem migrando para o campo, descrevendo paisagens, riachos e empunhando viola caipira. Supercordas e Charme Chulo, duas bandas novíssimas, colocam e resgatam em seus discos de estréia a temática rural que marcou o pop brasileiro no início dos anos 70, principalmente por Sá, Rodrix & Guarabyra. Aliás, a expressão "rock rural" foi utilizada para classificar a música do trio. O termo surgiu a partir da canção "Casa no Campo" (primeiros versos: "Eu quero uma casa no campo/ Onde eu possa compor muitos rocks rurais"), composta por Rodrix e Tavito, gravada depois por Elis Regina. "Na época, 1972, tentaram nos chamar de "caipiras progressivos'", lembra Rodrix. "Depois de Casa no Campo, criaram esse rótulo rock rural.". Pois o rótulo volta a ser (bem) usado. Além do auxílio de instrumentos pouco usuais no gênero, como viola caipira e viola de arame, Supercordas e Charme Chulo tratam em suas letras de temas mais cantados por duplas caipiras do que por bandas roqueiras (NEY, 2007).

Enquanto a mídia tradicional parecia ainda estar descobrindo a criatividade e a qualidade do Charme Chulo, os novos veículos da internet continuavam a analisar com mais profundidade a proposta sonora ousada, publicando textos mais elaborados. Em novembro de 2008, quando a banda estava em transição do

primeiro para o segundo álbum, o *website* da revista impressa gaúcha *O Dilúvio* ressaltou a força criativa do grupo em seus primeiros anos de carreira:

> A culpa é do Tião Carreiro. E do pagode do Pardinho. Doze anos após se encontrarem no Circo Rapa Rapa em 1954 e formarem a mais inovadora dupla do sertanejo de raiz, resolveram abrir aporteira para o 'Boi Soberano'. Ele galopou por trinta e sete primaveras até atropelar os tímpanos dos primos Leandro Delmonico e Igor Filus. Os dois jovens acabavam de desatolar da rebeldia punk ao descobrirem que aquela história de romper padrões era, na verdade, o padrão da rebeldia. Foi então que em 2003 a viola de Pardinho dilatou os acordes eletrificados de Clash, Cohen, Bowie, Smiths e Legião que embalavam as sinapses musicais dos primos. [...] É por isso que dizem por aí que a curitibana Charme Chulo é uma mistura do punk inglês dos 1980 com a viola do interioRzão véio. Vem desta mistura escandalosa o embrião original da banda: é rock – mas caipira -, é caipira – mas cosmopolita -, é indie – mas nem tanto -,é moderno – mas chulo -, é chulo – mas charmoso -, é Charme Chulo – mas sem clichês baratos como este! É por isso que os etiquetam nas resenhas musicais como pós-punk rural, folk tupiniquim, rock caipira. Grande parte do charme vem das dez cordas em cinco pares, A Viola, 'que foi inserida dentro do conceito da banda, ela é um dos elementos do nosso som', anotou Igor, vocalista, arquiteto, fundador e o penteado oitentista charmoso do Charme (BELLÉ, 2008).

A exposição da criatividade na hora de uma banda conceber um material autoral era o foco central no texto do também já extinto *Rock'n'Beats*:

> Existe uma linha nada tênue que divide bandas autorais, de bandas puramente comerciais. As primeiras precisam fazer música, já as outras, precisam que os outros vejam que elas fazem música. Ter um grupo, fazer shows e gravar discos, muitas vezes, mesmo não sendo sinônimo de dinheiro, representa uma imagem sedutora. Isso incentiva a criação e também a pré-fabricação, de grupos que pensam, hoje, primeiro no visual de cada membro, na divulgação que vão preparar no Orkut, no Twitter, no Facebook ou em outra mídia social – no período pré-Myspace a preocupação era chegar às rádios e às televisões – e esquecem do principal: a música. O principal vira só um detalhe, algo a ser cumprido no meio de tantas outras coisas. O processo criativo de uma boa música, de um bom álbum, não pode se confundir e se desviar dessa forma. Sem espaço e liberdade para criar musicalmente, a sensibilidade e, principalmente, a sinceridade e a personalidade nas composições são sufocadas e não conseguem respirar por muito tempo. Fôlego, sinceridade e personalidade, não faltam para uma das principais bandas de Curitiba. [...] O Charme Chulo não precisa de esforços para fazer canções apoteóticas.

> [...] Igor, Leandro, Peterson e Rony possuem algo que a música brasileira busca há muito tempo: personalidade. Eles não precisam soar bregas ou se isolarem nas raízes nacionais para serem sinceros e originais, e não precisam assumir uma imagem internacional e deixar todas as influências regionais de lado para afastarem qualquer vestígio de rock brasileiro (ROCK'N'BEATS, 2009).

No mês de setembro, semanas antes do lançamento de *Nova onda caipira*, o *Scream & Yell* voltava a falar do grupo, desta vez, antecipadamente, já colocando o álbum ainda não lançado como um dos candidatos a disco do ano:

> "Não tenho mais vergonha em me passar por mim". É isso. Com uma frase, da faixa que dá nome ao novo trabalho, o Charme Chulo mostra que não tem medo de escancarar suas memórias e experiências. E prova que enquanto alguns brincam com estereótipos e retratam o que o curitibano quer ser, é possível chutar a porta e mostrar, sem medo, o que o curitibano realmente é e morre de medo de assumir. "Nova Onda Caipira" traz canções carregadas de referências, capazes de confundir os mais céticos e comover os "durões". Possui, ao mesmo tempo, momentos dolorosos e tocantes; experimentais e concisos. É, acima de tudo, popular. Ao mesclar suas referências com a cultura brasileira dá corpo a um som rico em detalhes capaz de grudar aos ouvidos na primeira audição. É completamente possível ouvir o disco uma vez e sair cantarolando logo em seguida, e convenhamos isso é um grande mérito. Olhando constantemente para o presente, mas sem nunca esquecer o passado e transitando entre temas que vão desde a frustração do cotidiano passando até pela política nacional, lá no final um pouco da nossa ingenuidade perdida é resgatada em tempos onde o que realmente importa são as contas vencendo, a globalização, o final da novela das oito e outras boçalidades do dia-a-dia. Fica difícil se manter indiferente diante de tanta sinceridade. Alcançar o grande público? Questão de tempo ou talvez seja melhor continuar da mesma maneira. De qualquer forma o caminho já está traçado (BASSO, 2009b).

Meses antes, o mesmo *Scream & Yell* incensou o Charme Chulo após sua participação no festival *Curitiba Calling*, que reuniu em sua programação apenas bandas da capital paranaense. E ainda colocou os caipiras, ainda em início de carreira, entre os melhores nomes do *rock'n'roll* de Curitiba.

> O Charme Chulo (foto) entrou e logo demonstrou sua força. O entrosamento entre os vocais de Igor Filus e a viola caipira de Leandro Delmonico é

> genial. A mescla inusitada entre o irônico e o melancólico fundamentada em letras bem humoradas e arranjos regionais contagia nos primeiros acordes. É impossível ficar parado. O desempenho do vocalista no palco enche os olhos; na segunda música você já virou fã. O melhor show da noite e um dos melhores da cena curitibana atual (BASSO, 2009a).

A proposta de mergulhar ainda mais nas raízes caipiras e reforçar o lado dançante do pós-punk (o mais próximo do que seria a *new wave* do mercado estadunidense) em *Nova onda caipira* foi reforçada pelo *Drop Music*:

> Muita gente fala que o rock brasileiro vive de copiar o que acontece lá fora. [...] Realmente, a maioria dos grupos nada mais faz que chupar artistas estrangeiros. Mas, claro, existem os que buscam a diferenciação e acertam a mão ao mesclar o rock a ritmos regionais. [...] Aí entra o trabalho do Charme Chulo, única banda [...] a enfiar uma viola caipira em seu som "surrupiado" dos Smiths e se dar bem. Nova Onda Caipira traz os curitibanos entrando cada vez mais de cabeça na música sertaneja de raiz, inclusive nas letras, resvalando na breguice romântica – ouça Borboleta de Porcelana – mas de uma forma interessante e totalmente justificada pela proposta da banda, que é realmente pegar o *indie rock* e deixá-lo ainda mais regional, uma tortura para quem prefere o lado mais *rocker* do grupo, mas que leva ao paraíso os fãs que curtem esse lado mais interiorano. O trabalho abre com Moda do Acerto, que, como o nome diz, é uma verdadeira moda de viola. Sua letra, perfeita, conta uma historinha comum: ser assaltado na rua. Simples, direta e que comprova que é possível fazer música sertaneja com qualidade – e isso vindo de um grupo de rock, é sempre bom frisar. […] Então chegamos à última canção de Nova Onda Caipira: Galo Maringá. Novamente o grupo encerra um álbum com maestria [...] e uma letra de fazer chorar de emoção: "Eu sei onde é o meu lugar/ Onde faz calor em toda estação/ Na canção de um caboclo a sossegar/Onde há noites frescas com luar do sertão/ É lá que vão me enterrar". [...] Poucas bandas sabem usar o regionalismo sem fazer algo forçado. Neste caso, os curitibanos acertam a mão, seja nos arranjos ou letras – um dos pontos fortes deste segundo álbum. Nova Onda Caipira é sim um dos melhores discos do rock nacional de 2009 (ANTONELLI, 2009).

Lançado o disco *Nova onda caipira*, o grupo partiu para sua empreitada mais ambiciosa e ao mesmo tempo aquela mais arriscada. Mudou-se para São Paulo para ficar mais perto dos mais famosos veículos de comunicação de alcance nacional (rádios, TVs, jornais, revistas, portais de internet) e ainda estar no centro de uma rede logística que facilita viagens aéreas e rodoviárias para demais cidades e estados brasileiros. Ampliando a escala, o Charme Chulo repetiu a questão da

migração para outras terras mais férteis e com mais condições e perspectivas de futuro, algo que também havia sido uma das bases da cultura caipira na região Sul. A ideia era, depois de dois álbuns e o endosso vindo de formadores de opinião, não ficar limitado ao circuito alternativo. O objetivo: alcançar de vez o *mainstream*.

5.4 CRUCIFICADOS PELO SISTEMA BRUTO (2011 – 2018)

Foto 5.O álbum Crucificados pelo sistema bruto
(Fonte: Charme Chulo, 2014)

Cinco anos se passaram entre os lançamentos do segundo e do terceiro álbum. Neste intervalo de tempo houve acontecimentos significativos tanto na vida dos membros da banda quanto nos modelos de negócios da indústria fonográfica. O *streaming* passou a garantir às gravadoras seus maiores lucros nesta última década, o comércio de *compact discs* iniciou uma derrocada contínua. Enquanto as vendas

de CDs caíam no início desta década, as atividades do Charme Chulo também começavam a se retrair.

Em 2010, o quarteto passou a temporada morando em São Paulo, dividindo um mesmo apartamento, para promover o recém-lançado álbum *Nova onda caipira*. Percorreu todo o circuito do SESC[175] do interior paulista, o que permitiu o orçamento de muitos meses em cachês recebidos, e ficou mais perto dos principais veículos de comunicação corporativos do país. Os clipes feitos para as faixas *Fala comigo Barnabé* e *Nova onda caipira* foram bastante exibidos pela *MTV Brasil* e a distância para fazer shows nos outros estados do Sudeste e do Centro-Oeste ficou mais curta. Contudo, a grandiosidade da escala da vida na metrópole paulistana falou mais alto. Aos poucos, o grupo se sentiu oprimido em seu dia a dia. Para garantir a engrenagem da divulgação, os dois primos e mentores da banda abdicaram dos ensaios e do tempo dedicado para a inspiração e a composição de novas músicas.

> Durante todo o ano que a gente passou morando em São Paulo não ensaiamos uma vez sequer. Ficávamos resolvendo apenas questões executivas da banda e abandonamos a música. Viramos produtores executivos e assessores de imprensa, tentando agenciar mais apresentações e correndo atrás de jornalistas e veículos. Foi cansativo porque não tínhamos um escritório nos representando, com pessoas encarregadas para fazer estas funções e deixar a gente livre para criar e tocar. Nos sentimos esgotados e pressionados. Também não desenvolvemos muitas amizades com o meio das bandas independentes. Não soubemos nos adaptar para entrar nas panelinhas. São Paulo, sabe como que é... Muita droga, bebida, o tempo inteiro, todos os dias. Nós somos caipiras, viemos do interior. O Charme Chulo é uma banda jeca (FILUS, 2018b; DELMONICO 2018b).

