

## “É uma brasa, mora?”: a Jovem Guarda de Roberto, Erasmo e Wanderléia no discurso da revista *O Cruzeiro*<sup>1</sup>

Letícia Franciele ROSSA<sup>2</sup>

Thaís Helena FURTADO<sup>3</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS

### Resumo

Este trabalho se propõe a identificar os sentidos imersos no discurso da revista *O Cruzeiro* que possam ter colaborado para a construção do imaginário da Jovem Guarda, movimento musical brasileiro da década de 1960. Figurando entre as principais mídias impressas do século XX, o informativo pautou temáticas culturais ao longo de sua existência. Por meio de reportagens relativas aos três maiores nomes da Jovem Guarda (Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia), analisa-se, neste estudo, a representatividade – e os sentidos – deste movimento perante o Brasil. A validação da pesquisa se dá com o suporte da Análise do Discurso francesa. A análise conduz à conclusão de que *O Cruzeiro* contribuiu com a construção da Jovem Guarda principalmente por meio dos sentidos de *rei, rainha, bem, alegria, graça e boa praça*.

**Palavras-chave:** Jornalismo de revista; Revista *O Cruzeiro*; Análise do Discurso; Jovem Guarda.

### 1 Introdução

Há cinco décadas, o desembarque inédito do quarteto inglês The Beatles em solo nova-iorquino possibilitou a vertente de uma febre jamais vista na cena musical até então: a beatlemania, que percorreu a veia cultural de todo o mundo e também se reconheceu no Brasil. Em solo nacional, os artistas brasileiros espelhavam-se nos ídolos ingleses. A cópia não se restringia à música, sendo estendida também à moda e ao comportamento. É dentro deste cenário de “inspiração beatlemaniaca” que surge o movimento musical da Jovem Guarda, originado em 1965 e encerrado dois anos depois.

Neste período, elencaram-se como líderes da JG Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia. Representantes de seu público, os artistas designaram para si a formatação do que foi – ou poderia se tornar – a Jovem Guarda.

Paralela à existência do movimento, examina-se o desenvolver da revista *O Cruzeiro*. O informativo divulgou semanalmente, durante suas cinco décadas de atividade,

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: leticiaf.rossa@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Unisinos. E-mail: thaisf@unisinos.br.

um noticiário geral daquilo que acontecia no Brasil e exterior. Constituída como uma revista de variedades voltada à família brasileira, a magazine destacou-se pela elaboração de grandes reportagens e de materiais de cunho diverso. Dentro deste emaranhado de informações, despontou a música da Jovem Guarda.

Nasce, dentro deste panorama, certa inquietação relativa à possível colaboração de *O Cruzeiro* para o imaginário pertinente a este movimento musical. Como a revista pôde auxiliar na construção da Jovem Guarda? Quais os sentidos inseridos em seu discurso no que tange Roberto, Erasmo e Wanderléia?

Para a validação deste estudo absorvemos os conceitos da metodologia Análise do Discurso francesa. Selecionamos suas compreensões de sentido, posição-sujeito, formação discursiva e paráfrase para constituir a análise dos três textos escolhidos para investigação. Com a proposta de cercar a pesquisa e conceituar os elementos deste trabalho, trazemos noções de jornalismo de revista entrelaçadas a definições de *O Cruzeiro* e seu método comunicacional. Estruturamos, ainda, as ideias relativas à Jovem Guarda e o contexto sócio-histórico em que esta esteve inserida.

Este trabalho tem o objetivo, portanto, de compreender como o discurso presente na revista *O Cruzeiro* (de 1965 a 1967) colaborou, por meio de Roberto, Erasmo e Wanderléia, para a construção dos sentidos da Jovem Guarda.

## **2 O jornalismo de revista em *O Cruzeiro***

O entendimento acerca das magazines em determinada sociedade contribui para o reconhecimento cultural e histórico de dados períodos. Assim, a partir do estudo relacionado às caracterizações que constituem o gênero jornalístico em revista é possível “[...] compreender muito da história e da cultura de um país [...]”, pois ali “[...] estão os hábitos, as modas, os personagens de cada período, os assuntos que mobilizaram grupos de pessoas” (SCALZO, 2008, p. 16).

A complexidade na conceituação referente a este gênero se dá pelo emaranhado de atributos que podem lhe ser conferidos. Scalzo (2008, p. 11, grifo nosso) acrescenta que “Uma revista é um veículo de comunicação, *um produto*, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”.

