
A expansão do Mangubeat e a formulação dos cadernos de cultura dos jornais impressos de Pernambuco

Amanda Carmem de Castro FERNANDES
Maria Eduarda Alves de ANDRADE
Márcia Maria Mendes de Medeiros CAMPOS
Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente artigo situa-se no campo da análise de conteúdo, cujo objetivo é promover um estudo de caso relacionado aos impactos diretos que o movimento Mangubeat gerou na agenda de notícias do Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco. A pesquisa tem como hipótese a ideia de que os mangubeboys (cantores do Mangubeat) foram responsáveis por modificar os cadernos de cultura dos jornais locais. Através de coletas de dados, entrevistas e revisões bibliográficas, o artigo visa compreender os fatores históricos e editoriais que ocasionaram na alteração das publicações destes periódicos.

PALAVRAS-CHAVE: Mangubeat; Diário de Pernambuco; Jornal do Commercio; Cultura.

INTRODUÇÃO

Segundo o sociólogo Stuart Hall, a cultura nacional é um sentimento abstrato que se torna mecanismo pragmático com o discurso político, estético e econômico. O pesquisador afirma que a identidade nacional seria uma “comunidade imaginada”, elaborada através de mecanismos de reconhecimento social cuja ação na sociedade será legitimar/simbolizar uma determinada narrativa (HALL, Stuart, 1992). Dentro deste conceito, na cidade do Recife, surge um dos maiores festivais de gênero no país, o Rec-Beat.

Realizado anualmente durante o carnaval do Recife, o festival ganhou destaque por promover um encontro entre a tradição e as novas tendências do cenário cultural. Uma de suas principais características está aliada a capacidade de unir a irreverência dos blocos e troças pernambucanas a integração entre a música, dança e circo. Sua primeira edição aconteceu em 1995, idealizada e produzida pelo jornalista e produtor cultural, Antonio Gutierrez, visando dar continuidade ao Projeto Rec-Beat. Este, por sua

vez, fundado em 1993, tinha como objetivo principal divulgar e fortalecer – através de festas em casas noturnas da RMR – as novas bandas que surgiam na cidade.

Diferentemente da tradicionalidade cultural dos artistas locais já consagrados nacionalmente, os grupos atuantes no Rec Beat, como Chico Science & Nação Zumbi e Mundo Livre S/A, encaixavam-se em um novo movimento musical, posteriormente conhecido como Manguebeat. Denominado como um “coletivo de ideias”, o movimento criou suas raízes através da união de jovens que consumiam e produziam música e cultura pop juntos, deixando de lado a rigidez dos conceitos e segmentos ideais para o padrão cultural. Suas composições foram desenvolvidas entre as linhas da despreensão e anarquia do punk 13, revelando um descompromisso com os valores oficiais, que por outro lado, apresentava o flerte com a arte pela simples vontade de expressar ideias e conceitos, sendo estes, reflexos daquilo que visualizam em sua sociedade (LEÃO, Ana Carolina Carneiro, 2008).

Ao decorrer da década, com a cristalização da cena Mangue e a expansão do Rec Beat, surgiu uma discussão a respeito do conceito de cultura nordestina, até então atrelado a ideia de frevo e forró, associados a grandes nomes como Alceu Valença e Ariano Suassuna. Reconhecidos nacionalmente por representar Pernambuco através de seus trabalhos artísticos, as personalidades demonstraram insatisfação com o crescimento dos artistas populares originalizados nas margens do Recife, discordando publicamente de que suas produções se encaixavam no cenário cultural da cidade (Lima Oliveira, Esdras Carlos, 2005). Tamanhas discussões renderam debates responsáveis por fazer a mídia local enxergar a importância do fenômeno Manguebeat e assim dar início a uma nova visão mediante ao agendamento de suas matérias de cunho cultural.