O retorno após a malsucedida experiência em São Paulo provocou desgaste maior na banda. O baterista Rony continuou morando na capital paulista. O novo baixista, Luciano Aires, preferiu retornar à sua cidade natal, Rolândia, para ficar mais perto do circuito musical de Londrina. Leandro ficou em Curitiba e Igor rumou para

[175] O Serviço Social do Comércio é uma instituição brasileira privada, mantida pelos empresários do comércio de bens, serviço e turismo, com atuação em todo o âmbito nacional. A ativiade constante na área musical, com a promoção de muitas apresentações de bandas e artistas no circuito estadual do Sesc em São Paulo tornou-se atrativo para os músicos independentes de todo o país, especialmente os residentes na capital paulista.

Ponta Grossa, onde conseguiu um emprego fixo e diário como arquiteto. Repetindo o que havia feito no ano anterior, agora pela distância que separava os quatro integrantes, o grupo passou a temporada apenas se reunindo para os shows até 2013. O desânimo veio, a quantidade de apresentações diminuiu, composições novas não existiam e o Charme Chulo, por pouco, não encerrou as atividades.

A inquietação do vocalista a respeito da permanência da banda fez de 2013 um ano com mudanças na formação e planos para a concepção do repertório para um novo disco. Hudson Antunes (contrabaixo) e Douglas Vicente (bateria) foram trazidos para a formação oficial e os parceiros voltaram a sentar juntos para criar músicas e discutir os próximos passos. Um *single* e videoclipe (a faixa *Coisas desesperadoras do rock and roll*) foi lançado. No início de 2014, o grupo anunciou uma ação de *crowdfunding*[176] para levantar fundos por meio da internet, entre os fãs, para gravar e prensar o novo material. Trinta mil reais foram levantados durante os 45 dias destinados à campanha, o que permitiu com que a banda realizasse seu projeto mais arriscado e ousado: um CD duplo, com dez faixas em cada disco, em um período em que as pessoas estavam justamente deixando de consumir música em suportes físicos. O curioso nome da obra, *Crucificados pelo sistema bruto*, foi inspirado em dois títulos de outros discos de artistas brasileiros: *Aqui o sistema é bruto*, da dupla sertaneja Chitãozinho & Xororó, e *Crucificados pelo sistema*, do grupo de *hardcore* Ratos de Porão.

> Foi a nossa fase do desespero e da desilusão. Era a época do sertanejo universitário já tomando conta de absolutamente tudo, shows, mídia... E nós, caipiras, acabamos ficando desencantados porque não alcançamos o objetivo de ter ido longe comercialmente falando. O estado de São Paulo foi muito bom para nós porque nos deu todo o interior, de cidades muito ricas e que caíram bem para o estilo da banda. Ao mesmo tempo, sentíamos mais dificuldades de voltar a tocar em outros lugares, como o Rio de Janeiro e Porto Alegre. São cidades que tiveram um certo estranhamento com a nossa proposta ainda mais caipira, talvez por serem cidades mais ligadas ao rock. O Charme Chulo parecia aquela coisa de comunismo em país pobre, de dividir o pouco do quase já não tem. Então *Crucificados pelo sistema bruto* veio como um grito de libertação. Já que não tínhamos mais compromisso com o fato da banda manter uma carreira mais constante

[176] Captação de recursos financeiros através de uma plataforma na internet que coleta doações de valores pré-estabelecidos de apoiadores mediante recompensas distintas, que são valorizadas conforme o aumento do custo da cota.

> depois de voltarmos, veio a proposta de fazer um disco mais artístico. Fomos juntando vários sonhos malucos, alguns antigos fragmentos de músicas. *Riffs*, ideias, frases, títulos, melodias. Colamos e juntamos tudo em novas músicas. Acabamos fazendo um trabalho mais radical do que pop porque a insanidade, naquele momento, havia aumentado. Decidimos não chamar nenhum coprodutor, fazer tudo sob a nossa própria vontade, registrando aqui mesmo em Curitiba e detendo o controle integral do processo. Só que a gravação foi uma novela. Tínhamos a ideia de fazer um disco duplo e resolvemos peitar as adversidades e colocá-la em andamento. Um disco longo como uma forma de compensar aqueles cinco longos anos sem muitas novidades. E para mim existem vários pontos de fuga ali que permitem, se a gente quiser, explorar alguns novos caminhos. Tem a polca rock, tem o caipira eletrônico, o *folk* de raiz, o *punk* sertanejo bem chulo e pesado, o *reggae* caipira, o *heavy* caipira, o axé caipira, o *funk* carioca caipira, a estética da musicalidade de um karaokê. Tem letra de protesto caipira, até uma outra bem longa que conta toda uma história... Então, permitimos que fossem abertas várias possibilidades dentro da própria banda. Caso queiramos voltar a seguir alguma elas já estão plantadas ali. O que é bom também é quase todo o disco também funciona quando as músicas são tocadas ao vivo (FILUS, 2018b).

Dezessete canções e três vinhetas (duas instrumentais) fazem parte do repertório do álbum duplo. No primeiro CD estão *Palhaço de rodeio*, *Ninguém mandou nascer jacu*, *Fuzarca*, *É que às vezes (Melhor é morar na fazenda)*, *Eita*!, *Dia de matar porco*, *Levante o vestido*, *Com o diabo no corpo*, *Bruta alegria* e *Caipirinha*. No segundo, *Meu peito é um caminhão desgovernado*, *Vinho de mesa*, *Quem vai carpir o lote?*, *Coisas desesperadoras do rock and roll*, *Novos ricos*, *Carcaça sensacional*, *Karaokê*, *Vale a pena morrer pelo protesto*, *A viola foi pro saco* e *Multi stillus*.

Algumas destas, em especial, chamam bastante a atenção. Retornando a defesa do vegetarianismo, *Dia de matar porco*, suíte musical em três distintos atos rítmicos, harmônicos e melódicos, lembra o clima festivo de bandas alemãs típicas da Oktoberfest de Santa Catarina em uma letra que revela o drama existencial de Anselmo e Toninho: “crucificados pelo sistema bruto”, os dois açougueiros praticam o ato quase instintivo de matar leitões para servir de comida de festa. Com o diabo no corpo mistura arranjo *heavy metal* com versos que fazem uma crítica incisiva do direcionamento capitalista de muitas igrejas. No ritmo do compasso ternário (valsa) de *Vale a pena morrer pelo protesto*, estão a instrumentação tradicional do *folk* acústico e uma letra influência pelo grupo britânico de pós-*punk* Joy Division, o

livro/filme *Clube da luta* e os monges franciscanos. Nela, o grupo questiona até onde vale a pena arriscar a vida pelos próprios ideais ou se é melhor deixar-se "crucificar pelo sistema bruto". *Meu peito é um caminhão desgovernado* intercala trechos cantados e falados para contar, em nove épicos minutos, a história da ascensão, queda e morte trágica de um caminhoneiro fã de *rock'n'roll*. Esta faixa faz uma crônica das estradas do interior do país, critica o capitalismo e o estágio atual das bandas de *rock'n'roll* brasileiras, faz uma autocitação (Leandro toca, na viola, de forma "errada", o início de *Polaca azeda*, *hit* dos dois primeiros discos do grupo), clímax *punk* e encerramento que provoca catarse no ouvinte mais atento ao desenrolar da trama. Na capa, outra provocação: um fundo todo preto contendo apenas, na cor dourada e centralizados, uma carcaça de cabeça de boi e o nome por extenso da banda, acima do desenho, e o do disco, abaixo, ambos em letras com caligrafia rebuscada, como um convite de casamento.

Depois de *Nova onda caipira*, o Charme Chulo ficou até 2014 praticamente sem ser falado, tanto pela mídia alternativa quanto pela *mainstream*. Foi nesse ano que o grupo voltou a fazer *shows* com mais frequência e foi lançado *Crucificados pelo sistema bruto*. Por ser um disco longo e duplo (vinte faixas, dez em cada CD), com múltiplos direcionamentos sonoros, as resenhas da obra ficaram divididas. O *Drop Music*, por exemplo, que sempre rendeu-se aos trabalhos anteriores da banda, mostrou seu descontentamento parcial com o novo álbum, sem, porém, deixar de tecer elogios:

> Conheço os curitibanos do Charme Chulo há dez anos, desde o lançamento de Você Sabe Muito Bem Onde Estou, primeiro EP do grupo, e que foi uma das mais gratificantes surpresas daquele ano. De lá pra cá, foram outros dois álbuns [...]. Dois discos que figuram na minha lista dos melhores de seus respectivos anos. A mistura de Smiths com Tonico e Tinoco, que dava o tom nesses discos, era um sopro de criatividade na seara indie/pop brasileira, tão conhecida por apenas copiar o que está em moda lá fora. Agora, em 2014, ano em que completam 10 anos de vida, a banda resolve ousar e lança um álbum duplo independente – ou quase, já que contou com grande ajuda dos fãs que apoiaram o projeto via crowdfunding. E o disco é ... mediano. Como fui um dos primeiros a comentar sobre a banda lá em 2004, me dói afirmar tal coisa. Ainda mais porque os caras tiveram cinco anos para se preparar para a esse disco. [...]. A viola continua lá, ainda que um tanto escondida. As letras resvalando no brega também, assim como as influências de Smiths e do rock dos anos 1980, mas parece que a inocência e pureza, presentes nos primeiros trabalhos, se perderam. [...] A sensação

> depois de ouvir as 20 músicas de Crucificados pelo Sistema Bruto é a de que ele seria um ótimo álbum simples, com umas 12 ou 13 músicas, já que as outras parecem totalmente deslocadas de todo o trabalho da banda. Ainda assim, o Charme Chulo [...] meio que está com um pé em outro planeta, muito mais próximo da realidade do grande público. Falta, apenas, esse público descobrir a existência de uma banda como a Charme Chulo (ANTONELLI, 2014).

Outro veículo, *Miojo Indie*, também fez suas ressalvas à nova obra:

> O som da viola caipira, personagens e paisagens bucólicas, um olhar detalhista (e cômico) sobre a vida no campo. Do universo temático que apresentou a banda curitibana em Charme Chulo em 2007 pouco parece ter sobrevivido. Dentro de Crucificados Pelo Sistema Bruto (2014, Independente), terceiro álbum de estúdio do grupo paranaense, apenas solos de guitarra, correria, estrada e paisagens urbanas vistas da janela de um caminhão. Um espaço cinza, distante do mágico panorama esverdeado dos primeiros registros. [...] Mesmo extenso (são 20 composições divididas em dois discos), *CPSB* curiosamente ecoa de forma muito mais dinâmica e "comercial" em relação ao trabalho anterior da banda, *Nova Onda Caipira* (2009). Livre de um apelo conceitual como o título e determinadas faixas possam indicar, o grupo interpreta cada música como um ato isolado, a ser explorado sob maior "descompromisso" pelo espectador. Travessias por qualquer centro urbano (*Novos Ricos*), personagens *(Meu Peito É Um Caminhão Desgovernado*) e confissões (*Palhaço de Rodeio*): cada peça do álbum nasce como um leve crônica musicada. [...] Em um meio termo entre a cidade e o campo, a Charme Chulo parece ter descoberto um novo cenário de possibilidades. Naturalmente confuso, *Crucificados Pelo Sistema Bruto* é uma obra que brinca com as possibilidades e até mesmo limites do grupo curitibano. Tão próximo quanto distante de uma possível zona de conforto, o álbum assume com inteligência a estrutura irregular da faixa de encerramento, alternando entre temas que se dividem entre a "nova" e a "velha" música sertaneja – por enquanto, a principal engrenagem criativa do coletivo (FACCHI, 2011).