Esta multiplicidade de definições vai ao encontro da proposta de *O Cruzeiro*, reconhecida por ser uma revista de variedades. Com a finalidade de preencher

semanalmente as cerca de 100 páginas do veículo, o chefe de redação do período (anos 60) recorria a um aglomerado de seções e colunistas fixos. Isso porque, na visão de Netto (1998), o veículo responsabilizava-se em esquematizar uma retomada semanal dos acontecimentos do país e, em certos momentos, do exterior. As editorias internas de *O Cruzeiro* envolviam os públicos feminino, de esporte, de saúde e de cinema/estrelas de Hollywood. As divisões contemplavam, ainda, sessões de gastronomia, crônicas/contos, charges e colunas sociais (BARBOSA, 2002).

*O Cruzeiro* não se propunha, assim, a despontar como uma revista segmentada ou temática, alternativas comuns às magazines do período (e da atualidade, também) que buscavam personalizar o perfil da informação veiculada de acordo com o público escolhido (ABIAHY, 2005).

Observa-se, ainda, que, embora o texto seja um dos principais elementos de um veículo impresso, há especificidades que, do mesmo modo, podem transmitir informação. É o caso da fotografia, uma vez que a aglutinação de reportagens e imagens pode constituir uma página de revista atraente aos olhos do leitor. De acordo com a visão de Scalzo (2008, p. 69), “[...] quando alguém olha para uma página de revista, a primeira coisa que se vê são as fotografias. Antes de ler qualquer palavra, é a fotografia que vai prendê-lo àquela página ou não”. Esta fusão de texto + imagens tornou-se uma das maiores contribuições de *O Cruzeiro* para o campo jornalístico por meio da implementação de grandes reportagens e fotorreportagens (CARNEIRO, 1999).

Devido à prestação destes serviços jornalísticos aos leitores da década de 60, *O Cruzeiro* configurou-se como um dos maiores fenômenos editoriais do Brasil. O periódico integrou, de 1928 até os anos 1970, os Diários Associados comandados pelo jornalista Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo (NETTO, 1998). Apesar de resistências e dificuldades pontuais, a publicação “[...] muda a concepção de revista semanal ilustrada vigente no país” (CARNEIRO, 1999, p. 125). Essa afirmação vem ao encontro do pensamento de Netto (1998, p. 37), quando o pesquisador aponta que “Jamais houvera em toda a América do Sul uma publicação com tal apuro gráfico”.

Assim, desde 1928 o público brasileiro identificou-se com *O Cruzeiro*. Conforme pesquisa citada por Mira (2001), o grupo de leitores do periódico era constituído por homens, mulheres, crianças menores de dez anos, crianças com mais de dez anos e criados. Tratava-se da “[...] revista da família brasileira” (MIRA, 2001, p. 13).

Apesar dos entraves que conduziram *O Cruzeiro* para o encerramento de suas atividades, em meados de 1970, durante as cinco décadas em que esteve ativa a revista se comprometeu em atingir todas as camadas da população brasileira. Entre os temas abordados na magazine está a música, os conjuntos e artistas que encantavam os fãs em todos os estados brasileiros. A Jovem Guarda esteve entre eles, sendo objetos de reportagens, notas e notícias que puderam ser observados na revista principalmente durante a década de 1960.

### 3 Jovem Guarda

Inspirada por mobilizações norte-americanas e europeias, a juventude brasileira deu início, durante todo o século XX, a movimentos culturais que caracterizaram as canções como válvula aberta para a transmissão de ideologias, sonhos e protestos. Em meio a este cenário, no ano de 1965 iniciou-se um dos períodos mais expressivos da música popular brasileira: a Jovem Guarda<sup>4</sup>, desencadeada em todo o país devido à transmissão do programa dominical homônimo na TV Record. O show exibia a intenção de inserir o rock nacional e internacional no contexto cultural brasileiro.

Fróes (2005) aponta a Jovem Guarda não apenas como *movimento* ou programa de televisão nacional, mas como *momento* musical dos anos 60. Assim como as demais mobilizações sócio-culturais do país, o reflexo estrangeiro esteve visível na Jovem Guarda. A inspiração de conjuntos internacionais, em especial da banda inglesa The Beatles, pode ser observada nas canções elaboradas desde o início da JG (FRÓES, 2005).

Apesar da influência estrangeira, Campos (1993) esclarece que a Jovem Guarda aplicou sua identidade singular de movimento nacional. “A maior parte não compreendeu que o próprio iê-iê-iê sofreu uma transformação na sua tradução brasileira, que não é, nos seus melhores momentos, mera cópia do estrangeiro” (CAMPOS, 1993, p. 62).