Desse modo, a presente pesquisa pretende validar a hipótese de que as práticas culturais dos mangueboys – representantes do Manguebeat – foram responsáveis por criar uma nova representação da cidade. Parte-se do pressuposto de que a partir da expansão do movimento, foram inovados não somente o cenário musical, como também outros espaços simbólicos, como a moda e os grafites nos bairros, tendo como objeto de estudo principal, a alteração nas agendas de notícias dos cadernos de cultura dos jornais impressos. Estes, por sua vez, ao visualizarem um novo comportamento social,

encontraram a necessidade de adaptar-se para o reconhecimento e identificação de um novo leitor.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

Segundo Ortiz, a ideia de “cultura popular” tornou-se polêmica com as repressões às manifestações das classes subalternas. O pesquisador afirma que, foi a partir do século XIX, que seu discurso entrou em debate através de dois polos de interpretação. O primeiro (realçado pelos folcloristas que formavam associações cujo objetivo era coletar dados sobre a cultura popular e garantir a sua conservação como memória histórica) dizia respeito aos grupos subalternos, fundamentados através da questão de classe. O segundo surge do movimento romântico, a interpretação da cultura popular como sinônimo de povo. Desse modo, levanta-se a hipótese de que a problemática classista é evocada como transcendência, onde a totalidade dessa estrutura social será associada à questão nacional (LEÃO, Ana Carolina Carneiro, 2008).

Sobre o mesmo assunto, Hall defende a ideia de que a produção da cultura nacional diz respeito aos sentidos idealizados sobre a nação, uma vez que estão contidos nas histórias que são contadas sobre o povo, memórias que conectam seu presente com seu passado e a imagem que dela são construídas (Hall, 1996: 51). Tais hipóteses refletem aquilo que chamamos de mudança cultural, escolhido como um dos questionamentos principais desta investigação.

Tendo esclarecido a ideia de cultura de massa e cultura nacional, este trabalho objetiva realizar uma análise dos impactos ocasionados com o surgimento do Manguebeat, movimento musical idealizado nas margens do Recife, como uma forma de protesto e insatisfação para com a vida urbana na cidade. Ele se constituiu a partir de uma visão cultural que se concentra no descentramento, no elogio ao exótico, no multiculturalismo e na quebra dos binarismos que norteavam a concepção de cultura desde o começo do século XX. Centro X periferia; Popular X Erudito; Nacional X Internacional são algumas das dicotomias retomadas e que se tenta superar na nova visão dominante a partir dos anos 90 (Lima Oliveira, Esdras Carlos, 2012).

Em 1990, os mangueboys, nome escolhido para os representantes do movimento, começaram a se espalhar pela cidade, iniciando a reconstrução da imagem da urbes recifense. Apresentando um novo conceito daquilo que se entender por cultura, baseado no hibridismo e no recorte e colagem da cultura regional com a cultura pop mundial. Em entrevista para o Jornal do Commercio, Fred Zero Quatro, um dos fundadores da nova cena musical, opina sobre a expansão do mangue, fazendo uma clara alusão a Ariano Suassuna e ao Movimento Armorial:

“O ambiente na época era conservador, regionalista, voltado para a cultura ruralista. E Recife era uma metrópole, com circulação de informação cosmopolita, mas sem espaço para se expressar. Na própria universidade havia um ambiente conservador, de unir o popularesco com a tradição ibérica. O contemporâneo, o pop, não tinham espaço.”

É através dessa comparação entre o conservadorismo e o novo, que a presente pesquisa pretende analisar como os jornais impressos do Recife foram fundamentais para a propagação do Manguebeat. Levanta-se também um estudo acerca da influência desses novos ritmos nos cadernos de cultura locais, alterando uma agenda de notícias e modificando sua estrutura editorial.

METODOLOGIA:

A metodologia de análise de conteúdo vem ganhando cada vez mais interesse no campo de pesquisas qualitativas. Segundo Moraes (1999), a análise de conteúdo faz parte de uma busca teórica e prática, com um significado especial no campo das investigações sociais. Nesse caso, será realizado um estudo de caso relacionado aos impactos diretos que o movimento Manguebeat, gerou na agenda dos principais jornais impressos do estado de Pernambuco.

A competência midiática imbrica as possibilidades de produção, colaboração e ressignificação engendradas pela cultura participativa com o desenvolvimento da capacidade crítica e analítica (FERRÉS; PISCITELLI, 2015). Assim, a metodologia de análise de conteúdo seria um conjunto de técnicas de análise e investigação que tem por

finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto na comunicação (BERELSON, 1952; BARDIN, 2004).