Houve, porém, outras publicações que se encantaram com o álbum duplo. *O Duque* comparou-o a uma "bomba-relógio":

> Celebrados por sua bem sucedida mescla de rock alternativo com moda de viola, os paranaenses do Charme Chulo angariaram [...] uma sólida base de fãs e admiradores espalhados por todo o Brasil. Prova disso é que, para a produção e o lançamento de seu terceiro disco *[sic]*, Crucificados pelo Sistema Bruto, a banda tenha driblado as dificuldades financeiras mediante financiamento coletivo na plataforma catarse. Ato de resistência à

> mediocridade da atual indústria fonográfica brasileira, o disco duplo soa como uma bomba-relógio, um atentado terrorista que tem por alvo não apenas a cultura do mais ou menos e o mais ou menos de nossa cultura, como também a lastimável postura molenga e inofensiva que, cada dia com maior adesão, o rock nacional vem assumindo como condição de sobrevivência no deserto dos meios de comunicação de massa. Com Crucificados, o Charme Chulo confirma seu protagonismo vanguardista no cenário musical paranaense e brasileiro com um trabalho relevante e, certamente, duradouro, que deve deixar sua marca nos anais da música tupiniquim. Isto porque, se a bem sucedida inserção da viola caipira no pós-punk efetuada em seus primeiros discos tornou a banda uma referência na cena independente do país, as 20 faixas que compõem o novo registro elevam o conceito Charme Chulo a um novo patamar. É possível que, ao público mais conservador, os flertes musicais inusitados – como com os elementos eletrônicos altamente chulos do eurodance anos 90 e do funk carioca (sim, eles estão lá!) – soem como um desejo de distanciamento do projeto inicial do grupo, um desvio do caminho que vinha sendo traçado com talento, sucesso e competência, sob a forma do ruralismo presente no debut e, sobretudo, em Nova Onda Caipira. Nada mais equivocado, pois, se em termos estéticos – e, por vezes, temáticos também – o disco soa como algo estranho na trajetória da banda, o conceito Charme Chulo está aí em sua essência: polissêmico e contraditório, pura desconstrução (SOUZA, 2015).

No mesmo texto, *O Duque* ainda ressaltou aquilo que chamou de “conceito ressignificado do caipira” neste álbum:

> Daí que, parecendo aquilo que não é, a gororoba musical e filosófica de Crucificados esteja longe da simplicidade ou da colagem gratuita. A qualidade do caipira, que acompanhou a identidade dos curitibanos desde seu primeiro momento, não deve ser vista como uma referência direta e sem conflito à idílica figura do homem do campo e sua cultura rústica. Se o estereótipo do jeca aparece com a força de um mito em algumas composições do quarteto, é verdade que, noutras, alguma coisa parece estar bagunçada no mapa conceitual dos chulos. É que, redimensionado, o caipira deixa de ser o camponês made in Brazil para se tornar um caleidoscópio da cultura interiorana paranaense e, de modo geral, brasileira. Sob o signo do jacu, o caipira também pode ser (e por que não?) o playboy que roda pelos bairros nobres da cidade com o carro de luxo que ganhou do papai. Na condição de homem do povo, o caipira encontra o seu diminutivo alcoólico e pode se transfigurar naquele cara que desce a Serra do Mar a fim de pular onda na Praia de Leste e encher a cara com batidas coloridas em frente de alguma capetaria. Na densidade existencial de um modus operandi pré-industrial, o caipira readquire sua dignidade cultural no mundo pós-moderno via o sonho de uma classe média rural, que foge do caos urbano dos grandes centros e das metrópoles para se fixar nos subúrbios do interior. Deste modo, temos um conceito ressignificado: entulhados de

> apetrechos tecnológicos, continuamos sendo, por dentro, os mesmos caipiras de outrora, barnabés envergonhados pela nossa diferença em relação ao outro, deslumbrados e embasbacados frente ao ouro de tolo, brutos e insensíveis como peões que sacrificam um animal improdutivo. Tudo isto, em Crucificados, é o ser caipira, adjetivo elevado à condição de complexo sistema cultural nesses tempos digitais em que o celular com whatsapp e a internet banda larga já são uma realidade consolidada, inclusive nas áreas rurais. Vê-se, portanto, que este não é um disco que se ouve apenas como forma de passar o tempo. Necessário, nesta audição, aprender a escutar (Id., Ibid).

Por fim, a resenha do disco chama a atenção para aquilo que o Charme Chulo tentara anos atrás e não conseguira, segundo o testemunho dos próprios integrantes, mesmo morando na maior metrópole do país: furar o bloqueio da indústria musical e estabelecer-se como um artista *mainstream* nos grandes meios de comunicação do eixo Rio-São Paulo.

> Quanto à fórmula das composições da banda, nenhum segredo: trata-se de "música charmosa para gente chula e música chula para gente charmosa". Exponho o óbvio? Talvez. Mas para que a elaboração de tal síntese se torne consistente, é preciso conceber um legítimo pensamento musical, coisa que o grupo alcança com um grau de qualidade raramente visto na música brasileira, num registro à altura de movimentos históricos como o mangue beat e a Tropicália. Por que, então, os paranaenses ainda não conseguiram o devido reconhecimento que sua "nova onda caipira" merece? Deixo aqui, para pesagem do leitor, minha principal hipótese de trabalho. É que, vencidos pelo bloqueio da mediocridade de nossa indústria musical e culturalmente distantes do epicentro político do sistema verde-amarelo de produção simbólica, o Charme Chulo, como tantos outros nomes da música brasileira recente, vive ofuscado pelo falso brilho do jabá, do apadrinhamento e do comércio. Ao fim das contas, estamos todos, os que lutam com as armas da criação artística, crucificados pelo sistema bruto. Em tempos de inversão total dos valores, contudo, vá lá: felizes os que ainda conseguem suportar o peso dessa cruz (Id., Ibid).

O Duque não estava sozinho ao considerar *Crucificados pelo sistema bruto* uma obra-prima de beleza rara. O *Mondo Bacana* também ressaltou a mesma qualidade deste disco justamente pela multiplicidade de referências aliada à impetuosidade sonora, elementos não muito encontrados em bandas brasileiras de rock nos últimos anos:

> O que é preciso apresentar um disco de rock para que ele seja considerado uma obra-prima? Conceito? Identidade? Regularidade? Diversidade? Contundência? Virulência? Criatividade? Hits? Pioneirismo? Ter a capacidade de causar um grande impacto? Marcar um momento de ruptura com o *status quo* musical vigente? Ter humor para brincar com tudo e todos e até mesmo si próprio? Apontar para o futuro? Perturbar o ouvinte a ponto de fazê-lo proferir sem pensar a exclamação indagativa perguntar "mas que porra é essa"? *Crucificados Pelo Sistema Bruto* (atente aqui para a sobreposição de nomes de discos de Chitãozinho & Xororó e Ratos de Porão) possui tudo, tudo, tudo isto e mais um pouco. É o disco do qual o murcho, combalido e desacreditado rock *made in Brazil* e cantado na língua pátria andava precisando nesta segunda década de Século 21 (SMITH, 2014).

Em seguida, o *Mondo Bacana* tenta levantar os porquês do rock nacional não ter mais tanta força entre os jovens nesta última década, ao menos no *mainstream* da música nacional:

> Inacreditável seria acabar o ano de 2014 achando que *Nheengatu* seria o máximo de potência mostrado no segmento. OK, este é um trabalho de peso, respeito e qualidade. Mas também é assinado por quatro músicos que já passaram dos 50 anos de idade – que, inclusive, já haviam feito coisa semelhante quando estavam entre os 20 e os 30. Cadê a força do rock nacional fora de megafestivais e eventos patrocinados pelo marketing corporativo ou com batismo de logomarcas? Cadê a força do rock nacional fora de propagandas de TV a cabo ou refrigerantes ou ainda de reality shows musicais que banalizam e enquadram o artista diretamente para o gosto do público? Cadê a força do rock nacional justamente agora, neste momento especial, em que o vampirismo de grandes gravadoras não faz lá tanto sentido de acontecer? Parafraseando um Caetano de quase meio século atrás, então seria mesmo esta a juventude que saiu às ruas para dizer que quer tomar o poder? Ainda bem que o Charme Chulo mostrou que as coisas não estão bem assim deste jeito. Bom, se você ainda não está entendendo nada, nada, nada, absolutamente nada, apresse o passo. Corra. Compre, empreste, grave, roube, baixe – legal ou ilegalmente – o terceiro álbum deles, o trabalho que interrompe um silêncio fonográfico que já durava cinco anos e o primeiro disco duplo do rock da terra das araucárias e dos pinheirais. A opressão sempre dá força ao oprimido. Depois de passar um período nebuloso, repleto de chuvas, tempestade e ameaça de explosão interna, o quarteto curitibano se levantou, sacodiu a poeira e deu a volta por cima em grandioso estilo. Se durante este período turbulento o grupo já havia se firmado no primeiro escalão local, agora, com vinte músicas novas, põe de vez o pé na porta para reivindicar a sua (já merecida) vaga entre os nomes mais badalados da música independente nacional (Id., ibid.).

Esta mesma resenha dedicada a *Crucificados pelo sistema bruto* afirmou ainda ser este um álbum que pode até confundir muita gente em seu tempo e passar despercebido mas certamente não deixará de ser cultuado pelas próximas gerações:

> Nos seus dez primeiros anos de carreira, o Charme Chulo maturou uma identidade musical de impacto e sobriedade pouco vista desde que a *beatlemania* deu o aval definitivo para o rock no mercado musical brasileiro. Agora, com a identidade caipira incorporada de vez nas letras irônicas e instrumentais com os dois pés no pós-punk britânico da primeira metade dos anos 1980, o quarteto se permite alçar voos bem maiores e a exploração de novos terrenos. A veia punk é que mais sobressalta na primeira audição das vinte novas faixas. Palavrões que enchem o peito de orgulho, temas provocativos e polêmicos por natureza (como a defesa do vegetarianismo e dos animais ou a equação formada pela soma de sexo, religião e dinheiro) e um botão do foda-se apertado justamente porque, ao contrário de perder, tudo o que se tem é ganhar quando se é espontâneo, sincero, bem humorado e verdadeiro. Os Chulos, agora, explicitam todo o seu charme no primeiro álbum duplo feito por uma banda paranaense. [...] Você pode até considerar o veredito precipitado, mas não existe outra possibilidade a não ser dar a este álbum a não ser a nota máxima. Dez, dez, dez, dez! Depois de colocar os próximos anos do rock verde e amarelo na balança, a gente volta a conversar sobre a força e a suma importância de *Crucificados Pelo Sistema Bruto* para a História da música brasileira (Id., Ibid.).

Mas não foi apenas nos veículos independentes que *Crucificados pelo sistema bruto* ganhou destaque. Com a carreira artisticamente consolidada, o grupo teve um trabalho pela primeira incluído na seção de resenhas fonográficas da revista *Rolling Stone*, em dezembro de 2014. Intitulado *Mistura sarcástica* e com a cotação de três estrelas entre cinco, o texto também ressaltava o deboche extremo imerso na grandiosidade e na variedade do disco:

> O deboche define o Charme Chulo. Em uma época em que artistas preferem lançar singles esporádicos, os curitibanos chegaram ao terceiro disco com ajuda de financiamento coletivo e entregaram um trabalho extenso: 20 músicas de uma só vez, divididas em dois álbuns. Com tantas canções, aquela coisa de rock caipira já não resume mais o grupo. Crucifados pelo Sistema Bruto faz, em quase 1h15 de duraçãoo, uma fusão da essência de diversos gêneros, do sertanejo e funk ao punk e rockabilly – e às vezes tudo em uma faixa só, como na teatral “Meu Peito é um Caminhão Desgovernado”, de nove minutos. Consciente do exagero, a banda não encontra limites entre a sátira e a acidez. No geral, o resultado é

> um conjuno de canções inspiradas e cheias de humor [...], mas também resvala em algumas piadas de gosto duvidoso, que funcionam mais pelo conceito do que como uma boa música (TRAMONTINA, 2014).

Mesmo tendo sido lançado nas últimas semanas de 2014, *Crucificados pelo sistema bruto* e suas faixas chegaram a figurar em listas dos melhores discos e músicas do ano publicadas, entre dezembro e janeiro, tanto por veículos independentes quanto pela mídia corporativa. O *Pergunte Ao Pop* (2015) colocou os nove minutos de *Meu peito é um caminhão desgovernado* como a terceira canção da temporada. A Playlist (2014) citou o álbum duplo dos curitibanos como um dos dez maiores da temporada. Em Curitiba, o jornal *Gazeta do Povo* (2014) anunciou os cinco melhores trabalhos fonográficos de Curitiba, com o Charne Chulo no quarto lugar. O *Defenestrando* (2015), também da capital paranaense, deu sua lista dos cinco melhores, agora com a terceira colocação para a Crucificados, chamando-o de "viagem por botecos e churrascarias, estradas e fazendas, karaokês e inferninhos pelo Brasil afora". No *Tenho Mais Discos Que Amigos!* (2014), o álbum ficou na 24º posição entre os 50 melhores. Já o *Scream & Yell* (2015), famoso por reunir anulamente mais de cem eleitores (entre músicos, jornalistas e formadores nacionais de opinião na área) para apontar os principais trabalhos dos últimos doze meses publicou sua lista de 25 discos nacionais com o Charme Chulo ocupando o décimo oitavo lugar no cômputo dos votos. No exterior, o disco também foi destaque em listagens realizadas por brasileiros residentes na Inglaterra e Itália, respectivamente mantenedores dos *websites Beehype* (2015) e *Na Boca do Povo* (2014), ambos especializados em arte e cultura produzida no Brasil.

