

## **Tudo o que a antena captar: a TV cantada nas músicas do movimento BRock 80<sup>1</sup>**

Jhonatan MATA<sup>2</sup>  
Gabriel CÂNDIDO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

**RESUMO:** Com o verso “Tudo o que a antena captar meu coração captura”, o grupo Titãs subia aos palcos do programa popular de TV “Cassino do Chacrinha”, em 1985, para cantar que a TV o deixou burro demais. Neste contexto, recorreremos ao estudo dos expoentes do BRock- o rock brasileiro dos anos 1980 na definição de Dapieve (2015) para compreender as representações sobre a TV nas letras do movimento. A ideia de visualização da música proposta por Machado (2010) é nosso alicerce teórico, ao evidenciarmos que o “apelo visual” é uma expressão recorrente nas pesquisas que tratam do BRock e nas narrativas contemporâneas que trazem a “estética anos 80”. Por meio da análise de conteúdo de Bardin (2011) e prosoprográfica de Jardim e Rosa (2020), descobrimos representações em cascata, que amalgamam as histórias da televisão, do movimento BRock e do próprio rock’ n’ roll.

**PALAVRAS-CHAVE:** rock; BRock; televisão; música; sinestesia.

Uma arqueologia das relações entre o rock e as telas é sintomática para deprendermos sobre as narrativas complexas e íntimas tecidas entre o gênero musical e o audiovisual. Gerado e gerido num contexto estadunidense de pós Segunda Guerra Mundial, o rock<sup>4</sup> funde gêneros musicais de origem negra, sobretudo em duas vertentes específicas: uma de assinatura urbana (o *blues*) e outra rural (o *country and western*). O filme “Sementes de violência” (*Blackboard Jungle*), dirigido e roteirizado por Richard Brooks em 1955, pode ser considerado um estandarte desta junção, já que foi o primeiro filme a trazer em sua trilha sonora a música “*Rock around the Clock*”, interpretada por Bill Haley & his Comets. O rock se tornaria, a partir daí, conhecido no cenário dos Estados Unidos por meio das telas do cinema.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento - XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro- Ecopós UFRJ, com Doutorado Sanduíche-Capes realizado na Blanquerna School de Barcelona. Docente no PPGCom-UFJF. Jornalista, TAE e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora- UFJF. email: [jhonatanmata@yahoo.com.br](mailto:jhonatanmata@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do curso de Artes Visuais- Universidade Federal de Juiz de Fora-UFJF

<sup>4</sup> Cardoso Filho (2013, p.34) destaca que o rock emergiu como música e, posteriormente, como cultura nos anos 1950, no meio de regimes segregacionistas entre brancos e negros nos EUA. Para o autor, o hit Maybelline (1955) de Chuck Berry colocou o blues num lugar diferente, de entonação direta e riffs de guitarra. “Todas essas transformações, nesse novo contexto, deram origem ao Rock n’ Roll, uma música ainda restrita à distribuição por meio das pequenas gravadoras e ao consumo da juventude”.

Gonçalo Júnior (2014) explica que o longa-metragem foi polêmico por tentar abordar, com rigor investigativo, a pauta da criminalidade juvenil que sucedeu a Guerra. Segundo o pesquisador, a questão era tratada de forma superficial pela imprensa estadunidense. A adaptação do romance escrito por Evan Hunter deslocou, com assertividade, as “causas da delinquência” de uma suposta culpa original atribuída ao cinema e aos quadrinhos e suas narrativas apologéticas ao crime e à prostituição para um distópico ambiente familiar, desestruturado e sem vozes de comando, em função da morte e ausência de pais e mães durante os conflitos. As “sementes” da produção audiovisual trouxeram impactos significativos para consolidar os discursos estereotipados sobre o rock enquanto “*lifestyle*”, bem como causaram inusitadas repercussões em solo brasileiro.

O longa-metragem trazia outro elemento inesperadamente explosivo: o *rock and roll*. Começava e terminava ao som de *Rock Around The Clock*, de Bill Halley and His Comets – em parte, a má reputação do gênero veio do filme. No Brasil, Sementes da violência provocou uma reação curiosa: quebraadeiras em salas de cinema de todo o país, por adolescentes impressionados com o grau de rebeldia e agressividade dos personagens e por causa da música. “Aquilo (o rock) deu um nó em nossa cabeça”, contou Tom Zé, em entrevista ao autor deste texto, para a Revista da Bahia, em 1999. Tanto que lhe deu vontade de fazer suas primeiras composições. (JÚNIOR, Gonçalo, 2014. Disponível em <https://universohq.com/filmes/resenha-sementes-da-violencia-o-filme-que-inocentou-os-quadrinhos> )

Nos moldes de uma edição não-linear, voltamos nossos olhos e ouvidos para o recorte específico deste trabalho, o BRock. O termo foi concebido por Arthur Dapieve para se referir ao rock (e por vezes o pop-rock, conforme veremos) brasileiro que se consolidou no país na década de 1980. Essa “geração”, também conhecida como “Rock Brasil”, em definição do crítico de música Jamari França (2003), surge num cenário de abertura política e enfraquecimento da censura, em função do final do período da ditadura civil-militar, que vigorou de 1964 a 1985. No contexto musical, Dapieve (2015, p. 205) cita o vazio mercadológico deixado por uma espécie de “envelhecimento” da MPB como responsável pela ascensão do BRock, bem como a possibilidade de “fazer um rock (in)descendente” cantado em português a partir da redemocratização. Os grupos/bandas Blitz, Titãs, Aborto Elétrico, Legião Urbana, Paralamas do Sucesso, Barão Vermelho, RPM, Engenheiros do Hawaii, Kid Abelha, Capital Inicial, Ultraje a Rigor e Biquini Cavado são priorizados em nossa análise de conteúdo. O recorte foi possível a partir do cruzamento de classificações de Dapieve (2015), da crítica especializada e de pesquisa prosopográfica de expoentes do Rock Brasil, realizada por Jardim e Rosa (2020).

