

MATIAS, PAS e RICARDO ALEXANDRE

Jornalismo aberto para balanço

por DAFNE SAMPAIO E RICARDO TACIOLI

Entrevistar figuras que não são artistas, mas que têm uma relação estreita com a música brasileira, é um dos parágrafos da carta de intenções do Gafieiras. Apesar de contar com mais de 30 entrevistas publicadas nas costas, apenas uma respeita essa exigência: aquela que fizemos com o produtor Fernando Faro, responsável pelo programa Ensaio, da TV Cultura.

Desta vez, o objetivo era juntar três importantes e próximos jornalistas musicais, embaralhar suas diferentes histórias profissionais e conversar sobre mundos que já não existem mais, outros que estão se formando e aqueles que ainda estão por surgir. Afinal, de uns anos para cá toda a cadeia musical – de sua produção e consumo à divulgação, comercialização e história – sofreu uma grande reviravolta, principalmente motivada pela popularização de novas tecnologias. Assim, três jornalistas que não são encantados com o meio, que pensam a música (principalmente a pop e a mpb) e o que a circunda, indicaria um ponto-de-vista diferente do artista ou do consumidor. Foram mais de três horas bem-humoradas movidas a café e água, pura e simplesmente. Papo quente, atual, reflexivo, provocativo, cheio de idas e vindas e de contradições.

O primeiro a chegar foi Pedro Alexandre Sanches, o homem que personalizou a seção de música da Folha de S. Paulo durante parte dos anos 1990 e 2000. Pouco depois, o último editor da finada revista Bizz, Ricardo Alexandre, toca a campanha. Alexandre Matias, cidadão de extensa ficha corrida e hoje editor do Link, caderno de cultura digital d'O Estado de S. Paulo, finalmente completa o trio e a não-entrevista toma corpo, estende-se e ramifica-se.

Diferentemente do ideário da imparcialidade jornalística, a conversa em que estes três rapazes não somente são interrogados, mas interrogam-se, revela rachaduras na imprensa que lida com a indústria cultural, suas armadilhas, seus equívocos e suas mentiras. E vai além ao dissecar como encaram suas carreiras, pescar detalhes de suas vidas fora da redação, e se ainda há espaço para a música como fomentadora de comportamentos, de ídolos e de visões de mundo. Uma das questões que ficaram

sobre a mesa é porque uma revista que estampa em sua capa um xaxim ou uma tomada vende mais que aquelas com John Lennon, Renato Russo e Bob Marley. Sinal dos tempos? Tire suas próprias conclusões.

ÍNDICE

Um dos planos era produzir um disco para o Ronnie Von	05
Todo mundo é repórter agora	07
A Bizz era um morto muito louco	09
Os artistas sempre decepcionam a gente	10
O Jota Quest tem o que dizer?	12
A minha liberdade era falar mal de todo mundo	16
Somos ainda muito pautados pelo mercado	18
“Queremos alguém para o lugar do PAS”	20
O cara pediu desculpas por ter feito o disco	22
Não há notícia no fato do Caetano lançar um disco	24
A Tim ganha 60 capas de caderno cultural por ano	26
Peguei repulsa do Tim Festival	28
Nos anos 60, os festivais eram batalhas de singles	30
Agora vou defender os artistas	32
Jornalismo é publicidade	34
Escrevi muitos releases de artistas sertanejos	36
Não tem como artista gostar da gente	38
A tendência é sair do especialista e ir pro generalista	40
São cinco famílias que definem o que vamos ler e assistir	42
Marisa Monte e Calypso são do mesmo planeta	45
Adoraria que o Roberto Carlos fosse como o Caetano	47
Na Folha tinha a ilusão de falar pra 300 mil pessoas	49
Seu Jorge é revanchismo social transformado em música	52
Não sei como gravadora não faz camiseta	55

A memória está ao alcance de cada um	57
Fizemos uma revista que dava a impressão de ser grande	61
Cada número da Bizz era uma vitória	63
De editor virei gestor	65
A Editora Abril não sabia da existência da Bizz	67
As pessoas perguntam da continuação do Dias de luta	69
O quanto os artistas estão à mercê da maluquice da gente?	71
“Você tem uma visão muito cristã do rock	74
Sou jornalista discotecando	75
“Por que o seu livro não foi censurado?”	77
Que porra é essa de biografia autorizada?	80
Tinha de editar a Bizz antes dos 30 anos	82
O RPM seria muito menor se surgisse seis meses antes	84
Preciso ligar para a minha mulher!	87

Um dos planos era produzir um disco para o Ronnie Von

[Enquanto a equipe ajusta a parafernália e aguarda a chegada de Alexandre Matias...]

Ricardo Alexandre – Mesa de som, velho? Quando eu tinha banda em Jundiáí não tinha isso, não? [risos]

Ricardo Tacioli – Vai lá, Ricardo...

Ricardo Alexandre – Oi! [canta com voz empostada] “The more I see you...” [risos]

Tacioli – Foi legal sua participação no programa do Ronnie Von? Você não falou ainda.

Ricardo Alexandre – Ah, cara! Eu estava muito estranho. Eu sabia que a revista ia acabar e fui lá falar daquela capa do **Sargent Pepper’s** que a gente fez, né? [n.e. Edição 214, junho 2007] Achei meio ridículo. Aí meu pai ficou revoltado, “Você não deveria ter falado da revista; eles te mandaram embora”. [risos] “Ah, pai, aquilo (a demissão) foi uma solução.” E tenho de confessar que um dos planos secretos que eu nutria era produzir um disco para o Ronnie Von. Assim, meio pop-barroco, sabe? Sempre que estou com ele fico pensando nisso, mas toda vez desisto de falar porque acho que vai ser uma péssima idéia.

Tacioli – Você acha que ele pode topa?

Ricardo Alexandre – Não. Sei lá o que pode acontecer, cara.

Pedro Alexandre Sanches – Ele queria fazer um disco tipo Rod Stewart, né?

Ricardo Alexandre – De grande canções americanas. É, está vendo...

Dafne Sampaio – Uau! Então melhor deixá-lo parado.

Ricardo Alexandre – É, justamente. Tenho aquele impulso e depois falo “Deixa, deixa, deixa”.

Dafne – Pop-barroco?

Pedro Alexandre – Dá uma definida nisso, por favor? [risos]

Ricardo Alexandre – Essas coisas meio Van Dyke Parks [n.e. Pianista, arranjador e compositor de trilhas sonoras; trabalhou com Beach Boys, Byrds e o casal Sonny & Cher], essas coisas que o Ronnie fazia sem saber que fazia. E aí, pegar uns caras legais para arranjar, compor para ele, sabe? Não dá! Chega de roubada! Já tive a revista Bizz. Agora mais isso? Chega de roubada! [risos]

Dafne – Tá gravando aí, fio?

Almeida – Tá, tá.

Tacioli – Olha, Ricardo, é tudo cenográfico [com relação ao equipamentos da entrevista].

Somente o gravador de cassete é que grava.

Dafne – O cassete é o bicho!

Almeida – Esse é o que garante.

Ricardo Alexandre – Eu queria fazer um disco de mashups na Som Livre [n.e. Termo derivado da prática do hip-hop de mixar trechos de músicas diferentes em uma só]. Vou falar isso antes do Matias estar aqui, porque a gente não pode falar de mashups perto dele, senão tem recaída. Outro dia eu estava com ele no MSN e fiquei 20 minutos antes dele falar de mashups. “Parabéns, Matias, você está conseguindo!” [risos]

Pedro Alexandre – Vai para posteridade, falando mal do entrevistado que não chegou ainda. [risos]

Ricardo Alexandre – O Pedro Só tem um mashup que é maravilhoso, em que ele mistura o disco do Dr. Dre instrumental com “Peru da festa”, do Costinha. [risos]

Dafne – Onde está?

Ricardo Alexandre – Quando ele discoteca põe isso aí. E eu queria fazer um disco na Som Livre de mashups; isso entraria no “lado B do CD”.

Dafne – Eu ouvi um dia desses o da Pitty com Ace of Base [n.e. Grupo pop sueco que estourou em 1993 com a música “All that she wants”].

Ricardo Alexandre – Ah! Eu já ouvi falar disso. É claro que eu não baixei, mas...

Dafne – Eu ouvi. É meio freak...

Ricardo Alexandre – É uma falta de respeito com Ace of Base. [risos] Uma das grandes coisas dos anos 90.

Dafne – Do pop internacional?

Ricardo Alexandre – Eu acho. Ace of Base e Midi, Maxi & Efti [n.e. Trio feminino de cantoras etíopes refugiadas na Suécia que fizeram sucesso em 1991 com “Bad bad boys”]. Lembra do Midi, Maxi & Efti, cara? [canta] “Bad, bad, boys come with me.” Putz, demais! Como é bom isso! [risos] As pessoas não valorizam essas coisas...

Dafne – Ontem eu estava relembrando “Lua vai”, do Katinguelê, que é aquela [canta] “Lua vai / Iluminar os pensamentos dela...”. [n.e. Na verdade a música se chama “Recado à minha amada” e foi sucesso do grupo de pagode Katinguelê no início da década de 1990]

Pedro Alexandre – É boa!

Ricardo Alexandre – É boa. Aí, tudo bem.

Pedro Alexandre – Não sabia que era do Katinguelê, mas é boa.

Ricardo Alexandre – “Aquilo sim era bom! Aquele tempo...”

Dafne – “Aquilo sim que era pagode!” [risos]

Ricardo Alexandre – A molecada da Bizz, de vinte e poucos anos, quando pintava esse clima de nostalgia, dizia “Bom era aquele tempo que não havia caixa eletrônico, quando a gente precisava ficar na fila para tirar dinheiro no banco”. [risos]

Todo mundo é repórter agora

Tacioli – Bom, geralmente as entrevistas do Gafieiras são com artistas, a única exceção foi com o Fernando Faro, que é produtor...

Almeida – O que é uma falha! Sempre quisemos falar com pessoas ligadas à música, mas não somente artistas...

Ricardo Alexandre – Você está achando que não sou artista, velho?!

Tacioli – Bem, eu não sei...

Almeida – Estou vendo que você é produtor de disco, pelo menos tem projetos...

Ricardo Alexandre – Começou mal, cara... [risos]

Dafne – Você quer ser produtor?

Ricardo Alexandre – Não, a arte está... [risos]

Pedro Alexandre – Pô, eles compararam a gente com Fernando Faro...

Ricardo Alexandre – Aí, tudo bem! Prossiga, por favor... [risos]

Pedro Alexandre – Acho que os entrevistados estão atrapalhando. [risos]

Ricardo Alexandre – Isso porque só tem dois, né? [risos]

Pedro Alexandre – Não dá certo entrevistado que só sabe entrevistar e não dar entrevista.

Dafne – Então, beleza! Cada um vai para um lado agora; a gente entrevista um e depois o outro. Enquanto isso, um vê TV...

Tacioli – Mas a idéia é um bate-papo sobre música, sobre o que está rolando, o que cada um pensa não somente da música, mas dos meios de comunicação... É um papo sossegado.

Ricardo Alexandre – O que restou dos meios de comunicação...

Dafne – O que restou dos meios de comunicação?

Ricardo Alexandre – Restou o Pedro, né? [risos]

Pedro Alexandre – Dos meios de comunicação? [risos]

Ricardo Alexandre – Sempre me perguntavam quando eu estava lançando o Dias de luta, “O que você acha da crítica no Brasil?”. Aí, eu dizia, “O que eu acho do Pedro Alexandre Sanches?”

Pedro Alexandre – Jura que você falava isso?

Ricardo Alexandre – Só tem o cara, né, bicho?

Pedro Alexandre – Agora não tem nenhum então, porque não estou fazendo mais isso.

Ricardo Alexandre – Pois é. Você como homem a “apagar luz” da crítica... [risos]

Pedro Alexandre – Precisa demolir, derrubar as paredes mesmo. Para gente é assustador, mas precisava acontecer isso. Depois começa a construir outra casa.

Dafne – Demolir as paredes?

Pedro Alexandre – Demolir as paredes das gravadoras, das revistas, da TVs... Estou falando uma

loucura, não sei se isso vai acontecer, mas demolir paredes é isso, como esses aparelhinhos que a gente estava falando [n.e. Gravadores digitais portáteis], a internet. Não vai mais precisar de repórter. Todo mundo é um repórter agora.

Ricardo Alexandre – Nunca precisou, na verdade. É que a indústria funciona em cima de bases com alguma solidez e fórmulas, e ninguém nunca parou para pensar que essas fórmulas nasceram artificialmente. [toca a campainha] No começo era o artista e seu violão, o seu atabaque...

Dafne – E são fórmulas recentes, né?

Ricardo Alexandre – Totalmente. Aí fica todo mundo chorando “E o CD acabou...”, mas pense no coitado que fazia o negócio da Casa Edison, de cera de carnaúba. [risos] Durou muito menos que o CD numa época em que as evoluções eram mais lentas.

Pedro Alexandre – Eu estava lendo isso; nunca soube que o Flávio Cavalcanti [n.e. Apresentador de rádio e TV, 1923-1986] quebrava discos de cera de carnaúba. Depois com o vinil, que era mais forte, ele tinha dificuldade de quebrar.

Ricardo Alexandre – Claro, era mais maleável.

Pedro Alexandre – Não sei, essa história é meio mal-contada. [risos] Está na biografia dele. Você lembra do programa dele?

Ricardo Alexandre – Claro. Ele quebrou aquele disco da Rita Lee, o **Saúde** [n.e. Disco de 1981, lançado pela Som Livre, e que trouxe músicas como “Tititi”, “Atlântida” e “Banho de espuma”].

Pedro Alexandre – Ele quebrava mesmo? Eu não lembro. Mas acho que ele aprendeu a técnica de quebrar vinil.

Ricardo Alexandre – Ele ficou quebrando vinil nas férias para aprender. [risos]

A Bizz era um morto muito louco

[Chegam Max Eluard e Rune Tavares, entrevistadores e responsáveis pelo registro audiovisual]

Dafne – Você leu a entrevista que o Alexandre deu para o Digestivo Cultural?

Ricardo Alexandre – Li um pedaço, ou melhor, pedaços. [ri] Vi que ele falava de mim.

Dafne – Foi, sobre a Bizz...

Ricardo Alexandre – Pronto! Esse pedaço eu li. Dei um “Control F”. [risos]

Dafne – Ele questionava se ainda cabia uma revista impressa sobre música. Ele não tinha muita certeza. Será que ainda cabe? Música é tudo?

Ricardo Alexandre – Pô, Dafne, pergunta maldosa, né? Não sei. Eu gostaria de ter saído da Bizz pelo menos com essa certeza. É uma coisa que me incomoda, assim como me incomoda não saber se teria público se eu fizesse uma coisa legal em Jundiaí. O próprio Tacioli tentou fazer isso lá mais do que eu e não tem essa resposta, porque a gente não dispunha dos mecanismos para ter certeza disso. Vocês querem falar disso? É meio chato. [risos] Eu não queria ficar “mimimi”, de coitado, por causa da Bizz, mas o fato é que era eu e meus amigos tentando fazer uma revista sem que a Editora Abril percebesse. Então, não foi uma revista de música. A Bizz era um morto muito louco; eu ficava como o menininho do **Sexto sentido** [n.e. Filme de 1999 dirigido por M. Night Shyamalan, com Bruce Willis e o então garoto Haley Joel Osment], vendo uma revista morta e ela tentando falar comigo: “Em 1991 eu vendi 150 mil exemplares! Cuida de mim”. [risos]

Pedro Alexandre – Posso falar uma coisa? Acho que tem lugar, sim, mas não para essa vendagem. [Toca a campainha]

Dafne – Vendagens?

Pedro Alexandre – De qualquer coisa, de jornal, de CD. A gente viciou nessa idéia de que uma coisa somente acontece ou funciona se vender mais de 50 mil, não sei...

Os artistas sempre decepcionam a gente

[Chega o último entrevistado, Alexandre Matias]

Ricardo Alexandre – E também tem outra: a gente precisa dimensionar o Brasil dentro dessa... [Cumprimenta Alexandre Matias]. E aí, tudo bem?

Alexandre Matias – Papo sério meu, que é isso?

Ricardo Alexandre – Agora que a gente ia conseguir...

Tacioli – Agora que engatou...

Matias – Porra! Desengata, cara, começa de novo.

Ricardo Alexandre – Pensa bem, a maior revista da Europa, que é a Q [n.e. Revista de música criada na Inglaterra em 1986], vende 180 mil (exemplares). O dia em que Superinteressante vender 180 mil está todo mundo na rua; é muito pouco! E é a maior revista da Europa. Quando a gente está falando de grande sucesso editorial, a gente está falando da Rolling Stone que vende...

Matias – 50 mil.

Ricardo Alexandre – Não, lá fora, no mundo. Que vende 1 milhão, 1 milhão e meio. E ainda assim o maior sucesso da editora da Rolling Stone é a Entertainment Weekly, que é bem maior que a Rolling Stone. Agora tente transportar essa dimensão para o Brasil, um país com índice de leitura...

Max Eluard – Menor que o da Argentina.