Também é importante ressaltar o alcance audiovisual do disco. Em quatro anos de trabalho de divulgação, foram feitos cinco videoclipes, para as faixas *Coisas desesperadoras do rock and roll*, *Carcaça sensacional*, *Palhaço de rodeio*, *É que às vezes (Melhor é morar na fazenda)* e *Dia de matar porco*. Estes clipes, além dos acessos "naturais" na página mantida oficialmente pela banda no *YouTube*, tiveram sua exibição em várias emissoras brasileiras dedicadas à música, mais

especificamente o segmento do pop/rock, como o canal *Bis*, da *Globosat*, e a *Play TV*, criada pelo grupo *Band* de comunicação e que hoje pertence à *Gamecorp*[177].

Quase um ano depois de seu lançamento, o álbum duplo ainda voltaria a render frutos na grande mídia nacional. No dia 14 de setembro de 2015, a capa do *Segundo Caderno* (2015), o suplemento cultural de *O Globo*, citava, no texto denominado *Quem tem a viola*, vários artistas contemporâneos com a sonoridade baseada em um dos instrumentos brasileiros mais antigos. Entre estes artistas, citava o Charme Chulo. Esta reportagem, porém, seria a última aparição de relevância do grupo na grande mídia cultural braisleira.

5.5 ANÁLISE CRONOLÓGICA DA CARREIRA

Foto 6. Charme Chulo
(Fonte: Charme Chulo, 2014)

Formado em 2003, o Charme Chulo viu sua carreira crescer junto com o surgimento de novas plataformas de divulgação sonora, redes sociais e veículos de jornalismo cultural fundados já para a *web* 2.0. Neste tempo, de acordo com a contabilização oficial da banda cedida para esta pesquisa, já foram realizados 360

[177] Empresa brasileira que produz conteúdo para o público jovem de celulares da Oi e trabalho no ramo dos jogos eletrônicos.

concertos em quatro das cinco regiões do país: Norte, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Os estados do Nordeste ainda permanecem inéditos no cronogramas de apresentações do quarteto curitibano.

Até o ano do lançamento do primeiro disco, o EP *Você sabe muito bem onde eu estou*, em 2004, foram realizadas somente apresentações na cidade-sede do grupo. Seis em 2003 e dez em 2004. Todos em bares *underground* com palcos destinados a bandas independentes, com exceção de uma data dedicada a um festival, o Rock de Inverno. Neste biênio também houve a gravação de três entrevistas em emissoras locais de TV.

A partir de 2005, como resultado das primeiras entrevistas e resenhas publicadas pela nova mídia independente nacional, o Charme Chulo começou a ser convidado para tocar em outras cidades brasileiras. Nesta temporada, como resultado do lançamento do primeiro disco, o número de datas ao vivo já cresceu: foram 25 ao todo, sendo a maior parte no segundo semestre. Nove delas em outros estados: cinco na cidade do Rio de Janeiro, uma em Duque de Caxias (RJ), uma em Juiz de Fora (MG) e outras duas em São Paulo. Também na capital fluminense houve uma décima apresentação ao vivo, feita no estúdio de um programa de televisão local. Dois destes shows de 2005 foram realizados em festivais de grande porte: London Burning, no Rio, e Curitiba Rock Festival, em Curitiba, como abertura para atrações internacionais.

O embalo continuou em 2006, com mais vinte datas ao vivo. O destaque foi a inversão de prioridades: desta vez a capital paranaense sediou menos da metade destas datas, apenas nove. As outras onze se dividram entre as cidades de Cuiabá (MT, em outro importante festival independente nacional, o Grito Rock), Rio de Janeiro (duas), São Paulo (três), Florianópolis (uma), Umuarama (PR, duas), Maringá (PR) e São José dos Pinhais (PR). Nesta temporada o Charme Chulo também deu uma entrevista de rádio (Maringá) e fez um pequeno show para três programas de TV (dois em emissoras locais de Curitiba e Rio de Janeiro, para o canal nacional *Multishow*, da *Globosat*).

O lançamento do segundo disco, também batizado *Charme Chulo*, e a maior projeção em matérias e textos na mídia independente brasileira fez a agenda de shows do Charme Chulo aumentar de forma considerável em 2007. Nesta temporada, o quarteto subiu ao palco 57 vezes em todo o país. Esta marca, que

supera a média de um show por semana, é considerada expressiva para uma banda independente. Foram 25 concertos em Curitiba e 32 em outras cidades, sendo 26 além das fronteiras estaduais. Na lista dos municípios que receberam os curitibanos estão Ponta Grossa (PR), Londrina (PR), Maringá (PR), Sao José dos Pinhais (PR), São Paulo, Ribeirão Preto (SP), Jaú (SP), Araraquara (SP), Sorocaba (SP), Belo Horizonte (MG), Uberaba (MG), Florianópolis (SC), Joinville (SC), Canoinhas (SC) Porto Alegre (RS), Brasília (DF), Goiânia (GO) e Rio de Janeiro. Dezoito outras datas foram reservadas para participações (entrevistas e números musicais) em programas de rádio, TV e internet gravados em Curitiba, Londrina, Belo Horizonte, São Paulo, Porto Alegre e Brasília.

Ainda na sequência dos trabalhos de divulgação do álbum que leva o nome da banda, o Charme Chulo realizou 44 shows em 2008, sendo apenas 17 em Curitiba. Os outros foram realizados nos estados do Paraná (Matinhos, Ponta Grossa, Londrina, Maringá, Antonina); São Paulo (capital, São Caetano do Sul, Campinas, Ribeirão Preto, Bragança Paulista, Bauru, São Carlos, Araraquara, São José dos Campos); Mato Grosso (Cuiabá); Goiás (Goiânia); Minas Gerais (Belo Horizonte, Uberlândia) e mais Distrito Federal (Brasília). Algumas destas apresentações também fizeram parte da programaçãoo de festivais musicais independentes. São Paulo, Curitiba e São José dos Pinhais foram também os munícipios onde o quarteto deu entrevistas e se apresentou ao vivo em emissoras de rádio e TV.

Em 2009, ano da gravação e lançamento do terceiro disco, *Nova Onda Caipira*, quando a banda reservou 62 datas de trabalho, sendo sete para veículos de imprensa em Curitiba, Campinas (SP) e São Paulo (entrevistas e apresentações) e o restante a shows em Curitiba e outras cidades paranaenses (São José dos Pinhais, Matinhos, Londrina, Maringá, União da Vitória, Paraíso do Norte) mais municípios de São Paulo (capital, Campinas, Piracicaba, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Araraquara, São Carlos, Mogi das Cruzes), Santa Catarina (Florianópolis, Joinville), Minas Gerais (Belo Horizonte, Uberaba), Mato Grosso do Sul (Campo Grande) e Rondônia (Vilhena). Entre as participações em festivais, destacou-se a presença no *Folk Festival Internacional*, realizado no Sesc Ribeirão Preto.

Ao estabelecer suas bases na capital paulista em 2010, o Charme Chulo pouco se apresentou em Curitiba naquele ano: foram apenas cinco em um total de

58 datas na agenda do conjunto. A mudança dos integrantes acabou se refletindo em uma agenda mais concentrada no estado de São Paulo (Campinas, Ribeirão Preto, Pirassununga, Mogi das Cruzes, São José dos Campos, Sorocaba, Serrana, Presidente Prudente, Marília) e na capital, onde a banda subiu 16 vezes em um palco. Houve ainda um acréscimo de escalas paranaenses no roteiro (Maringá, Londrina, Rolândia, Umuarama, São José dos Pinhais, Paraíso do Norte, Guarapuava, Foz do Iguaçu). No restante das datas houve passagens por Santa Catarina (Florianópolis, Joinville), Minas Gerais (Uberlândia), Mato Grosso do Sul (Campo Grande), Goiás (Goiânia) e Distrito Federal (Brasília). Oito destes 58 dias foram reservados para entrevistas e concertos em veículos de intenet, rádio e TV em São Paulo, Maringá, Curitiba e Brasília.

Ainda na sequência dos trabalhos baseados no disco *Nova onda Caipira* e no estabelecimento de moradia em São Paulo, o Charme Chulo realizou 27 datas profssionais em 2011. Entre os municípios ainda inéditos na agenda estiveram Itapeva (SP), Chapecó (SC), Lajes (SC), Criciúma (SC), Jaraguá do Sul (SC) e Miracema do Norte (TO). O aumento de apresentações em Santa Catrina ocorreu após um contrato para subir ao palco em seis dias em seis unidades diferentes do Sesc-SC. Cinco *shows* foram feitos em Curitiba e três entrevistas foram concedidas a emissoras de televisão do Paraná e Santa Catarina.

Após a “desilusão” pessoal dos integrantes com a temporada em terras paulistanas e a suspensão temporária de ensaios e exercício para novas composições, o ano de 2012 foi de freio puxado para o Charme Chulo. O grupo tocou apenas quatro vezes, sendo duas em junho (São Carlos e São José do Rio Preto, ambas no interior paulisa) e outras duas em agosto (Joinville e Curitiba). Quando a banda voltou a estabelecer-se em Curitiba para elaborar e gravar as músicas que viriam a compor o álbum duplo *Crucificados pelo sistema bruto*, programou 22 datas para 2013 e 19 para 2014. No total dez destes dias foram reservados para rádios, TVs e veículos da *web*. Fora da capital paranaense, os músicos passaram por palcos de São Paulo (capital, Campinas, Ribeirão Preto, Sorocaba, São José do Rio Preto), Paraná (Londrina, Maringá, Ponta Grossa e as até então inéditas Cascavel, Campo Mourão e Paranaguá), Goiás (Goiânia e a também inédita Anápolis). Dois destes shows, bancados pela Caixa Cultural (departamento de cultura da Caixa Econômica Federal), foram realizados com a

participação de Sérgio Britto, integrante do grupo paulista Titãs, cantando algumas das músicas compostas por Igor e Leandro.

Nos anos subsequentes ao lançamento de *Crucificados pelo sistema bruto*, o Charme Chulo fez apenas 32 concertos: 15 em 2015, 6 em 2016, 8 em 2017 e 3 em 2018. Oito outras datas foram reservadas para entrevistas e apresentações ao vivo em rádios, TVs e internet. Esta diminuição se deve ao fato da resolução interna de seus integrantes se dedicarem a questões familiares, outros trabalhos e projetos pessoais além da carreira da banda.

A análise deste mapeamento de *shows* por todo o país e participações em canais nacionais de internet, rádio e televisão indica a diversidade de alcance e, sobretudo, a relevância de todo o trabalho feito em quinze anos consecutivos. Dois fatores significativos devem ser levados em consideração. O Charme Chulo nunca teve vínculo com gravadoras de médio ou grande porte, que atuam em conjunto com a mídia de todo país. Tampouco contou alguma vez sequer com a força-motriz de empresário ou escritórios de comunicação e produção artística, já que, além de cantar, compor, gravar e tocar, os fundadores Igor Filus e Leandro Delmonico também sempre cuidaram pessoalmente dessas funções.

No início das atividades da banda, a aceitação imediata da mídia independente foi fundamental para que as portas se abrissem em veículos tradicionais de maior alcance ou ainda o surgimento de convites e contratos para apresentações em diversas cidades e estados brasileiros. Entretanto, a funçào de "intermediação" exercida pela mídia independente durou poucos anos. Ocorreu apenas até o início desta década porque o segmento corporativo tradicional (rádio, TV, impressos) passou a perder muito de sua força perante os leitores mais ativos da editoria cultural. Nos últimos anos, já não faz mais diferença emplacar uma entrevista nos veículos ainda sobreviventes da grande mídia ou divulgar os shows nos guias culturais impressos pelos jornais locais. A página de um evento criado no Facebook, por exemplo, funciona muito melhor para chamar os fãs em qualquer cidade que eles estejam. Como sustenta Filus (2018a): "Em 2014, apenas chamando pela internet, veio gente do interior do Paraná, de Santa Catarina e até do Rio de Janeiro só para ver o lançamento oficial do álbum Crucificados pelo sistema bruto em Curitiba".