---

Nossa reflexão se dá no âmbito do Projeto “Música para olhos e ouvidos: a representação da TV na música e a construção visual de um campo social”, criado em 2019, na Universidade Federal de Juiz de Fora. A iniciativa surge na contramão da ideia de que outras modalidades sensoriais- sobretudo o ouvir- estejam atrofiadas numa suposta era da visualidade contemporânea. Não nos contentando com a construção social de um campo visual e insistindo numa atitude reversa- a construção visual de um campo social (MARTINS, 2012)- analisamos as representações da TV e do audiovisual em geral no universo da música. São objetivos do projeto aproximar graduandos dos cursos de Jornalismo, de Rádio, TV e Internet e de áreas afins das técnicas de criação, edição e distribuição de audiovisual. E, ainda, promover a leitura crítica dos meios, numa reflexão integrada entre produtos originalmente televisivos e novas criações e potencialidades discursivo-estilísticas audiovisuais realizadas pelos alunos. Priorizamos o contato discente com a técnica e a estética do videoclipe (SOARES, 2013). O formato que, na contemporaneidade, influência de modo multiangular a criação de material para a indústria do entretenimento (narrativas de ficção, novelas, canais de humor no YouTube), publicidade e propaganda (que retomam inclusive discursos imagéticos icônicos dos anos 1980) e para o próprio jornalismo audiovisual, que atualmente, em "múltiplas telas" recorre a estratégias de informalidade para conferir nova roupagem as suas produções.

Ao nos debruçarmos sobre o universo narrativo possibilitado pela presença da TV na música brasileira, em busca que foi de nosso primeiro fonograma nacional (“Isso é Bom”, de Xisto Bahia, 1902) até os atuais versos do rapper-poeta Rincón Sapiência, a década de 1980 se destacou como período fértil de produções de faixas musicais que trazem a televisão como pauta. As músicas (ambas incluídas no movimento BRock) “A televisão” (1985) do Grupo Titãs, cuja letra denuncia um processo de emburrecimento via tela e a autoexplicativa faixa “Deus, apareça na televisão” (1993), da banda Kid Abelha delimitam o espaço controverso ocupado pela TV na vida cultural e política do Brasil, variando de um papel alienador do cidadão até ao de legitimador de identidades e valores nacionais. Para além da faixa musical, a apresentação da banda Titãs no programa de TV “Cassino do Chacrinha” (Rede Globo), no ano de 1985 é por nós considerada emblemática nesta proposta reflexiva. Marcado por shows de calouros, arremessos de abacaxis à plateia e pelas atrações musicais que revelaram boa parte do movimento BRock, o programa foi ao ar de 1982 a 1988, ano da morte de seu

apresentador. E permitiu questionar, por meio da música- mas não somente desta- o funcionamento da própria indústria do entretenimento. Segundo os autores:

O grupo paulista subia, no início da carreira, num dos programas mais populares da Rede Globo para, com letra e melodia, criticar acidamente a própria televisão. A letra, de “A televisão”, composta por Marcelo Frommer, Toni Belloto e Arnaldo Antunes deixava claro, em meio aos holofotes, jurados, abacaxis e chacretes que a “televisão me deixou burro, muito burro demais/E agora eu vivo dentro dessa jaula junto dos animais”. Sem subterfúgios ou meias palavras, o fato é que, imersos na “jaula-TV” estavam a própria banda e Chacrinha, em um ritual de metalinguagem, num programa popular que contribuiria significativamente para alçar esses artistas ao estrelato- hoje com mais de seis milhões de álbuns vendidos e um Grammy Latino.(MATA;SIMÃO e PORTELLA, 2020, p.162)

Antes da exposição dos achados de pesquisa nas letras selecionadas, julgamos conveniente estabelecer breve panorama histórico que situa as relações entre o rock e a televisão brasileiros ao longo das décadas que precederam o movimento BRock 80. Esse mapeamento auxiliará na compreensão do “papel jogado pelas imagens no discurso musical”, considerado por Arlindo Machado (2010, p. 153) como sendo um dos tópicos mais questionados pela musicologia contemporânea, dividida entre o tabu do discurso auto-suficiente da música e a possibilidade de complementaridade ou equivalência entre imagens e sons.

### **Televisão e rock no Brasil: um passeio por ocorrências conjuntas de estereopercepção**

Para esse percurso histórico, é preciso compreender, de antemão, que os diálogos entre música e vídeo transbordam a ideia de um conjunto ou repertório de estímulos colocados a performar. Evocam, ademais, um sistema de elementos significantes e de atitudes produtivas, condicionadas aos grupos sociais e em seus desdobramentos nas dinâmicas com outros grupos. Assim, recorreremos aos estudos de Mata que, em seu livro “O Amador no audiovisual (2019)” retoma a pesquisa de Sérgio Mattos (2010) a fim de compreender as fases da televisão no Brasil a partir de suas histórias em tela, memória social e modos de produzir. Em paralelo, Sílvia Tancredi (2021), Luís Fernandes Afonso (2018) e Aline Rochedo (2011) colaboram para o estabelecimento de um perfil do rock em sua chegada e consolidação no território nacional.

De todos os 72,4 milhões de domicílios particulares mapeados pela Pesquisa

Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad, 2019<sup>5</sup>), 96,4% têm um aparelho de televisor. Em comparação com pesquisa de 2018, o número de lares com televisor de tela fina subiu de 53 para 57 milhões. E o de aparelhos de tubo caiu de 23 milhões para 18 milhões. Se rememorarmos os 200 primeiros aparelhos de TV contrabandeados do Paraguai por Assis Chateaubriand em 1950 compreendemos a importância da televisão (sobretudo da TV aberta) para um país que “passou de uma cultura oral para uma cultura televisual”, conforme pontua Coutinho (2021), na disciplina “Audiovisualidades: experiências e métodos de análise”, ministrada no PPGCom-UFJF.

Sérgio Mattos (2010) explica, por meio de sólida argumentação, como a TV se converteu em relevante fenômeno histórico e socioeconômico no país. Segundo o autor, o veículo tem absorvido ao longo das últimas décadas uma média entre 50 a 60% do total do bolo publicitário brasileiro, o que a torna “dependente cultural, econômica, política e tecnologicamente” (Mattos, 2010, p.25). Mattos define sete fases do desenvolvimento da TV no Brasil. Estas vão desde a emissão das primeiras imagens de televisão da América do Sul (1950), caracterizada como fase elitista, com 200 televisores importados e programas identificados pelo nome do patrocinador, como o “Repórter Esso” até à fase da portabilidade e interatividade, datada a partir de 2010.