Ricardo Alexandre – É, não queria chegar a esse termo de humilhação [risos], mas é menor que o da Argentina. O Brasil é um país onde o mercado fonográfico é incapaz de gerar ídolos com alguma coisa palpitante a dizer, onde a amabilidade entre os artistas é regra, onde não existe a polêmica saudável. Transporte isso e veja que a gente está bem vendendo dez, oito, sete, cinco, quatro mil; está maravilhoso! A gente estava citando sua entrevista no Digestivo... Quando havia menos pontos de intersecção no mundo, as pessoas confluíam pra ele porque só existia ele no mundo, então as coisas eram maiores não porque eram mais necessárias, mas porque elas eram as únicas. Se existe sentido ainda uma revista em papel? Acho que sim, devem existir quatro ou cinco mil pessoas que comprariam uma revista de papel. Eu talvez fosse uma delas, mas acho que todo negócio em volta dela deveria ser estruturado para isso (para essa baixa venda). Mas não faz mais sentido uma revista do que faz o Gafieiras, ou que faz o Trabalho Sujo [n.e.: site de Alexandre Matias], ou sei lá, o programa do Mauricio Valadares na Oi [n.e. O radialista, produtor e fotógrafo Mauricio Valladares apresenta o programa Ronca Ronca na rádio carioca Oi FM].

Pedro Alexandre – O enxame de abelhas continua ao redor dos antigos pontos de confluência de consumidor. Todo mundo quer sair na Folha, na Veja, nesses lugares marcados. Eles continuam

fazendo sentido, mas o Gafieiras tem mais peso, mais importância; em um momento atrás não existia Gafieiras, mas o enxame de abelhas estava todo lá. Têm menos pessoas que freqüentam essas nossas coisas malucas e feitas na raça. O problema é esse, não passa pela vendagem mais, não é disso que a gente sobrevive. Daí a grande pergunta: o que fazer? Eu preciso do enxame de abelhas para sobreviver, mas isso não é o mais legal de fazer.

Matias – Se o mercado está todo em transição, o público também está em transição. Então, a gente não pode menosprezar que o público deve estar perdido também. Muitas vezes o cara vai à banca e vê o tanto de revista que existe, ele se pergunta por onde começar. É uma questão de tempo. Acredito que a revista ainda vai ter seu papel, mas a gente está passando por essa transição.

Ricardo Alexandre – Você acha que essa perdição vai ter um fim? As pessoas vão se achar? [risos] Tudo vai continuar caótico e talvez cada vez mais caótico.

Matias – Sim, mas hoje a gente tem o conflito entre as duas coisas.

Ricardo Alexandre – Sim, tá...

Matias – Uma hora em que todo mundo sabe o que é um blog, que o cara que escreve no jornal também pode dar sua opinião em sua página pessoal e que isso não é uma coisa absurda, quando as pessoas da nossa geração para trás morrerem... [risos]

Dafne – Chegamos onde queríamos.

Pedro Alexandre – A mesma coisa com relação aos artistas: esses precisam morrer para alguém se tornar combativo, para um artista querer discutir com o outro, porque isso não existe.

Ricardo Alexandre – Vou dizer uma coisa que o André Forastieri falou uma vez e que está na minha **Caminho suave** do jornalismo musical [n.e. Referência a uma famosa cartilha de alfabetização criada pela educadora Branca Alves de Lima em meados do século 20]: “Os artistas sempre decepcionam a gente”. Sempre, cara!

Pedro Alexandre – Talvez essa seja uma de suas funções.

Ricardo Alexandre – Eu lembro de Chico Science & Nação Zumbi... Sabe o quanto a nossa geração fez pelos caras para darem entrevista à Globo dizendo que foi o Gilberto Gil quem os descobriu?

Matias – Los Hermanos, que era a grande banda do momento internet e do Brasil, que assinou com uma grande gravadora e tipo “foda-se!”. Na hora em que a (gravadora) Abril fechou, todo mundo ficou na expectativa: “Será que os caras vão continuar independentes mesmo?”. “Não, vamos ficar na BMG que é mais tranquilo pra gente.”

Ricardo Alexandre – Sendo meio “poliana moça”, costumo pensar que os artistas têm parâmetros de avaliação muito mais subjetivos e sofisticados e emotivos...

Pedro Alexandre – Você está querendo dizer que eles pensam em dinheiro? [risos] Gente, isso é evidente e a gente precisa enxergar isso.

Matias – Mas do mesmo jeito que o público está mudando, os artistas também estão mudando.

Pedro Alexandre – Alexandre, somente para concluir. Vamos pensar: por que o Lulu Santos está fazendo o que ele está fazendo, seja lá o que for? Porque chegou à conclusão que precisa fazer isso para ganhar dinheiro. E ele tem um discurso montado para defender o que faz. Como você está dizendo, tudo está em transição, ninguém sabe mais como ganhar dinheiro.

O Jota Quest tem o que dizer?

Tacioli – Essa crise não seria devido à falta de uma melhor percepção das empresas, das revistas? A impressão que tenho é que todo mundo hoje em dia ouve música mais que na época do walkman...

Ricardo Alexandre – Mas é mais dispersivo também.

Matias – Mas de que empresa você está falando, gravadora de disco?

Tacioli – Não, empresa de jornalismo musical ou que lança alguma publicação ligada à música. Já que tem tanta gente ouvindo música, e esse é um público potencial para consumir informação sobre música, será que não falta um melhor diagnóstico?

Matias – Com certeza! E um certo medo de abraçar uma causa que daqui a 10 minutos pode acabar.

Pedro Alexandre – E por um outro lado caiu um avião e esse é o assunto de todas as bocas [n.e. Referência ao acidente com o avião da TAM em Congonhas, São Paulo, que tinha acontecido uma semana antes, em julho]. E as empresas estão ganhando rios de dinheiro essa semana com o acidente. Ninguém vai parar para falar de música nesses dias. Música é isso, essa coisa instável que a pessoa hoje em dia consome sem precisar pagar.

Ricardo Alexandre – As pessoas ouvem mais música, mas estar ligado a um ambiente musical é quase um sinônimo de ultra-segmentação, muito mais do que era nos anos 80, quando eu comprava, sorrindo, uma revista com o Paulo Ricardo na capa.

Matias – O que você está querendo dizer com isso?

Ricardo Alexandre – Quando você faz uma revista para agradar todo mundo, você está desagradando todo mundo, realmente. Você não está agradando todo mundo como antigamente, você está desagradando todo mundo. Um fã da Pitty vai ficar muito indignado com o Los Hermanos. E o fã do Los Hermanos vai achar um absurdo que tenha o Jota Quest na revista. Uma revista para falar com todo mundo tem de ter o Jota Quest, mas esse é o exemplo de desagradar todo mundo.

Matias – Mas, por outro lado, o fã do Jota Quest lê sobre o Jota Quest? O Jota Quest tem o que dizer?

Pedro Alexandre – O que você está dizendo é um pouco o que aconteceu numa época quando as pessoas dividiam-se entre fãs da Marlene e da Emilinha, em que havia duas revistas e as duas vendiam um monte.

Ricardo Alexandre – É isso aí.

Pedro Alexandre – E agora acabou.

Tacioli – Também haviam esses grupos, não?

Dafne – Talvez, mas não tão exclusivista. Isso me lembrou as janelas de comentários de blogs e como todo mundo agora tem uma opinião, quer expressar sua opinião e insulta se for o caso; é um pouco

essa geração...

Max Eluard – E isso se reflete no jornalismo também, a opinião estar à frente da análise, da matéria...

Matias – Análise não existe mais no jornalismo.

Ricardo Alexandre – Como assim?

Matias – Quando é um acidente da TAM há uma análise, agora quando é o dia-a-dia há somente factóide.

Max Eluard – Como vocês vêem a questão da opinião em relação à informação?

Ricardo Alexandre – Espere só um pouquinho. Voltando para sua primeira pergunta, sou tão convicto dessas coisas que tenho hoje a percepção que eu fazia a revista Bizz para um nicho tão específico que era o de pessoas que tinham interesse em jornalismo musical.

Matias – Hum, hum.

Ricardo Alexandre – E não era um nicho maior que os fãs de heavy metal ou da Sandy com percepção filosófica, entendeu? Não era maior. E dificilmente você vai conseguir um nicho maior do que aquele...

Matias – Hoje, né?

Ricardo Alexandre – Hoje!

Matias – Você acha que vai ser sempre assim?

Ricardo Alexandre – Eu acho.

Matias – A gente vai assistir uma hora em que esses nichos comecem a se cruzar. E aí cria-se um outro público completamente diferente do que a gente está pensando.

Ricardo Alexandre – Quando você tem acesso às informações que ficavam na periferia, você não volta mais.

Matias – Mas esse é o fim do underground, do mainstream. Todas as informações estão disponíveis agora. O que a gente diz que é novidade hoje, para um cara que já sabe disso há dois anos fala “Pô, o cara está tirando onda dizendo que isso novo!”, porque a gente ainda está preso a um parâmetro antigo. Estou falando da gente, jornalista que escreve sobre música, que está preso a parâmetros antigos, como gênero musical, por exemplo. Por que a gente acha que o cara que gosta de Pitty não curte new metal ou gangsta rap? É bem provável que, dentro do nicho Pitty, exista outro nicho que cruze com outros, entendeu?

Dafne – Sincretismos.

Matias – Exato! A tendência é essa. A gente fala de rock clássico, de música negra, de MPB, mas a menina que consome Marisa Monte hoje também vai à rave, e não tem como fazer uma revista que fale pra ela que você quer cobrir o que acontece na música hoje. Mas vai chegar um momento, em que você terá nichos especializados, não sei como vamos chamá-los: tribos, atitudes, estilos de vida? Isso é tudo parâmetro antigo. A gente já ruminou muito isso. Eu acredito que esses nichos estão começando a se especializar e a se juntar, e é aquela história, antigamente só quem trabalhava com música tinha essa necessidade, esse gosto, de ouvir diferentes gêneros musicais. Era um ou outro entusiasta que comprava coisas fora do gênero heavy metal. Hoje você tem um cara que compra o disco novo do Max (Cavalera) com o Igor (Cavalera), à noite vai para a rave e, no dia seguinte, ouve pagode. A questão lançada pra gente é: “Como abordar esse cara?” Talvez a abordagem não seja música, e sim estilo de vida. Você vira e fala: “Grana!” Então a gente vai botar a classe AAA com música. Aí aborda-se todos os desdobramentos, de todos os gêneros musicais, sendo que pressupõe-se um consumo de alto padrão. A mesma coisa vale para as pessoas que querem saber as novidades que acabaram de acontecer. Uma revista MySpace hoje afundaria, mas imagine que o MySpace fique. Faz sentido daqui a dois, três anos

pensar em uma revista MySpace. E o que é isso? É um filtro, um catálogo que traz um monte de informações para saber quais as bandas que subiram no MySpace na última semana.

Ricardo Alexandre – O Trabalho Sujo já é um filtro do cara, porque ele vai pagar 10 reais pra isso?

Matias – Pra folhear.

Ricardo Alexandre – Você acha que faz sentido?

Max Eluard – Há o fetiche da matéria, do papel?

Matias – Com certeza! O aspecto tátil é essencial.

Ricardo Alexandre – Eu sei, Matias, mas vai ser um nicho não maior que aquele de pessoas interessadas, obcecadas por informações de jornalismo musical. É um nicho pequeno e sempre vai ser.

Alexandre Matias – O Gafieiras é isso! O Gafieiras já faz isso. Ele tem uma coisa meio “Somos um site de música brasileira” e quando você entra parece que é MPB, mas quando você entra ali tem uma entrevista sobre isso e aquilo. E é questão de tempo pro pessoal falar “Oh! Peraí, se o Gafieiras lançasse uma revista talvez eu comprasse”, porque tem um corte. E esse corte é musical? Não, esse corte é por textos extensos, entrevistas extensas...

Max Eluard – Esse recorte está muito mais na forma do que no conteúdo. Pelo conteúdo, o objetivo do Gafieiras é ver a música no horizonte, sem eleger um estilo melhor que outro...

Matias – Mas de qualquer jeito você escolhe.

Max Eluard – Sim, lógico, mesmo que a gente trabalhe 200 anos sem parar, você escolhe, esse primeiro depois aquele...

Ricardo Alexandre – Você percebe que é um nicho também, de pessoas que gostam de ler sobre música brasileira, em entrevistas grandes, com foto preto-e-branco...

Almeida – Mas é diferente do recorte de gênero ou de faixa etária.

Ricardo Alexandre – Sim, sim. Mas era o caso da Bizz.

Pedro Alexandre – Tem um caso que a gente não citou que é o da marca. A Rolling Stone não é o sucesso, se é que é, sem a marca.

Matias – Claro, sem dúvida!

Pedro Alexandre – Não é pelo gênero, pelo assunto do qual ela fala ou pela capa. A capa é um corte, porque todo mundo quer falar da capa, falar mal da capa, discordar da capa e não-sei-o-quê, mas se não tivesse aquele nome, daquele jeito ali em cima, não seria a mesma história.

Tacioli – **Se você for trabalhar com nicho, ele existe hoje, já amanhã ninguém sabe, pode ser outro. Se o veículo trabalhar baseado nisso, ou ele acompanha essa mudança ou não há uma construção de marca...**

Ricardo Alexandre – Mas de qualquer maneira a marca empresta uma percepção de conteúdo, ou de glamour, ou de direcionamento ou o que quiser que seja. Várias pesquisas sobre a marca Bizz diziam que era uma coisa roqueira, anos 80 e para tiozinho. Vai explicar que não, que somos muito mais abertos, elegantes e “prafrentex”.

Pedro Alexandre – No caso estou falando marca como corporação pesada mesmo, sabe, de marketing por trás, de toda parafernália. Nem sei, estou falando de cabeça, de orelhada, mas por que no momento em que tudo está indo para trás, chega uma revista chamada Rolling Stone e vira uma coqueluzinha? É contra a correnteza; não era para aparecer uma revista. Eram para as revistas diminuírem, se é como a gente está entendendo. Diminuindo digo de tamanho, como a gente está falando dos nichos, cada uma vendendo um pouquinho. Ela chega e engole tudo, né?

Ricardo Alexandre – Não deixa de ser um nicho também. A Rolling Stone é uma revista grande. Fico feliz com o seu patamar confortável de venda, mas é do tamanho da Mundo Estranho.

Matias – Hum, hum.

Pedro Alexandre – Isso porque é o momento da descoberta.

Matias – Mas a Mundo Estranho é uma revista sobre o quê?

Ricardo Alexandre – Sobre curiosidades para molecada.

Matias – Pois é, saca? Não é uma revista de ciência.

Ricardo Alexandre – Ah, não! Mas o corte comportamental dela representa um corte de qualquer maneira, voltando ao que a gente estava falando dos nichos...

Pedro Alexandre – O que falamos o tempo todo é que ficou muito difícil definir os cortes. Qual é a revista dos nossos sonhos? Vamos fazer, eu e você? Como ela vai ser? A gente começa a ter divergência a partir daí. Os nichos são as coisas que eu gosto no mundo e as coisas que eu gosto no mundo não têm lógica...

Ricardo Alexandre – A intersecção, a intersecção...

Pedro Alexandre – Gosto da Tati Quebra-Barraco e gosto do Jorge Ben...

Matias – Você e o público.

Pedro Alexandre – Eu e alguns.

Matias – E o público também!

Pedro Alexandre – É! Estou falando porque o jornalista também é um público, só que antes ele se encaixava, ele se encaixava na revista tal que tinha a ver com... E a gente faz isso ainda.

Matias – Mais do que isso. Antigamente havia um cara especializado em metal, outro que só fazia matéria sobre hip-hop e aí vai.

Pedro Alexandre – Sou conhecido como um cara que fala de MPB. Eu não sou isso, sou bastante isso, mas...

A minha liberdade era falar mal de todo mundo

Max Eluard – Seja para a Carta Capital, para a Folha ou para a Bizz, vocês escrevem sobre o que vocês querem ou existe um direcionamento? E mesmo quando vocês escrevem sobre o que querem, o que guia vocês? É o que estão a fim de escrever ou tentam ver o que é mais importante, o que é mais urgente pra ser dito no momento sobre a música?

Pedro Alexandre – É tão complicado explicar isso. Hoje em dia, ao contrário do que pode parecer, o cardápio é muito grande. Tem mil coisas. Mil, não, tem um milhão de coisas das quais gostaria muito de escrever, mas posso escolher algumas, em geral escolho, mas não pense que isso é uma liberdade. Não é! Porque há o recorte da revista, havia o recorte da Folha; muitas vezes você se condiciona a escolher dentro do recorte que está vivendo. Eu tive muita ilusão de independência e de liberdade na Folha e quanto mais olho à distância mais eu vejo que a minha liberdade era falar mal de todo mundo. E eu fazia com prazer, não estou colocando a culpa em ninguém. Era o recorte desse jornal que concentra um enxame de abelhas ao seu redor, e por isso há um monte de características. Uma delas é o cara que está lá para ser...

Matias – Polemista.

Pedro Alexandre – É, polemista, isso. E muitas vezes vira um lixo completo... Tinha de achar o erro; não é que eu tinha, ninguém havia me pedido ou mandado fazer isso, mas eu achava o erro de letra de música do Djavan. Ele escreveu “exceção” com dois “s”, vou escrever no jornal que o Djavan é uma bosta porque escreveu “exceção” com dois “s”. Isso é o fim da picada! É o polemismo à toa; já fiz isso.

Ricardo Alexandre – Você lembra quando a gente trabalhou na Som Livre [n.e. Referindo-se à Ricardo Tacioli, de quem foi editor] que saiu aquela coletânea do Radamés Gnattali. Como chamava?

Tacioli – Arquivo?!

Ricardo Alexandre – Era uma peça dele, uma cantata. [n.e. O álbum era Radamés Gnattali, de 1976, com a “cantata umbandista” Maria de Jesus dos Anjos, e integrou a série Arquivo Sigla, lançada em 1999] E aí o Pedro colocou na Folha que os caras tinham errado a grafia de Radamés Gnattali na capa do disco. [risos]

Tacioli – Na lombada.