Remodelando as atividades neste primeiro semestre de 2019, a banda não deverá mais lançar álbuns em formato físico (isto é, *compact disc*) e passará se concentrar apenas em músicas divulgadas unitariamente para *streaming* e *download* através das plataformas da internet. A primeira delas, chamada Mais além, foi lançada apenas em formato digital no fim de 2018, em parceria com o trio *folk* Tuyo, também de Curitiba. O Charme Chulo, então, poderá ser comentado pelos veículos não corporativos, sejam recém-criados ou remanescentes da última década, que há muito não dedicam matérias e entrevistas à banda, justamente por causa do refreamento de suas atividades entre 2016 e 2018. É o que se espera para que, futuramente, outras pesquisas complementares ou adicionais a respeito da trajetória profissional e das obras fonográficas concebidas pelo Charme Chulo possam se juntar a esta.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos propostos nesta dissertação emergiram da inquietação, após trinta anos atuando na área do jornalismo cultural, ao perceber a grande dificuldade que possui uma banda de *rock'n'roll* formada no Paraná de ultrapassar as barreiras geográficas e transformar pelo menos uma das músicas em sucesso nacional, após a música ser executada em veículos de comunicação e passar a ser cantada por fãs em todo o país. A hipótese levantada inicialmente era a de que isto era possível de ser alcançado, apesar da constante queixa de artistas, produtores e outros profissionais ligados aos bastidores da música.

Após estudos sobre as mudanças na comunicação e no jornalismo cultural brasileiro com o surgimento da *web* 2.0, mostrou-se que foi possível, a partir da primeira década deste Século XXI um artista paranaense ultrapassar as fronteiras do estado e ser conhecido em todo o território nacional, vendendo discos, fazendo shows, dando entrevistas e tocando em rádios de outras capitais e grandes cidades brasileiras. Mesmo com as velhas queixas a respeito da falta de interesse da mídia local – e, em consequência disso, do público paranaense – de conhecer e divulgar os trabalhos musicais produzidos na região. Mesmo com um velado preconceito do eixo cultural Rio-São Paulo quanto a sotaques, jeitos, costumes e diferenças regionais. Mesmo com toda a distância que separa as sedes dos principais veículos de comunicação do país e também as grandes gravadoras.

Inicialmente, por meio do desenvolvimento de redes sociais e plataformas de *streaming* e *download* de arquivos compactados em MP3, a *web* 2.0 possibilitou que artistas sem contratos com gravadoras de grande e médio porte para facilitar o acesso a emissoras de rádio e TV, jornais e revistas, pudessem divulgar seus próprios trabalhos e ficar em contato diretamente com o público, sem qualquer meio de comunicação *mainstream* atuando como intermediário neste processo. Isto facilitou uma explosão de novos nomes independentes e fez com que muitos deles obtivessem fama internacional repentina, chegando a realizar turnês no exterior ou ter canções executadas em emissoras de rádio e televisão de diversos países. Com a derrubada do modelo tradicional de publicações impressas, proporcionou-se criação de diversos *websites* independentes de grupos corporativos de comunicação com raízes naquilo que Jenkins (2006; 2009) denominou Cultura da Convergência,

com diálogos entre os fenômenos da convergência dos meios de comunicação, a inteligência coletiva e a cultura participativa dos fãs.

Além de ter surgido no mesmo tempo que a *web* 2.0, o Charme Chulo mostrou-se o nome perfeito para quebrar o estigma da falta de visibilidade nacional de um artista paranaense. Inicialmente, porque o conceito criado pelos fundadores, o vocalista Igor Filus e o guitarrista e violeiro Leandro Delmonico, mostrou-se criativo e original para uma banda brasileira de *rock'n'roll*. Apostando no "Novo" ao unir a energia, a rebeldia e o vigor do *punk rock* e do pós-*punk*, duas influências confessas dos jovens músicos, junto à cultura da origem caipira das famílias de ambos. Esta identidade insólita fez com que fosse rápido o acolhimento por parte desta imprensa não corporativa, que nunca se furtou a render elogios diversos à banda em doze anos seguidos de publicações, conforme material analisado aqui. Jornalistas autônomos que falam cotidianamente sobre o universo da música, em especial o do *rock'n'roll*, entenderam que o Charme Chulo foi ousado e preciso em sua concepção sonora, ao seguir a ideia de Williams (1958, 1989) de que a cultura nasce das ações e costumes ordinários do dia a dia. Seja da juventude niilista dos grandes centros urbanos mundiais ou das pessoas simples que habitam as pequenas cidades do interior brasileiro, muitas delas também adotadas por famílias migrantes de outros estados e países.

Becker (1963, 2008, p.113-114) afrma que a definição de sucesso para um músico pode ser medida pelo "movimento através de uma hierarquia de empregos disponíveis".

> Ao contrário do trabalhador industrial ou dos funcionários de colarinho-branco, ele não identifica sua carreira com um empregador; espera mudar de emprego com frequência. Um ranqueamento informalmente reconhecido desses empregos – levando em conta a renda envolvida, as horas de trabalho e o grau percebido de reconhecimento da realização pela comunidade – constitui a escala pela qual um músico avalia seu sucesso segundo o tipo de emprego que de hábito ele tem.

Por ter publicado esta ideia pela primeira vez em 1963, portanto mais de meio século atrás, Becker usa como referência o modelo da indústria musical da época, quando a maioria dos instrumentistas de ofício encontravam empregos fixos em

bandas e orquestras mantidas por casas noturnas de entretenimento. Ele diz que o patamar mais baixo da escala deste ranquamento pertence a quem “toca esporadicamente em pequenos bailes, recepções de casamento e atividades semelhentes” e, com sorte, “recebe pela tabela do sindicato”. No nível seguinte está quem “possui emprego estável em ‘espeluncas’ como pequenos cabarés, bares e boates de classe inferior, onde a remuneração é baixa e o reconhecimento da comunidade é ainda mais baixo”. Na camada posterior vêm os “empregos estáveis em bandas locais de salões de baile de bairro e pequenas boates e salões de coquetel ‘respeitáveis’ em áreas melhores da cidade, que pagam mais do que as espeluncas e o reconhimento é o de bem-sucedido em sua comunidade”.

> O nível seguinte consiste em homens que trabalham em bandas “famosas de Classe A” e em orquestras locais que tocam nas melhores boates, hotéis, grandes convenções etc. Os salários são bons, os horários são leves, e os homens esperam ser reconhecidos como bem-sucedidos dentro e fora da profissão. As posições mais altas nessa escala são ocupadas por homens que pertencem ao staff de estações de rádio, televisão e teatros. Os salários são altos, os horários folgados, e os empregos são reconhecidos como o epítome da realização do mundo da música local e como atividades de alto nível de respeitabilidade por parte dos outsiders (Id., Ibid., p. 113).

Hoje muito do que Becker estipulou com parâmetros de melhoria para a carreira de um musicista profissional está devidamente superado pelo tempo e também pela evolução dos modelos de negócios da indústria do entretenimento – em especial a fonográfica – e da comunicação. Entretanto, o mesmo modelo de estratificação da profissão utilizado pelo sociólogo estadunidense pode ser aplicado no cenário das bandas de rock brasileiras, o que seria o equivalente à medição de sucesso obtido pelo Charme Chulo em quinze anos ininterruptos de trajetória.

Na casta mais baixa da pirâmide estaria o Charme Chulo dos dois primeiros anos, antes do lançamento do primeiro disco, o EP *Você sabe muito bem onde eu* estou. No lugar dos “pequenos bailes, recepções de casamento e atividades semelhantes”, os palcos de pequenos bares alternativos da própria cidade, tocando para amigos, parentes e um círculo reduzido de conhecidos, igualmente com um

eventual pagamento irrisório pelo show: no caso, a “tabela do sindicato” seria o rateio de bilheteria dividido com as casas.

Ao subir à “segunda casta” depois de lançar o álbum homônimo, o Charme Chulo pulou para o “baixo reconhecimento” (primeiras matérias publicadas pelos sites alternativos mais voltados a bandas iniciantes), o “baixo pagamento” (primeiros cachês pagos para *shows* contratados fora da cidade-sede Curitiba e grandes festivais independentes) e uma certa estabilidade de trabalho (a manutenção de uma agenda mais constante de apresentações e entrevistas para a mídia). Este período durou de pouco antes da gravação aos trabalhos de divulgação deste mesmo trabalho.

O terceiro nível de sucesso apontado por Becker (empregos estáveis em salões e locais maiores, mais famosos e com o reconhecimento da comunidade) representa a fase de preparação e lançamento terceiro disco, *Nova onda caipira*. Nesta época, a formação já estava estabelecida e o Charme Chulo já viajava para outras importantes cidades brasileiras e tendo concertos e gravações recebendo críticas elogiosas nos mais importantes veículos alternativos da época. Estes elementos foram imprescindíveis para que a banda, enfim, fosse reconhecida por todo um segmento nacional dedicado ao trabalho de bandas vindas do *underground* de todo país e ainda sem ligações com gravadoras de médio e grande.

A fixação de residência em São Paulo e a consequente facilidade para estar mais perto dos veículos midiáticos corporativos, de maior porte e alcance nacional, constituiu a subida para o quarto patamar delimitado por Becker. O Charme Chulo transformou-se em “banda independente Classe A”, tocando em boas casas de show (como o circuito Sesc) e grandes festivais pelo Brasil, recebendo bons salários (a ponto de chegar a custear por uma temporada, para os quatro músicos, todos os gastos de moradia, alimentação e deslocamentos na capital paulista, sem que fossem necessários trabalhos paralelos cotidianos) e com todo o meio jornalístico cultural reconhecendo a relevância artística dos discos e da carreira da banda.

Também pode se notar que o Charme Chulo nunca, desde o seu início de trajetória, deixou de gozar do *status* de ser uma banda *cult*, querida dos formadores de opinião que comandam e escrevem em *websites* jornalísticos especializados em *rock’n’roll* e, por isto mesmo, quase sempre implicitamente, avessos a outros gêneros e subgêneros mais populares no mercado fonográfico brasileiro e

esteticamente distintos, como pagode, axé, *funk* carioca e, sobretudo, sertanejo universitário[178] -– este o dominador das paradas de vendagens de discos e execuções radiofônicas de todo o país nas últimas duas décadas. Isto indica que estes mesmos formadores de opinião compreenderam ser o Charme Chulo, fundamentalmente, uma banda de *rock'n'roll* e, mais do que uma banda de *rock'n'roll*, tem nos seus pilares musicais, uma geração *underground* (*punk rock*) marcada pela contestação sociopolítica e sua consequente evolução (pós-*punk*) com inspirações artísticas vindas das escolas de arte. Em sendo uma banda de *rock'n'roll*, são utilizados elementos da música caipira/sertaneja brasileira como parte da obra, não como um todo. Ainda compreenderam que os elementos que movem as canções e os arranjos remetem às gerações mais antigas do gênero e de toda a sua cultura, o equivalente nacional ao tradicional *country* estadunidense, que também ajudou a formatar o *rock'n'roll* na década de 1950.

O principal ponto que a imprensa alternativa nacional percebeu no grupo paranaense desde o começo de sua carreira leva ao âmbito da música pop o que é dissimulação e simulação:

> Dissimular é fingir não ter ainda o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma pura ausência. Mas é mais complicado pois simular não é fingir: "Aquele que finge uma doença pode simplesmente meter-se na cama e fazer crer que está doente. Aquele que simula uma doença determina em si próprio alguns dos respectivos sintomas." (Littré.) Logo, fingir ou dissimular deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do "verdadeiro" e do "falso", do "real" e do imaginário". O simulador está ou não doente, se produz "verdadeiros sintomas? Objectivamente não se pode tratá-lo nem como doente nem como não doente" (BAUDRILLARD, 1981, 1991).

Portanto, sempre ficou claro que o Charme Chulo nunca fingiu ser caipira mas tampouco optou por incluir em sua sonoridade elementos da música sertaneja com o intuito de aproveitar-se do recente domínio do sertanejo universitário. Os *websites*

---

[178] Entre os nomes de maior popularidade do sertanejo universitário estão Luan Santana, Gusttavo Lima, Jorge & Mateus, Cristiano Araújo, Paula Fernandes, Marília Mendonça, Maiara e Maraísa, Simone & Simaria, Naiara Azevedo, Paula Mattos, Marcos & Belutti, João Neto & Frederico, Henrique & Juliano, João Bosco & Vinícius, Fernando & Sorocaba, Thaeme & Thiago, Zé Neto & Cristiano, Zé Neto & Cristiano, Munhoz & Mariano e Michel Teló.

independentes de música que são voltados ao universo do *rock'n'roll*, desde o início da trajetória, souberam de sua hiper-realidade de ser um grupo com sonoridade oriunda justamente deste mesmo *rock'n'roll* mas com representação do universo caipira em sua identidade. Sabendo de que lado a banda sempre esteve, por isso mesmo, deram-lhe ampla visibilidade editorial.