Mata (2019) recorre a Mattos (2010) e sua classificação da TV em sete fases para compreender a participação popular nas narrativas televisivas ao longo das décadas. Neste trabalho, acrescentamos as “fases” do rock em projeção paralela. Esta escolha se deu, principalmente por demandas de nosso objetivo, de compreender as narrativas sobre a televisão cantadas pelo BRock. Mas, também, em função de coincidências de trajeto temporal entre estas duas instâncias, já que rock e TV tiveram “nascimentos” datados da década de 1950, experimentaram auges de popularidade na década de 1980 e, na contemporaneidade, se hibridizam em múltiplas telas e em parcerias com gêneros sortidos, que garantem suas respectivas permanências e importâncias sociais. Cumpre destacar, ainda, a recorrência de nocivos discursos, acadêmicos e do senso comum, que vislumbraram -e por vezes ainda colocam- a televisão<sup>6</sup> (MILLER, 2009) e o rock<sup>7</sup> (ROCHEDO, 2011) em lugares estereotipados e

<sup>5</sup> Disponível em [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf)

<sup>6</sup> Para Toby Miller (2009) a televisão possui uma existência física, uma história como objeto de produção material e de consumo, além de ser um local de produção de sentido. Para o autor, ela está mudando, ao invés de acabar, como é sentenciado frequentemente, em diversas manchetes de notícias. A popularização

---

marginalizados, restritos à alienação das camadas populares, bem como decretam possíveis “mortes” da TV e do rock que não se concretizam, embora oscilem em relevância.

A primeira fase da TV no Brasil (1950-1964) é denominada “elitista” (1950-1964), marcada pela improvisação, pelo status de luxo e de difícil acesso aos aparelhos, pela criação do Código Brasileiro de Telecomunicações- Lei 4.117, pelo oligopólio dos Diários Associados e pelo fato de todos os programas veiculados serem produzidos exclusivamente nas regiões onde estavam instaladas as emissoras. Neste mesmo período, explodia no mundo o rock, com o já citado filme “Sementes de Violência” (1955) e promovido pelo trabalho de artistas como Chuck Berry, Jerry Lee Lewis, Johnny Cash, Bill Haley e Elvis Presley. Embora de origem afroamericana, esta fase inicial do rock também pode ser considerada elitista, se levarmos em conta que o estilo “atingiu especialmente a classe média branca estadunidense” e que era rotineira a necessidade de regravação das canções de artistas negros por cantores brancos para aceitação nas gravadoras, como aponta Aline Rochedo (2011, p. 16). No Brasil, antes da explosão do rock nos anos 1980, a assinatura dos irmãos Campello marca a década inicial. Esses “jovens comportados” ou juventude “pouco” transviada traziam versões em português das canções dos EUA. Celly Campello, uma jovem interiorana e sua versão de “Estúpido cupido” (1959) é uma bússola do período. Afonso (2018, p.2) relembra, ainda, a presença de cantores como Cauby Peixoto cantando versões internacionais de rock na década de 50, em afastamento com a identidade jovem e mesmo com o próprio gênero.

Uma aproximação maior entre a população brasileira e o rock coincide com a segunda fase da televisão no país, definida por Mattos como “fase populista” (1964-1975). É aqui que a televisão passa a ser considerada um exemplo de modernidade, programas de auditório e de baixo nível tomavam grande parte da programação e a TV é vista como difusora do regime militar. Globalmente, surgiam nomes clássicos do rock, em extensa cartela estelar: The Doors, Jimi Hendrix, Janis Joplin, Bob Dylan e Velvet

---

do *youtube*, na visão de Miller (2009), só fez incluir a TV num novo cenário transmídia, uma vez que “em vez substituir os programas de TV, estes fragmentos e comentários os promovem” (Idem, 2009, p.21).

<sup>7</sup> De acordo com Rochedo (2011,p.17) , a resistência ao gênero era evidente, pelos ideais de rebeldia e liberdade propagados e também por sua origem negra. A pesquisadora aponta, a partir do documentário “*The history of rock ‘n’ roll* (direção David Axerold, 1995) que o rock, em seus primórdios, era visto como “uma forma de fazer os brancos e seus filhos descerem ao nível dos pretos”, nas declarações do Secretário do Alabama Citizen White Council, em rede televisiva na década de 1950.

Underground, além de Beatles e Rolling Stones, representando a chamada “invasão inglesa”. Retomando nossa proposta sinestésica de análise, julgamos conveniente salientar, nesta fase, a ascensão de subgêneros como o folk rock, além do rock psicodélico e progressivo. Sílvia Tancredi (2021) explica que, foi por meio destes movimentos que se presenciou a utilização de efeitos visuais e sonoros até então inéditos. Exemplo arquetípico é a Banda Pink Floyd que, lançando mão de inventividades audiovisuais (em capas de disco, shows e outras performances) inauguram o que Panisset (2021) define como sendo uma narrativa transmídia, antes mesmo da elaboração e popularização do conceito.

No âmbito musical brasileiro, a Jovem Guarda recorre às versões de rock. Porém, não se limita a elas, passando a abordar os sonhos e percalços da juventude nacional, com guitarras mais agressivas e estratégias de marketing que extrapolavam as canções e se refletiam na moda, nas revistas, no cinema. A menção a um momento potente de diálogo entre música (Jovem Guarda) e TV se faz necessária aqui: cantores-símbolos do movimento, Erasmo e Roberto Carlos, formam com Wanderlea um trio de cantores que passa a apresentar o Programa dominical “Jovem Guarda”, na TV Record, em 1965.

As músicas falavam de beijos roubados no cinema, desobediência às normas sociais, desinteresse pelo casamento, roupas, festas, carros; em suma, a realidade jovem. Misturando romantismo com agressividade, conformismo e ironia à cultura conservadora, o movimento conseguiu conquistar parte da juventude brasileira através de ídolos nos quais eles puderam se identificar. O efeito Jovem Guarda foi muito parecido com o proporcionado pela primeira geração do rock norte-americano na década de 1950. (AFONSO, 2018, p.114)

Contudo, é essencial demarcar aqui as críticas tecidas à Jovem Guarda, de ser um espaço alienante e de apoio ao imperialismo norte americano e à ditadura militar. Suas guitarras em contraposição aos violões da MPB colocaram a JG num lugar de ataques tanto por parte da esquerda representada pela própria MPB quanto pela direita conservadora, que já possuía um posicionamento contrário ao rock de modo generalizado, por seu caráter de rebeldia inerente.