Ao definir a Jovem Guarda, Dolabela (1987) registra o crescimento do programa da TV Record a partir da dimensão tomada pelo movimento – que, durante o ápice do sucesso, confundia-se com o que havia de melhor na música brasileira. Roberto, Erasmo e Wanderléia conduziam o movimento e tornaram-se uma espécie de índice de moda, inteligência e bom gosto. Nesta esteira, Pilagallo (2008, p. 43) classifica que o movimento

---

<sup>4</sup> Para fins de esclarecimento: utilizaremos o termo Jovem Guarda no masculino ao fazer referência ao programa dominical, enquanto no feminino a relação se dá com o movimento da música. A sigla JG, por sua vez, abrevia o termo Jovem Guarda.

era integrado por dois fatores que complementavam os discos e canções dos artistas daquele período: a moda e o comportamento. A conexão destes dois elementos junto à música propriamente dita é uma das características mais cristalinas em movimentos tradicionais de rock, na visão de Corrêa (1989). Para ele, o modo como as personagens deste gênero musical atuam, vestem-se e comunicam-se interfere na singularidade das escolhas e gostos de seus seguidores. A música passa, por vezes, à posição de coadjuvante no momento em que a composição imagética (de vestuário, estilo e modos de agir) entre público e artista torna-se mais importante (CORRÊA, 1989). “Assim, quando um jovem passa a usar as mesmas cores que seu ídolo do rock, está apenas acrescentando um conteúdo material (a roupa) ao estilo de música que está ouvindo” (CORRÊA, 1989, p. 97).

Diante destas contribuições da Jovem Guarda enquanto movimento, Medeiros (1984) delinea a JG como uma grande festa que intervém em temáticas que permeiam o cotidiano brasileiro e as histórias reais vivenciadas pelo seu público. Para ele, existe “[...] a sensação de que a Jovem Guarda consiste, na realidade, numa brincadeira narcisista que ao anunciar ‘boas novas’ do país só o faz para tornar mais sedutores os atributos do conquistador na trama do jogo amoroso” (MEDEIROS, 1984, p. 53).

Apesar da colaboração de incontáveis artistas para o enriquecimento da JG, é inegável que, se a Jovem Guarda pudesse ser reduzida a três nomes, estes seriam Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia.

O ícone máximo do período foi Roberto Carlos, cuja trajetória musical trilhou os caminhos da Bossa Nova no início da década de 60 (FRÓES, 2005). A construção imagética de Roberto Carlos seguia o rumo natural da vida do cantor. Fróes (2005) aponta a postura do artista como consequência de seu percurso de vida e não como imagem criada para atender aos fãs e à mídia.

Desde o início de seu trabalho como cantor e compositor, Roberto Carlos construiu em torno de si imagens de inegável ressonância com os valores e os anseios de seu povo. Sua formação religiosa, seu olhar tristonho, de menino apaixonado e sensível, que teve uma vida pobre mas decente antes da fama, perfazem elementos capazes de traçar os contornos de um perfil irresistível (MEDEIROS, 1984, p. 76).

Contudo, o desejo do público de se tornar um jovem-guardista não era inspirado apenas em Roberto, mas também em Erasmo Carlos que, ao atingir o gosto popular, na visão de Fróes (2005, p. 68, grifo do autor) “[...] não precisava de músicas dos outros ou de covers, porque compunha em abundância”.

Munido do inconfundível espírito de carioca da Tijuca, o tremendão maximizou sua imagem de alfa na matilha da Jovem Guarda: ao contrário do politizado Roberto, ele desencadeou a figura de um indivíduo que despertava desejos a serem saciados (MEDEIROS, 1984). “Diante das câmeras, a figura de Erasmo, de certo modo, correspondia à ideia do *macho* veiculada pelas canções. Na maioria delas é o macho o sujeito do discurso. Jovem, forte e sensual” (MEDEIROS, 1984, p. 46, grifo do autor).

Com a masculinidade da dupla sempre em evidência nas músicas clássicas do movimento, o rosto feminino da Jovem Guarda pode ser representado por Wanderléia. Na visão de Medeiros (1984), a artista absorvia, mesmo que não intencionalmente, o papel de ícone feminino do país à época. Ela surge como a mulher doce, sexy e atraente, em contraponto à imagem da roqueira rebelde – que também lhe dizia respeito (MEDEIROS, 1984).

Os conceitos observados até o momento relacionados ao jornalismo de revista, *O Cruzeiro* e Jovem Guarda serão retomados após a compreensão das ferramentas e técnicas empregadas para verificar o problema de pesquisa que conduz este trabalho: como o discurso da revista *O Cruzeiro* colaborou para a construção dos sentidos da Jovem Guarda por meio de Roberto, Erasmo e Wanderléia.