O fato de o Charme Chulo ter conquistado a imprensa de diversas cidades também constata que o grupo não faz parte do que o meio musical chama de "panelinha". Segundo Becker (1963, 2008, p. 113-114), uma rede de "panelinhas" informais é a responsável por distribuir, em uma turma, os empregos disponíveis em um dado momento. "Para obter trabalho em qualquer nível, ou para avançar até os empregos num novo nível, a posição que uma pessoa ocupa na rede é de grande importância". Como o pertencimento às "panelas" proporciona a troca de favores e recomendações, nada mais natural que músicos independentes, alguns deles pertencentes ao próprio meio local das comunicações, desfrutem de preferências pessoais de qualquer ordem ou intenção dos profissionais dos grandes veículos de comunicação na hora de escolher os artistas locais a quem dar destaque nas coberturas culturais diárias ou até mesmo ordens superiores que precisam ser obedecidas pelas "castas" de menor poder na hierarquia de uma redação jornalística.

Faltou, porém, um objetivo a ser alcançado pelo Charme Chulo nesta sua trajetória até o presente momento: irromper a barreira entre o *underground* e o *mainstream* e ter sucesso comercial a ponto de bancar a carreira desde este ponto de ruptura. Este, aliás, seria o topo da pirâmide do sucesso traçada por Becker (Id., ibid.), o quinto e mais alto patamar. O que aconteceu durante o ano de 2010 e o início de 2011 não prosseguiu pelas temporadas seguintes. Entretanto, o insucesso nesta última tentativa de transição – que acarretou o álbum mais recente, *Crucificados pelo sistema bruto* – não representa, de maneira nenhuma, a invalidação de todos os êxitos obtidos durante o caminho anterior da banda curitibana.

Sobre o Charme Chulo não ter conseguido ingressar no *mainstream* da música popular brasileira e, por consequência, ter obtido sucesso comercial nesta década vigente, faz-se necessário citar o que Adorno (1970, 2008, 2016) disse a respeito do "Novo":

> A relação com o Novo tem o seu modelo na criança que busca no piano um acorde a mais escrito, ouvido, ainda virgem. Mas, o acorde existia já desde sempre, as possibilidades de combinação são limitadas; já tudo se encontra no teclado. O Novo é a nostalgia do Novo, a custo ele próprio; disso enferma tudo que é novo. O que se experimenta como utopia permanece algo de negativo contra o que existe, embora lhe continue a pertencer. Central nas antinomias actuais é o facto de que a arte deve e pretende ser utopia' e tanto mais decididamente quanto a relação real das funções impede a utopia; e que ela, porém, para não trair a utopia pela aparência e pela consolação, não tem o direito de ser utopia. Se a utopia da arte se realizasse, seria o seu fim temporal (ADORNO, 1970, 2016, p. 57-58).

Se por um lado foi adotado pela imprensa alternativa já tão especializada e acostumada com as transgressões do *rock'n'roll*, por outro o Charme Chulo trazia uma proposta inédita e radical demais para ser aceito como um artista sertanejo, tanto pela parcela da indústria cultural que trabalha no filão, como principalmente pelos fãs do gênero, que consomem o que a indústria quer e planeja que seja produzido para consumo rápido. A obra criada por Igor, Leandro e os demais componentes é justamente a representação deste "Novo" na música brasileira: traz complexidades, muitas referências em versos, arranjos, *riffs*, batidas; diverte, empolga, faz dançar e cantar junto sim, mas também faz pensar justamente porque questiona e reflete nossos tempos socioculturais. E também porque se o *rock'n'roll* foi a utopia jovem de um mundo mais justo e igualitário por quase toda a segunda metade do Século XX, o sertanejo universitário revela-se justamente a oposição dele: é tão somente a manutenção de um *status quo* contra o qual Thomas Morus já bradava em 1516, quando escreveu a história que compõe o livro cujo título trouxe a palavra utopia[179] ao nosso vocabulário diário.

E em sendo a arte utopia e o *rock'n'roll* também uma utopia revestida por idealismos e desajustes sociais, este último ainda não encontrou barreiras para superar, no mercado musical brasileiro, o "forte concorrente" sertanejo universitário, que emula a suposta manutenção da antiga tradição caipira, porém com embalagem contemporânea e tecnologia de ponta possibilitada pelo progresso socioeconômico que outrora fora assustador, movida pelo mesmo dinheiro que fez com que os filhos

[179] O nome do livro de Thomas Morus, escrito em latim e publicado em 1516, foi formado pela composição dos termos "ou" (advérbio de negação), "topos" (lugar) e "ia" (qualidade, estado), todos os três vindos do grego.

e netos destes caipiras viessem para a cidade grande para estudar em universidades para garantir um futuro de vida melhor e longe da roça. O *rock'n'roll* perde por significar desde sempre a ruptura, a catástrofe, a anarquia. O ser humano sempre deseja e tende mais, segundo Bauman (2006, 2007), para a segurança, a constância, a previsibilidade.

> A surpresa desses golpes, sua irregularidade, a detestável capacidade de virem de qualquer direção – tudo os torna imprevisíveis e nos deixa indefesos. Enquanto os perigos permanecem eminentemente flutuantes, inconstantes e banais, nós somos seus alvos fixos – há muito pouco que possamos fazer, se é que há alguma coisa, para evita-los. Essas falta de esperança é assustadora. Incerteza significa medo. Não admira que sonhemos, continuamente, com um mundo sem acidente. Um mundo regular. Um mundo previsível. Não um mundo de rosto impenetrável – ainda que alguns filósofos, como Leibniz, estejam certos ao afirmarem que mesmo um "mundo perfeito" não seria perfeito se não contivesse alguma dose de aflição, ao menos que esta aflição já fosse confinada a recintos confiavelmente cercados, bem mapeados e estritamente vigiados e guardados, de modo que se possa saber o que é o quê, onde as coisas estão e quando deve-se esperar que alguma coisa aconteça – e estar pronto para enfrentá-la quando vier. Em suma, sonhamos com um mundo no qual possamos confiar e acreditar. Um mundo seguro. (BAUMAN, 2006, 2007, p.99-100)

Em termos comerciais e de popularidade, a "velha onda caipira", descartável e apenas travestida de "Novo", ganhou, nestas duas primeiras décadas do Século XXI, o embate com a "nova onda caipira", sempre tão bem erigida e fundamentada pelo "Velho". Espera-se pelas próximas gerações, no entanto, para saber até onde irão as influências e o real valor do trabalho feito pelo Charme Chulo no decorrer da existência criativa e profissional, compondo e gravando novas músicas, realizando concertos em palcos espalhados por todo o país. Assim como também são esperados as novas músicas e discos da banda para que possa haver, no futuro, extensões desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

A BANDA Mais Bonita da Cidade. Oração. Curitiba/Rio Negrinho. Direção Vinicius Nisi. Conceito: Cassiana Maranha, Uyara Torrente e Vinicius Nisi. Música de Leo Fressato. Videoclipe. 6 min. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=QW0i1U4u0KE>. Acesso em 9 dez. 2018.

A HISTÓRIA do rock'n'roll. Produção de Andrew Solt e Quincy Jones. Fairfax/Nova York: Time-Life, 1995. DVD (10 episódios), son., color.

ADAMS, James Truslow. 1931. **The Epic Of America**. Safety Harbor: Simon Publications, 2001.

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra. 2009.

_____. **Teoria estética**. Lisboa: Edições 70. Reimpressão da edição de 2008. 1970, 2016.

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo?. 2006 In: _____. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Chapecó: Argos. 2009

_____. **Profanações**. São Paulo: Boi Tempo, 2007.

AGÊNCIA Nacional dos Direitos da Infância: Comunicação e Direitos. **Qual a diferença entre adolescente e jovem?**. Net, Brasília: Agência Nacional dos Direitos da Infância, s/data. Disponível em <http://www.andi.org.br/help-desk/qual-diferenca-entre-adolescente-e-jovem>. Acesso em 29 abr. 2018.

AGOSTINI, Tiago. **Charme Chulo: os opostos se atraem** In: No Trombone. Net, Florianópolis: No Trombone. Disponível em <https://notrombone.wordpress.com/2007/06/15/charme-chulo-os-opostos-se-atraem/>. Acesso em 27 ago. 2017.

AIEX, Tony. **Os 50 melhores discos nacionais de 2014**. In: Tenho Mais Discos Que Amigos, 11 dez. 2014. Cascavel: TMDQA! Disponível em http://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2014/12/11/os-50-melhores-discos-nacionais-de-2014/4/. Acesso em 27 dez. 2018.

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

ALL THINGS MUST PASS: the rise and fall of Tower Records. Direção de Colin Hanks. Los Gatos: Netflix. 2015. Documentário. Streaming (94 min), son. color.

ALONSO, Gustavo. **Cowboys do asfalto:** música sertaneja e modernização

brasileira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

ALVES, Rubem. **Filosofia da ciência**: introdução ao jogo e suas regras. 20ª ed. São Paulo: Brasiliense. 1994.

ALZAMORA, Geane C. **Jornalismo cultural on line**: uma abordagem semiótica. In: Principo.org. S/r, 2001. Disponível em <http://principo.org/ttulo-jornalismo-cultural-on-line-uma-abordagem-semitica.html>. Acesso em 29 out. 2018.

AMARAL, Adriana. **Visões perigosas**: uma arque-genealogia do cyberpunk. Porto Alegre: Editora Sulina. 2006.

ANCHIETA, Isabelle. Reflexões e experiências. In: AZZOLINO, Adriana P. **7 Propostas para o jornalismo cultural**. São Paulo: Miró Editorial. 2009. p. 57-59.

ANTONELLI, Valdir. **Charme Chulo:** crucificados pelo sistema bruto. In: Drop Music. Net, São Paulo. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Setembro, 2014.

_____. **Charme Chulo:** nova onda caipira. In: Drop Music. Net, São Paulo. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Setembro, 2009.

_____. **Charme Chulo:** você sabe muito bem onde eu estou. In: Drop Music. Net, São Paulo. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Janeiro, 2005.

AUGUSTO, Jeferson. **Entrevista e resenha do CD:** Charme Chulo. In: Loco de Bom. Net, Ponta Grossa: Loco de Bom. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Maio, 2005.

_____. **3ª Seletiva do Festinverno 2007:** sábado (22/04). Charme Chulo. In: Loco de Bom. Net, Ponta Grossa: Loco de Bom. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Maio, 2005.

AZEVEDO, Carlos. **Jornal Movimento: uma reportagem**. Com reportagens de Marina Amaral e Natalia Viana. 1ª ed. Belo Horizonte: Editora Manifesto. 2011.

BAERNS, Barbara. **Öfeentlichkeisarbeit oder journalismus?**: Zum einfluss in mediensystem. Bochum: WP. 1985.

BAKTHIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec. 1965, 1987.

BALLERINI, Franthiesco. **Jornalismo Cultural do século 21**: artes visuais, teatro,

cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática. São Paulo: Summus. 2015.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil 1900-2000. 2ª edição. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BASSO, Murilo. **A decima edição do Curitiba Calling.** In: Scream & Yell. Net, São Paulo: Scream & Yell. Disponível em < http://screamyell.com.br/site/2009/04/01/a-decima-edicao-do-curitiba-calling/>. Acesso em 27 ago. 2017.

_____. **A moda caipira do Charme Chulo**. In: Scream & Yell. Net, São Paulo: Scream & Yell. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Junho, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água. 1981, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2006, 2007.

BECKER, Howard S. **Outsiders**: estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar, 1963, 2008.

BEEHYPE. **Best of 2014 Brazil**. Lonrdes: Beehype. Disponível em <https://beehy.pe/best-of-2014/brazil-3/>. Acesso em 30 dez. 2018.

BELLÉ, Junior. '**O caipira é o nosso punk'**. In: O Dilúvio. Net, Porto Alegre: O Dilúvio. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Dezembro, 2008.

BENTO, Paula. **Divirta-se, piá!**. In: O Bloco. Net, Juiz de Fora: O Bloco. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Junho, 2005.

BERMAN, Stuart. **Public Image Ltd:** First issue. In: Pitchfork. Net, Chicago: Condé Nast, 2013. Disponível em <https://pitchfork.com/reviews/albums/18200-public-image-ltd-first-issue/>. Acesso em 15 set. 2018.