A década de 1970 marca, para o rock mundial, a chegada das bandas de hard/heavy Led Zeppelin e Black Sabbath, além de Eric Clapton e de David Bowie, o “camaleão do rock”. O “rock de arena” assim chamado por reunir milhares de pessoas em estádios e ressignificar a “experiência musical” está em seu auge, com grupos como Queen, Kiss, Aerosmith, Scorpions e AC/DC. No Brasil, é um período de trabalhos relevantes para o gênero, como aqueles produzidos pelas bandas Secos e Molhados,

---

Vímana e Novos Baianos. A Tropicália aqui, embora represente uma mescla de gêneros, como o bolero e o samba, é considerada por Dapieve como pertencente ao rock por uma “postura grupal roqueira” (2015, p.15), pela adoção de elementos contraculturais significantes do gênero, como os cabelos compridos, uso de guitarras elétricas e roupas extravagantes. Rita Lee e Raul Seixas são expoentes da época, em que boa parte do rock brasileiro ficou restrita a um cenário underground e que o declínio da Jovem Guarda torna-se explícito.

Chega-se na terceira fase da TV brasileira, a do “desenvolvimento tecnológico” (1975-1985), quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios programas com estímulo de órgãos oficiais, visando, inclusive, a exportação. Vamos à quarta fase<sup>8</sup>, da transição e expansão internacional (1985-1990), durante a Nova República, quando se intensificam as exportações de programas. As fases 3 e 4 da TV brasileira são consideradas as mais importantes para o desenvolvimento desta pesquisa, já que abarcam o período de ouro do BRock 80, de acordo com Dapieve (2015), cuja contextualização é detalhada a seguir e culmina em nossa análise de conteúdo (BARDIN, 2011) das letras das músicas, em diálogo com a pesquisa prosopográfica realizada por Jardim e Rosa (2020)

### **Brock 80 e TV: as televisões contadas e cantadas pelos “filhos da revolução”**

“Apelo visual” é uma expressão recorrente nas pesquisas que tratam do BRock e mesmo nas narrativas contemporâneas que trazem a “estética anos 80” em suas produções. Tancredi (2021) aponta para os penteados e vestimentas extravagantes de bandas como Gun’s Roses e Bon Jovi. Jardim e Rosa (2020) retomam Magi (2011) para destacar que a consolidação de um segmento de produção cultural exige, para além da figura do artista, uma rede de profissionais referendando o trabalho. Neste trajeto, o BRock contou com o suporte fundamental de revistas, prêmios, programas de rádio e de TV dedicados ao universo do pop/rock nacional e internacional, desdobrando e repercutindo não apenas as canções mas todo um combo de significantes. Esse frenesi imagético reflete os humores de uma “era” marcada pelo fim do regime autoritário no

---

<sup>8</sup> As fases 5 (da TV paga 1990-2000), 6 (da convergência- 2000-2010) e 7 (portabilidade, mobilidade e interatividade digital (2010-)) estão aqui resumidas em função de nosso recorte orbitar com prevalência nas fases 3 e 4 da TV no Brasil, o que não nos impede de retomá-las nas considerações finais deste trabalho, a fim de projetar possíveis relações contemporâneas entre TV e Rock.



---

Brasil, promulgação de uma nova Constituição e início de uma nova República.

Na esfera cultural, Jardim e Rosa ressaltam ressignificações entre os meios de comunicação e seus respectivos públicos, inaugurando festivais, programas de rádio e televisão, revistas e colunas em jornais, “dedicados a abrigar produtores e receptores de novas formas de arte, culminando com a ascensão de novos agentes ao panteão artístico nacional” (2020, p.4), incluindo uma geração específica do rock nacional, o rock brasileiro dos anos 1980.

A assinatura teatral da Banda Blitz em cena, tributária das experiências de seu líder, Evandro Mesquita que antes integrava o grupo teatral carioca “Asdrúbal trouxe o trombone” e a composição da música Bete Balanço (e sua letra autobiográfica que previa grana e dor na vida de Cazuza) especialmente para o cinema, em filme de mesmo nome, são exemplos vívidos dessa “vontade visual” do BRock. Para Dapieve (2015, p.61), a Blitz é considerada um “fenômeno de mídia como o país ainda não havia conhecido”. Ademais, o roteiro de Bete Balanço traz a atriz Débora Bloch no premiado papel da protagonista Bete, primeiramente destinado e recusado pela cantora Paula Toller, vocalista do Kid Abelha, que integra nosso recorte. Saindo de Minas Gerais, a personagem tenta estabelecer uma carreira de sucesso musical no Rio de Janeiro. E acaba por se transformar numa síntese do Rock Brasil anos 80. A trilha do filme, que inclui Barão Vermelho, Titãs e Lobão e seu cartaz de divulgação dão pistas de um cruzamento de mídias, pautado no combo sexo, drogas, rock ‘n’ roll de uma década de 1980 fluorescente e extravagante. O filme inaugura a “trilogia Rock anos 80”, completada por Rock Estrela (1986) e Rádio Pirata (1987), dirigida por Lael Rodrigues, que foi o responsável pelo lançamento de várias bandas da época. A comparação que se segue, do cartaz de divulgação de Bete Balanço com a capa do também premiado<sup>9</sup> álbum “Future Nostalgia” (2020) da cantora britânica Dua Lipa (que declarou abertamente influência oitentista nesta produção) ilustram um panorama iconográfico que integra o “eterno retorno dos 80s” em décadas posteriores: uso de cores fortes, fontes fluídas e extravagantes e uma exaltação aos ambientes urbanos, como prédios e automóveis, típicos do retrofuturismo e mesmo das fases 3 e 4 da TV no Brasil,

---

<sup>9</sup> Débora Bloch recebeu os prêmios Airfrance (1984) e da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA-1985) de melhor atriz por Bete Balanço. Dua Lipa, por sua vez, recebeu, dentre diversas indicações, os prêmios de melhor álbum pop vocal pelo Grammy Awards (2021) e de Álbum Britânico do Ano- Brit Award 2021.

pautadas no desenvolvimento tecnológico e na expansão internacional.