#### **4 Análise do Discurso francesa**

Após as reflexões propostas, especificaremos a metodologia que viabilizará este trabalho. Buscaremos, a partir da representatividade da Jovem Guarda, localizar os sentidos presentes nas páginas da revista *O Cruzeiro* que possam ter colaborado, por meio de Roberto, Erasmo e Wanderléia, para a construção do que foi o movimento. Este problema será investigado por meio da Análise do Discurso francesa – AD.

A AD, a partir do que indica Orlandi (2000), incorpora - como o nome sugere - o discurso e não apenas a língua ou a gramática. Ela também associa o discurso à dinâmica da linguagem que está em movimento. Diferente da Análise de Conteúdo, responsável pela identificação de *o que* os textos querem expressar, a noção do discurso “[...] não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado. A questão que ela coloca é: como este texto significa?” (ORLANDI, 2000, p. 17).

Ora, se a AD se objetiva em investigar este sentido, existe a probabilidade de que as inferências acerca do respectivo discurso sejam próprias de cada sujeito. Na explicação de

Orlandi (2000), esta correlação é alcançada devido ao repertório cultural condensado pelos interlocutores em suas vivências. Ou seja: sua memória discursiva. Assim, percebe-se a necessidade de considerar o sentido imerso em sua historicidade. Para examinar os sentidos presentes em um discurso, a AD se vale de significações sócio-históricas com o propósito de reconhecer a exterioridade em que o discurso é inserido (ORLANDI, 2000).

Uma vez que se compreendam estas questões iniciais acerca da AD, pontuaremos, nas próximas linhas, conceitos internos que pré-definem as finalidades da Análise do Discurso como teoria científica e que irão colaborar para a armação da análise.

Ao reconhecer as formações discursivas – FD, Orlandi (2000, p. 43) lembra a definição de Pêcheux para conceituá-las “[...] como aquilo que numa formação ideológica dada - ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada - determina o que pode e deve ser dito”. Isso ocorre devido aos desiguais empregos do discurso por específicos grupos sociais: a linguagem que circula entre uma fatia de adolescentes não é a mesma - por mais que os termos utilizados sejam semelhantes - a de crianças ou idosos. A razão de as formações discursivas serem próprias a cada grupo pode ser observada nas palavras, que “[...] mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam” (ORLANDI, 2000, 42-43).

A noção de formação discursiva está intrinsecamente amarrada à de sentido (BENETTI, 2007). Ao traduzir esta categoria, Orlandi (2000, p. 26, grifo nosso) verifica que a AD “[...] visa fazer compreender *como os objetos simbólicos produzem sentidos*, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ela considera como atos no domínio simbólico”.

As conceituações de sentido retomam uma abordagem da teoria já discutida neste trabalho: a interferência do contexto sócio-histórico na linguagem. Ao associar a ideia da exterioridade no discurso e o “[...] jogo entre o já dito e o que ainda não foi dito [...]”, percebe-se, nas formações discursivas, a presença da memória do sujeito (BORGES, 2013, p. 107). Estes conceitos estão interligados ao da paráfrase, noção que consiste, segundo a visão de Benetti (2007, p. 113), na “[...] reiteração do mesmo sentido [...]”. Em sua definição de paráfrase discursiva, Borges (2013, p. 110) confere a constante existência da “[...] remodelação de um já-dito [...]”.

O alcance dos objetivos geral e específicos desta análise também será viabilizado com a utilização da ideia de posição-sujeito. Orlandi (2000, p. 42-43) dá indícios do conceito quando classifica que as palavras “[...] mudam de sentido segundo as posições



daqueles que as empregam”. Deste modo entende-se que, conforme o local ocupado por determinado indivíduo, sua fala pode significar dada coisa ou, então, algo totalmente oposto.

É a partir deste ponto de vista que irá se desenvolver a análise desta pesquisa. Visando *O Cruzeiro* como veículo informativo, iremos assinalar uma possível ação da revista dentro do movimento Jovem Guarda por meio do discurso referente a Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia.

## **5 A Jovem Guarda de Roberto, Erasmo e Wanderléia**

Neste estudo buscaremos identificar os sentidos produzidos pelo discurso da revista *O Cruzeiro* que possam ter colaborado para a construção do movimento da Jovem Guarda por meio de textos referentes a Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia, principais nomes da JG. Para que isto fosse possível, selecionamos um corpus de três reportagens publicadas entre 1965 e 1967.