Ricardo Alexandre – Exatamente, na lombada. E aí o João Araújo [n.e. Na época, o diretor da gravadora] que estava (em reunião) na Som Livre/SP viu a crítica e falou “Ah! Esses jornalistas ficam procurando detalhe para sacanear a gravadora”. [risos]

Pedro Alexandre – Não deixa de ser verdade, né?

Ricardo Alexandre – Deixa, né?

Pedro Alexandre – Porque havia coisa mais interessante para falar. Em alguns momentos isso se justifica, mas não é sempre. Esse era o recorte ali. Eu estou falando de novo, ninguém nunca falou isso...

Almeida – Você que criou.

Max Eluard – É uma pressão editorial...

Pedro Alexandre – Aí é que está... Eu queria, como muitos jovens, trabalhar na Folha. Eu lia o jornal antes de chegar lá. Você se adequa, a sua personalidade vira a personalidade do lugar. Isso era muito forte.

Max Eluard – Isso é uma questão editorial, mas essa questão era colocada literalmente ou era uma eminência parda?

Pedro Alexandre – Não, jamais. Era clandestina como qualquer tipo caixa dois, ninguém nunca conversa sobre o caixa dois. Quem gosta de maconha e quem não gosta não fala, a não ser que esteja em um ambiente permitido.

Matias – Ou que a pauta seja essa.

Ricardo Alexandre – Olha, Pedro, se estou errado: a gente está falando de características que podem ser vistas como perniciosas, mas podem ser vistas como grandes soluções éticas. O mesmo jornal que fica procurando os erros, é o mesmo jornal que não deixa passar os erros. E isso pode ser mau ou bom, e o mesmo jornal se vende como jornal independente, mas nas internas o cara depois de dez anos começa achar que é um jornal...

Pedro Alexandre – Que havia alguma coisa que não estava encaixando. [risos]

Ricardo Alexandre – Exatamente. Aí você tem uma revista que fala “Somos uma revista que valoriza os grandes músicos e que vai finalmente dar o enfoque merecedor da arte com ‘a’ maiúsculo, e vamos deixar de fora tudo que for levemente comercial ou aparentemente pop para o grande público”. Isso é o lado bom. O lado ruim é que vai ser uma revista elitista, que vai falar pra três gatos pingados, entendeu?

Pedro Alexandre – Claro.

Ricardo Alexandre – Mas é um recorte; basicamente é o projeto conceitual e editorial da revista. Mais ou menos o leitor sabe o que é um artista Rolling Stone, ou que é um artista Bizz, ou Trabalho Sujo, e são por esses parâmetros que a gente avalia, basicamente.

Somos ainda muito pautados pelo mercado

Matias – Hoje tenho a tranquilidade de falar “Não, não quero fazer essa pauta”, saca? Só que bem ou mal você está sendo pautado, existe, sim, um processo de escolha que vem do mercado. Eu não vou falar de um disco que descobri essa semana, a não que o Ricardo está editando a Bizz e eu fale, “Esse aqui é uma Discoteca Básica foda!” [n.e. Seção da Bizz que tratava de discos clássicos, mais ou menos conhecidos]. Normalmente não posso chegar na Rolling Stone e “Vamos falar sobre esse disco de 79 que eu escutei ontem?”. Somos ainda muito pautados pelo mercado, mas acho que isso também está mudando. É uma coisa em transição. Gosto sempre de citar o exemplo do Cansei de Ser Sexy [n.e. Banda paulistana que estourou mundialmente ao ser lançada pelo mesmo selo de bandas como Franz Ferdinand e Arctic Monkeys], não pelo fato de ter feito sucesso na internet, isso é um outro aspecto, mas pelo fato de ser uma espécie reality show. O pessoal acompanhou a formação da banda. O pessoal foi lá e viu no Tim Festival. “Que absurdo essa banda no Tim Festival.” E agora os caras estão cotados para o Tim Festival deste ano. [n.e. A entrevista foi realizada antes de se anunciar que o grupo havia sido escalado para o festival Planeta Terra]

Pedro Alexandre – E o cara que falava isso não mudou de idéia até hoje. Ele continua com o mesmo grau de intransigência. Dá vontade de falar “Dá algum valor para os meninos que alguma coisa eles conseguiram!”.

Matias – Pois é!

Ricardo Alexandre – Então, Matias, somente para fazer um colchete na sua frase. [risos] Mesmo quando a revista é pautada pelo mercado, isso pode ser o discurso dela. “Nós somos uma revista do mercado”, “Nós somos a voz do big business”, entendeu? “Só quero saber do que pode dar certo”, como cantava o Titãs. [risos] Mas a mensagem dos caras é essa: “Nós somos grandes”, “Nós somos o mainstream”.

Matias – Em cima disso: a Rolling Stone só publica resenhas de coisas lançadas no Brasil, ou seja, se saiu um disco agora, não tem como resenhá-lo porque não existe ainda no Brasil. Não existe na loja, mas qualquer um já baixou. Dali a seis meses, quando o disco for lançado, o leitor vai pegar a revista e “Agora que esses putos estão falando desse disco, quando o disco já esvaziou lá fora”. Estamos vivendo a transição entre as duas épocas. Vai chegar uma outra em que a referência do passado não existirá mais.

Ricardo Alexandre – E por outro lado as revistas gringas só falam do que sai lá. Se você pegar as resenhas do NME (New Musical Express), elas falam somente do que saiu no mercado inglês.

Matias – Sim, sim.

Pedro Alexandre – Na verdade, somos iguais nisso, então?

Matias – Não. Se falar de cinema, por exemplo, sai muito depois...

Ricardo Alexandre – Sai depois do Brasil, né?

Matias – Pois é.

Ricardo Alexandre – Pobres ingleses.

Pedro Alexandre – Essa tensão já existe no jornalismo diário. Por que você vai falar do acidente do avião hoje se todo mundo já passou o dia de ontem inteiro ouvindo falar somente disso? Sei lá, fica redundante e não tem solução.

Matias – Aí entra a história da análise, né?

Pedro Alexandre – Aí é que está. Onde foi parar a análise? Ela foi de roldão com tudo. Ela não está numa melhor situação que as outras modalidades.

Matias – Sim, com certeza.

“Queremos alguém para o lugar do PAS”

Tacioli – Há jornalismo musical no Brasil?

Matias – Claro, aos montes, só que não nos veículos tradicionais e não tão bom como poderia ser, entendeu?

Ricardo Alexandre – Eu só me ressinto um pouco da gente não ter tido uma evolução no que ser poderia chamar de jornalismo musical no Brasil. Quem foram os grandes jornalistas musicais do Brasil nos anos 60?

Max Eluard – O Maurício Kubrusly era um deles. [ri]

Ricardo Alexandre – Kubrusly foi nos 70 para 80.

Matias – Tinhorão.

Ricardo Alexandre – Tinhorão, mas que não era um cara de reportagem, não era um cara que acompanhava o jornalismo que rolava lá fora.

Matias – Mas se você falar dos anos 70 a gente lembra de um monte.

Ricardo Alexandre – Um monte? Menos do que estão nesta mesa aqui, né, Matias?

Matias – É, não sei. Tárik de Souza, José Emilio Rondeau, Ana Maria Bahiana... Esses caras estão aí até hoje.

Ricardo Alexandre – Menos do que estão nesta mesa. [risos]

Matias – Não, mas se fizer um brainstorm a gente consegue um a mais.

Ricardo Alexandre – Não, pô, Ezequiel Neves, Okky de Souza... Ana Maria Bahiana você já falou?

Matias – Já. [risos]

Pedro Alexandre – Sem contar todos que ficaram malditos, que foram engolidos no processo. Igual manequim que engorda uns quilinhos e... [risos]

Matias – Ou que não tem mais paciência mesmo.

Ricardo Alexandre – Uma linhagem que teve continuidade se iniciou nos anos 80, né?

Matias – Mas você está falando de pop, né?

Pedro Alexandre – Mas aí é que está, Ricardo, dos anos 80 pra cá ficou em círculo. Onde eu entro nessa linha?

Ricardo Alexandre – Você entra no último vagão, velho! [risos] Isso foi uma das coisas legais que a gente fez na Bizz agora porque, bem ou mal, conseguiu-se revelar meia dúzia de moleques que têm um futuro promissor.

Matias – Que publicavam onde?

Ricardo Alexandre – Que estavam publicando na internet ou, às vezes, nem estavam publicando. Eu

me ressentia muito em ver que já se passavam dez anos e a última geração de jornalistas de uma linhagem que tinha começado na Bizz, como Alex Antunes, José Augusto Lemos, Bia Abramo, esses caras, era eu, o Pedro, o Silvio Essinger, o Matias, o Emerson (Gasparin), mais ou menos... E dez anos depois não apareceu um pobre coitado, até porque não havia onde publicar, e aí começaram a aparecer na internet. Mas hoje a gente tem caras como Ricardo Schott, que é um moleque valoroso. Moleque valoroso é engraçado, porque ele deve ter a minha idade, a nossa idade. Nossa não porque o PAS é mais velho. [risos]

Pedro Alexandre – Trinta e nove recém-completos.

Ricardo Alexandre – O Sávio Vilela... São caras bons. O Arnaldo Branco, pô! O Arnaldo Branco também é engraçado porque ele é meio da nossa idade.

Pedro Alexandre – Mas esses caras novos são tributários das experiências anteriores? Estou pensando assim: a Folha viveu ciclos viciosos. Ciclo Pepe Escobar, ciclo Luís Antonio Giron, ciclo Pedro Alexandre Sanches. É sempre a mesma coisa, sabe? Tudo bem, alguma modificação foi feita... Não estou querendo me desvalorizar. Usei as minhas brechas, mas o modelo não se renovava, era sempre o mesmo. E esses de agora, o que estão fazendo?

Ricardo Alexandre – Vou te dizer que quando você saiu eles falaram literalmente “Queremos alguém para ocupar o lugar do Pedro Alexandre Sanches”.

Pedro Alexandre – Eles quem? Eles Folha?

Ricardo Alexandre – Folha de S. Paulo. Ah, você estava nessa rodada de ser o novo Alexandre! [dirigindo ao Matias] [risos]

Pedro Alexandre – E o que aconteceu?

Ricardo Alexandre – Acho que ninguém quis. [risos] Eu posso dizer por mim, eu não quis. O Matias também não quis... [risos]

Pedro Alexandre – Sobrou para o Ronaldo (Evangelista).

Ricardo Alexandre – Pobre Ronaldo!

Matias – O Ronaldo também era um desses caras que não tinham onde publicar. O Ronaldo apareceu no informativo da Bizarre.

Ricardo Alexandre – Olha lá.

Pedro Alexandre – E era super legal, né?

Matias – Ahã.

Pedro Alexandre – Às vezes quando você pega um cara legal e põe num desses lugares...

Matias – Engessa.

Ricardo Alexandre – O que eu sinto é uma geração que foi antipolemista e o Ricardo Scott talvez seja o principal dos antipolemistas.

Max Eluard – **Essa geração nova que você falou?**

Ricardo Alexandre – Talvez uma geração intermediária.

Max Eluard – **Não a última, mas a penúltima geração.**

Ricardo Alexandre – É meio misturado, não consigo diferenciar muito. Eram pessoas que queriam lutar contra a idéia de ser o enfant terrible dos veículos nos quais trabalhavam. Eram caras que sempre preferiram não falar de alguma coisa que achassem ruim a detonarem.

O cara pediu desculpa por ter feito o disco

Max Eluard – O que movia isso? Era para ser amigo do artista?

Matias – Ego mesmo.

Ricardo Alexandre – Tem um pouco de ego, sempre tem...

Pedro Alexandre – Mas tem de pensar no cansaço desse polemismo.

Ricardo Alexandre – Tem a ver com isso também e, embora eu seja da geração do Pedro, quando cheguei na grande imprensa já estava meio assim com isso. Fui o *enfant terrible* somente do Jornal de Jundiaí. [risos]

Pedro Alexandre – Você de algum jeito é polemista, mas um pouco mais solto, sem aquele compromisso...

Max Eluard – Sem aquela obrigação de ser polemista, né?

Pedro Alexandre – Tem uma questão que é a agressividade.

Ricardo Alexandre – Aconteceu um caso de eu detonar muito bem detonado um disco de uma banda dos anos 90 e o cara me ligou para pedir desculpa por ter feito o disco. [risos]

Pedro Alexandre – Vai citar nomes ou...

Ricardo Alexandre – O cara ligou e falou “É que a gente gravou o disco com pressa, não deu tempo e tal”. [risos]

Pedro Alexandre – Comigo não acontecia isso.

Matias – Era artista novo?

Ricardo Alexandre – Não, na época era artista estabelecido.

Matias – Você não vai falar quem é?

Pedro Alexandre – Você não vai contar?

Ricardo Alexandre – Ah, não, cara, faz tempo. [risos]

Matias – Começa com vogal ou consoante? [risos]

Almeida – O cara gravou um disco melhor depois? [risos]

Ricardo Alexandre – “Quantas sílabas?” [risos]

Pedro Alexandre – Faz mímica.

Ricardo Alexandre – Lembra daquela cena de **O Jovem Frankenstein** [n.e.Comédia de Mel Brooks lançada em 1974], do monstro estrangulando o cara?

Tacioli – Cante um sucesso deles. [risos]

Matias – Esse é o problema. [risos]

Ricardo Alexandre – Não posso falar porque o Arnaldo Branco fez uma matéria sobre essa banda que

está se acabando no interior paulista [risos], e os caras ficaram bravos... Então a gente não deve falar isso deles.

Dafne – Está explicado. [n.e. Raimundos, matéria publicada na Bizz 209, de janeiro de 2007]

Pedro Alexandre – Mas só uma coisa ainda sobre o polemismo. Você estava falando que se passaram dez anos e que ninguém mais polemizava. As duas coisas andavam juntas, porque havia o falso polemismo. Eu, por exemplo, polemizava sozinho. Podia até haver mais pessoas falando mal, mas não era um diálogo, sabe? E esse formato serve pra quê? É muito mais legal eu escrever no meu blog e o cara me xingar na hora e eu responder se quiser. E essa molecada de agora tem esse referencial. Para que serve, qual a vantagem? Sou da teoria que ninguém quer mais isso.

Ricardo Alexandre – Eu acho que ninguém quer também, ainda mais nessa altura do campeonato, do tamanho que é a música...

Pedro Alexandre – O polemista é um lado da moeda. O outro lado dessa mesma moeda é o cara que fala bem de todo mundo, que gosta de todo mundo, que puxa o saco e quer ficar amigo do artista.

Matias – E uma coisa não exclui a outra, né?

Ricardo Alexandre – Não.

Matias – Às vezes o cara é polemista para umas coisas e é puxa-saco para outras. Isso é bem comum, aliás.

Pedro Alexandre – Tem muita coisa que ficou: a Folha de S. Paulo era quem metia pau em todo mundo e o Globo, no Rio, era quem gostava de todo mundo. Daí carioca é ensolarado, legal, e paulista só tem fígado, né?

Ricardo Alexandre – É.

Pedro Alexandre – Um lado complementava o outro, porque sempre havia alguém falando mal do disco fulano na Folha e alguém falando bem desse mesmo disco no outro jornal.

Não há notícia no fato do Caetano lançar um disco

Max Eluard – Entre polêmicas e amizades com festas coloridas, qual é o papel do jornalista musical?

Matias – Acho que o mesmo papel do jornalista em geral, descobrir coisa nova, apurar e levar a informação ao leitor.

Pedro Alexandre – A minha ambição, além disso que você falou, é refletir sobre as coisas. Sei lá que autoridade a gente tem, como a gente consegue ou não decretar, julgar e falar “Compre esse disco. Não compre aquele outro!”, pra mim isso tudo é ultrapassado... Agora, falar...

Max Eluard – Revelar, né?

Pedro Alexandre – Viajar na maionese mesmo. Aí que está, isso cabe bem em uma revista, como a Bizz ou como a Rolling Stone, mas não cabe tão bem em um jornal, como Folha, Estadão. Não sei se essa é uma missão do jornalismo, mas como você perguntou, eu respondi. Gostaria de fazer isso, fazer sempre uma matéria que cause algum tipo de reflexão e eu próprio refletir com ela. A informação tem isso, mas ela já está em tudo quanto é lugar. Não tem onde eu não ache qualquer informação.

Tacioli – Será que esse público que te lê é igual à você que tem todas essas ferramentas?

Pedro Alexandre – Até um tempo atrás não era. Ele tende não a ficar igual, mas com esse boom de internet, o aumento da curiosidade e o aumento de circulação, ouve-se muito mais música hoje, como você disse. Ouve-se porque se pega de graça, porque ela é mais acessível. E acho que está acontecendo o mesmo fenômeno com a informação, com o jornalismo. A gente coloca células de informação em blog, não forma um texto compacto com começo, meio e fim, mas é a mesma coisa que o jornalismo sempre fez.

Ricardo Alexandre – Eu vejo um dilema nessa coisa de informar e de analisar: primeiro é aquele jornalista que tenta revestir um lançamento de um disco com o mesmo impacto jornalístico de um avião que cai ou de um ministro que é derrubado. Desculpa, cara, mas disco sai todo dia, muitos inclusive. Não há notícia em si no fato do Caetano Veloso lançar um disco novo; ele vive disso. Ele não faz nada além do trabalho dele. Tem uma grande parte dos jornalistas musicais que trata lançamento de disco de uma maneira burocrática, ou por incapacidade ou por convicção que essa seja a maneira imparcial de falar de lançamento de disco. “Fulano gravou no estúdio tal”.

Pedro Alexandre – Isso você pode ler no encarte do disco.

Ricardo Alexandre – [ri] É.

Matias – Como release.