Figura 1: cartaz divulgação do filme Bete Balanço (1984)/Figura 2: capa div. do álbum Future Nostalgia (2020): aproximações estéticas e 36 anos de afastamento temporal

A realização de estreia do megaevento Rock in Rio de 1985, que movimentou um público de 1,38 milhão de pessoas, é considerada por Alonso (2015) e Alexandre (2013) a chave de institucionalização do BRock. Na ocasião, Cazuza sobe ao palco, liderando a banda Barão Vermelho, e canta “pro dia nascer feliz” (1983), que se tornou faixa-símbolo do movimento de redemocratização do país. E acabou por deslocar o rock nacional de um contexto reducionista de alienação da juventude para um local de militância. Freitas e Lins lançam um olhar pontual sobre o festival em suas múltiplas edições. Para os autores (2014, p. 27)

O convite sedutor para “que a vida começasse agora, que o mundo fosse nosso outra vez”, tal como acontece no festival, embaça, ainda que de forma passageira, as diferentes faixas etárias da plateia, para que todos possam celebrar juntos. A juventude perde conexão com uma faixa etária específica e passa a ser o cimento que une a tribo que quer permanecer eternamente jovem.

Freitas e Lins reconhecem, ainda, que momentos de afetividade partilhada, promovidos pela festa e pela música podem até romper laços comunitários tradicionais. Mas, em contrapartida, “novas formas do “nós”, efêmeras, constituem-se, baseadas em experiências intensamente emocionais, em escolhas provisórias, em práticas pessoais sem compromisso formal” (Lipovetsky, 2004a, p. 80 apud Freitas e Lins, 2014, p.24).

Levando em consideração que as bandas BRock 80 que constituem nosso recorte permanecem “jovens”, em atividade e com relativa relevância no cenário musical, quer seja em conjunto ou carreira solo, adentramos em nossa análise de conteúdo sobre as letras que trazem a TV em suas narrativas. Nossa hipótese se ancora na premissa de que, ainda que cientes das limitações temporais ou das armadilhas das constituições lineares

e fechadas de “tribos” (musicais ou não), os discursos promovidos por esses artistas tenham contribuído para consolidar uma imagem da própria televisão que temos hoje, já ressalvada a relevância musical e política destes agentes na contemporaneidade. E atuam, em paralelo, como registros de marcadores narrativos sobre representações da TV pela música naquela época.

A análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011) será utilizada para mapear a aparição de aspectos reiterados nas mensagens das canções. A autora demarca elementos - palavras, conceitos, símbolos-chave do texto, para aferir sua frequência e sua significação- o processo de categorização. Os critérios de organização de nossa análise seguiram as seguintes etapas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados. Em momento inicial de pré-análise, apresentada no XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC 2020) buscamos pelos termos “TV”, “televisão” e “tevé” na web, sobretudo nos portais dedicados à publicação de letras de canções, como <https://www.letras.mus.br/> , <https://www.vagalume.com.br/> . Dessa forma, ao invés de demarcar um recorte temporal, nossas escolhas permitiram mapear, de modo mais fluído e completo, músicas cujas datas de criação vão desde os anos 1960, em que a TV “chegava” ao Brasil até à contemporaneidade, em que as múltiplas telas reviram o próprio conceito de “televisão”. O objetivo aqui foi incluir toda e qualquer menção aos termos de interesse em nosso cancionário, incluindo todos os gêneros que o fizessem, como o pop, o sertanejo, o pagode, o rap, o funk, o samba e o gospel e o rock, agora priorizado neste trabalho. Desse modo, seguimos regras fundamentais da análise de conteúdo, como a exaustividade, que sugere esgotar todo o assunto sem omissão de nenhuma parte; a representatividade, onde nos preocupamos com amostras que representem o universo; homogeneidade, que trata de dados que remetem ao mesmo tema (TV), coletados por meio de técnicas iguais e exclusividade, onde se postula que um elemento não deve ser classificado em mais de uma categoria.

Complementar à análise de conteúdo, a pesquisa prosopográfica- ou biografia coletiva -de Jardim e Rosa (2020), que bebe da sociologia de Bourdieu (1989), nos auxiliou na tarefa de estabelecer um perfil social dos roqueiros em questão. Para os autores (2020, p.5), a prosopografia, que, neste caso, mapeia biografias, entrevistas e perfis enciclopédicos dos expoentes do BRock “vem para evitar a ilusão biográfica, já que insere o agente em seu espaço social” articulando trajetórias individuais e coletivas.

Assim, antes de nossa categorização, é importante recorrermos aos achados de pesquisa prosopográfica realizada por Jardim e Rosa sobre o Brock, denominado pelos autores como “Rock Brasil (RB)”.

A metodologia se pauta na observação de características comuns de um grupo em determinado recorte histórico, individual e coletivamente. Inspirados por Bourdieu, para quem o capital cultural e social atua em conjunto com capital econômico para definição das desigualdades sociais, os autores concluem que a geração de roqueiros brasileiros dos anos 1980 “se caracterizou por ser formada por indivíduos jovens, brancos, do sexo masculino, do eixo Rio-São Paulo-Brasília, detentores de alto grau de capitais econômico, social e cultural e socializados com o rock internacional”. (JARDIM e ROSA, 2020, p. 3). Trinta expoentes do RB foram prosopografados, sendo Paula Toller e Fernanda Abreu as duas únicas integrantes mulheres. Os pais dos expoentes ocupavam posições de destaque: diplomatas, professores universitários, executivos de grandes empresas, ministros, governadores, deputados, embaixador, assessor da presidência da república, dentre outros cargos.

Outro fator relevante é a faixa etária. O corte geracional demonstra que os músicos tinham vinte e poucos anos. Os mais velhos são Evandro Mesquita (Blitz), Roger Moreira (Ultraje a Rigor) e Lobão (Blitz/Solo); todos os demais nasceram após 1958. Aqui, temos uma homologia com o público consumidor, também jovem, na casa dos 20 anos. (JARDIM e ROSA, 2020, p.14).

Traçados os perfis dos expoentes, promovemos uma varredura em todas as letras de nossas canções-recorte. A atividade permitiu elencá-las em subgrupos a partir das projeções de televisão que foram se clarificando, dando origem a seis blocos, definidos por suas vertentes discursivas, a saber: 1-A TV que emburrece; 2-A TV solidão; 3-A TV onírica; 4-A TV pedagógica; 5-A TV aparelho; 6-A TV que mostra o mundo. A partir de um recorte macro de 110 canções<sup>10</sup>, selecionamos aquelas que integram o movimento BRock, no período específico do movimento e a partir das bandas e artistas elencados por Dapieve (2015).