Mapearemos, assim, os sentidos da Jovem Guarda sob o olhar da posição-sujeito representada, individualmente, por Roberto, Erasmo e Wanderléia. Para isso, serão destacadas nos textos as sequências discursivas (SDs) que servirão de base para a análise. As reportagens foram selecionadas por ordem de tamanho (as que apresentavam mais números de páginas). A quantidade de matérias selecionadas para cada posição-sujeito deu-se por ordem de aparições dentro dos três anos da revista que foram estudados.

### **Texto 1 – 6 de maio de 1966**

**Título: O rei da Jovem Guarda – Roberto Carlos**

**Posição-sujeito analisada: Roberto Carlos**

“Ele tomou conta da praça, com seu jeito diferente de cantar e com sua figura ao mesmo tempo insólita e bem apanhada, que revela em tudo - desde as músicas (que ele mesmo compõe, quase sempre de parceria com Erasmo Carlos) até as roupas originais (e não raro, exóticas) - um excepcional poder de comunicação com a juventude.” (SD 1)

“Olhos tristes e espírito alegre, rosto fino e coração largo, cabelos compridos e uma perna ligeiramente mais curta que a outra (consequência de um desastre de trem aos doze anos de idade), uma cicatriz no pescoço (resultado de um desastre de automóvel, na estrada de Três Rios, que lhe valeu doze pontos, há menos de dois anos), e talvez outras na alma, fã de Tchaikovsky - entre os clássicos - e de Antônio



Carlos Jobim - entre os modernos compositores brasileiros - e que adora (pela ordem - segundo diz) garôtas, carros e músicas.” (SD 2)

“Ele é o rei do yé-yé-yé brasileiro (que já conta com uma côrte numerosa), o líder da “Jovem Guarda” (hoje uma potência dentro do rádio e televisão nacionais), o ídolo da nova geração.” (SD 3)

O Texto 6 está publicado na edição de 6 de maio de 1966 da revista *O Cruzeiro*. Trata-se da primeira reportagem de capa que aborda exclusivamente o cantor Roberto Carlos. Por ser a primeira produção do veículo acerca da história do músico, a reportagem se compromete em apresentar um resgate das origens do ídolo do momento. Compreende-se de início, a começar pelo título do material, que a intenção de *O Cruzeiro* é colaborar para a construção da imagem de um Roberto Carlos que, deste mesmo modo, passa a ser retratado com mais ênfase no desenrolar da Jovem Guarda.

As SDs 1 e 2 fundamentam-se na primeira sinopse do artista oferecida ao leitor de *O Cruzeiro* desde o início da JG. São nestes trechos que a revista inicia, de fato, a construção da identidade de Roberto Carlos. Aqui são pregados, sem pudor e de forma rica, adjetivos, verbos e substantivos com a finalidade de defini-lo para seu público - que, por que não, se constitui também no público de *O Cruzeiro*.

Quando utiliza os termos “jeito diferente de cantar”, figura “insólita e bem apanhada”, “roupas originais” e “exóticas”, “olhos tristes e espírito alegre, rosto fino e coração largo” e “cabelos compridos”, a revista tece uma descrição acerca do cantor definindo seu perfil. A SD 2, em especial, representa uma intenção de aproximar o fã de seu ídolo devido às metáforas e jogos de palavras inscritas na revistas (“rosto fino e coração largo”, por exemplo). Assim, *O Cruzeiro* faz com que o leitor se sinta “amigo” de Roberto Carlos e entendedor de suas dores (ao citar que o ídolo pode conter feridas em sua alma). Assim, o público é convidado a abraçar as tristezas do jovem cantor e celebrar suas conquistas. As moças, em particular, são atingidas quando a revista garante que estas estão em primeiro lugar na sua lista de preferências. Os rapazes, por sua vez, podem ter a inveja despertada ao verem a paixão pelos carros - a exemplo do calhambeque - figurar entre os gostos do cantor.

As declarações de contrariedade à ingestão de bebidas alcoólicas e consumo de cigarros tornaram Roberto Carlos ainda mais distinto dos demais ídolos do rock do momento (FRÓES, 2005). A espiritualidade e o amor, regularmente inseridos em suas

canções, tornaram-se outro benefício à imagem de bom moço veiculada em todo o país (PILAGALLO, 2008).

Não há, deste modo, como identificar um único sentido que abarque as percepções relativas a Roberto Carlos. Pensa-se, portanto, no *sentido de rei*, como é carinhosamente chamado o líder do iê-iê-iê. A ideia deste sentido é a de justamente estabelecer a identidade singular do astro que *O Cruzeiro* colaborou para construir. Integrados dentro desta categoria poderiam estar expressos os *sentidos do bem, da música da juventude e da alegria* devido às denominações propostas pela revista.