Ricardo Alexandre – É, exatamente, e O.K. E tem uma grande parte dos jornalistas que tenta extrair

prospecção, tenta extrair análise social, cultural ou seja lá que tipo de coisa tem dentro disso. Mas vejo que há outras maneiras de você informar – e estou falando mais como um editor do que como repórter –, como a Uncut que tem uma coluninha que apresenta uma música boa de um disco ruim e música ruim de um disco bom. Meu, sensacional! Para mim isso é uma informação valiosa que é passada em dois por dois na página, é uma informação de fato e é uma análise de fato.

Max Eluard – Tem poder de revelar alguma coisa, né?

Ricardo Alexandre – Claro!

Matias – Quando a gente fala em análise sempre pressupõe uma coisa longa, extensa, que o cara vai ler durante horas, e na verdade basta somente isso.

Pedro Alexandre – Outro dia o Inácio Araújo, crítico de cinema, escreveu em seu blog sobre o filme **Cão sem dono** [n.e. Filme de 2007 dos cineastas Beto Brant e Renato Ciasca], se não me engano. “Eu não sei o que eu achei desse filme e aqui não sou obrigado a fingir que eu sei ou o que eu achei desse filme.” [risos] Achei sensacional! Pensando bem, eu já escrevi sobre tantos discos que depois de ouvir três vezes tinha de enfrentar um pedaço de papel e transformar aquilo numa opinião. Muitas vezes saía, e outras vezes, não, mas havia um tanto de mentira naquilo. Para vários daqueles discos eu não tinha porra de opinião nenhuma e nem queria ter!

Matias – Você é obrigado a dar a nota.

Pedro Alexandre – Quando abri o meu blog disse: “Na Carta Capital não vai ter crítica de música, então vou colocar as críticas de música aqui”, mas não tenho a mínima vontade, não tenho vontade de inventar o que eu acho.

Matias – Mas nunca acontece...

Pedro Alexandre – Então, mas quando acontece é especial. E, nesse sentido, para que é preciso a seção de disco da revista ou do jornal? Realmente quem está a fim de ler? A gente está a fim de fazer aquilo no fundo, de ter opinião sobre o que você tem e sobre o que não tem?

Ricardo Alexandre – Isso era uma das coisas que a gente pensava lá na Bizz. Avaliando hoje, um dos grandes erros foi ter um apego romântico e tributário ao formato que a revista teve nos anos 80 e 90. Mas se eu não fosse tão apegado assim, uma das coisas que eu faria, e seria bom fazer, era acabar com a seção de resenhas.

Matias – Eu te falei isso, né? [risos]

Ricardo Alexandre – É, eu sei, mas a gente sempre avaliava.

Dafne – **Engraçado como as pessoas geralmente gostam disso.**

Pedro Alexandre – Imagine a choradeira se terminasse. Não iria agradecer ninguém.

Ricardo Alexandre – Exatamente. Na hora de editar, por favor, dêem destaque ao que Pedro está falando. [risos]

Pedro Alexandre – Na verdade isso não foi um erro, porque não foi um erro que a revista cometeu, não tinha solução. Você tomou uma posição e desagradou a outra metade do Maracanã.

Ricardo Alexandre – É isso aí.

Pedro Alexandre – É Marlene versus Emilinha.

Ricardo Alexandre – Exatamente.

Pedro Alexandre – Se você tivesse acabado (a seção) talvez causasse mais barulho porque as pessoas ficariam chocadas. [risos]

Matias – E talvez o motivo do fim da Bizz seria o fim da seção de resenhas, saca? Quando dá errado, qualquer coisa é motivo.

Ricardo Alexandre – Obrigado, Matias.

A Tim ganha 60 capas de caderno cultural por ano

Max Eluard – Em qualquer revista ou jornal com um seção de cultura tem três ou quatro discos indicados. E sempre pensei o que fazia com que aquele veículo indicasse aqueles três ou quatro discos. Aí vem a pergunta: qual a relação da indústria fonográfica com os veículos de comunicação?

Pedro Alexandre – Olha, tenho de confessar que já escrevi aquelas resenhas pequenas de tanto que a pessoa ligou, e isso até recentemente, não somente na Folha. Você pensa que ela vai parar de ligar? Tem umas que ligam tanto que eu não escreveria nem se eu amasse o disco; ficaria com raiva. Estou fazendo uma fabulazinha para falar que, na verdade, os interesses da indústria fonográfica, cultural, musical, sei-lá-o-quê, permeiam isso de cabo a rabo. “Nem que seja pela rebeldia, vou falar desse disco porque é independente...”

Ricardo Alexandre – Exatamente, mas permeiam com o mesmo peso de muitas outras coisas, né?

Matias – Já foi mais enfático.

Ricardo Alexandre – Já foi porque a indústria era maior, os assessores tinham dinheiro para fazer interurbano.

Max Eluard – A Bizz tinha como anunciante algum selo, alguma gravadora?

Ricardo Alexandre – Não.

Max Eluard – E isso era uma questão editorial?

Ricardo Alexandre – Deveria ser. A Playboy quando começou nos anos 50 banuiu todos os anunciantes de gel para cabelo e coisas que geralmente anunciavam em revistas pornográficas porque queria se descolar disso. Se a gente tivesse a opção de não querer gravadoras, seria uma boa tática.

Matias – Vocês tinham de fazer como a Trip, que nunca teve anúncio de cigarro. Uma vez o Paulo Lima [diretor da revista] saiu de uma reunião com a Souza Cruz e falou para o Sérgio, que era o diretor de publicidade da época: “Existe a possibilidade de algum dia a Souza Cruz anunciar na Trip?”. “Depois dessa reunião, não”. “Então, a partir de agora vamos proibir anúncio de cigarro na Trip.” [risos] E aí o cara soube valorizar uma cagada, entendeu?

Ricardo Alexandre – “Nós proibimos a indústria bélica de anunciar na nossa revista. Somos pela paz!” [risos]

Matias – “Não temos nenhum vínculo com as majors.” E isso adianta?

Pedro Alexandre – Algumas delas não ficaram com dor-de-cotovelo, alguma Souza Cruz?

Matias – Alguma Souza Cruz? Tem duas, né? Você acha, ainda mais depois que eles começaram uma campanha anticigarro.

Ricardo Alexandre – O fato é que as gravadoras não tinham dinheiro para anunciar também.

Matias – Com certeza.

Pedro Alexandre – Gente, desculpa, assunto polêmico. Todos nós já fizemos isso, já cobrimos o Tim Festival, que ganha toneladas de capas. Alguém acha que a gente faz aquelas matérias porque quer? Quem vem nesse ano?

Matias – Arctic Monkeys.

Pedro Alexandre – A gente faz (aquelas matérias) porque Arctic Monkeys é legal? É a Tim e é o jornal. E eles nunca vão chegar na gente, a gente não vai saber disso. A Tim ganha 60 capas de caderno cultural por ano, a Tim que é telefone!

Ricardo Alexandre – Isso é importante ser dito. Mas há de ser dito também que eles fazem um bonde de alegria com os jornalistas, levam todos para o exterior para cobrir os festivais europeus e escrever sobre as bandas. Logo, compare com o tamanho do espaço.

Matias – Ninguém pediu nada, mas na linha fina da matéria “Artista tal vem para o Tim Festival”. O cara não precisava ter escrito Tim Festival e em nenhum momento a Tim vai virar para ele e falar “Aí, meu, a gente só está levando você aqui para escrever o nome do festival”.

Max Eluard – É um acordo de cavalheiros.

Matias – É mais subliminar ainda. “Vou fazer e garanto a minha credencial. Vou ter (uma entrevista) exclusiva com o cara.”

Ricardo Alexandre – O que o Pedro falou é fantástico! Mas será que o espaço ocupado na página que o leitor vai abrir em seu café da manhã seria o mesmo se o cara não tivesse viajado para Birmingham, saca?

Matias – Ou se o artista viesse para o Brasil?

Ricardo Alexandre – Sim.

Matias – Se o Arctic Monkeys vem para o Brasil fora do Tim Festival, ele não teria uma cobertura tão intensa. Está certo que é um festival, tem várias bandas ao mesmo tempo, mas com certeza ganha uma proporção muito maior.

Pedro Alexandre – E o leitor (do nicho) é totalmente cúmplice disso. Porque gosta, fica fã, compra o disco, vai no festival. É o auge! São Paulo e o Rio ficam em polvorosa quando se conclui esse processo.

Peguei repulsa do Tim Festival

Max Eluard – Mas esse cara não está consumindo música, está consumindo um “auê”, uma imagem que foi criada em seu imaginário e que ele tem de fazer parte.

Pedro Alexandre – Eu diria mais: muitos estão comprando o telefone Tim e ajudando a financiar uma coisa que está acabando com a indústria fonográfica. Na verdade é uma coisa autofágica. Por que o telefone ocupa os cadernos culturais? Isso não é um sinal? Não sei quem perguntou se existe jornalismo cultural ainda, mas na medida que a Tim compra tudo ali...

Ricardo Alexandre – Vou fazer o papel de advogado do diabo.

Pedro Alexandre – Diabo também conhecido como? [risos]

Ricardo Alexandre – Qual o interesse que o leitor teria se o cara não fosse cobrir o festival?

Pedro Alexandre – Não, o leitor é igual ao jornalista, são pessoas que comungam as mesmas coisas. Ali tem uma unidade, seja qual for. Se todo mundo parasse de ir no Tim Festival, a Tim pararia de patrocinar e não teria mais nenhuma capa no ano que vem.

Matias – Vide o Claro que é Rock [n.e. Festival de música que aconteceu em 2005 e que trouxe artistas como Iggy Pop, Sonic Youth e Nação Zumbi, além de revelar bandas brasileiras].

Pedro Alexandre – Foi assim?

Matias – Foi.

Max Eluard – Mas, Ricardo, acho cruel você falar isso porque o cara também não tem opção.

Matias – Exato.

Pedro Alexandre – A opção é não comprar o jornal.

Max Eluard – Como ele vai escolher? Ele não tem outras opções para escolher.

Tacioli – A opção não estaria nos veículos?

Pedro Alexandre – Como assim?

Tacioli – Sei lá, uma editoria poderia dizer “Não vamos abordar esse tema”.

Ricardo Alexandre – Então, qual a vantagem que o leitor teria?

Pedro Alexandre – Esse discurso é tácito, isso é clandestino, não tem essa conversa, porque é a coisa mais interessante que vai acontecer no ano. Isso é inquestionável! Deu para Folha, com exclusividade, que a Björk vem. Como a Folha não vai dar capa dizendo que a Björk vem? Ela vai dar correndo.

Matias – Se ela não der, o Estadão vai dar.

Pedro Alexandre – Desculpa, mas eu não sei o que rola no subterrâneo. Gostaria muito de saber. Nós não sabemos. Isso não é nem conversado. É o dono da Tim com o dono da Folha. Só eles podem saber, se é que existe, não estou afirmando. Eu acho isso muito esquisito. Eu cansei, peguei repulsa do Tim Festival, porque não suporto mais as capas mensais de todo mundo. Aquilo me agride, sabe? Não que não vou nunca mais, sou livre...

Matias – Se eu te encontrar lá no meio com a credencial... [risos]

Pedro Alexandre – Eu acho que eles sabem disso. Eles não fazem nenhuma questão que'u esteja presente. É uma coisa dupla.

Nos anos 60, os festivais eram batalhas de singles

Max Eluard – É engraçado como se apropriaram desse termo “festival”. Festival do quê?

Matias – É um festival de música ainda.

Max Eluard – Mas na acepção que temos na nossa memória cultural, festival era o que se fazia nos anos 60, 70.

Dafne – Uma competição, você diz?

Max Eluard – É, de revelar coisas novas.

Matias – Mas Woodstock não era um festival?

Ricardo Alexandre – Não, necessariamente. “Conforme disse Zuza Homem de Mello, em português se permite a utilização dessas duas possibilidades para a palavra “festival”, tanto competitivo, quanto não-competitivo.” [risos]

Pedro Alexandre – Ainda bem que não têm mais os competitivos, porque não ia ser legal.

Ricardo Alexandre – Não fala assim que você foi jurado no festival da Cultura. [risos]

Pedro Alexandre – Você também! [risos]

Matias – Não tenho nada a ver com isso. [risos]

Max Eluard – Como vocês viram esse Festival da Cultura? [n.e. Festival da Nova Música Brasileira, TV Cultura, 2005]

Pedro Alexandre – Eu vi de dentro. [risos]

Max Eluard – Foi a pá de cal nessa história de festivais competitivos?

Ricardo Alexandre – Não.

Pedro Alexandre – Não dá para saber. Não tenho a mínima idéia, mas não deu certo.

Matias – O problema desse festival foi se apegar a um formato que não é, propriamente, para revelar talentos.

Ricardo Alexandre – Vou contar a história que eu e Pedro Alexandre Sanches conversamos nos bastidores do próprio festival. Foi assim: nos anos 60, não havia essa necessidade de revelar talentos novos da música brasileira. O Caetano Veloso era contratado Philips, uma multinacional holandesa, e tinha três discos nas costas; o Chico Buarque tinha programa na própria Record.

Pedro Alexandre – Todos eram contratados da Record, sem exceção.

Ricardo Alexandre – Todos eram contratados da Record. O Simonal era o cara que mais vendia discos. O Roberto Carlos defendia música no Festival e não havia essa coisa de colocar um bando de artistas desconhecidos que ninguém iria vê-los nem se arrastassem para lá.

Matias – Era como se a Trama fizesse um festival dela. Qual o melhor artista da Trama?

Ricardo Alexandre – O que havia era um concurso de canções. Essa era a questão dos festivais dos anos 60.

Matias – A novidade mesmo eram as composições.

Ricardo Alexandre – Exatamente. Era lançamento de singles. Era a batalha de singles! Então seria a mesma coisa se hoje a gente ligasse para a Nação Zumbi, para o Max de Castro e para o Mombojó e pedisse para eles comporem músicas para um festival.

Pedro Alexandre – E eles até tentaram fazer isso ali na Cultura. Do jeito deles, procurando outros artistas, não exatamente esses que você citou, mas alguns outros: Lenine, Chico César... Pelo gosto deles teria sido isso. Mas como os jornalistas não querem mais trabalhar nos jornais, o Chico César não quer participar do Festival da Cultura.

Matias – Fui jurado de uma das etapas do Rumos, do Itaú Cultural. Reuniu 12 pessoas para avaliar artistas novos e tal. Aí sempre que ia escutar a música de fulano, um cara que manja mais de choro, uma mulher que manja de música erudita, o Rappin Hood, o Kassin, e aí um dos jurados de vez quando levantava mão e falava assim: “Esse cara é o melhor bandolinista do Nordeste! Ele é foda, é do caralho! Dois discos cinco estrelas! Vamos ouvir”. E todo mundo ficava olhando para o cara. Aí quando começava a música, ele abaixava a cabeça com aquela cara. Por quê? Porque inscrevia uma música que tinha cara de Itaú Cultural. E aí o cara que poderia ser revelado em um evento desse não se inscreve porque não quer estar associado a isso. Então, por mais legal que seja a intenção do Itaú Cultural, de mapear uma nova produção, ele está falando com um público que já é o público dele, bem ou mal isso já é um outro nicho.

Agora vou defender os artistas

Dafne – Alguém quer beber alguma coisa?

Matias – Café você tem?

Ricardo Alexandre – Café.

Dafne – Café? Tenho.

Almeida – Três.

Max Eluard – Quatro.

Ricardo Alexandre – Quer aproveitar a minha xícara? [risos]

Dafne – Opa, claro!

Pedro Alexandre – Isso vai ficar registrado. [risos]

Dafne – Essa aqui é do Ricardo.

Ricardo Alexandre – Não vá confundir!

Matias – Enche e traz! [risos]

Tacioli – O que levou vocês a aceitarem o convite de serem jurados de um festival como o da Cultura?

Pedro Alexandre – Tinha um cachezinho.

Ricardo Alexandre – Tinha o cachê...

Tacioli – O cachê era bom?

Pedro Alexandre – Não dá para ser hipócrita, era bom, mas era cachê...Você achou bom?

Matias – Mais pela experiência, não?

Ricardo Alexandre – Não, era O.K. (o cachê) Acho que pelo trabalho...

Pedro Alexandre – Eu ia chegar nisso. Comecei pelo lado mais porco. Além disso, tem o lado do status "Me convidaram; eu sou legal!". Não dá para negar que a gente fica feliz.

Max Eluard – É um reconhecimento.

Pedro Alexandre – E, por último, juntou tudo isso, você fala "Vamos lá, pode ser legal. Pode pintar uma coisa nova".

Ricardo Alexandre – Você pensou em tudo isso antes, Pedro? Como você conseguiu pensar rápido assim? [risos] É exatamente isso.

Pedro Alexandre – Por que essa pergunta?

Ricardo Alexandre – Putz, eu ia demorar uns três dias para pensar porque aceitei, mas é isso aí que você falou.

Pedro Alexandre – Na verdade, a gente não quer responder que é pelo dinheiro. Ninguém faz nada por dinheiro. A Paula Toller não grava disco por dinheiro.

Ricardo Alexandre – Imagina.

Matias – Ó lá, ó lá.

[Dafne traz o café]

Dafne – **Esse é do Ricardo Alexandre.**

Ricardo Alexandre – Você colocou a “laminha” no fundo.

Dafne – **Tem açúcar.**

Ricardo Alexandre – Está bom, obrigado.

Pedro Alexandre – E daí é que a coisa começa a ser hipócrita para tudo quanto é lado, porque todo mundo precisa sobreviver...

Ricardo Alexandre – Aí, não, pára! Agora vou defender os artistas. Vou usar todo o meu talento. Se o cara fosse fazer por dinheiro, iria para a publicidade e não para a música. E agora, olha o que vou dizer, nunca disse isso, é a primeira vez, mas sei de artistas...