De um total de 110 canções de diferentes gêneros e períodos, 11 foram classificadas como inseridas no movimento BRock e integram, de modo geral, hits reconhecidos dos respectivos grupos: 3 pertencentes à banda Legião Urbana (Faroeste Caboclo - 1987, Perfeição - 1993 e Metrôpole - 1986), duas da banda Paralamas do

---

<sup>10</sup> Nesta pesquisa, que abarca todos os gêneros de músicas nacionais, temos os seguintes dados: Categoria 1 - 35 músicas, 32%, 2 - 25 músicas (23%), 3 - 18 músicas (16%), 4 - 4 músicas (4%) 5 - 16 músicas (14%), 6 - 12 músicas (11%). A TV aparelho (cat.5) que se refere às características da TV enquanto dispositivo não foi encontrada no recorte específico do BRock.

---

Sucesso (Alagados - 1986 e Cinema Mudo - 1983) e do Kid Abelha (Deus, apareça na televisão e A fórmula do amor - 1985), e uma canção de cada das bandas Titãs (A televisão - 1985), Biquini Cavado (Tédio - 1986), Engenheiros do Hawaii (Parabólica - 1992) e Capital Inicial (Leve Desespero - 1986). As canções Meu vício agora - 2002 (Kid Abelha), Sem dó - 1994 (Barão Vermelho), Outras frequências - 2004 (Engenheiros do Hawaii) e Eu adoro minha televisão - 2007 (Capital Inicial), embora integrem nossa pesquisa macro sobre representação da TV na música, não foram contabilizadas neste trabalho devido ao afastamento temporal em relação ao movimento BRock. Entretanto, demarcam o lugar de relevância que a TV ainda ocupa nas pautas criativas recentes dos expoentes do rock Brasil 80.

A categoria 1- intitulada “A TV que emburrece” abriga músicas que apresentam uma noção de televisão alienante, que dispersa atenção, deseduca, desaponta. É nítida a aproximação deste discurso com aquele proposto na clássica obra “Dialética do Esclarecimento”. Nela, Adorno e Horkheimer (1985) apontam para uma indústria cultural a produzir bens e alienar o cidadão, tendo como aliados os “meios de comunicação de massa”, com destaque para a TV, numa proposta afastada da arte e afinada com o lucro financeiro das grandes empresas de comunicação. No recorte específico do BRock, temos 3 canções enquadradas nesta categoria. A já citada “A televisão” do grupo Titãs estabelece esse perfil frankfurtiano do personagem cantado, que irrita sua mãe, pois só assiste TV e não faz mais nada, ficando incomodado até com a luz do sol. De modo semelhante, na faixa “Perfeição” o então vocalista da Legião Urbana convida à celebração da estupidez humana do povo, da polícia e da televisão. “Alagados”, da banda Paralamas do Sucesso, retrata a dura realidade enfrentada pelos brasileiros que vivem em moradias populares nas favelas e em palafitas. Um povo que domina “a arte de viver da fé/só não se sabe fé em quê”, já que “a esperança não vem do mar nem das antenas de TV”. Os bastidores “reais” que inspiraram a faixa incluem a crise socioeconômica que assolava o Brasil na década de 1980, com inflação e desemprego galopantes e planos econômicos com novas e inseguras moedas. As imagens de bolsões globais de miséria imersos em orlas paradisíacas amplamente midiaticizadas- as favelas de Alagados na Bahia, Trenchtown na Jamaica e Maré no Rio de Janeiro- são conjugadas a um período de popularização das vendas de aparelhos de TV, tão ineficazes para mudar o triste panorama dos moradores destes locais quanto às boas novas vindas do mar.

---

A TV solidão (categoria 2) figura no rock Brasil em duas canções. Em “Tédio”, da Banda Biquini Cavado, que relata que os programas de TV não satisfazem o eu lírico e “Leve Desespero” (Capital Inicial) as narrativas sobre a TV se assemelham: ela cumpre aqui o papel de companheira, paliativo para um vazio existencial, de quem já está em leve desespero “vendo TV como companhia”. É interessante extrapolar aqui os impasses “globais” do universo jovem em relação à sociabilização, aceitação e amadurecimento e pensar no contexto brasileiro e do próprio BRock. A falta de identificação do BRock com a MPB e a saída de um cenário underground para o *mainstream*, mapeados por Jardim e Rosa (2020), aliados às reflexões de Afonso (2018), ao apontar que aponta que, na década de 1980, há uma ligação entre as culturas jovens para se impor na cultura brasileira e a consolidação da juventude também como nicho comercial, a TV-solidão é por nós visualizada como reflexo de um contexto amplo de aceitação e rejeição, tanto do rock produzido nacionalmente quanto dos jovens que o produziam.

Como contraponto às duas categorias anteriores, a TV onírica (cat.3) apresenta uma televisão onde sonhos são possíveis, espécie de moldura de uma “telerrealidade” construída a partir dos anseios dos músicos. “A morte não existe” na letra de “Deus (apareça na televisão)” da banda Kid Abelha, ao demarcar o lugar sacralizado da tela na narrativa. Os Engenheiros do Hawaii, em Parabólica, cantam que “se a TV estiver fora do ar quando passarem os melhores momentos da sua vida, pela janela alguém estará de olho em você”, remetendo à metáfora de TV como janela para o mundo, como se a realidade humana, fruto de construto social, fosse feita de “coisas-em-si” (CHAUÍ, 2006). Faoreste Caboclo, da banda Legião Urbana, traz João de Santo Cristo recorrendo ao universo onírico da tela para fugir de uma realidade dura, já que ele “queria sair para ver o mar e as coisas que ele via na televisão”. A faixa-epopeia ganhou inclusive a grande tela em 2013, com a realização de filme homônimo dirigido por Renê Sampaio. Nesta categoria percebemos uma retomada do conceito original de “televisão”, que, para além da associação direta à ideia de tela, é a combinação do vocábulo grego tele (“distância”) e o termo latim visio (“visão”).