Neste contexto, o método aplicado no presente trabalho é pautado de forma indutiva, uma vez que serão utilizadas matérias dos cadernos de cultura do Jornal do Commercio e do Diário de Pernambuco, traçando uma linha do tempo e analisando o comportamento de ambos ao se depararem com a necessidade de uma redefinição do papel do jornalismo cultural com o desenvolvimento do Manguebeat e a supervalorização da população para com a cultura local.

Na primeira etapa o veículo escolhido para análise foi o Jornal do Commercio, partindo da premissa que o Caderno C imprimiu a primeira identidade pop no jornalismo local bem como se apresentou como um agente determinante na formação de um novo campo musical em Pernambuco ao fomentar a legitimidade do movimento. Já na segunda etapa do processo, será realizado um estudo do caderno de cultura do Diário de Pernambuco, como o antagonista do primeiro jornal, investindo numa linha editorial mais tradicional e buscando ignorar as novas tendências da cultura pernambucana.

Por fim, na terceira etapa será realizada uma comparação dos resultados obtidos, usando como referência as manchetes publicadas em cada caderno de cultura, cujo assunto esteja relacionado com o Manguebeat. O objetivo é verificar a existência ou não, de disparidade de conteúdos jornalísticos culturais relacionados ao Jornal do Commercio e o Diário de Pernambuco, o apelo à tradição de um e a coragem de inovação de outro.

Os procedimentos metodológicos foram traçados em três etapas: Pesquisas bibliográficas e documentais; coleta de dados e análise das publicações de dois grandes portais de notícias locais sobre o assunto; e discussão dos resultados. O período de coleta não é equivalente ao de postagem, a busca foi realizada entre os meses de fevereiro e abril de 1993 e 1996, pautada na cobertura de eventos importantes como o Carnaval, Rec Beat e Abril pro Rock. O ano de 1995 não pode ser analisado, pois as publicações do Arquivo Público desta época estavam indisponíveis para acesso.

ANÁLISE HISTÓRICA E EDITORIAL DOS JORNAIS

A movimentação nos cadernos de cultura do Recife, a partir de 1993, foi decisiva para a vanguarda Mangubeat e a formação do inovador campo de música pop local, incluindo a valorização do festival Rec Beat. Através do ‘Caderno C’, assinado pelo Jornal do Commercio, a moderna cena artística da área metropolitana de Pernambuco, que se iniciara há cerca de quatro anos, teve sua origem, desenvolvimento e ascensão.

O ‘Caderno C’, com a linha editorial mais inovadora, imprimiu a primeira identidade pop no jornalismo local e se apresentou como um agente determinante na formação de um novo campo musical em Pernambuco, fomentando a legitimidade do movimento. Enquanto o Diário de Pernambuco, seu principal antagonista, continuou investindo numa versão mais tradicional. Valorizou até o fim dos anos 90 a cultura externa e ignorou a popularidade do Mangubeat na região.

As disparidades das linhas editoriais de ambos podem ser explicadas pela gestão empresarial e pensamento crítico de seus editores e repórteres. Intitulado como o jornal mais antigo em circulação na América Latina, o Diário de Pernambuco foi iniciado em 1825, pelo jornalista Antonino José de Miranda Falcão. Baseada no pioneirismo impôs apelo à tradição e conservadorismo, características claras em grande parte dos posicionamentos políticos adotados durante os anos seguintes (JAMBO, Arnaldo. 1975).

Desde a Revolução Praieira, em 1848-1849, o jornal tomou uma postura editorial contrária aos anseios populares e produziu ampla cobertura informativa durante os cinco meses que durou o movimento, acusando os revoltosos de espalharem “o susto e o terror” (DELGADO, Luís. 1995). Seu posicionamento conservador se perdurou durante grande parte do quase bicentenário de existência, tendo como exemplo a postura *antigetulista* adotada entre os períodos das eleições em 1950. O suplemento apoiou as candidaturas de Eduardo Gomes à presidência da República e de Manuel Neto Campelo

Júnior ao governo do estado, lançada esta pela UDN, o PDC e o PL, todos partidos de centro e extrema direita. (BANDEIRA, Moniz.1989).

A partir dos anos 90, deu início ao seu processo de modernização. O veículo foi reformulado com uma nova identidade visual e criação de suplementos específicos, como as edições especiais do fim de semana e as publicações voltadas para o público feminino, tendo como resultado o caderno Viver. Criado por Antônio Camelo, velha guarda do Diário, o caderno de cultura surgiu com o objetivo de registrar os acontecimentos culturais da cidade, porém sua produção foi fundamentada através olhar crítico e apurado de escritores como César Leal (crítico e professor de literatura da UFPE), permanecendo enraizado no tradicionalismo histórico.