O desenvolvimento da reportagem se dá de modo semelhante aos trechos já analisados. Na SD 3, contudo, há a definição pontual de que Roberto é o “rei do yé-yé-yé brasileiro”, “líder da ‘Jovem Guarda’” e “ídolo da nova geração”. Não restam dúvidas, portanto, acerca do *sentido de rei* presente no trecho publicado por *O Cruzeiro*. A nomenclatura é adotada por uma série de autores que utilizam o substantivo “rei” como sinônimo do nome do artista. Entre os estudiosos pode-se citar Medeiros (1984), Pilagallo (2008) e Fróes (2005).

A imagem edificada em torno de Roberto Carlos é, segundo Medeiros (1984, p. 77), a de um “[...] perfil irresistível [...]”, posto que os elementos que contribuem para sua exposição enquanto artista servem de idolatria até para as famílias dos jovens que acompanham o movimento liderado pelo rei. A atração desencadeada por ele - a princípio, sem grandes porquês - pode vir da figura que contrapõe o que foi visto no rock’n roll até então: atos de rebeldia e canções de desabafo (itens vistos nesta mesma análise). Roberto Carlos é ajustado de forma contrária. O desenho de sua imagem percorre as linhas do bem, do moço cujas intenções são positivas e, para quem, o próximo deve ser olhado com amor e otimismo.

Medeiros (1984) considera, ainda, que não havia conjunto ou artista nacional que não se inspirasse (ou, ao menos, impusesse admiração) em Roberto Carlos. Pilagallo (2008) vai além e assegura que, perto dele, nenhum músico atingia o nível de protagonista porque o rei é quem roubava a cena.

Analisamos, assim, o surgimento de quatro sentidos na posição-sujeito representada por Roberto Carlos: de *rei* (duas vezes), do *bem* (uma), da *música da juventude* (uma) e da *alegria* (uma).

## **Texto 2 – 6 de julho de 1966**

**Título: Wanderléia - A rainha da Jovem Guarda****Posição-sujeito analisada: Wanderléia**

“Wanderléia - A rainha da Jovem Guarda” (SD 4)

“Wanderléia, cantando e dançando com graça, beleza e muita personalidade, empolga tôda a sua legião de fãs. É um brasa, mora?” (SD 5)

“Wanderléia é juventude, é graça, é menina-mulher bem moderninha, perturbadora misturada de alegria e de “sexy”. Rainha da Jovem Guarda, o seu sorriso apenas esboçado faz com que ela se transforme, às vezes, numa espécie de Mona Lisa do yé-yé-yé” (SD 6)

O Texto 2 foi divulgado no dia 6 de julho de 1966 em oito páginas de *O Cruzeiro*. É a primeira reportagem - e capa - destinada pelo veículo exclusivamente à Wanderléia. Do mesmo modo como reparamos acontecer com Roberto Carlos, a revista designa, desde o título “Wanderléia - a rainha da Jovem Guarda” (SD 4) o *sentido de rainha* que será explorado nas abordagens relativas à cantora.

Os *sentidos de graça e beleza* são prescritos pela própria reportagem na SD 5 quando esta adjetiva, em seu conteúdo, os atributos da artista. O *sentido de originalidade* que integra a presença de palco que “empolga tôda a sua legião de fãs” também é perceptível no texto de *O Cruzeiro*. Assim, reunindo todas estas impressões, pode-se chegar ao *sentido ternura*, como é reconhecida a cantora dentro da Jovem Guarda. Este sentido envolve a sutileza e doçura que a revista pretende levar ao público por meio desta publicação referente à “Ternurinha”.

Do mesmo modo, a sequência 6 se vale claramente de atribuições diretas à Wanderléia que configuram, no imaginário do leitor, a figura de uma moça “bem moderninha”, alegre e “sexy”. Assim como foram construídas as unidades de texto de Roberto Carlos, não restam margens de dúvida em relação à proposta de caracterizar a artista. Isto posto, os *sentidos de rainha, juventude, graça e alegria* são retomados pela revista quando esta retrata a imagem da cantora. Surge, ainda, o *sentido de sensualidade* pela primeira vez em todas as menções à Jovem Guarda. O rosto feminino do movimento intercala, assim, a meninice da juventude com a provocação da mulher da década de 60.

Após a análise deste texto percebe-se, então, que os sentidos da posição-sujeito de Wanderléia são, neste trabalho, de *rainha* (que se repetiu duas vezes), *graça* (duas), *beleza* (uma), *originalidade* (uma), *ternura* (uma), *juventude* (uma), *sensualidade* (uma), *alegria* (uma).