A TV pedagógica (categoria 4) se fez presente em duas canções- “Cinema mudo” (Paralamas do Sucesso) e “A fórmula do amor” (Kid Abelha). A característica desta categoria é apresentar a TV enquanto espaço não apenas de consumo, mas também de produção de narrativas e linguagens por parte do público, nos moldes

defendidos por MATA (2019) no livro “O amador no audiovisual”. A televisão aqui “ensina” uma dramaturgia própria (COUTINHO, 2012). Modos de olhar para a câmera, de interpelar o telespectador e cativar uma audiência são importantes aliados no momento das relações interpessoais extra-tela. Em Cinema Mudo, as séries de TV são vistas como produções potentes para auxiliar o eu lírico a dizer o que sente pela amada. Já a “fórmula do amor” é composta por um conjunto de gestos, luz e colocação em cena que podem permitir a conquista amorosa. Nesta empreitada, a letra reconhece que “as coisas são mais fáceis na televisão”. A última categoria observada nas letras do BRock- (6-TV que mostra o mundo) aparece uma única vez, em “Metrópole” da Legião Urbana. Uma ideia de confirmação e relevância dos fatos em função de “terem passado na TV”. É sangue mesmo, não é Merthiolate/E todos querem ver e comentar a novidade/É tão emocionante um acidente de verdade/Estão todos satisfeitos com o sucesso do desastre/Vai passar na televisão” Aqui, a TV atua para “estruturar o conhecido e organizar o diferente” (FRANÇA, 2009).

### **Considerações finais- ou novas trilhas**

Para Scolari (2009), a televisão contemporânea possui características distintas das fases anteriores. Sob o olhar do autor, que também se projeta em nossas reflexões, temos hoje a “Hipertelevisão”, e a promessa de maior aproximação com o público, a partir da interatividade e programação extensa. A TV deve ser pensada e investigada em diálogo com as outras mídias, em conjunto com um novo tipo de consumidor: o transmidiático, lendo um conteúdo por TV, internet, videogames, quadrinhos, dentre outros. Os bastidores são revelados- e até mesmo fetichizados- e os modos de fazer televisão, seus gêneros e formatos passam a ser não apenas consumidos como também analisados e apropriados pelo público de maneira mais imediata.

Revisitar os anos 1980 por meio do BRock permite, para além de um capricho nostálgico, um exercício de reflexão sobre a TV e a música brasileira contemporâneas. E, ainda, delinear possíveis produções capazes de cativar futuros “consumidores e cidadãos” (CANCLINI, 2005). Reconhecemos que o eterno retorno do “estilo MTV”, canal criado em 1981 que bebe esteticamente do estilo Memphis (concebido pelo coletivo de arquitetos e designers italianos fundado no mesmo ano), ancorado em cores fortes, no futurismo, na Pop Art e Art Déco pode, por vezes, servir apenas como verniz para narrativas desbotadas. Relevante, ainda, destacar os marcadores simbólicos dos

---

expoentes do BRock, conforme apontamos, a fim de compreender que não se tratava da única representação possível de juventude, do rock e, conseqüentemente, de visão sobre a tela, que descortinamos nas letras das músicas.

Por outro lado, cenários recentes de descobertas realizadas pelo Projeto “Música para olhos e ouvidos” justificam nossa caminhada retrô. No artigo “Morte e vida em telas”, ao pontuarmos que “a vida virou uma *live*” e verificarmos o aumento de consumo desse formato em 4900% durante a pandemia, foi possível perceber a relevância da música brasileira, presente em sete das dez maiores *lives* do planeta.

Outra frente de estudos do grupo tem observado a repercussão de novos grupos nacionais de rock como Scalene, Violet Soda, Supercombo, Far from Alaska e Medulla e suas relações com o audiovisual. As bandas questionam o lugar das mídias e do próprio rock na vida social do país. Como exemplo, a música “Meu Colorista” (2019), da banda Supercombo, evoca, a partir da relação entre o processo criativo de uma produção cinematográfica imaginária e o cotidiano da vida humana, a “movimentação” da sociedade moderna. (Me dá sentido, desenrola a trama/ O script é tenso e cheio de reviravoltas/Me trata, desfoca as sombras, me deixa ver/Como é sentir todo esse amor que nos envolve diz a letra). O consumo consciente de telas, as representatividades das múltiplas minorias dentro e fora delas e as questões existenciais formam o trio base de diversas canções, aliado ao clássico trio composto por baixo + bateria + guitarra, que define o próprio gênero. Importante destacar também certa descentralização do eixo Rio-São Paulo como locais de criação das bandas e de seus integrantes, que vêm de lugares como Cuiabá (MT) Mossoró e Natal (RN), bem como expressiva fatia de mulheres compoem os grupos musicais.

No trabalho “O videoclipe saiu da TV ou a TV entrou no videoclipe? Performances de um televisor-personagem a serviço da música”, reflexão que será apresentada no 17º. Encontro Internacional de Música e Mídia, a música atua como potente aliada da TV. Trilhas sonoras de telenovelas que resistem ao tempo, canções que ajudam a compor narrativas diversas nos telejornais, reality shows pautados em eleições de melhores bandas ou vozes são exemplos dessa simbiose. Estandartes desta relação, os videoclipes são priorizados neste trabalho, que trata da “aparição” do televisor em 200 produções. Tendo como marco inicial o lançamento de Bohemian Rhapsody, da banda Queen<sup>11</sup>, na TV, em 1975, o formato se desamarra dos domínios

---

<sup>11</sup> Merece menção aqui o recente uso (não autorizado) das faixas épicas do rock “We are the Champions”



---

televisivos na contemporaneidade. E conquista solos férteis nas telas de computadores e smartphones, nos campos da produção e difusão. Curiosamente, na era dos álbuns visuais, com versões 3D e 360 graus, notamos crescente e expressiva presença da televisão-aparelho nos videoclipes atuais. A “visualização da música” (MACHADO, 2010) ressurge com forte apelo à estética oitentista. Revelamos relações complexas na representação da TV na música, que não excluem a função decorativa da “TV souvenir”, papel de parede eletrônico da canção, mas vão da performance de “companheira de solidões compartilhadas” entre intérpretes e públicos à “deflagradora” de toda a linha narrativa da letra ou do videoclipe.

Testemunhas da própria gênese do videoclipe e da popularização da TV, os expoentes do BRock permanecem com expressiva relevância em 2021. Em plataformas como facebook, Instagram e Youtube, nomes como Fernanda Abreu, Paula Toller, Leoni, Humberto Gessinger, Nando Reis e Herbert Vianna movimentam afetos e plateias virtuais não apenas em função de suas antigas ou recentes composições, mas também por causa de seus posicionamentos políticos. São compartilhados, tagueados, engajam por meio da identificação ou mesmo da rejeição de certa parcela, que brada nos comentários para que “eles se restrinjam a cantar e parem de opinar sobre política”.