Neste mesmo período, a jornalista Lêda Rivas, mestre em História e coordenadora do departamento de pesquisa do veículo, foi nomeada a editora do Viver. Sua fama de “linha dura”, pertencente a uma das últimas gerações do jornalismo conservador e romântico, é considerada atualmente uma das grandes justificativas para o silenciamento do caderno quanto ao movimento Mangubeat.

“Sou de uma geração de jornalistas românticos. Que chegava cedo à redação, comia um cachorro-quente em cima da máquina de escrever, na hora do almoço, fechava sua página ia beber no bar mais próximo (...) O Diário era uma referência boêmia. Era um ponto de encontro da intelectualidade pernambucana. A redação não tinha sido ainda feudalizada, melhor dizendo, ainda não tinha sido dividida em grupos e subgrupos, separados por paredes de Eucatex ou quadros vitrificados (...) os escritores tinham por hábito frequentar a redação. Amigos de Camelo²⁰, do superintendente Gladstone Vieira Belo, ou de Zenaide Barbosa, costumavam, todo início de noite, “bater ponto”, no Diário. Tornou-se corriqueiro receber historiadores, escritores, poetas, pesquisadores” (entrevista concedida à pesquisadora em 2007).

Ao longo de seu ofício, Lêda exalta a relação em que os jornalistas mantinham com os escritores e intelectuais mais tradicionais como Nelson Saldanha e Sebastião Vila Nova. O perfil dos responsáveis pelo caderno ‘Viver’ se afasta do jornalismo cultural em ritmo industrial, o qual, de certa forma, justifica o desprezo do jornal pelas novidades artísticas que ascendiam em Pernambuco.

Já o Jornal do Commercio, fundado em 1919, pelo empresário F. Pessoa de Queiroz, também tem seu desenvolvimento fincado em um perfil conservador e tradicional. Sua primeira gestão foi marcada pelo empastelamento, no início dos anos 30, ocasionado por seu posicionamento ao governo getulista. No ano de 87 entrou em uma crise financeira responsável por transformar sua linha editorial. Com a compra do empresário João Carlos Paes Mendonça, a partir de 1993, teve seu quadro de funcionários reformulados, optando por uma mão de obra barata associada a jovens profissionais e estagiários. Tal decisão não só acelerou a modernidade de suas publicações, como as colocou como líderes de circulação em Pernambuco.

“Para dirigir a redação na nova fase, foi convidado Ivanildo Sampaio, que à época trabalhava no Diário de Pernambuco. Segundo o jornalista, que até hoje se mantém na função, poucas pessoas queriam trabalhar no JC por causa do estigma de insegurança que o periódico inspirava, depois de amargar uma grave crise. Como solução decidiu-se mesclar a juventude à experiência: foram recrutados os mais talentosos estudantes de jornalismo nas universidades para dividir a tarefa de reerguer o jornal junto com profissionais já atuantes na imprensa pernambucana” (Jornal do Commercio, 31 de março de 2003).

O papel da arte na cultura contemporânea, e sobretudo a ascensão de um mercado de jovens consumidores e produtores de cultura pop redirecionou a linha editorial da maior parte dos suplementos do gênero que modificou design, diagramação e linha editorial exatamente para atender a um crescimento que corresponde, afinal, à arte como bem de consumo. Nesse contexto de redefinição do papel do jornalismo cultural, o Caderno C fora completamente reformulado para dar conta dessa tendência jornalística que teve o aval de um grupo de agentes identificados com a noção de vanguarda e modernidade.

“O ano de 1987 pode ser estabelecido como o marco inicial da cena que explodiria dali a seis anos. Por essa época, os artistas que teimavam em cantar as ladeiras olindenses em reggaes dolentes foram saindo das páginas dos cadernos culturais da cidade, sobretudo do Caderno C. Na época, o Jornal do Commercio, inteiramente falido, foi recuperado pelo empresário José Carlos Paes Mendonça, que injetou sangue novo na imprensa pernambucana. Para editor do Caderno C foi chamado Marco Polo, o ex-vocalista do Ave Sangria, que retomou a profissão da qual se afastara no início dos anos 70. Polo montou

uma equipe entusiasta e atendida, com o que começava a rolar na cidade. Assim, o novo começou a ganhar espaço nas páginas do caderno cultural do jornal” (Teles, 233: 2000).