Matias – Vai citar nomes?

Ricardo Alexandre – Dessa vez não posso porque os caras não estão falidos como aquele outro.

Matias – Igual a quem? [risos]

Max Eluard – **Até o fim da noite sai. [risos]**

Ricardo Alexandre – O cara deu um chapéu em sua própria editora e ligava diretamente para as agências de publicidade dizendo “Se vocês quiserem colocar música minha na propaganda, vocês podem falar direto com a minha mulher. Não precisa da editora, de nada disso”. O cara precisava de dinheiro; isso aí é fazer a coisa por dinheiro. Ou como outro baluarte do rock brasileiro dos anos 80 que compôs uma música chamada “Crédito” [risos] [n.e. Composição do ex-RPM Paulo Ricardo] – deve estar fora de catálogo e ninguém lembra disso – e ligava de agência em agência perguntando se havia algum banco que queria usar a música, que depois virou música de trabalho não bem-sucedida, obviamente.

Jornalismo é publicidade

Pedro Alexandre – Eu vou falar dos anos 70, depois você completa com os 80 e aí a gente vê se chega nos 90, 2000. Nos anos 70 quem fazia jingle comercial era Rogério Duprat, Marcos Valle, Paulo Sergio Valle, Zé Rodrix...

Matias – Mutantes, né?

Almeida – Mutantes, da Shell.

Ricardo Alexandre – A música foi composta como jingle.

Pedro Alexandre – Eu demoli seu argumento. Todos eles fizeram, a gente não sabe. Tem gente que faz e não conta.

Ricardo Alexandre – Mas aí tudo bem. Isso é fazer música por dinheiro.

Pedro Alexandre – Você faz ao mesmo tempo. Você é um artista combativo e atuante...

Matias – Mas como era isso? O artista ia bater na porta da empresa?

Pedro Alexandre – O Renato Teixeira, autor de “Romaria”, tem uma agência até hoje. O Ronnie Von tem agência...

Matias – Sim, mas como a coisa acontecia na época? O cara é um artista. Como ele era chamado para fazer o jingle?

Pedro Alexandre – Por exemplo: O Nelson Motta, em sociedade com Marcos Valle e André Midani [n.e. Diretor artístico de gravadoras como a Odeon, Philips e Warner, entre os anos 60 e 90], abriu uma agência de publicidade e comandava a rodinha da fortuna daquela época, porque a agência fazia jingles como “Hoje é um novo dia, um novo tempo” e colocavam músicas em todas as trilhas das aberturas das novelas [n.e. “Um novo tempo”, tema de fim de ano da TV Globo, foi composto no início da década de 1970 por Marcos Valle, Paulo Sérgio Valle e Nelson Motta; o nome da agência de publicidade era Aquarius]. E aí é que está, erodia o prestígio de artista sério. Marcos Valle meio que se perdeu aí, Nelson Motta não sei se era um artista sério, mas... Quem se vende muito, depois paga.

Ricardo Alexandre – “Estrelar” foi muito pior para carreira dele que qualquer jingle. [risos] [n.e. Lançada em 1983, “Estrelar” trouxe versos aeróbicos como “Tem que correr / Tem que suar / Tem que malhar / Vamos lá” e foi recentemente regravada pelo Cidade Negra para fins publicitários]

Pedro Alexandre – Mas aí que está, ainda fazia parte, era Globo.

Ricardo Alexandre – Até porque a publicidade não era esse monstro, sabe? “Fez publicidade? Vendido!”

Max Eluard – Existia uma relação com a publicidade muito mais leve, não digo ingênua...

Pedro Alexandre – Todas músicas do Marcos Valle de 1972 a 74 expressam conflitos entre isso, quando falava “Não vou mais usar paletó e gravata”, mas estava fazendo isso do outro lado; ele usava terno e gravata.

Ricardo Alexandre – Até aí tudo bem; artisticamente você tem razão. Tanto que a contra-capa do segundo disco dos Mutantes tem um texto se justificando, inclusive, escrito pelo Nelson Motta. [risos] Mas a associação de publicidade com rios de dinheiro só começou nos anos 80 com o Washington Olivetto.

Pedro Alexandre – Nem sei porque a gente está conversando sobre isso. A música também é uma forma de publicidade. Se a sua música entra no gosto popular, ela vende e você pode ganhar rios de dinheiro com ela. E colocar “País tropical” na propaganda tal, vai vender o produto que a propaganda está apresentando. Jornalismo também é um tipo de publicidade: a gente divulga o disco dos outros. Parte do meu salário vem de’u fazer propaganda do disco do cara, independentemente de acreditar em sua qualidade. Faça o tempo todo propaganda do disco do cara.

Ricardo Alexandre – Um grande amigo meu, que trocou o jornalismo pela publicidade, dizia que no jornalismo ele não escrevia sobre o que queria, e na publicidade ele continua não escrevendo. Só que no jornalismo ganhava três mil; na publicidade ganha 50 mil. Então, ele falou: “Qual você prefere?”.

Pedro Alexandre – Vou reproduzir uma conversa que já tivemos em particular quando você me chamava para escrever as resenhinhas da Bizz. Eu pensava “Preciso pelo menos lutar!” e dizia “Ricardo, quanto você vai me pagar?”. E você dizia “X”. “X, Ricardo?” “É, não tem jeito.” Aí vinha o cara da Universal e perguntava: “Quer escrever o release do Kid Abelha?”. “Quanto vocês pagam?” “Dez X.” Para escrever o release eu ganhava dez vezes mais, e eu não topava porque sou um imbecil, né? Preferia escrever as resenhas da Bizz. Isso que falei para o Ricardo, “Só estou enchendo o seu saco e pedindo mais dinheiro porque eu preciso pelo menos registrar que é aviltante, que a minha profissão vale pouco se ela for exercida no lugar onde deve ser exercida. Se for exercida no lugar errado, se eu fizer propaganda assumida para o Kid Abelha na Universal, vou ganhar dez vezes mais”.

Matias – Isso não é uma coisa só do jornalismo cultural. É do jornalismo como um todo.

Pedro Alexandre – E isso não é só do jornalismo. Acho que na indústria farmacêutica...

Matias – O jornalismo, em especial, não se dá valor. Neguinho cobra R\$ 50 para escrever três mil toques, saca?

Ricardo Alexandre – Eu ia dizer que é por isso que a indústria fonográfica está acabando, mas o duro é que a Bizz também acabou, né? [risos]

Pedro Alexandre – O jornalismo e a música são a mesma coisa. O raciocínio é o mesmo. Se é que as empresas jornalísticas estão desmontando é porque as gravadoras desmontaram; é o mesmíssimo processo. Olha para o passado que você vai descobrir o que vai acontecer depois...

Dafne – É pela mesma mentalidade corporativa ou algo assim?

Pedro Alexandre – Não por isso. É porque a internet destrói as paredes, como eu dizia no começo. Não faz mais sentido. Eu escrevo no meu blog para mim; não ganho um centavo por isso. Meu salário vem da Carta Capital. É um salário digno e eu poderia pensar “Por que vou ficar fazendo blog? Não ganho um centavo”.

Matias – Que é o que muita gente pensa, né?

Pedro Alexandre – Pois é, estão perdendo o bonde.

Escrevi muitos releases de artistas sertanejos

Matias – E o que você ganha fazendo o seu blog?

Pedro Alexandre – Prazer e comunicação. Isso é importante, porque me comunico com as pessoas no meu blog. Na Folha eu não me comunicava. Eu era uma ilha.

Tacioli – Mas no blog você exerce a função de jornalista ou de um escritor?

Pedro Alexandre – Nenhum. Todos.

Tacioli – Aquele seu desejo de reflexão...

Pedro Alexandre – Tem horas que coloco alguma coisa porque faz tempo que não subo nada. Aí invento na hora. Coloco também as matérias da Carta Capital.

Rune – Você falou há pouco “Que sou idiota e não escrevo o release do Kid Abelha”...

Pedro Alexandre – Fui super educado, claro. [risos]

Ricardo Alexandre – “Eu sou um idiota, desculpa!” [risos]

Matias – O Pedro chorando, né?

Rune – Mas por que você não topa escrever esse tipo de coisa? O que te motiva a não escrever?

Matias – Vamos além, vamos além! E se fosse de uma banda que você gostasse?

Pedro Alexandre – Eu fiz do Erasmo. [n.e. Para o disco **Erasmo Carlos convida – Vol. 2**, de 2007]. Por quê? Pelo mesmo preço que há dois anos eu teria ganho pelo Kid Abelha. Mas topei porque escrevi um livro chamado **Como dois e dois são cinco** [n.e. **Como dois e dois são cinco – Roberto Carlos (& Erasmo & Wanderléa)**, Boitempo Editorial, 2004], que ninguém fala, mas todo mundo fala do livro do Roberto Carlos que foi censurado... [n.e. **Roberto Carlos em detalhes**, de Paulo César de Araújo]

Matias – É que tu não falou da perna... [risos]

Ricardo Alexandre – Se não foi censurado não é bom! [risos]

Pedro Alexandre – Em meio a esse processo do Roberto Carlos ensandecido querendo proibir o livro, o parceiro dele (Erasmo Carlos) me pediu pra fazer seu release. Pensei: “Esse cara sabe que fiz o livro. O livro não é bonzinho e mesmo assim está me convidando pra fazer o release dele”. Escrevi isso no release, fiz um P.S.

Ricardo Alexandre – Muito bom.

Dafne – Esse P.S. é sensacional.

Pedro Alexandre – “Tô comovido pelo Erasmo me chamar...” Depois ele deve ter se arrependido... [risos] “O fato desse cara me chamar pra escrever seu release é, no mínimo, um reconhecimento do que escrevi no livro; ele sabe da existência e, de alguma forma, está legitimando.” Enquanto o

Roberto proibia o outro livro, seu parceiro legitimou o meu de uma forma não muito clara. Mas aí eu tinha uma razão. Hesitei um pouquinho pra decidir porque pensei que iriam voltar a me pedir releases. Isso eu não queria, porque pode virar um modo de vida. Se eu fizer cinco releases por mês perigo ganhar o que eu ganhava na Folha. Aliás, a Folha paga mal, alguém precisa escrever isso. Esse jornal todo-poderoso paga muito mal os seus jornalistas.

Ricardo Alexandre – Não foi pagando bem que ela ficou toda-poderosa.

Max Eluard – **Mas não te constrangeria escrever o release do disco do Erasmo e depois, em uma matéria, lenhar alguma característica daquele álbum?**

Pedro Alexandre – Não, mas não fiz isso.

Max Eluard – **Mas hipoteticamente...**

Pedro Alexandre – Vai ficar registrado aqui e talvez eu seja apedrejado por isso... [ri] Talvez eu mude de idéia, mas parto do princípio de não aceitar nunca. Mas não respondi a sua pergunta. É difícil elaborar isso, mas é que não quero fazer publicidade do trabalho dos outros. Claro que toparia fazer um release se gostasse do disco porque estaria falando a verdade, estaria sendo sincero. Mas será que nossos colegas estão sendo sinceros? Será que eles só escrevem releases quando gostam? Será que isso não vira um círculo vicioso?

Ricardo Alexandre – Posso dar um depoimento. Houve um período na minha vida em que passei um perrengue monstro e fiz muitos releases de artistas sertanejos, mas não assinava.

Pedro Alexandre – Isso é possível.

Ricardo Alexandre – Era um texto publicitário, basicamente.

Pedro Alexandre – Mas você não estava colocando seu nome...

Ricardo Alexandre – Não estava usando meu nome e nem usando o meu nome para avalizar um disco.

Pedro Alexandre – Teve um momento que recebi uns três convites e depois parou. Agora, depois desse do Erasmo, ninguém vai me pedir mesmo. [risos] Mas me perguntaram isso, de escrever o release sem assinar. Pensei: “Não tô precisando, não vai fazer diferença nesse momento”. Falei dez vezes X, mas não pensem que era uma fortuna...

Max Eluard – **Que o X era tão alto assim.**

Ricardo Alexandre – Na época em que geri a Bizz recebi muito convite pra fazer releases, mas aí é impossível porque estão usando a revista para avalizar um disco que está sendo lançado. E mesmo que se diga que “Não vou fazer a resenha desse disco. Vou passar para outra pessoa fazer!”, qualquer tipo de associação estará contaminada. Enfim, existem casos e casos. Não costumo satanizar muito o release, mas...

Matias – Vai que falta grana, né? [risos]

Ricardo Alexandre – Canalha! [ri]

Pedro Alexandre – Concordo plenamente com isso. Mas também me habituei a não fazer releases porque na Folha não podia. Quem faz, se alguém faz, é totalmente por baixo do pano.

Não tem como artista gostar da gente

Tacioli – Mas, Pedro, fora o enxame, qual é o barato de trabalhar na Folha?

Pedro Alexandre – É legal à beça.

Ricardo Alexandre – Mas antes de você responder é bom falar como era legal trabalhar na Folha na época do projeto “Folha um milhão”, na época em que as pessoas liam e repercutiam o que o Pedro Alexandre escrevia.

Pedro Alexandre – Não tenho muita consciência disso, sabia?

Matias – O que repercutia? Quem repercutia essas coisas antes da internet?

Tacioli – Você não se lembra da passeata da Paulista? [risos]

Matias – “Basta de PAS!” [risos]

Ricardo Alexandre – “Queremos mais estrelas! Queremos mais estrelas!”

Matias – Ah, repercutia entre a gente.

Ricardo Alexandre – E entre os artistas, cara!

Pedro Alexandre – Sei lá, acho que é uma repercussão bem venenosa. Não tem como o artista gostar da gente, desculpa, ainda que ele finja que goste, somos um enxame de abelhas...

Matias – “O Pedro desceu o cacete em fulano de tal na Folha”, mas quem lia isso? Lembro de quando trabalhava na Trama, o João Marcelo [Bôscoli] me ligou de manhã em casa, “Eu vou responder para o Ronaldo Evangelista!” “O quê?” “Vou responder porque o que ele escreveu sobre o disco ao vivo do Simoninha não se escreve em canto nenhum!” “Meu, quem leu? Se você responder, você vai dar uma atenção muito maior que as pessoas que folhearam e “Simoninha? Não vou ler”, saca? É um ou outro que ficou indignado.”

Pedro Alexandre – Falando em outra escala, foi isso que o Roberto Carlos teve de fazer quando decidiu prender o livro. Acabou dando muito mais publicidade e o livro vendeu muito mais, só que o Roberto Carlos voltou para o topo da parada junto. Mas quem ouviu Roberto Carlos? Ouve, mas tem um jogo aí...

Ricardo Alexandre – Mas isso aí é um pouco a volta do que a gente falou no começo, “Quem se importa para o fato de tudo estar diluído, tudo tão ‘nichado?’”. Lembro que qualquer matéria que a gente fizesse na Bizz, a repercussão imediata era: “Entrevista com o Miranda? [n.e. Carlos Eduardo Miranda, produtor musical e um dos jurados do programa Ídolos, do SBT] Quem liga? Capa com Keith Richards? Quem liga? Caetano? Ah, ninguém liga!”

Pedro Alexandre – Tenho muito essa sensação de que ninguém liga mais.

Ricardo Alexandre – Nesse último ano e meio, qual foi o disco para o qual as pessoas ligaram? Nos

últimos dois anos?

Matias – Qual o disco que as pessoas estão esperando? Que era uma coisa que a gente tinha: “O próximo disco do fulano de tal”?! Foda-se! Pode ser o Chico Buarque, pode ser o Raimundos...

Pedro Alexandre – Isso valeria para música internacional também?

Ricardo Alexandre – Acho que sim.

Pedro Alexandre – Mas existe uma expectativa, esse mecanismo ainda gira.

Ricardo Alexandre – Ah, a gente lê no NME que existe... “O noooooovo do Klaaaaxons!

Aguardadíssimo!” [risos]

Matias – Mas tem outra coisa que é o internacional visto aqui, porque se a música popular (brasileira) está diluída completamente, a gente ainda é colonizado pelos veículos de fora. Por exemplo: há um fenômeno gigantesco lá fora que é o Pitchfork, que a Wired chamou de “a nova Rolling Stone”, que é um fanzine online, um Gafieiras indie...

Pedro Alexandre – Esse é o futuro de vocês, por sinal. [risos]

Matias – Que começou do nada e agora está lançando bandas. Se a gente sabe do Clap Your Hands Say Yeah, do Arctic Monkeys, do Klaxons, foram esses caras quem descobriram. Aí, a gente aqui no Brasil... “Ah, todo mundo tá lendo o Pitchfork, então vou atrás...” Mas hoje até o Pitchfork está ultrapassado hoje, porque tem um monte de outros sites parecidos lá fora. E, no entanto, aqui no Brasil a gente só lê o Pitchfork.

Pedro Alexandre – Perguntei isso porque tenho uma ilusão. Separo os meus discos por ano, o ano em que foram lançados. E comparo os nossos de 2007 e os deles de 2007 e penso: “A gente está na pior situação.” Eles têm um disquinho que dá uma vontade de puxar e de escutar. Mas é ilusão, né? Tenho um disco nacional que saiu este ano que adoro, que é o do Fino Coletivo, mas ninguém vai ouvir falar disso. Ninguém naquele sentido, né? Agora, o Mika todo mundo ouve falar. Eu gosto mais do Fino Coletivo do que do Mika.

Matias – Se o Mika fosse brasileiro seria um Fino Coletivo.

Pedro Alexandre – A gente pode ir para o Cansei de Ser Sexy, que deixou de ser banda brasileira porque lá fora ninguém liga pra isso e aqui tem uma camada fortíssima que rejeita e quer a morte dele.