A “geração Coca-Cola”, cantada por Renato Russo, tal qual o refrigerante, experimenta os sabores e dissabores de discursos ancorados em popularidade, consumo e tradição. Seja porque seus expoentes condicionam, em alguma medida, o consumo material e também simbólico dos adultos e idosos que amadureceram com eles, seja porque criam novas sociabilidades com públicos consumidores mais jovens. E reforçam as reflexões de Wolton (1996), que enxerga a TV como forte “laço social” ou de Frith (1996, p. 110), para quem a música parece ser a chave para a identidade, porque ela oferece um senso de você mesmo e dos outros, de subjetividade e de coletividade”. Emburrecedora, onírica, solitária, pedagógica e mostrando o mundo, a televisão e a “geração perdida” do BRock 80, fadadas ao “mito do jovem revolucionário”(AFONSO, 2018) de décadas anteriores, são reencontradas e ressignificadas, a cada execução nas múltiplas telas.

## REFERÊNCIAS

---

(Queen) e “Seven Nation Army” (The White Stripes) pelo presidente Donald Trump durante as campanhas presidenciais estadunidenses em 2020. Publicamente desautorizado pelos responsáveis pelas obras, o caso remete ao eterno dilema entre o rock e as “forças conservadoras”, também políticas.

ADORNO, Theodor Wiesengrund.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro (RJ): Jorge Zahar, 1985

AFONSO, Luís Felipe Fernandes. “**Vá à luta você**”: o mito da juventude revolucionária no processo de redemocratização (1979-1985). *Temporalidades – Revista de História*, ISSN 1984-6150, Edição 27, V. 10, N. 1 (mai/ago. 2018). Belo Horizonte: 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/temporalidades/issue/view/297>. Acesso em 26/07/2021

ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de Luta: o rock e o Brasil dos anos 80**. 2. ed. São Paulo: DBA Indústrias Gráficas, 2002.

ALONSO, Gustavo. **A MPBzação do Rock Mainstream no Brasil**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DOS ESTUDOS DO ROCK, 2., 2015, Cascavel: Anais [...] Cascavel: UNIOESTE, 2015. p. 1-23.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005

CARDOSO FILHO, Jorge L. C. **Práticas de escuta do rock** [recurso eletrônico] : experiência estética, mediações e materialidades da comunicação / Jorge L. C. Cardoso Filho ; prefácio, Bruno Souza Leal ; apresentação, Benjamim Picado - Salvador : EDUFBA, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense 2006

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

DAPIEVE, Arthur. **Brock — o rock brasileiro nos anos 80**. São Paulo: Editora 34, 2015]  
ECO, Umberto. **TV: la transparência perdida**. en *La estrategia de la ilusión*, Buenos Aires, Lumen, 1983

FRANÇA, Jamari. **Os Paralamas do Sucesso: vamo batê lata**. São Paulo: 34, 2003.

FRANÇA, V. V. **A televisão porosa — traços e tendências**. In: FILHO, J. F. *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LINS, Flavio. **Rock in Rio: eternamente jovem**. *Comunicação, Mídia e Consumo (Online)*, v. 1, p. 13-29, 2014. Disponível em <http://www.lacon.uerj.br/novo/index.php/2018/04/27/rock-in-rio-eternamente-jovem-comunicacao-midia-e-consumo/> . Acesso em 26/07/2021.

FRITH, Simon. **Performing Rites: On the Value of popular Music**. Massachusetts: Cambridge. Harvard University Press, 1996.

JARDIM, Maria Chaves e ROSA, Tiago Barros de Oliveira. **O rock brasileiro dos anos 1980: qual o perfil social dos roqueiros incorporado pela indústria da música?** *Sinais- Revista de Ciências Sociais da Universidade Federal do Espírito Santo*. n. 24/1 Jan-Jul 2020, Vitória – Brasil. Disponível em <https://periodicos.ufes.br/sinais/article/view/32444> Acesso em 26/07/2021.

---

LIPOVETSKY, G. **Memorfoses da cultura liberal: ética, mídia, empresa**. Porto Alegre: Sulina, 2004a.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac, 2010

MAGI, Érica. **Rock and roll é o nosso trabalho: a Legião Urbana do underground ao mainstream**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2011.

MARTINS, Raimundo. **Porque e como falamos da cultura visual?** Visualidades, v. 4, n. 1 e 2, 16 abr. 2012.

MATA, Jhonatan. **“Morte e vida em telas: análise das estratégias sensíveis entre profissionais e público nas dez maiores lives musicais do planeta num cenário de pandemia”**. MusiMid2, no.1 (2021): 77-94

\_\_\_\_\_. **O amador no audiovisual: conteúdos gerados por cidadãos comuns na televisão brasileira**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019.

\_\_\_\_\_, SIMÃO, Melina e PORTELLA, Clara. XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) GT 11- Comunicação e Estudos Socioculturais. **Música para ojos y oídos: la representación de la televisión en la música brasileña** Medellín: 2020.

MATTOS, Sérgio. **A evolução histórica da televisão brasileira**. In: 60 anos de telejornalismo no Brasil. Alfredo Vizeu, Flávio Porcello, Iluska Coutinho (orgs)- Florianópolis: Insular, 2010, p. 57-82

MILLER, Toby. **A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era**. In: FILHO, João Freire. **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 9-25.

NAGADO, Alexandre. **Brock- o Rock Brasileiro anos 80**. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/filmes/howard-robin-williams> . Acesso em 26/07/2021

PANISSET, Felipe. **Arqueologia transmídia na música: as óperas-rock da década de 1970**. Projeto apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação- PPGCom-UFJF. Orientador: Jhonatan Mata, Juiz de Fora: 2021.

ROCHEDO, Aline do Carmo. **Os filhos da revolução: a juventude urbana e o rock brasileiro dos anos 1980**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro: 2011.

SOARES, Thiago. **A estética do videoclipe**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Ecología de la hipertelevisión**. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la television contemporánea, 2009.

TANCREDI, Silvia. **"Rock"; BrasilEscola**. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/artes/rock.htm> Acesso em 21 de julho de 2021.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ed. Ática, 1996.