A descrição acima poderia ser focada especialmente numa palavra: o novo. Ou seja, o moderno que vem para se contrapor ao velho, estabelecido e sem muita longevidade na dinâmica da cultura como consumo. Os contextos de ambos os jornais podem explicar em parte o desprezo do Diário de Pernambuco em relação ao Mangubeat e a sede pela inovação cultural do Jornal do Commercio. A origem e o percurso de ambos esclarecem, portanto, as linhas editoriais dos cadernos de cultura.

ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES E COBERTURAS

Conforme podemos perceber até o presente momento da pesquisa, o surgimento do Mangubeat foi responsável por alterar os cadernos de cultura locais. Segundo a pesquisadora Carolina Carneiro, o movimento impulsionou uma cena cultural com o desenvolvimento de bandas pop e no rastro dessa efervescência musical, programas de rádios (Mangubeat, na Rádio Clube), desfiles de modas (feira de moda alternativa Mercado Pop), videoclipes e filmes (O baile perfumado, que tem trilha sonora dos manguboys)- foram tomando conta das agendas de notícias, todos interligados ao conceito de “parabólica na lama” sugerido por seus integrantes (LEÃO, Ana Carolina Carneiro, 2008).

Sobre a cobertura desse novo ritmo, este trabalho dedicou-se a analisar os motivos pelos quais o Jornal do Commercio reformulou sua linha editorial de modo que pudesse noticiar todas as novidades do Mangu, enquanto o Diário de Pernambuco negou-se a investigar o novo fenômeno que crescia no Recife. Esclarecidos os seus posicionamentos históricos e políticos, o projeto deu início a uma pesquisa de campo cujo o objetivo foi ouvir os jornalistas que coordenaram a redação na década de 90.

Quanto às escolhas emergenciais das publicações jornalísticas, Pierre Bourdieu destaca uma característica importante deste meio. Tendo em vista o esquecimento de determinada informação, mediante ao surgimento de outras novas, a conquista do domínio cultural passa pela prioridade do novo (a notícia como garantia de êxito na luta pela concorrência, seja pela informação jornalística ou pelo conteúdo cultural). Desse

modo, o pesquisador afirma que os jornalistas são os únicos a lerem os conjuntos dos jornais (Bourdieu, 1997: 107).

Essa prática cria a necessidade de renovação permanente cuja continuidade institui, dentro do próprio jornalismo, um determinado veículo como detentor da credibilidade em detrimento de outro. “Disposições incessantemente reforçadas pela própria temporalidade da prática jornalística que, obrigando a viver e a pensar no dia-a-dia e valorizar uma informação em sua função de sua atualidade, favorece uma espécie de amnésia permanente que é o avesso negativo da exaltação da novidade e também uma propensão a julgar os produtores e os produtos segundo a oposição de “novo” e do “ultrapassado” (idem, 111). Para Bourdieu, essa concorrência em torno da “novidade” (fundamental para os neófitos que precisam criar sua imagem profissional) ao invés de ser geradora de originalidade termina compondo a “uniformidade da oferta” (LEÃO, Ana Carolina Carneiro, 2008). Tendo em vista essa descrição do funcionamento do campo jornalístico, por que o Manguêbeat recebeu tanto destaque no Jornal do Commercio na década de 90? Qual o comportamento do jornal diante das transformações do campo cultural recifense do período?

Editor do Caderno C, Marcelo Pereira foi um dos responsáveis pela produção de reportagens sobre o Manguê. No livro *Do Frevo ao Manguêbeat*, o jornalista esclarece que as notícias surgiram de forma natural, não houve resistência da direção do JC ou alguma crítica a respeito das publicações. Durante o período, ele afirma que a equipe viu no movimento uma oportunidade de expansão da cultura pernambucana. Não havia motivos para silenciar a novidade que estava abaixo de seus olhos.

“As matérias tinham boa repercussão junto aos leitores mais jovens e formadores de opinião, além do público do próprio jornal que frequentava os bares onde os Manguê Boys estavam presentes. Tínhamos público e acima de tudo conteúdo para publicar. Um novo movimento surgia.” – (Entrevista concedida em novembro de 2018).