Matias – O Cansei é um bom exemplo disso. Porque, pela primeira vez, um artista brasileiro faz sucesso no exterior e não volta pra cá como a última maravilha. É a primeira vez que um cara vai lá e acontece; a bossa nova foi pra lá e não aconteceu.

Pedro Alexandre – E ninguém vai poder dizer que ele voltou americanizado, né? [risos]

Matias – O fato do Cansei voltar pra fazer um show no Brasil e ter uma legião de brasileiros esperando que o show seja ruim tem muito a ver com essa coisa... A internet é bem isso: as paredes caíram, mas essas paredes não são somente divisões entre gêneros, mas as pessoas estão entendendo como as coisas funcionam.

Ricardo Alexandre – É, mas por outro lado tem uma legião de pessoas esperando pra detonar, mas se o show for mesmo ruim e as pessoas detonarem? Pfif!

Matias – Tanto faz.

Ricardo Alexandre – Tanto faz! É essa sensação de “tanto faz” que inviabiliza o negócio pra massa. A gente começou falando da Bizz na hora em que o Matias não estava aqui, mas isso inviabiliza a repercussão dos textos da Bizz e dos textos do Pedro na Folha em 90... Que tempo que era aquele? [risos] No tempo que os animais falavam! [risos] Mas, tudo bem, é um outro formato.

A tendência é sair do especialista e ir pro generalista

Dafne – Mas esse “tanto faz” que está movimentando e atormentando todo mundo vai continuar?

Ricardo Alexandre – O Matias acha que não. Eu acho que sim.

Matias – Esse “tanto faz”, na verdade, são duas coisas. Por um lado é “tanto faz” e por outro “tudo é do caralho”. O Lúcio Ribeiro é o melhor exemplo disso. O Lúcio hypaqualquer merda que apareça. É a função do cara. É aquela coisa que tu já escreveu: é o jornalista brasileiro que melhor usou a internet. Se tem alguém que já tá lá é o Lúcio. Se ele falar bem de uma banda e não acontecer é a lógica do colonismo de política ou de economia... Você pode soltar as maiores bravatas do mundo, se acertar uma “Falei! Falei disso há três anos”. Se você errar, ninguém vai lembrar.

Pedro Alexandre – E como ele cobre tudo, a chance de acertar é quase 100%. Porque entre tudo o que ele fala, alguma coisa acontece.

Matias – Exato. O Lúcio é um jornalista de música? Sim, a princípio, sim. Ele escreve na Folha sobre música, mas se você ler a coluna dele tem notas sobre o (seriado) **24 horas**, fofoca de artista e de produtor...

Tacioli – É jornalismo musical?

Matias – Eu acho que é.

Pedro Alexandre – É, misturado com outras coisas, porque as paredes estão caindo...

Tacioli – Mas antigamente não era.

Pedro Alexandre – Antigamente existia jornalista musical, que só fazia isso. Mas essa lógica vai acabar também, porque eu gosto de música, primeiro, mas também gosto de política. E aí, sem querer, você põe no seu blog, no seu espaço, as coisas que você gosta. Então, deixei de ser um jornalista musical no blog. Nem na Carta Capital sou mais porque isso é um fenômeno que vai vazar fortemente. O último editor que tive na Folha – o Cássio Starling Carlos, muito legal por sinal – queria que os repórteres fizessem matérias juntos. Durou pouco tempo, saí logo depois... Ele queria que eu fizesse uma matéria com a Silvana Arantes, que era especialista em cinema. Haveria alguma uma coisa em que nossos interesses se juntariam e teríamos de resolver e fazer junto. E aí surgiu o filme do Cazuzza [n.e. **Cazuza – O tempo não pára**, filme de 2004 dirigido por Sandra Werneck e Walter Carvalho], que deu motivo pra fazer a matéria mais divertida da década pra gente. A gente se dava bem e fazia todo sentido falar sobre música e cinema ao mesmo tempo. Isso vai acontecer cada vez porque a parede caiu.

Tacioli – Mas não é uma volta para aquele jornalista generalista dos anos 50?

Matias – Total. É isso aí.

Ricardo Alexandre – É um pouquinho, sim, mas tem a ver com o fato da música estar cada vez mais a serviço de alguma coisa. A música não é um fim em si como era quando a Rolling Stone surgiu em 1967, quando era o motor da revolução. Hoje na Carta Capital o Pedro está a serviço de uma visão editorial “De que a esquerda blá blá blá” e na Rolling Stone está a serviço de que “Sim, nós temos um mainstream cheio de glamour e com pessoas que tiram fotos com cabelos esvoaçantes”. O.K. Tem de se discutir se não foi essa visão da música como um fim em si que inviabiliza uma revista de música como a Bizz.

Pedro Alexandre – Mas só uma coisa no terreno pessoal. Gosto de música do jeito que sempre gostei, com a mesma intensidade. Compro o mesmo número de discos. Nunca parei de comprar discos. Meu interesse não se modificou. Só que agora eu finjo menos que só gosto de música. De vez em quando vou falar de um filme, mesmo na revista onde já fiz matéria sobre cinema, sobre circo... Posso extravasar outras coisas que, sei lá porque diabos, também me interessam. Antes diziam “Aquele cara é um especialista em música e ele só serve pra fazer isso. Na verdade ele é um inútil”. [ri] A gente só serve pra fazer uma coisa na vida?

Matias – E o que é jornalismo musical? Você escreve sobre comportamento, sobre música, sobre o mercado de discos...

Pedro Alexandre – Fofoca.

Matias – Isso é o jornalista de cultura, que é pouco um de cada, mas acredito piamente que a tendência é sair do especialista e ir pro generalista, um cara que saiba falar sobre tudo e não somente sobre música.

São cinco famílias que definem o que vamos ler e assistir

Tacioli – Saiu agora pela Funarte uma edição fac-símile da Revista de Música Popular, dos anos 1950 e 60, que fala um pouco de tudo [n.e. Na verdade, os 14 números da revista comandada por Lúcio Rangel e Pêrsio de Moraes foram editadas entre 1954 e 1956]. Parece-me que é muito próximo do que a gente vive hoje, mas com outra mídia que é a internet. Por exemplo: o Jorge Amado fala da Carmen Miranda, não porque é amigo, mas comenta a sua música...

Dafne – O Pasquim seria algo assim, né?

Matias – Acho que sim. A Caros Amigos, no começo, era também um pouco isso. Só que depois virou uma revista de política. Se ela fosse uma revista e ponto talvez não tivesse essa pecha que acabou contaminando-a.

Tacioli – A Piauí tem isso?

[silêncio de todos]

Matias – A Piauí é uma tentativa.

Pedro Alexandre – Que silêncio ensurdecedor. [ri]

Ricardo Alexandre – Feno rolando. [risos]

Pedro Alexandre – Mas é uma tentativa, talvez meio que sem-querer. O projeto da Rolling Stone tem quanto tempo, uns 30 anos?

Matias – Quarenta.

Pedro Alexandre – Quarenta. A Piauí...?

Ricardo Alexandre – Acho que também tem 40. [risos]

Pedro Alexandre – Mas o que quero dizer é que essas duas revistas fogem da mesmice dos formatos que a gente estava acostumado a ver. Fiz uma matéria pra Rolling Stone em que escrevi 40 mil toques. Eu nunca havia escrito 40 mil toques na minha vida! Eu não conseguia. Foi um desafio como jornalista.

Tacioli – E você nunca escreveu?

Matias – Ah, eu escrevo isso por dia. [risos]

Ricardo Alexandre – Tem uma história fantástica do Matias! O Emerson Gasperin entrou no Trabalho Sujo e aumentou o tamanho da fonte pra ler enquanto fazia esteira. Ele ficou uma hora na esteira e o texto não estava nem na metade. Aí ele parou e me ligou... [risos]

Pedro Alexandre – Aí é que tá. Talvez seja uma porcaria partir pra isso, mas gente não sabe, a gente não tinha direito de fazer jornalismo com matéria grande. Nisso a Piauí e a Rolling Stone são iguais. Chego a essa conclusão. O que elas trazem de diferente é isso. O jornalista que escrever ali vai ter de aprender a escrever bastante.

Ricardo Alexandre – Isso é uma coisa que falei pro Quinho. [n.e. Ricardo Cruz, editor da Rolling Stone brasileira] Embora ele tenha espaço, as pessoas não sabem escrever daquele jeito. Vão ter de aprender.

Pedro Alexandre – Ou vai aprender ou vai parar. Daqui a pouco eles desistem, a revista fecha, não sei. Nada indica que isso vá acontecer, mas...

Matias – Tem uma geração que nasceu nos anos 1980 que não escreve e não lê porra nenhuma. A gente está vivendo a época em que essa geração determina o mercado, ao passo que a molecada que nasceu nos anos 90 escreve.

Pedro Alexandre – Voltou a ler e a escrever.

Matias – A internet é a literatura desses caras.

Pedro Alexandre – O legal vai ser daqui a 20 anos.

Matias – Legal vai ser quando os caras da geração de 80 forem contratar os dos anos 90 e esses derem um baile.

Pedro Alexandre – Olha, nunca havia pensando nisso e adorei ter pensado: a gente é cheio de falar que o legal era há 20 anos, nos anos 60, 70 e 80. O legal vai ser daqui a 20 anos quando a gente estiver de cabelos brancos e ainda poder participar.

Matias – Tenho certeza disso. Sou super otimista em relação a isso. Outro dia fiz uma matéria no Estadão sobre literatura online e encontrei um blog de uma menina de 14 anos que faz resenhas de livros. Literatura clássica. Ela lê o **Dom Quixote** e publica um texto de 20 mil toques falando sobre o livro. Aí a Rolling Stone não vai ter texto pra publicar? Vai! O problema é que a gente está na transição.

Tacioli – **Ao mesmo tempo em que se aumenta essa quantidade de informação e todo mundo é um gerador de conteúdo, independentemente da mídia, não é preciso um filtro?**

Pedro Alexandre – Tem de abolir o filtro.

Tacioli – **Por exemplo: sou uma menina de 12 anos e leio um texto... [risos]**

Almeida – **Eu te dava 16. [risos]**

Ricardo Alexandre – Você tá bem, hein? [risos]

Pedro Alexandre – Você está com problema hormonal. [risos]

Matias – Tá comendo carne de lata. [risos]

Tacioli – **Mas posso entender aquilo que escrevo como verdade por mais que não seja.**

Pedro Alexandre – Mas, Ricardo, o filtro que existia e que estávamos acostumados, e que nascemos, crescemos e viramos adultos dentro dele, é um filtro autoritário. São cinco famílias que definem o que vamos ler, o que vamos assistir na TV... A mentira é a mesma. A gente vai ler sem filtro 400 mil coisas, vai estar um monte de coisa errada, um monte de coisa certa e talvez não exista certo ou errado; todo mundo é um mentiroso por excelência porque fala aquilo que acredita.

Ricardo Alexandre – A lógica dos links na internet talvez seja o filtro mais adequado. Se você está no Trabalho Sujo, você consegue chegar a outros 10 ou 15 sites que têm a ver com aquele perfil, com a sua visão de mundo, com o seu corte editorial, e o internauta chega nas coisas que o Matias propõe ou não. Os links no meio do texto já são um filtro. A Amazon é assim. O All Music Guide é assim. São filtros, mas têm uma moral diferente.

Matias – Todo mundo é produtor de conteúdo e todo mundo é filtro. Acho que a tendência é essa. A gente está começando a passar dessa fase de “Eu posso produzir” pra fase do “Eu posso dizer que isso é bom ou é ruim”. As pessoas que já estão publicando, estão percebendo a importância delas como críticos.

Pedro Alexandre – E até que aconteça algum acidente de percurso, a gente no Brasil vive a primeira experiência de sociedade não-autoritária. Ainda está cheio de autoritarismo pra tudo quanto é lado, mas esse exercício de tanto tirar o filtro, quanto de qualquer um poder fazer conteúdo abole classe social, abole hierarquia, abole um monte de coisas e, portanto, abole o autoritarismo. O cara mais fodão, o mais ranheta, quando tiver coragem de escrever alguma coisa no blog vai ser metralhado ali e vai ouvir cara-a-cara aquilo que não ouvia. Tanto que muitos não têm coragem. A maioria dos jornalistas que está no mainstream não tem coragem de ter um blog e, quando tem, faz sem comentários.

Matias – Ou coloca comentário mediado, né?

Pedro Alexandre – O que faz mediado já é corajoso em comparação. Como você é jornalista, gosta de escrever e não sente vontade de usar essa ferramenta, mesmo que você esteja em altos cargos, mesmo que você seja a Renata LoPrete [n.e. Jornalista da Folha de S. Paulo; atualmente edita a seção Painel no primeiro caderno do jornal]...

Ricardo Alexandre – O meu (blog) vai estreiar até o fim do ano, tá, pessoal? [risos]

Pedro Alexandre – Tá fazendo o projeto gráfico?

Dafne – Já tem nome?

Ricardo Alexandre – Tem nome, mas não posso revelar porque não registrei ainda. [n.e. Semanas depois da entrevista, Ricardo Alexandre comunicou que o seu blog chama-se Causa Própria]

Pedro Alexandre – Que demora, Ricardo!

Tacioli – Tá procurando um patrocínio?

Ricardo Alexandre – Tô esperando um empresário pra me agenciar.

Tacioli – Uma empresa bélica. [risos]

Marisa Monte e Calypso são do mesmo planeta

Max Eluard – Tem alguma coisa de música brasileira, mesmo um disco de algum artista consagrado, que nos últimos anos os surpreendeu?

Almeida – E aproveitando: a Marisa Monte é uma figura que não precisa dessa estrutura para criar expectativas? Ela independe disso?

Pedro Alexandre – Ela é uma marca bem-construída.

Ricardo Alexandre – É uma marca. Costumo dizer que a Marisa Monte é um dos três grandes exemplos de marketing adequado a essa repulsa que o brasileiro médio tem pelo sucesso e pela superexposição. Os outros dois são o Renato Russo e o Racionais MC's.

Matias – O Los Hermanos também, né?

Ricardo Alexandre – O Los Hermanos também, mas já pegou um esfacelamento da indústria que diminuiu um pouco o tamanho dele.

Pedro Alexandre – Peraí, não sei se compreendi. Esses caras que você citou são mesmo o quê?

Ricardo Alexandre – É o marketing do não-marketing. É o cara que diz que não precisa da mídia. O Racionais MC's tem aquele caso clássico, quando expulsou a Globo de uma coletiva, sendo que foi ele quem chamou a Globo. Expulsou a Globo na frente das outras emissoras. [ri]

Pedro Alexandre – Mas em outro campo a Banda Calypso é isso também. Ela é um sucesso de marketing estrondoso, mas sem marketing.

Ricardo Alexandre – Mas acho que o Calypso passa mais por um fenômeno popular do que por uma utilização (da mídia).

Pedro Alexandre – Mas quando essas coisas vão se encontrar, pelo amor de Deus? Quando a gente vai entender que a Marisa Monte e a Banda Calypso podem significar a mesma coisa?

Matias – São do mesmo planeta, né?

Pedro Alexandre – São do mesmo planeta e muito mais do que se imagina!

Ricardo Alexandre – Eles são, mas é que a gente está falando de mídia. Em um existe manipulação deliberada de mídia e no outro, não.

Pedro Alexandre – Ou há uma nova? E junto com isso, ambos têm seus méritos. Marisa Monte consegue porque merece e Calypso consegue porque merece.

Ricardo Alexandre – Conseguem, mas não é isso que eu tô falando. [ri] Você tá querendo “carta capitalizar” o raciocínio. [risos]

Pedro Alexandre – Como é isso? [ri]

Ricardo Alexandre – Não tem mérito social e artístico nisso aí. O que eu estou dizendo é que em um

caso há uma vontade deliberada de manipular a mídia, tanto no caso do Renato Russo, quanto no da Marisa Monte, quanto no do... Qual era o outro mesmo?

Matias – Racionais.

Ricardo Alexandre – Racionais... pra você ver a convicção que tenho dessas coisas. Mas no caso do Calypso e de vários outros exemplos simplesmente passam ao largo da percepção da mídia, por preconceito ou seja lá o que for, mas não vejo manipulação da mídia.

Pedro Alexandre – Não sei. Não sei se vocês viram o texto do Hermano Vianna no Overmundo sobre a história dele com o Calypso. Em certa altura ele conta quando foi convidado pra visitar a mansão dos Calypsos. Era uma festinha para poucos, para os íntimos. Estavam lá o Zezé di Camargo & Luciano, o Bruno & Marrone... Os donos da indústria atualmente. Se o Calypso corre por fora ou por dentro, o certo é que ele está muito entrosado e ninguém está sabendo.

Matias – Agora é que começou a se entrosar. Mas acho que ele tem uma negação a partir do momento em que afirma que “Não vou vender disco na loja”, entendeu? Isso tem a ver com o que você está falando.

Pedro Alexandre – Nesse sentido, é a banda que melhor compreendeu as mudanças que a gente está falando, porque simplesmente rejeitou o modelo anterior e está sendo amplamente bem-sucedida. Talvez venham mais exemplos por aí.

Matias – Com certeza. O próprio Racionais também faz isso, independentemente do marketing, independentemente da cara de mau. O Racionais começou a crescer com essa coisa da cara de mau depois do **Sobrevivendo no inferno** [n.e. Disco de 1998 que tem no repertório músicas como “Diário de um detento”, “Tô ouvindo alguém me chamar”, “Fórmula mágica da paz” e “Capítulo 4, Versículo 3”].