### **Texto 3 – 16 de setembro de 1967**

**Título: Erasmo Carlos, cérebro do iê-iê: Seu coração não é de papel**

**Posição-sujeito analisada: Erasmo Carlos**

“Erasmo entrava em cena, o riso exuberante, o jeitão de boa-praça. Por muito tempo ele foi ‘o amigo de Roberto Carlos’” (SD 7)

“Reconhecido pelo grupo que lidera o iê-iê-iê como o cérebro de todas as campanhas e movimentos” (SD 8)

“A generosidade, a lealdade, a filantropia, a preocupação em disseminar a bondade vem sendo uma constante na sua carreira, como podemos verificar pelo trabalho que desenvolve ao lado da atividade artística” (SD 9)

A última unidade desta análise foi publicada em 16 de setembro de 1967. É a primeira grande reportagem publicada por *O Cruzeiro* com foco exclusivo em Erasmo Carlos. A chamada de capa (sem foto) convidou os leitores para as quatro páginas de material situadas no interior do magazine. Assim como ocorreu nas publicações envolvendo Roberto e Wanderléia, *O Cruzeiro* explora com riqueza os adjetivos e substantivos que constroem a identidade do artista.

Na SD 7, posicionada no parágrafo inicial do texto, percebe-se o *sentido boa praça*, alusivo ao apelido destinado ao cantor em seu período de Jovem Guarda. Este sentido se desenha devido à certificação do “riso exuberante” e do “jeitão de boa-praça” que qualificam a postura do músico. Assim, este se difere, de imediato, do bom-moço Roberto Carlos caracterizado por *O Cruzeiro*. Ainda na SD 7 aparece o *sentido de lealdade* de modo bastante subjetivo. Isso porque a revista faz referência a Erasmo apenas como “o amigo de Roberto Carlos” em dado período de sua carreira. Deste modo, evidencia-se a parceria entre a dupla que se assemelha a uma versão brasileira da parceria firmada entre os ingleses Paul McCartney e John Lennon naquele mesmo período. É válido ressaltar o contexto histórico em que este momento está introduzido, visto que o mesmo gênero de trabalho em dupla continua acontecendo nos dias atuais. Na década de 60, contudo, principalmente após 1964, era a assinatura Lennon/McCartney que figurava entre as mais célebres e copiadas mundo afora. No Brasil não seria diferente.

O *sentido boa praça* configura-se, portanto, como a percepção de um Erasmo Carlos despretensioso, roqueiro e até malandro. Dentro do movimento, porém, é o *sentido de inteligência* que impera com ênfase (a exemplo da SD 8). Assim, o “cérebro” do iê-iê-iê,

como designa esta sequência discursiva, colabora com a Jovem Guarda a partir de sua postura de líder mais no sentido organizacional do que de inspiração de comportamento – que é o caso de Roberto.

Medeiros (1984) considera que a imagem de Erasmo Carlos corresponde à do macho alfa do movimento musical. É por ele que as garotas disputam a atenção, enquanto suspiram romanticamente por Roberto. O *sentido do bem*, tão nitidamente presente nas abordagens relativas ao rei do iê-iê-iê, também é analisado nas passagens condizentes a Erasmo. A SD 9 é um exemplo, quando a revista exprime que se destacam a “generosidade, a lealdade, a filantropia, a preocupação em disseminar a bondade” do cantor.

A análise no Texto 3 nos levou ao surgimento dos sentidos que se referem à posição-sujeito de Erasmo Carlos. Despontaram, assim, os sentidos de *boa praça* (duas), *bem* (uma), *lealdade* (uma) e *inteligência* (uma).

Desde o início desta análise buscamos expor, com base na interpretação, mas também com apoio dos autores trazidos nos capítulos iniciais, os sentidos expressos em *O Cruzeiro* que possam ter colaborado para a construção da Jovem Guarda por meio de reportagens sobre Erasmo, Roberto e Wanderléia. Quantificando todos os sentidos nomeados, observamos que, em relação a Roberto Carlos, destaca-se o sentido de rei, enquanto em Wanderléia aparece-nos os sentidos de rainha e graça e, para Erasmo, o de boa praça. Todos os sentidos acima registrados se repetem em, no mínimo, duas ocasiões, e trazem consigo o conceito de paráfrase discursiva, que consiste, conforme Borges (2013), no reemprego e remodelação de um mesmo sentido em inúmeras oportunidades.

Este é apenas um exemplo da relevância de *O Cruzeiro* para a construção dos sentidos e, por consequência, da formação discursiva da Jovem Guarda. Assim, infere-se que todos os sentidos acima listados contribuíram para construir a realidade social da JG como movimento musical e, ainda, a edificar Roberto, Erasmo e Wanderléia perante seus públicos.