Quanto ao medo de retaliações por ser um único jornal que abriu espaço, ele esclarece que houve uma preocupação, afinal era algo que não se conhecia, o investimento foi grande, chegando até mesmo a custear as sessões de fotos e passagens aéreas de lançamento de CD dos artistas.

“Não havia muito debate sobre, as coisas foram acontecendo aos poucos, era uma base meio punk do “faça você mesmo”, então como não se tinha muito planejamento até mesmo por parte das pessoas que faziam o movimento mangue, eram muito criativos, desenvolvendo festas, novidades, a gente ia divulgando o que ocorria e por aí foi evoluindo naturalmente. Damos espaço, entrevistamos, algumas vezes até paguei passagem de músicos para que eles viessem até o JC fazer foto, porque o jornal também nadava em dinheiro, então era mais fácil eles virem até aqui fazer as reportagens.” - (Marcelo Pereira 2018).

Quanto ao Diário de Pernambuco, Lydia Barros e os demais repórteres do Viver funcionavam no modus operandi. Em entrevista a pesquisadora Carolina Carneiro, ela afirma que foi colocada em uma posição centralizadora e conservadora (entrevista concedida em 27 março de 2007). Sua carreira em comunicação estava inteiramente ligada à velha guarda e não havia muita autonomia para os colegas de trabalho. Desse modo, o caderno manteve-se alheio ao Manguebeat por opção editorial.

Procurada pelos autores deste trabalho, a jornalista não quis debater sobre o assunto. Informou que os tempos atuais são outros e que sua visão jornalística a frente do Diário estava encerrada há muitos anos. Por outro lado, Marcelo Pereira demonstrou interesse em relatar sua experiência como repórter estagiário e posteriormente editor do JC.

“Era algo que nos incomodava enquanto repórter. Só depois de algum tempo, quando o Manguebeat passou a ter uma visibilidade nacional, incomodou também a ela. Mas o jornal era muito antigo: a estrutura, a diagramação. O Caderno C apostou nesse movimento. Eles eram os próprios caranguejos com cérebro. Assumiram a paternidade da cena musical e tiveram esse apelo à modernidade. Para nós, foram muitas tentativas de modernização”, explica (entrevista concedida à pesquisadora em 27 de março 2007).

Apesar da resistência quanto a escolha de suas publicações, Lydia Barros fazia parte da resumida “ala” jovem do caderno e acompanhava como consumidora a ascensão do Manguebeat ao frequentar shows, festas e eventos ligados aos artistas dessa cena artística. A recusa do Diário de Pernambuco de participar “das estratégias vistosas de distinção” lhe rendeu, dessa forma, conforme descrito pela própria, o afastamento e descrédito de um dos principais destinatários dos cadernos culturais: o jovem consumidor. “O Caderno C construiu essa imagem da modernidade, dos progressistas,

dos arrojados. A grande luta do Diário de Pernambuco hoje é a construção de sua imagem”, afirma (LEÃO, Ana Carolina Carneiro, 2008).

Como forma de validação da problemática aqui levantada. A pesquisa realizou uma coleta das reportagens publicadas durante o mês de abril de 1993, época em que ocorreu a primeira edição do festival Abril Pro Rock, considerado um marco para a cultura local. Seu nascimento coincidiu com a explosão do Movimento Manguebeat, que revelou bandas como Penélope (banda), Chico Science & Nação Zumbi, Mundo Livre S/A, Eddie, Devotos, Faces do Subúrbio e outras. Ao longo dos anos, tornou-se referência nacional apresentando artistas e bandas com renome na cena independente do país e do exterior.

Sua estreia, realizada no dia 25 de abril, contou com uma cobertura completa do Caderno C. As matérias, assinadas por Marcelo Pereira, apresentavam o festival como o mais importante desde os anos 70. Seu texto traz as bandas, evidenciando a diversidade de estilos propostos pelo Mangue, e conta com entrevistas exclusivas com diversos artistas do movimento. A editoria contou com duas publicações de capa completa: A primeira realizada no dia do festival (25) e sua despedida publicada no dia 28 de abril, apresentando um balanço geral da primeira edição.