Pedro Alexandre – Até já passou; o Racionais está na fase televisionada [n.e. Sempre avesso a entrevistas e aparições televisivas, o grupo foi ao programa Ensaio de Fernando Faro em 2006 e, após esta entrevista, o rapper Mano Brown foi ao Roda Viva, ambos da TV Cultura].

Ricardo Alexandre – Isso, sim, ajuda a entender essa distinção que eu estava querendo propor: o Racionais era um sucesso popular e começou a manipular a mídia. Isso pode conviver perfeitamente, não há mérito e nem demérito nisso.

Pedro Alexandre – Um não anula o outro.

Ricardo Alexandre – Mas você tinha perguntado outra coisa...

Almeida – **Vocês ouviram recentemente alguma coisa surpreendente, um lançamento que causou furor?**

Pedro Alexandre – Tem muitas coisas que ouço e gosto, mas não gosto de cultivar esse sentimento que você está falando. Sou velho já, não sou mais adolescente de ficar na loja e “Vai chegar o novo do...”.

Matias – Mas você está falando de expectativa ou de corresponder à expectativa?

Almeida – De surpreender.

Pedro Alexandre – Tem coisas que eu gosto. Gosto do Fino Coletivo, mas não vou sair correndo para um show dele.

Adoraria que o Roberto Carlos fosse como o Caetano

Ricardo Alexandre – Veja se isso casa com os que vocês falaram: hoje a gente tem uma percepção mais horizontal da música que não havia nos anos 80. Por exemplo: lembro que quando peguei na mão a capa do **Ziggy Stardust**, do David Bowie [n.e. Disco de 1972], eu fiquei louco. “É assim a capa desse disco?” A gente trocava fita K-7 e não sabia como era a capa do disco! Então a gente não tinha essa idéia que o disco do Marcelo D2 vai conviver com o **Blonde on blonde** [n.e. Disco do Bob Dylan de 1966] na prateleira. E vai conviver pra sempre agora.

Pedro Alexandre – Será que a gente está ficando velho ou os moleques também sentem isso com o Yeah Yeah Yeahs, por exemplo?

Matias – Acho que eles ficam esperando, sim. Acho que isso ainda tem.

Ricardo Alexandre – Mas o moleque prefere comprar o novo do Yeah Yeah Yeahs ou, de cara, o moleque de 14 anos que não viveu o lançamento do **(What’s the story) Morning glory?** [n.e. Segundo disco do grupo inglês Oasis; lançado em 1995] vai preferir este àquele porque é muito melhor?

Matias – Não entendi o que você está querendo dizer.

Ricardo Alexandre – Que os novos artistas estão em pé de igualdade em termos de ocupação de espaço com os clássicos.

Pedro Alexandre – Não tem aí uma demolição da figura ídolo e que o DJ teve um papel importante nisso? Essa sua pergunta talvez seja uma ilusão romântica, que a gente precisava de ídolos. A gente poderia discutir o programa Ídolos [n.e. Programa do SBT], porque eles não revelam ninguém.

Ricardo Alexandre – Estou pensando em outra coisa mais bombástica que isso, mas continue... Quando surgiu o fenômeno DJ, eu conversava muito sobre isso com o Camilo Rocha [n.e. DJ e jornalista musical especializado em música eletrônica]. O DJ é a inviabilidade da imprensa musical, porque você não tem um rosto pra vender revista, não tem letra pro cara defender um discurso... Claro que em uma análise mais profunda o não-discurso também é um discurso, mas de qualquer maneira...

Pedro Alexandre – Dificultou a vida das revistas...

Ricardo Alexandre – Muito. “Pára! Pára! Escondam essas caras agora!” [risos] E a relação utilitária que o público de dance music, de música eletrônica, tem com a música, que é para dançar e não para ler, numa análise rápida, é a falência desse formato que a gente tinha.

Pedro Alexandre – Então, não foi bom? Graças a isso...

Dafne – (...) A revista Bizz acabou. [risos]

Pedro Alexandre – O que você falou?

Matias – Graças a isso a Bizz acabou. [risos]

Pedro Alexandre – Então vou falar de novo porque vocês prestaram mais atenção nisso. Graças a isso não falamos o nome do Caetano Veloso nenhuma vez até agora

Matias – Ele (Ricardo Alexandre) já falou! Falou do disco novo do Caetano! E também falou quando era contratado da Philips.

Pedro Alexandre – E eu falei a terceira e a quarta. [risos]

Matias – Eu não tenho nada a ver com isso. [risos] Pode ver aí, não falei nenhuma vez daquele cujo nome não se deve pronunciar. [risos]

Max Eluard – Mas qual o problema em falar o nome do Caetano?

Pedro Alexandre – Porque o Caetano é a exacerbação do ídolo, mas para um nicho de pessoas. O Marcelo Camelo também é isso. Marcelo Camelo já enjoou, cansou... Quanto tempo vai sustentar essa coisa do cara genial, “do caralho”?

Ricardo Alexandre – Até ele lançar o disco-solo, né? Aí vai acabar essa história do artista genial.

Matias – Imagine quando lançar o disco-solo. Se já acha “Anna Júlia” um saco, imagine uma porrada de fãs indo ao show-solo dele pedindo Los Hermanos! Ninguém vai querer escutar as músicas do disco novo. [ri]

Ricardo Alexandre – Mas vou dizer uma coisa como o advogado do Caetano agora... [risos]

Matias – Quarta vez. [risos]

Pedro Alexandre – Pronto, agora fudeu, vai ser o resto da entrevista. [risos]

Ricardo Alexandre – Não, espero que a gente consiga sair dessa lama... [ri] Eu gostaria muito que outros artistas da estatura do Caetano, e do Caetano pra cima, fossem como o Caetano. Adoraria que o Roberto Carlos fosse como o Caetano.

Pedro Alexandre – Deixa o Roberto Carlos ser do jeito que ele é.

Ricardo Alexandre – Censurando o livro dos outros, né?

Pedro Alexandre – Não tô defendendo, mas vamos pensar isso pros novos...

Matias – Cada artista tem a sua característica.

Pedro Alexandre – Essa é a idéia pela qual eu brigo. Não tem de pensar no que a gente gostaria que eles fossem. Vou ouvi-los e achar o que eu quiser e isso é legal porque agora tem tanta gente a ponto de não ter esse sentimento “Ah, que genial isso aqui!”. Muita coisa que a gente achou genial na vida...

Matias – Era genial porque éramos moleques. E hoje estamos mais velhos também.

Pedro Alexandre – E era genial, mas era também a manipulação. O David Bowie era de sei lá qual gravadora e tinha sua manivela girando ali... Eu, pessoalmente, estou cansado dessa idéia de idolatrar. Aí você elege dez artistas pra idolatrar. Eu idolatro ainda, tenho os meus, mas faço quietinho, sabe? [ri]

Matias – O público ainda tem os artistas dele, mas é uma coisa de idade.

Pedro Alexandre – Mas a idolatria de hoje não é diferente, não é mais cínica?

Matias – O Rebeldes [n.e. Grupo pop juvenil mexicano, também conhecido como RBD] é idolatrado inocentemente, não tem cinismo.

Pedro Alexandre – E por que o Los Hermanos é idolatrado? Não tem uma rebeldia, tem?

Matias – Não. Tem rebeldia contra o sistema, o status quo, mas uma coisa pela negação. Por isso acho que o Los Hermanos cabe nesse exemplo que o Ricardo falou de Mano Brown, Renato Russo e Marisa Monte.

Na Folha tinha a ilusão de falar pra 300 mil pessoas

Tacioli – Será que quando se pensa em jornalismo musical e internet, a gente só trata de um tipo de música, de gênero e de público? Encara a música como produto e esquece um outro lado que é o da curtição pra todo mundo...

Matias – Do prazer.

Tacioli – Se você pensa desse jeito, seu público-alvo é muito maior do que aqueles atrelados às plataformas de internet ou aos nichos. Todo mundo ouve música, qualquer tipo de música e me parece que os veículos que tratam de música estão viciados em uma forma de lidar com a informação sobre música. Um dos desafios do Gafieiras é apresentar as histórias da música brasileira para se tornem interessantes a diferentes pessoas, seja a minha mãe, a faxineira... Como chego a elas? Não sei se esse tipo de questão circula no meio. Caso contrário fica aquela coisa de escrever pra dez pessoas... Por isso que as revistas vão à falência ou por isso ainda que a gente joga tudo pra internet como se fosse a salvação, mas a internet, por mais que cresça, ainda é muito pequena.

Dafne – E muito segmentada também.

Ricardo Alexandre – Mas sempre é segmentado.

Tacioli – Mas quando se fala em jornalismo musical, a célula sempre deveria ser a música.

Ricardo Alexandre – Mas talvez, Ricardo, por trabalharmos em posições e em veículos diferentes, a visão que tenho é que quando a gente faz jornalismo musical, quando a gente está escrevendo, é difícil que o valor absoluto seja a música porque sua matéria-prima não é a música, são suas idéias...

Matias – O contexto social de onde o cara veio.

Ricardo Alexandre – O contexto social, as boas histórias... Porra, eu lembro de quando a gente começou a escrever teve aquela onda de bandas que misturavam elementos, do qual o Raimundos foi um grande destaque. Acho que o André Barcinski [n.e. Jornalista e autor de uma biografia-documentário sobre o cineasta José Mojica Marins, o Zé do Caixão] foi quem escreveu que “essa época rendeu matérias maravilhosas, mas discos horrorosos”. E eles ganhavam muito espaço porque se falava “Tem uma banda que mistura letra de macumba com trash metal e axé.” Pô, é o sonho de todo repórter... Agora, transportando e tentando salvar um pouco o meu raciocínio de querer que o Roberto Carlos seja o Caetano, tem um pouco disso, sinto falta das idéias...

Dafne – Da inquietude.

Ricardo Alexandre – É, que é a matéria-prima do que eu faço. Talvez por isso um site, ou um blog, ou o MySpace, ou o Pitchfork seja muito mais justo com o leitor, porque ali você está tratando a música

mais diretamente. O caminho que você faz de uma banca de jornal até o cara ouvir um disco é custoso e injusto às vezes, porque um cara que tem mais capacidade, um melhor desempenho jornalístico e midiático sempre vai ter mais espaço do aquele que não tem. Não é isso? Cês não acham?

Matias – Sim, e isso vai continuar existindo. Não é todo mundo que vai se dispor a se auto-publicar.

Pedro Alexandre – Tem uma coisa que acho fenomenal no meu blog, onde coloco o que eu quiser, inclusive as matérias da Carta Capital. E aí, graças a um “medidorzinho”, descobro uma coisa que jamais teria condição de descobrir, de saber com quais palavras-chave as pessoas chegaram ao meu blog. O maior número de pessoas que acessa o meu blog entra porque digitou a palavra “ciganos”. Isso porque fiz uma matéria sobre ciganos uma vez na Carta Capital, que não era um tema pra mim e continuou não sendo depois, mas traz um monte de gente para o meu blog. Então, essa é uma palavra mágica! Há outras...

Ricardo Alexandre – Você pode fazer a lista por favor? [risos]

Pedro Alexandre – Melhor são as frases inteiras: “Quero ver fotos de bonecas transando”. [risos] Mas no fundo eu nunca penso quem vai ler. Não consigo pensar nisso.

Tacioli – Isso hoje ou sempre?

Pedro Alexandre – Sempre, sempre. Nunca consegui ir por esse lado, mas no blog eu descobro isso, e que legal...

Matias – Mas é um diálogo, né? Você fala com alguém o tempo todo.

Pedro Alexandre – A matéria dos ciganos foi reveladora, das matérias que mais amei fazer na vida. Foi uma coisa que vou carregar com orgulho, e daí vejo isso atraindo pessoas e falo, “Putz, tem alguma coisa misteriosa acontecendo aqui”.

Ricardo Alexandre – Mas isso não te perturba?

Pedro Alexandre – Como?

Ricardo Alexandre – A percepção que eu tinha dirigindo a Bizz, e de saber que estava deixando muita gente insatisfeita, era como se eu estivesse dirigindo um carro com cinco mulheres no banco de trás falando muito e ao mesmo tempo, “Vira pra esquerda”, “Vira pra direita”, “Olha o sinal”, “Avança”, “Volta”...

Pedro Alexandre – Esse era o peso da sua responsabilidade.

Ricardo Alexandre – “Pára de falar, pelo amor de Deus, que vou bater!” [risos]

Pedro Alexandre – Mas isso era o peso da responsabilidade que você estava arcando. Entram umas 200, 250 pessoas por dia no meu blog. Pouquíssimo... Na Folha eu tinha a ilusão de falar pra 300 mil pessoas... É agulha no palheiro, mas é eterno! A matéria dos ciganos saiu em 2004 e tem gente até hoje chegando a ela e lendo-a.

Matias – E comentando?

Pedro Alexandre – Nem tanto, mas estão usando pra eles, tem uma conexão sendo revelada. E aí posso querer ficar ligado, posso deixar de ser jornalista musical e virar jornalista cigano. [risos] É um nicho que não foi descoberto ainda, vai saber...

Ricardo Alexandre – Voltamos então ao que a gente falava antes de ligar o gravador, que é o fabuloso livro **Cauda longa** [n.e. Escrito por Chris Anderson, editor-chefe da revista Wired], que sempre vai ter um maluco pra chegar no que você está fazendo. E isso é uma característica. Um dos poucos feedbacks que a gente teve da Dinap [n.e. Empresa do Grupo Abril que distribui e comercializa os produtos Abril] em termos de distribuição da revista é que era muito pulverizada. Era uma revista que vendia muito pouco em cada ponto-de-venda onde ela estava. Então era preferível ter uma distribuição abrangente porque sempre tinha um louco pra entrar na banca e pra comprar a

revista, mas dificilmente era mais de um. Embora a gente não teve nenhuma atitude inteligente ou concatenada para explorar essa característica da revista, é um pouco isso. Se você tem um canal pra chegar a todo mundo a custo baixo – não estou falando em revista de papel porque estaria competindo na banca com a Caras; no caso é a internet –, você chega a todo mundo que gosta das suas idiossincrasias.

Pedro Alexandre – Você (Tacioli) falou que uma das matérias que mais atrai leitores para o Gafieiras é a entrevista com o Lindomar Castilho. Isso não te dá um orgulho? Não te faz olhar o Lindomar Castilho de um outro jeito? Tem uma coisa ali.

Seu Jorge é revanchismo social transformado em música

Tacioli – Mas como atingir esse público que consome música, seja qual for esse consumo de música, comprando disco, baixando músicas...? Claro que existe o fato de que a cultura artística não está na lista de prioridades da família brasileira.

Ricardo Alexandre – Mas você acha que a gente vive uma situação em que as pessoas interessadas em cultura as coisas não chegam pra elas? As pessoas trombam com as coisas o dia inteiro, ou tô errado?

Matias – Acho que sim.

Ricardo Alexandre – Não tenho essa queixa. Todas as pessoas obcecadas por **Pet sounds** [n.e. Disco de 1966 do grupo Beach Boys] têm acessos facilitados a essa informação, a ponto dos fãs do Lindomar Castilho chegarem ao Gafieiras.

Pedro Alexandre – E vão ver lá uma matéria com o Thaide ou sei lá de quem. Ainda que a gente pense no leitor e no público, a gente está sempre pensando num público que é da nossa circunferência.

Matias – A gente critica as gravadoras, mas faz igualzinho a elas.

Pedro Alexandre – A mesma coisa. Jornais e revistas são igualzinhas a uma gravadora.

Ricardo Alexandre – Fora o salário, né?

Max Eluard – A gente falou muito do público, mas como vocês vêem o artista brasileiro?

Pedro Alexandre – Onde ele está escondido? Em que toca?

Max Eluard – E qual é o papel dele? O que ele tem de fazer? Música boa?

Ricardo Alexandre – Há menos artista brasileiro que jornalista musical brasileiro. [risos]

Max Eluard – Ele tem uma função social?

Pedro Alexandre – Ele está bem perdido, como nós estamos.

Ricardo Alexandre – Mas ele tem mais função social que artística.

Pedro Alexandre – Pensei que você ia falar que ele tem mais função social que nós.

Ricardo Alexandre – Ah... Isso muito mais, nem se fala. [risos] Basta ver quantos artistas brasileiros bem-sucedidos fizeram sucesso a partir de identificação popular mesmo, pura e simplesmente, desde funk carioca e Claudinho & Buchecha até **2 Filhos de Francisco** [n.e. Filme de 2006 dirigido por Breno Silveira sobre a vida da dupla Zezé di Camargo & Luciano], Mamonas Assassinas... É identificação social.

Max Eluard – Pensando do Calypso ao Chico Buarque, vocês acham que ele tem consciência da sua importância na formação da cultura?

Pedro Alexandre – Tem todo tipo de artista, como não tem um jornalista parecido com o outro.

Matias – E hoje em dia, com essa coisa da publicidade, do marketing, do acontecer e tal, tem cada vez mais artistas preocupados com isso do que com música. Todo mundo aqui conhece um monte de artista bom que não sabe se vender. E o cara que sabe se vender se posiciona melhor. Ainda. Agora, a função artística do artista é continuar compondo e fazendo o trabalho que ele realmente acredita, mas não “Vou fazer uma música para tocar no rádio”, “Vou fazer uma música para virar um jingle”. Mas a gente está numa época de transição e o Seu Jorge vai lá e grava Sagatiba [n.e. “Eterna busca”, música feita pelo compositor carioca por encomenda da marca de cachaça e lançada em **América Brasil**, o disco (2007)], que não está errado, mas é outra forma do músico sobreviver. Antes de fechar com a Sagatiba, o Seu Jorge não estava preocupado simplesmente em ganhar dinheiro. Ele fazia a música dele, pegava um violãozinho e era um mendigo que ficava ali no Baixo Gávea. Ele queria acontecer, queria aparecer? Queria e encontrou caminhos para isso, mas o artista, em geral, tem de se preocupar com o próprio trabalho.