BERNARDES, Nara M. G. Análise compreensiva de base fenomenológica e o estudo da experiência vivida de crianças e adultos. In: Educação. Ano XIV, nº 20. Porto Alegre. 1991.

BORDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BORNHEIN, Gerd. As dimensões da crítica. In: MARTINS, Maria H. [org.]. **Rumos**

da crítica. São Paulo: Editora Senac SP/Itaú Cultural. 2000.

BRASIL. Decreto-lei nº 21.111, de 1º de marco de 1932. Regulamenta a execução de serviceos de radiocomunicação no território nacional. Disponível em <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>. Acesso em 29 ago. 2017.

BROZEK, J; MASSIMI, M. **Curso de introdução à historiografia da psicologia**: apontamentos para um curso breve – parte segunda: da descrição à interpretação. In: Memorandum. Net, Belo Horizonte, RIbeirão Preto, 2002. Disponível em < http://www.fafich.ufmg.br/~memorandum/artigos02/brozek02.htm>. Acesso em 16 set. 2018.

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

BUITONI, Dulcia H. S. Entre o consumo rápido e a permanência. In: MARTINS, Maria H. [org.]. **Outras leituras**: literatura, televisão, jornalismo de arte e cultura, linguagem interagente. São Paulo: Editora Senac SP/Itaú Cultural. 2000.

CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1988.

CALLADO, Carlos. **A divina comédia dos Mutantes**. São Paulo: Editora 34, 1995.

_____. **Tropicália**: a história de uma revolução musical. 2ª edição. São Paulo, Editora 34, 1997, 2010.

CALDAS, Waldenyr. **O que é música sertaneja**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

CASTILHO, Cristiano. **Os melhores discos de Curitiba em 2014**. In: Pista 1, 23 dez. 2014. Curitiba: Gazeta do Povo. Acesso em 28 dez. 2018.

CANCLINI, Néstor G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

CANDIDO, Anotnio. **Os parceiros do Rio bonito**. 9ª edição. São Paulo: Duas CIdades/Editora 34. 1964, 2001.

CARNEIRO, Rodrigo. **Selos europeus lançam discos de pós-punk brasileiro**. Ilustrada, 6 de maio de 2005. Net, São Paulo: Folha de S. Paulo, 2005, Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0605200514.htm>. Acesso em 19 set. 2018.

CARVALHO, Mariangela. **Charme curitibano**. In: Urbanaque. Net, Goiânia:

Urbanaque. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Julho, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexes sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e terra, 2015.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. 2ª ed. [rev.e ampl.]. São Paulo: Iluminuras, 2012.

_____. **O que é indústria cultural**. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1980, 1995.

CHARME CHULO. **Charme Chulo**. Direção artística: Abonico R. Smith. Produção: Educardo "Xuxu" Vicari e Charme Chulo. Curitiba/São Paulo: Independente/Volume 1, p.2007. 1 disco sonoro (36 min), compact disc.

_____. **Crucificados pelo sistema bruto**. Direção artística: Charme Chulo. Produção: Charme Chulo e Rodrigo Lemos, Curitiba/São Paulo: independente/Volume 1, p.2014. 2 discos sonoro (??? min), compact disc.

_____. **Você sabe muito bem onde eu estou EP.** Direção artística: Charme Chulo. Produção: Charme Chulo, Rubens K e Christian Schwarz. Curitiba: Independente, p.2004. 1 disco sonoro (22 min), compact disc.

_____. **Nova onda caipira**. Direção artística: Charme Chulo. Produção: Charme Chulo e Alexei Leão, Curitiba/São Paulo: independente/Volume 1, p.2009. 1 disco sonoro (??? min), compact disc.

COGAN, Brian. **The encyclopedia of punk**. Nova York: Sterling. 2008.

CONTER, Marcelo B. **Lo-Fi**: música pop em baixa definição. Curitiba: Appris, 2016.

COSTA, Marcelo. **A estreia do Charme Chulo**. In: Scream & Yell. Net, São Paulo, 2007. Disponível em <http://screamyell.com.br/site/2007/04/30/estreia-do-charme-chulo-e-o-disco-da-semana/>. Acesso em 27 ago. 2017.

_____. **Entrevista Charme Chulo**. In: Scream & Yell. Net, São Paulo: Scream & Yell. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Junho, 2005.

CULTURA CAIPIRA BLOG. **Jorginho do Sertão**: a primeira música caipira gravada no Brasil. In: Cultura Caipira Blog. Net, São Paulo, 2015. Disponível em <http://www.culturacaipira.com/2015/04/11/jorginho-do-sertao-a- primeira-musica-

caipira-gravada-no-brasil/>. Acesso em: 24 ago. 2017.

DANTAS, Tiago. **Web 2.0**. In: Brasil Escola. Net, Goiania, 2018. Disponível em <http://brasilescola.uol.com.br/informatica/web-20.htm>. Acesso em 04 de fevereiro de 2018.

DEBORD, Guy. A **sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto. 1967, 1997.

DELMONICO, Leandro. **Depoimento** dado a Antonio Carlos Persegani Florenzano em 20 ago. 2017.

_____, Leandro. **Depoimentos** dado a Antonio Carlos Persegani Florenzano entre os dias 10 e 20 set. 2018.

DIAS, Cirilo. **Cadê todo mundo?**. In: Urbanaque. Net, Goiânia: Urbanaque. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Fevereiro, 2007.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante da imagem**: questão colocada aos fins de uma história da arte. São Paulo: Editora 34, 1990, 2013.

DOURADO, Henrique A. **Dicionário de termos e expressões da música**. São paulo: Editora 34, 2004.

ESSINGER, Silvio. **Quem tem a viola**: um dos instrumentos mais antigos da música brasileira ganha novas sonoridades em projetos que flertam co pop, rock, funk, eletrônico e experimental. Segundo Caderno, p. 1. In: O Globo, 14 set. 2015. Rio de Janeiro: O Globo. 2015.

FACCHI, Cleber. **Disco:** Crucificados pelo sistema bruto, Charme Chulo. In: Miojo Indie. Novembro, 2004. Net, Ponta Grossa: Miojo Indie. Disponível em <http://miojoindie.com.br/disco-crucificados-pelo-sistema-bruto-charme-chulo/> . Acesso em 27 ago. 2017.

FARBER, Jim. **MTV:** The Revolution Will Be Televised. In: DeCURTIS, Anthony; HENKE, James; GEORGE-WARREN, Holly. **The Rolling Stone illustrated history of rock & roll**: the definitive history of most importante artists and their music. Londres: Plexus. 1992.

FILUS, Igor. **Depoimento** dado a Antonio Carlos Persegani Florenzano em 26 out. 2018.

_____. **Depoimentos** dados a Antonio Carlos Persegani Florenzano entre os dias

10 e 20 set. 2018.

FINATTI, Humberto. **Outro disco indie legal pra já**. In: Dynamite online. Net, São Paulo: Dynamite. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Dezembro, 2004.

FLORENZANO, Antonio C. P. **A formação da identidade do rock de Curitiba**. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica, 2013.

FORASTIERI, André. **Por um jornalismo mais crítico**: sem fronteiras, sem piedade. 2011. Disponível em <www.andreforastieri.com.br>. Acesso em 12 fev. 2019.

_____. **Quer ser jornalista cultural?.** 1995. Disponível em <www.andreforastieri.com.br>. Acesso em 10 fev. 2019.

FRIEDLANDER, Paul. **Rock'n'roll**: uma história social. Rio de Janeiro: Record. 1996, 2002.

FRITH, Simon. **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge: Harvard University Press, 1998.

GADINI, Sergio L. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro – Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

GÓES, Duvivier; BELLOTTI, Felippe. **Popularização do rádio**: década de 30. In: Rádio e TV Retro. Net, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <http://radiotvretro.blogspot.com/2011/09/popularizacao-do-radio-decada-de-30.html>. Acesso em 10 set. 2018.

GOLLNICK, Felipe. In: **Prêmio Defenestrando 2014**: lançamento. Defenestrando. Curitiba: Defestrando. Acesso em 27 dez. 2018.

GONÇALVES, Marcos A. **Pós-tudo**: 50 anos de cultura na Ilustrada. São Paulo: Publifolha, 2008.

GOZZI, Ricardo; BELINTANI, Duca. **Kid Vinil**: um herói do Brasil. São Paulo: Edições Ideal, 2015.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. Ed. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

_____. **Codificação/Decodificação**. In: Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HAROCHE, Claudine. **A condição do sensível**: formas e maneiras de sentir no Ocidente. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2008.

HIBBARD, Don; KALEIALOHA, Carol. **The role of rock**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1983.

HOBSBAWM, Eric. O novo século: entrevista a Antonio Polito. São Paulo/Rio de Janeiro: Compnahia das Letras. 2000.

HOW BEATLES changed the world. Direção de Tom O'Dell. Los Gatos: Netflix. 2017. Documentário. Streaming (90 min), son. color.

IAROCHINSKI, Ulysses. **Polaco**: identidade cultural do brasileiro descente de imigrantes da Polônia. Curitiba: Ed. Do Autor, 2011.

IT WAS FIFTY YEARS ago today!: The Beatles, Sgt. Pepper & beyond. Direção de Alan G. Parker. Los Gatos: Netflix, 2017. Documentário. Streaming (114 min), son. color.

JAMISON, Jan. Genius or jerk?. In: **Silver Screen**. Los Angeles: Screenland Magazine, n. 25, p. 21, dez. 1955.

JANOTTI JR, Jeder S. **Heavy metal e mídia**: das comunidades de sentido aos grupamentos. Tese de douturado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. São Leopoldo, 2002.

_____. Mídia, cultura juvenil e rock and roll: comunidades, tribos e grupamentos urbanos. p. 115-129. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre [orgs.]. **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Fans, bloggers and gamers**: exploring participatory culture. Nova York: NYU Press, 2006.

JUNG, Theo. **The politics of time**: Zeitgeist in Early Nineteenth-Century Political Discourse. Contributions to the History of concepts. 2014. Internet, ResearchGate. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/263129286_The_Politics_of_Time_Zeitgeist_in_Early_Nineteenth-Century_Political_Discourse>. Acesso em 23 dez. 2018.

JUVENTUDE TRANSVIADA. Título original: Rebel Without a Cause. Direção: Nicholas Ray. Roteiro: Stewart Stern e Irving Shulman, baseado em uma história de Nicholas Ray. Intérpretes: James Dean, Natalie Wood, Sal Mineo. Produção: David Weisbart. Los Angeles: Warner Bros. 1955. Ficção. 1 DVD (111 min), son. color.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais, identidade e o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2011.

KNOPPER, Steve. **Música emprestada**: os mercados dos CDs e do download de música despencaram – mas o nicho do vinil segue crescendo. In: Rolling Stone Brasil, edição 144, setembro 2018. São Paulo: Spring, 2018.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul – manual de comunicação. São {aulo: Editora da Universidade de São, 1988, 1987.

LEENHARDT, Jacques. Crítica de arte e cultura no mundo contemporâneo. In: MARTINS, Maria H. [org.]. **Rumos da crítica**. São Paulo: Editora Senac SP/Itaú Cultural. 2000.

LIMA, Vandson; SMITH, Abonico. **Bacanarama**. In: Bacana. Net, Curitiba: Bacana. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Junho, 2005.

LÖWY, Michael; SAYRE, Robert. **Revolta e melancolia:** o Romantismo na contracorrente da modernidade. São Paulo: Boitempo, 2015.

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. In: **Revista Famecos**, n. 15. Net, Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2001. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123/2395>. Acesso em 11 set. 2018.

_____. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 5ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1988, 2014.

MAGALHÃES, Marina. **Jornalismo cultural participativo**: uma construção coletiva e imprevisível. In: Mapeamento do ensino de jornalismo cultural no Brasil em 2008: carteira de professor de graduação. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

MARTIN, Linda; SEGRAVE, Kerry. **Anti-rock**: the opposition to rock'n'roll. Nova York: Da Capo Press, 1988, 1993)

MARTINETTI, Ronald. **James Dean**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.

MARTINEZ, Monica; Silva Paulo C. **Fenomenologia**: o uso como método em Comunicação. In: Revista E-compós, v. 17, n 2, mai./ago. 2014. Bet, Brasília: E-compós. Disponível em <www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/1012/762/>. Acesso em 10 mar. 2019.

MCNEIL, Legs; MCCAIN, Gillian. **Mate-me por favor (please kill me)**: uma história sem censura do punk. Porto ALegre: L&PM Editores. 1997.