Além da cobertura, o JC dedicou outros espaços para o festival. No dia 12 de abril, o Caderno C ocupou suas 6 colunas apresentando o evento para seus leitores. A publicação intitulada “Um domingo de rock e maracatu em abril” traz a proposta do Abril pro Rock como um lançamento capaz de impactar o cenário cultural recifense. O texto, também de Marcelo Pereira, faz uma crítica a Fundação de Cultura da Cidade do Recife, pela ausência de investimento financeiro por parte dos responsáveis governamentais.

Além das duas matérias ocupando toda a primeira página do caderno, o jornal ainda dedicou notas e comentários ao longo de suas publicações. Na sessão de variedades, discutia-se sobre os lançamentos de músicas e CDs dos mangueboys, além de apresentar suas agendas de shows dentro e fora do Recife.

Enquanto o Diário, nas mesmas datas, manteve suas publicações alheias ao Mangubeat. Suas reportagens seguiam voltadas para o meio artístico mais conservador, apresentando perfis e personalidades literárias, movimentos teatrais vindos do Sul, entre outros. Ao longo da pesquisa, não se encontrou nenhuma publicação do período recortado. Sua agenda de notícias não acompanhou aos lançamentos e eventos originais dos mangubeboys, deixando toda e qualquer novidade fora do seu nicho de conteúdo.

Em 1994 ocorreu o lançamento dos dois primeiros discos das bandas Chico Science & Nação Zumbi e Mundo Livre s/a, e, mais uma vez, o Caderno C fez vigília para acompanhar as negociações, shows e produções. Já o Diário, seguiu ignorando o movimento. Segue a cronologia das matérias e notas de janeiro a abril deste ano:

- 12 de janeiro. Na coluna Toques o jornalista José Teles comenta que o Jornal do Brasil dera uma página inteira sobre a cena musical recifense. Aliás, o reconhecimento pelo pelo da indústria cultural brasileira, Rio de Janeiro e São Paulo, como vemos, foi constantemente, e provincianamente, destacado pelo jornalismo local. A legitimação no eixo Rio-SP é fator decisivo na dinâmica local.
- Em 17 de janeiro, a capa do suplemento trouxe uma manchete sobre o disco de estreia da Mundo Livre assinada pelos jornalistas Marcelo Pereira e Clarice Hoffman. “O selo tem tudo a ver com a banda. Foi melhor ter esperado todo esse tempo. Este disco vai refletir a fronteira entre a cultura de 164 proposta e o entretenimento, entre o válido e o kitsch”, diz Fred Zero Quatro, que comentava o contrato da banda com o selo Banguela.
- 19 de janeiro. Marcelo Pereira atribuía ao Abril Pro Rock a responsabilidade de ser o “Lollapalooza tupiniquim²³”. O texto anunciava, ainda, o lançamento do disco de Chico Science no dia 25 de maio e colocava o período como “o mês das noivas, das mães e do Mangubeat”.
- 28 de janeiro. A coluna Rec Beat exaltava o movimento. No texto, o jornalista afirma que CSNZ é a maior promessa do pop brasileiro e anuncia que as rádios vão começar a tocar o primeiro single da banda, A cidade. Ainda: uma nota

divulga uma reportagem de capa da revista alternativa General com o “mangue boy” Chico Science.

- 04 de fevereiro. Marcelo Pereira escreve sobre a gravação do clipe A cidade em Suape e dispara: “O novo clipe tem exibição garantida no Fantástico”.
- 6 de fevereiro. O Caderno C concede uma página inteira sobre a cobertura do clipe gravado em Suape com três fotos em destaque, assinada pelo crítico de cinema Kleber Mendonça Filho.
- 23 Festival de rock alternativo realizado nos EUA que recuperava o estilo “Woodstock”. Foi um dos ícones da cultura pop nos anos 90 quando abrigou shows de bandas fundamentais para o rock e pop alternativo.
- 01 de abril. A coluna Rec beat fala sobre a recepção de CSNZ no eixo Rio São Paulo. “O rapentista Chico Science e sua banda estão tendo boa acolhida da crítica”, diz. 08 de abril. A seguinte manchete estampara a capa do jornal: “APR consagra nova geração pop pernambucana”. O jornalista discorre sobre o Pré lançamento oficial do disco no festival de música pop.
- 09 de abril. Mais uma matéria: “Pernambuco selou de vez a sua entrada na cena musical pop dos anos 90”. O texto ratifica o investimento no Mangue Beat ao colocá-lo como “a bola da vez” do mercado fonográfico.
- 10 de abril. Novamente uma referência, desta vez uma reportagem com a Mundo livre s/a na qual o produtor do disco Carlos Eduardo Miranda, afirmava: “Quem está esperando um Chico Science & Nação Zumbi vai cair de costas. O Mangue é um movimento variado, cada banda tem sua identidade”.
- 13 de abril. O jornal publicava a cobertura do festival com a seguinte manchete: “Chico Science & Nação Zumbi massacra o Abril Pro Rock”.
- 27 de abril. Mundo livre enlouquece os Titãs no estúdio é o título da matéria, que, novamente, faz referência às autoridades do eixo Rio-São Paulo como atestado de originalidade aos neófitos. “Fred com sua mistura de rock e samba é o mais novo gênio da música brasileira. Um ele entre o passado e o futuro”, comenta o jornalista Marcelo Pereira.