## 6 Considerações finais

A década de 1960 registrou inúmeros hinos que deram voz às mais distintas fatias de jovens dos cenários brasileiro e mundial. Em terras nacionais, contudo, não deveria ser raro ouvir em rádios, na televisão ou em bares, seja em versões ou em originais, a voz estridente de Erasmo Carlos que brindava (ou brincava?): “Que onda! Que festa de

arromba!”. Junto aos demais integrantes fixos e outros mais flexíveis da Jovem Guarda, Erasmo embalou com suas canções um significativo período da história brasileira.

Observamos neste trabalho que os 3 textos analisados seguem o mesmo padrão de escrita no que se refere à Jovem Guarda e aos três músicos estudados, como se houvesse um consenso geral dos jornalistas do período acerca da imagem dos artistas e do movimento. É interessante avaliar como uma revista de tamanha expressão como foi *O Cruzeiro* tenha conseguido contribuir de forma intensa para fixar na memória do leitor a imagem de Roberto como o bom moço, de Wanderléia como a doce e sexy moça e de Erasmo como o boa praça carioca. Na visão – e no discurso – da revista, a Jovem Guarda consistiu em uma grande festa que se abstraía de polêmicas e perturbações utilizando o bom humor e a brasilidade típica de seus artistas.

Mesmo não se configurando como uma revista segmentada, temática ou especializada, *O Cruzeiro* destacou-se entre as demais e ocupou a posição de número um na maior parte de sua existência. É em meio às variações de temas do discurso de *O Cruzeiro* que os sentidos relativos à Jovem Guarda se sobressaíam. No total, 14 sentidos foram elencados nos 3 textos escolhidos para este estudo. Os sentidos de *rei, bem, boa praça, alegria, graça e rainha*, com duas aparições cada, foram os que mais estiveram presentes nas sequências discursivas selecionadas. Havia, portanto, um interesse em redizer (com novos vocábulos, mas com mesmo sentido) o que e como era a Jovem Guarda, Roberto, Erasmo e Wanderléia.

*O Cruzeiro* colaborou, portanto, para a construção dos sentidos da Jovem Guarda, nos anos de 1965 a 1967, por meio dos sentidos de *rei, bem, música da juventude, alegria, rainha, graça, beleza, originalidade, sensualidade, ternura, juventude, boa praça, lealdade e inteligência*. Conclui-se, deste modo, que *O Cruzeiro* auxiliou para que o movimento abrangesse estas características para sua constituição.

Hoje, Roberto, Erasmo e Wanderléia não são os mesmos. A Jovem Guarda, por sua vez, só existe na lembrança dos que a vivenciaram ou dos que, resgataram-na em livros e arquivos audiovisuais. É interessante, contudo, perceber o quão vivas estão as marcas deixadas pelo movimento e por seus três principais nomes. O que se percebe é que a tentativa despretensiosa de instaurar em um Brasil ditatorial uma “festa de arromba” consistiu em uma ingenuidade rebelde típica à Jovem Guarda. Assim, após mergulhar nos universos tão distantes – mas tão próximos – de *O Cruzeiro* e Jovem Guarda, posso

concordar com Roberto Carlos por meio de suas próprias palavras que lhe foram peculiares. “É uma brasa, mora?”. Morei, Roberto. A Jovem Guarda realmente é uma brasa.

### Referências bibliográficas

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. [S.l.], 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2013.

BARBOSA, Marialva. O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense**, Rio de Janeiro, n. 7, 2002. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/331/212>>. Acesso em: 06 abr. 2013.

BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 107-122.

BORGES, Rogério. **Jornalismo literário: análise do discurso**. Florianópolis: Insular, 2013.

CAMPOS, Augusto de. **Balanço da bossa e outras bossas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1993.

CARNEIRO, Glauco. **Brasil, primeiro: História dos Diários Associados**. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 1999.

CORREIA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda: mídia, consumo x mercado cultural**. Campinas: Papirus, 1989.

DOLABELA, Marcelo. Breve história do Rock brasileiro. In: DOLABELA, Marcelo. **ABZ do rock brasileiro**. São Paulo: Estrela do Sul, 1987. p. 16-19.

FRÓES, Marcelo. **Jovem Guarda: em ritmo de aventura**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2005.

MEDEIROS, Paulo de Tarso Cabral. **A aventura da Jovem Guarda**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

NETTO, Accioly. **O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro**. Porto Alegre: Sulina, 1998.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2000.

PILAGALLO, Oscar. **Roberto Carlos**. São Paulo: Publifolha, 2008.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.