MENDONÇA, Rosiel do N.; AZEVEDO, Luisa E. **Jornalismo cultural na internet**: uma visao multidisciplinar sobre o site Digestivo Cultural. In: Revista Iniciacom, Vol. 5, Nº 2. São Paulo: Intercom, 2013. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/258263602_Jornalismo_cultural_na_internet_uma_visao_multidisciplinar_sobre_o_site_Digestivo_Cultural>. Acesso em 28 out. 2018.

MENEZES, Cynara. **Entrevistas históricas**: Bill Grundy entrevista os Sex Pistols. Socialista Morena. Brasília, 2013. Disponível em <http://www.socialistamorena.com.br/entrevistas-historicas-bill-grundy-entrevista-os-sex-pistols/>. Acesso em 10 set. 2018.

MERCER, Eduardo. **Uma fina camada de gelo**: o rock autoral e a alma arredia de Curitiba. Curitiba: Edição do autor, 2017.

MERHEB, Rodrigo. **O som da revolução**: uma história cultural do rock, 1965-1969. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2012.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo,. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1962.

MOTTA, Débora. **Uma análise da adolescência ao longo da História**. Rio de Janeiro: Faperj, 2010. Disponível em <http://www.faperj.br/?id=1654.2.5.>. Acesso em 12 set. 2018.

MUNIZ, Celina R. Na desordem da palavras: fanzines e a escrita de si**.** In: _____. ***Fanzines****: autoria, subjetividade e invenção de si*. Fortaleza: Ediçoes UFC, 2010, p. 15-28.

MUTANTES. 2001. Intérprete: Mutantes. Arranjo: Rogério Duprat. Produção: Manoel Barenbein. Faixa número 4 do Lado A do album também batizado Mutantes. São Paulo/Rio de Janeiro: Phillips, p. 1969. 1 disco sonoro (4 min), 33 1/3 rpm, stereo, 12 pol.

NA BOCA DO POVO. **Da Criolo a Tom Zé, i dischi da scaricare e ascoltare prima che il 2014 finisca**. Roma: Na Boca do Povo. Disponivel em <http://www.nabocadopovo.it/da-criolo-tom-ze-dischi-da-scaricare-e-ascoltare-prima-che-il-2014-finisca/>. Acesso em 30 dez.2018.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NEY, Thiago. **Marvado rock**: bandas da nova geração, como Supercordas e Charme Chulo, revisitam temática rural. Ilustrada, p. 1. In: Folha de S.Paulo, 8 jun. 2007. São Paulo: Folha de S.Paulo. 2007.

_____. **TV On The Radio, Taylor Swift e o melhor de 2014**. In: Playlist, 23 dez. 2014. São Paulo: IG. Disponível em <http://playlist.ig.com.br/index.php/2014/12/12/tv-on-the-radio-taylor-swift-e-o-melhor-de-2014/>. Acesso em 27 dez. 2018.

NICOLATO, Roberto. **Literatura e cidade**: o universo urbano em Dalton Trevisan. Dissertação de mestrado. Cufitiba: Universidade Federal do Paraná.2002.

O SELVAGEM. Título original: The wild one. Direção: Laszló Benedek. Roteiro: John Paxton, baseado em uma história de Frank Rooney. Produção: Stanley Kramer. Intérpretes: Marlon Brando, Lee Marvin, Jay C. Flippen, Los Angeles: Stanley Kramer Productions. 1953. Ficção. 1 DVD (79 min), son. preto e branco.

O'SULLIVAN, Tim. **Conceitos-chave: estudos de comunicação e cultura**. Piracicaba: Editora da Unimep. 2001.

OPEN CULTURE. **The Sex Pistols make a scandalous appearance on the Bill Grundy Show & introduce punk rock to the startled masses**. Open Culture. Mountain View: Open Culture, 2017. Disponível em <http://www.openculture.com/2017/09/the-sex-pistols-make-a-scandalous-appearance-on-the-bill-grundy-show.html>. Acesso em 15 ago. 2018.

PARRA FILHO, Domingos; SANTOS, João Almeida. **Metodologia científica**. 2ª reimpressão. São Paulo: Futura. 2000.

PEREIRA JR, Álvaro. **Sete dicas para quem quer ser crítico de música**. São Paulo: Folha de S. Paulo, Folhateen. 28 jul. 2003.

PERGUNTE AO POP. **Melhores 2014**: músicas nacionais. São Paulo: Pergunte ao Pop. Disponível em <http://pergunteaopop.blogspot.com/2015/01/melhores-2014-musicas-nacionais.html>. Acesso em 27 dez. 2018.

PETILLO, Alexandre. **Curtindo música brasileira**: um guia para entender e ouvir o melhor de nossa arte. Caxias do Sul: Belas Letras, 2013.

PIRES, Paulo R. **A ilusão tecnicista**. In: LINDOSO, Felipe (org.). *Rumos[do] Jornalismo Cultural*. São Paulo: Summus/Itaú Cultural, 2007. P. 30.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural.** 4ª edição, 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2017.

PREFEITURA DE CURITIBA. **Parques e Bosques**: Passeio Público. Net, Curitiba, s/data. Disponível em < http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/parques-e-bosques-passeio-publico/324>. Acesso em 4 set. 2018.

PREFEITURA DE MARINGÁ. **Nossa cidade**: histórico do município. Net, Maringá, s/data. Disponível em <http://www2.maringa.pr.gov.br/turismo/?cod=nossa-cidade/2>. Acesso em 19 mai. 2018.

REBINSKI Jr, Luiz. **O jornalismo cultural no Brasil**: In: Digestivo Cultural. Net, São Paulo, 2008, Seção Colunas. Disponível em < http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=2439&titulo=O_jornalismo_cultural_no_Brasil>. Acesso em: 30 jan. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REYNOLDS, Simon. **Rip it up and start again:** postpunk 1978-1984. Londres: Faber and Faber, 2003.

RIBEIRO, José H. Música caipira: as 270 melhores modas. 2ª ed., ed. Revista e completada/ampliada. Santos: Realejo Edições. 2015.

ROCK'N'BEATS. **Resenha:** Charme Chulo – Charme chulo. Net, Belo Horizonte: Rock'n'Beats. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Julho, 2009.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

ROSSETTI, Micaela L. **O jornalismo cultural brasileiro na História:** reconstruções e interpretações. In: Encontro Nacional de História da Mídia, décima edição, 2015, Porto Alegre. Disponível em <https://www.google.com/url?q=http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-do-jornalismo/jornalismo-cultural-brasileiro-na-historia/at_download/file&sa=U&ved=0ahUKEwjkj8f86YDZAhXCzVMKHc_GAyMQFggEMAA&client=internal-uds-cse&cx=002328126778435934364:i-dj4sh5few&usg=AOvVaw3mCwtHWATdVjeiZk3Tyir4>. Acesso em: 30 jan. 2018.

SANT'ANNA, Romildo. **A moda é caipira**. In: RIBEIRO, José H. Música caipira: as 270 melhores modas. 2ª ed., ed. Revista e completada/ampliada. Santos: Realejo Edições. 2015.

SANTAELLA, Lucia. O hibridismo semiótico da Tropicália. In: De CARLI, Ana M. S.; RAMOS, Flavia B. {org.]. Tropicálias: gêneros, identidades, repertórios e linguagens. 2ª ed. ampl. e atual. Caxias do Sul: Educs. 2017.

SANTOS, Antonio R. **Metodologia Científica**: a construção do conhecimento. 5ª edição revisada. Rio de janeiro: DP&A, 2002.

SANTOS, Mario S. **Iniciantes do violão**. YouTube. Net, São Paulo, s/data. Disponível em <http://iniciantesdoviolao.com.br/violao-mao-que-faz-os-ritmos-direita-e-esquerda/>. Acesso em 20 mai. 2018.

SAVAGE, Jon. **A criação da juventude:** como o conceito de teenager revolucionou o Século XX. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

_____. **England's dreaming:** anarchy, Sex Pistols, punk rock and beyond. Londres: Faber and Faber. 2001.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SCREAM & YELL. **Os 50 discos mais votados em 2014**: melhores de 2014 – nacional. 19 jan. 2015. São Paulo: Scream & Yell. Disponível em <http://screamyell.com.br/site/2015/01/19/os-50-discos-mais-votados-em-2014/>Acesso em 28 dez. 2018.

SEMENTES DA VIOLÊNCIA. Título original: Blackboard jungle. Direção: Richard Brooks. Roteiro: Richard Brooks, baseado no livro de Evan Hunter. Intérpretes: Glenn Ford, Anne Francis, Louis Calhern. Produção: Pandro S. Berman. Los Angeles: Metro-Goldwyn-Mayer. 1955. Ficção. 1 DVD (101 min), son. color.

SILVA, Edna L. Da; MENEZES, Estera M. **Metodologia da pesquisa e elaboração da dissertação**. 4ª edição. Rev. Atual. Florianópolis: UFSC, 2005.

SILVA, José R. T. **Metodologia fenomenológica**. In: Reflexões Sociológicas. Net, Recife. Publicado em 15 nov. 2011. Disponível em < http://reflexoesociologicas.blogspot.com/2011/11/metodologia-fenomenologica.html>. Acesso em 10 fev. 2019.

SILVA, Wilsa C. F. **Cultura em pauta**: um estudo sobre o jornalismo cultural. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 1997.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. São Paulo: Hedra. 1998.

SMITH, Abonico. **Charme Chulo:** ao vivo. Charme Chulo. In: Bacana. Net, Curitiba: Loco de Bom. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Novembro, 2007

_____. **O revolucionário antídoto contra a atual frouxidão do rock brasileiro**. Mondo Bacana. Net, Curitiba, 2014. Disponível em <http://www.mondobacana.com/musica- outubro-2014/charme-chulo.html>. Acessado em: 27 ago. 2017.

SMITH, Abonico; LIMA, Carlos E. **Rasgue a camisa**. In: Bacana. Net, Curitiba: Bacana. Acesso através do clipping particular de matérias e reportagens da banda Charme Chulo. Dezembro, 2004.

SOARES, Luís E. **A carnavalização da cultura popular**. In: Observatório da Imprensa. Net, Rio de Janeiro: Observatório da Imprensa. Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/ed672-a-carnavalizacao-da-cultura-popular/>. Acesso em 4 fev. 2019.

SOUSA, Walter. **Moda inviolada**: uma história da música caipira. São Paulo: Quiron, 2005.

SOUZA, Marco A. **Mais Charme Chulo do que nunca:** o pós-modernismo jacu de Crucificados pelo sistema bruto. Net, Maringá: O Duque. Disponível em <http://www.oduque.com.br/mais-charme-chulo-que-nunca-o-pos-modernismo-jacu-de-crucificados-pelo-sistema-bruto-2014/>. Acesso em 27 ago. 2017.

STORM, Gary. A visit do Punk Magazine. In: HOLMSTROM, John; HURD, Bridget [org.]. **Punk**: The best of Punk Magazine. Nova York: Harper Collins. 2012.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos govenos. Rio de Janeiro: Agir negócios, 2010.

TATIT, Luiz. Semiótica da cenção. 2ª ed. São Paulo: Editora Escuta. 1999.

TEIXEIRA JR, Sergio. **MP3**: a revolução da música digital. São Paulo: Abril, 2002.

TINHORÃO, José R. **Música sertaneja é esse negócio**. In: A Nova Democracia. Net, Rio de Janeiro: Editora Aimberê. Disponível em

<https://anovademocracia.com.br/no-56/2348-musica-sertaneja-e-esse-negocio>. Acesso em 31 jan. 2019.

TRAMONTINA, Mariana. **Mistura sarcástica**. In: Rolling Stone. Edição 100, de. 2014. São Paulo: Spring Editora. Disponível em <https://rollingstone.uol.com.br/guia/cd/crucificados-pelo-sistema-bruto/>. Acesso em 27 dez. 2018.

WESTWOOD; KELLY. **Vivienne Westwood**. Rio de Janeiro: Anfiteatro. 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1958, 1989.

_____. **Culture is ordinary**. In: Resources of hope: cultura, democracy, socialism. Londres: Verso, 1958, 1989.

_____. **Proposta de uma sociologia da cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1992.

WILSON, Simob; LACK, Jessica. The Tate guide to modern art terms. Londres: Tate Publishing. 2008.

WITT, Stephen. **Como a música ficou grátis**: o fim de uma indústria, a virada do século e o paciente zero da pirataria. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

ZILBERMAN, Regina. **Imprensa e Literatura no Brasil**. In: Jornalismo Cultural: cinco debates. Florianópolis: FCC Edições, 2001.