-
- 29 de abril. MTV descobre novos sons do Recife. Matéria traz especial com o crítico Fábio Massari, da MTV, sobre o APR – então celeiro de bandas alternativas ao circuito comercial da mídia e do mercado fonográfico.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa foi iniciada em 2018 com o intuito de registrar as disparidades editoriais de dois grandes jornais pernambucanos: o Diário de Pernambuco e o Jornal do Commercio, relacionadas à valorização dos elementos presentes da cultura popular local. Para isso, utilizamos o movimento Manguebeat e suas vertentes culturais como objeto de estudo.

A associação dos produtores do Manguebeat aos produtores do jornalismo cultural do Caderno C, do Jornal do Commercio, aponta para a facilidade de penetração do movimento pop pela ligação de uma classe média formadora de opinião com uma nova geração de jornalistas, formada por jovens profissionais em ascensão no mercado e com sede de inovação.

Por meio das entrevistas coletadas com os agentes que participaram do movimento e comunicadores presentes na época em questão, podemos constatar problemáticas pertinentes no cotidiano da prática jornalística, que transcendem do campo de origem e interferem na dinâmica cultural e política da cidade.

No âmbito editorial, a identidade pop do Caderno C, desenvolvida em torno de uma modernidade Mangue, tem o efeito de legitimar o movimento e centralizar informações relacionadas a esse universo. A marca de um jornalismo ligado aos movimentos jovens e contraculturais foi construída pelo Jornal do Commercio durante a ascensão de Chico Science como fenômeno pop, colocando o veículo em uma posição de referência nacional em meio aos cadernos de cultura atuais.

Tais afirmações não significam que o Diário feche totalmente os olhos para a produção moderna e pop pernambucana. O revés é que a produção moderna da época se

confrontava com os interesses de um jornal que se constitui como modelo de uma tradição legitimada tanto na política, quanto nos elementos culturais.

REFERÊNCIAS

- BANDEIRA, Moniz. **Brasil - Estados Unidos: A rivalidade emergente (1950-1988)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989. 328 p.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Ltda. 3 ed. 2004.
- BERELSON, B. **Content analysis in communication research**. 1952.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção. A Crítica social do Julgamento**. São Paulo, Zouk, 2007.
- DELGADO, Luís. Carlos de Lima Cavalcanti, **Um "grande" de Pernambuco**. Recife: Cia. Ed. de Pernambuco, 1975.
- FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. **Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores**. In Lumina, Juiz de Fora, v. 9, n. 1, p.1-16, jun. 2015.
- JAMBO, Arnaldo. **Diário de Pernambuco; história e jornal de quinze décadas. Recife: Diário de Pernambuco, 1975.**
- HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós Modernidade**. Rio de Janeiro, DP&A.1992.
- LEÃO, Ana Carolina Carneiro. **A nova velha cena: a ascensão da vanguarda Mangue Beat no campo da cultura recifense**. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.
- LIMA Oliveira, ESDRAS Carlos. **"A ideia de cultura da cena Manguebeat e a criação de uma nova representação para a cidade do Recife."**, 2005.
- MORAES, R. **Análise de conteúdo**. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- ORLANDI, Eni Puccineli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 12.ed. Campinas: Pontes Editores, 2015. 98p.