Pedro Alexandre – Não sei se isso acontece somente agora, mas tenho a impressão que hoje são caras que vêm de algum tipo de periferia que estão sabendo e conseguindo se comunicar melhor. É o caso do Seu Jorge, como é o caso da parceira dele, a Ana Carolina, que era uma cantora de bar em Minas Gerais. E aí os funkeiros, o Calypso...

Matias – O Los Hermanos. Ele está dentro disso, mas foi absorvido pela indústria e aí entrou nesse jogo de “Só vamos dar entrevista quando o disco sair”, “Estamos gravando”, e cai nessa coisa de acontecer mais do que simplesmente fazer música. Não que o Los Hermanos esteja mais preocupado em vender disco do que compor música boa.

Ricardo Alexandre – O que o PAS está dizendo tem a ver com identificação social. Tivemos uma discussão enorme sobre o Seu Jorge certa feita em que defendi a idéia de que ele nada mais era que revanchismo social transformado em música. Algo como “Vou tomar o David Bowie de você, seu burguês!”. [n.e. Sobre a participação no filme e na trilha sonora de **A vida aquática de Steve Zissou**, de Wes Anderson (2005), no qual Seu Jorge cantou versões em português de clássicos de David Bowie] E aí ele vai lá e faz aquelas coisas que não posso nem lembrar. [risos]

Pedro Alexandre – Isso é polêmico. Mas quem está discutindo a última coisa que o Skank fez? Talvez não seja uma virtude ter um dom para a polêmica, não é um elogio, mas são esses caras que estão sabendo se comunicar melhor. E, à toa ou não, a maioria desses caras tem discurso social, e alguns até político. O funk carioca tem um discurso político ferrado! Não dá pra ninguém mais dizer, como se dizia do axé ou do sertanejo, que aquilo é música de alienado. Desculpa, pode ser a música que você não gosta, mas não é música de alienado. Música de alienado é a do Los Hermanos. Desculpa, música de alienado é a música da nossa turma, é o Fino Coletivo, que eu adoro...

Matias – Tem um discurso social, mas é para um público específico. É que quando a gente fala em periferia tende a achar que é a favela ao redor... É tudo nicho.

Pedro Alexandre – Um cara gay pode ser periferia; se um cigano lançar um disco, desde Sidney Magal... [risos]

Ricardo Alexandre – Juntando isso com aquilo vou dizer o que já te disse: todo mundo é periferia. Todo mundo é minoria.

Pedro Alexandre – E eu vou dizer aquilo que já te disse: uns assumem e outros, não. Eu, por exemplo, nunca assumi que sou um rapaz interiorano do Paraná e que aquela cidade é um cu! Mas era um menino de classe média de lá...

Tacioli – Qual a cidade?

Pedro Alexandre – Maringá. Ah, eu amo, vou pra lá todo ano, mas é ser periferia, sabe? De um jeito

muito sutil, sou discriminado por ser um maringaense que, de vez em quando, “porta” sai “porrrta”, apesar de viver em São Paulo onde se pode falar “porrrta”. Mas vá falar “porrrta” na televisão ou no rádio... Você é um caipira, né?

Matias – Mas o certo é “porta”, todo mundo sabe, né? [risos]

Ricardo Alexandre – Pra mim todo mundo é periferia, logo, ninguém é periferia. Todo mundo é minoria.

Pedro Alexandre – Concordo com você, mas qual é a minoria do Otávio Frias Filho [n.e. Diretor de Redação da Folha de São Paulo]?

Max Eluard – Essa é a verdadeira minoria. [risos]

Dafne – A dos donos de jornal.

Pedro Alexandre – Mas qual preconceito ele sofre? Talvez sofra alguns, mas estão muito bem camuflados.

Matias – Na minoria empresarial ele é visto como...

Ricardo Alexandre – Um cara que tinha uma banda gótica nos anos 80. [risos]

Pedro Alexandre – O pai dele fez a rodoviária, era um cara pobre. Ele é minoria, só que ninguém pode saber disso. É tabu! O Roberto Marinho é meio negro, sabe? Mas a partir de um certo status o sujeito mimetiza o meio. Os meus pais não são branquinhos, de olhos azuis, como sou. Os meus pais se camuflaram no meio. A gente viveu nesse século que passou um processo fodido de branqueamento.

Matias – Só que agora o meio está cada vez mais diluído.

Pedro Alexandre – As paredes estão caindo. A (ginasta) Daiane dos Santos faz um exame genético e dá que ela é branca. O que a gente faz? Mas olhando a gente vê que ela é negra, portanto é branca e negra. Mas aí é que está, a Daiane e o Seu Jorge não tem como dizer “Não sou negro”, ainda que o mapa genético negue.

Ricardo Alexandre – Mas vocês acham que a imprensa musical, como a gente costumava enxergar, vivia de absolutismos, de ser o porta-voz, de ser o veículo...?

Matias – Eu acho, mas isso vem do jornalismo e não é somente do jornalismo cultural, dessa “isenção”, “Tô falando um negócio, mas não é a minha opinião, é a verdade”.

Dafne – É a história do jornalismo moderno, e isso internacionalmente.

Pedro Alexandre – Outra parede que está caindo, porque se você fala uma coisa cheio de empáfia num blog ou em um site alguém pode aparecer e te chamar de ridículo, e aí acabou a empáfia.

Não sei como gravadora não faz camiseta

Dafne – Somos uma das últimas gerações que pegou uma série de mudanças de plataforma, do vinil para o CD, do CD para o MP3. Como foi pra vocês essa transição como consumidores de música?

Pedro Alexandre – Acho que somos um contra-exemplo um do outro. Pra mim foi traumático.

Ricardo Alexandre – Pra mim, a mudança de formato foi irrelevante. A única coisa que realmente aconteceu quando o CD surgiu foi que pessoas tiveram acesso a um material antigo ao mesmo tempo em que o material novo era lançado. Isso foi chocante.

Matias – E com o MP3? Mais ainda...

Ricardo Alexandre – Sim, mas na época do vinil a gente não tinha isso. Citei o exemplo do Bowie porque foi o exemplo mais radical, quando a EMI lançou todos os discos daquela edição da Rykodisc. Pra mim foi um choque. Eu tinha as coisas em fita k-7. E depois a gente começou a ver e falar “Essa aqui é a capa do Blonde on blonde?”, “Essa é a capa do **Pet sounds**? A gente ouvia tanto falar; eu achava que fosse uma capa muito louca, mas não os caras no zoológico!” [risos]

Max Eluard – Pra mim, o mais traumático foi do CD para o MP3, que é o fim do fetiche do álbum, que você pega, abre, lê o encarte.

Ricardo Alexandre – Chocante mesmo foi olhar para a minha parede e aquilo tudo que eu achava uma coisa valiosa [risos]... “Isso aqui é um estorvo!”

Matias – Mas por outro lado isso não acaba. Esta aí o White Stripes lançando o pen drive. Mas é claro que esse não vai ser o novo suporte, porque vão desenvolver novas formas de fetiches para o objeto que carrega a música. Tem até hoje uma sensação bem parecida com a do Ricardo. No meu HD tenho quatro vezes mais do que tenho na minha coleção de disco, e minha coleção não é pequena. Teve esse primeiro choque. “Vou carregar essas porras feito um caramujo. Pra onde eu for, esses quatro armários vão juntos, saca?” Só que isso não tirou o fetiche de abrir e falar “Lembro quando comprei esse disco. Lembro quando quebrou aqui. Abri o CD e estava quebrado o miolo...”. E você lembra de um monte de histórias relacionadas com aqueles discos... “Esse disco com a namorada tal.” Esse é o desafio da indústria da música, não somente a fonográfica. O que você pode agregar a um produto, que não é mais pago, no caso a música propriamente dita, para a pessoa querer tê-lo? Tem, sei lá, camisetas... Não sei como gravadora não faz camiseta.

Almeida – Todo mundo adora camiseta! [risos]

Matias – E camiseta era brinde de gravadora. As gravadoras faziam camiseta de qualquer disco que elas lançavam e o cara saía com a camiseta na rua e “Pô, nunca vi essa camiseta pra vender! Onde

tem?”.

Ricardo Alexandre – Mas gostaria de acrescentar uma coisa antes de passar para a experiência traumática do Pedro. [risos] Sempre achei que o CD, como objeto, não era um negócio bem resolvido. Nunca entendi muito bem aquela presilha onde se põe o encarte e o destrói. “Alguém vai pensar numa embalagem melhor.” Aí, acabou o CD e ninguém pensou. [risos] Por outro lado, já era um caminho para a praticidade do fonograma. A grande vantagem do CD era que se transportava mais fácil, você podia ouvir no carro, coisa que o vinil não permitia. Era natural que chegasse ao MP3. O MP3 é a valorização de alguns critérios, de algumas virtudes que o vinil não tinha e que, até o surgimento do CD, ninguém havia percebido que precisava ter.

Matias – Essa coisa do fetiche táctil. O DJ Dolores acabou ou está pra lançar um livro. O disco novo dele é uma pesquisa sobre as periferias do mundo. E ele vende o livro! A pessoa compra o livro, que vem com o CD encartado. Agora, tem uma questão com a gravadora que não permite o download das músicas, mas se fosse por ele, deixava. Não é a solução ainda porque já tem papel eletrônico. Já vamos ter um livro em branco em que você carrega com o livro que você quiser ler. Aí é pensar em outros objetos... E não sei se é somente objeto. O Ricardo falou agora do DJ, sem rosto, o fim do ídolo, mas acho que o melhor exemplo dessa geração é o Daft Punk. Não tem rosto, mas tem rosto. São somente uns caras apertando uns botões ali, mas é um show! É o **Dark side of the moon** de hoje em dia [n.e. Referência ao disco de 1973 dos ingleses do Pink Floyd]. Você vê a pirâmide lá, puta iluminação, tudo sincronizado...

Pedro Alexandre – Não tem letra, mas tem letra.

Matias – Exato. E os caras lançaram um disco e chamaram o Leiji Matsumoto, que era o cara que fazia o Patrulha estelar, desenho animado japonês [n.e. Exibido no Japão entre 1974 e 1981], pra fazer um clipe de cada música. E se você assistir todos os clipes em seqüência é um filme! Eles lançaram um CD ao vivo que era um disco que imitava CD-R e que não tinha divisão de faixa. Era uma faixa só. Os caras estão pensando. Tem novidade aí... A indústria cultural só tem domínio sobre aquela coisa até ela ser lançada. Depois é de domínio público.

Ricardo Alexandre – O Pedro precisa contar a história dele. Estou ansioso para ouvir... [risos] Mas também gostaria de concluir o pensamento do Matias dessa coisa do formato padrão, o formato predominante. “Qual vai ser o substituto do CD?” Tudo! Todas as possibilidades.

A memória está ao alcance de cada um

Max Eluard – Mas somente pra completar esta questão...

Ricardo Alexandre – Não vá esquecer o Pedro!

Pedro Alexandre – Posso não responder. Acho ótimo! [risos]

Max Eluard – O Matias citou essa história do DJ Dolores. Vocês vêem na indústria fonográfica brasileira algum movimento, alguém inteligente pensando em coisas bacanas?

Pedro Alexandre – Tem gente inteligente, mas...

Matias – A Trama fez uma série de tentativas, mas acho que o mercado brasileiro ainda não está pronto pra essas tentativas.

Ricardo Alexandre – Até porque as grandes gravadoras fazem coisas em escala industrial. E as escalas industriais estão ficando menores.

Pedro Alexandre – É a armadilha que elas criaram para si próprias, porque, fora os boxes, as gravadoras não educaram o público a gostar de formatos diferentes. Agora não adianta reclamar porque não vai rolar; elas não prepararam.

Matias – Público pra comprar disco ainda tem, mas que tipo de produto está sendo oferecido? Na hora em que você pega a porra do encarte e não tem nem a letra, não há uma mínima ficha técnica, “Pra que vou pagar 20 reais nessa merda?”. Vou na internet e baixo.

Max Eluard – Me parece que o que tem dado uma sobrevida à indústria fonográfica brasileira são os relançamentos em CD, não?

Matias – Não sei que sobrevida, cara. Talvez sobrevida no volume de lançamento, porque se você pegar a quantidade de artistas que uma gravadora tem hoje, não passa de 20. A maioria tem 20 artistas, no máximo. Aí eles precisam lançar 50 CDs, mas tem 20 artistas. Então, o que se faz?

Max Eluard – Reedita o antigo.

Matias – Exatamente. E de qualquer jeito. “Ah! Chama o Charles Gavin pra dar uma remasterizada!” Pra eles, o “Charles Gavin dar uma remasterizada” é o...

Ricardo Alexandre – “It!” [risos]

Matias – Tô procurando o termo marxista...

Ricardo Alexandre – Que é isso? [risos]

Matias – Valor agregado! [risos]

Dafne – Mais-valia se fosse com o Gavin! [risos]

Ricardo Alexandre – Eu tenho uma questão pendente que é saber o trauma da transição do Pedro Alexandre.

Pedro Alexandre – Vocês estão criando uma expectativa... Mas é como você falou, que peguei o último vagão da crítica musical, eu me sinto sempre no último vagão. Fui no último vagão do vinil. Quando fui pra Folha, por uns dois anos, eu não tinha aparelho de CD.

Matias – Nossa! O bastião! [risos]

Pedro Alexandre – E não era por nada. Era uma piração, um parafuso a menos.

Matias – E como você ouvia música nova?

Pedro Alexandre – Não me lembro direito, sei que demorei.

Matias – E MP3?

Pedro Alexandre – E MP3 não uso até hoje.

Matias – Você não baixa música da internet? Nem pra conhecer?

Ricardo Alexandre – Calma, calma, tenho uma outra pergunta! Pedro, você já tem DVD player?

Pedro Alexandre – Tenho, mas demorei muito.

Ricardo Alexandre – Pelo menos a isso ele se rendeu.

Pedro Alexandre – Mas não assisto! [risos]

Matias – Ganhou! Ganhou! [risos] Mandou bem.

Pedro Alexandre – Assisto a filmes, mas a show somente se for obrigado. Assistir a um show dentro de casa?

Ricardo Alexandre – Pedi pra ele fazer uma resenha pra Bizz de um DVD e ele me respondeu:

“Ricardo, eu odeio DVD!”. [risos] “Pô, desculpa!”

Matias – VHS é o futuro! [risos]

Pedro Alexandre – É verdade.

Matias – Mas o vídeo-cassete você ainda tem? [risos]

Pedro Alexandre – Tenho, mas não uso mais.

Matias – Nem pra gravar? Vai passar um filme no Supercine...

Pedro Alexandre – Gravava o Big Brother. [risos] Putz, acabei comigo agora. [risos] Mas é estranho, sei lá, porque tenho acesso e sou o cara cobre mais e se interessa mais por música brasileira; então, não estou louco atrás da novidade estrangeira. Eu compro um monte de disco. A questão é que nunca fui e nunca fiz essa imagem de jornalista novidadeiro. Nesse sentido, sou o contrário do Lúcio Ribeiro, talvez até mesmo de você (Matias). O meu trabalho foi por outro lado. Virei por algum tempo o cara que botava na Folha gente que estava no mais profundo esquecimento. Vou citar alguém que já morreu para não magoar ninguém...

Ricardo Alexandre – Vímana! [n.e. Banda de rock progressivo que reuniu em meados da década de 1970 músicos como Lulu Santos, Ritchie, Lobão e Luiz Paulo Simas]

Pedro Alexandre – Isso, o Vímana, alguém que já morreu. [risos] E esse era um nicho, um nicho legal, acho bacana, eu gosto. Às vezes, acho que sou mais pesquisador. Não posso dizer que sou historiador porque não faço, não pratico.

Ricardo Alexandre – Mas isso é um filtro, né?

Pedro Alexandre – Um puta filtro. Talvez seja meu diferencial e a minha desvantagem ao mesmo tempo. A memória sempre vai ser um filtro, um nicho. Vocês são isso também. Vocês lidam com a memória e estão em um meio moderno, a internet. Mas você não está falando grego comigo, ouvi os discos do Daft Punk, mas isso é da indústria. Você não vai me pedir para descobrir alguém estrangeiro que...

Matias – Mas se alguém fala “Tem um cara no MySpace foda!”. Você entra?

Pedro Alexandre – Entro, com uma certa preguiça, mas entro, sim.

Matias – Você ouviu música na internet?

Pedro Alexandre – Sim, mas ouço com pouca frequência.

Matias – Você disse que não é um jornalista novidadeiro, mas você tem um blog. De alguma forma você é novidadeiro.

Pedro Alexandre – Pois é, sou um híbrido esquisito dessas coisas.

Ricardo Alexandre – De qualquer maneira, só fui ouvir o disco do Marconi Notaro [n.e. **No sub reino dos metazoários**, de 1973, único disco do músico que fez parte da cena psicodélica recifense da década de 1970] por causa da internet.

Pedro Alexandre – E eu porque comprei o CD pirata nas Grandes Galerias. Dá na mesma. consumo um pouco de pirataria. [risos]

Ricardo Alexandre – Uma coisa interessante: teve uma geração depois daquela do jornalista novidadeiro que foi a do Nuggets [n.e. Referência às coletâneas de rock brasileiro nos anos 1960 e 70 feitas na internet e intituladas Brazilian Nuggets], o Senhor F do Fernando Rosa, o próprio Pedro na Folha.

Pedro Alexandre – E todos convivem. Tinha eu e o Lúcio (Ribeiro). A gente era complementar e tem de ser assim. Você não é obrigado a saber de tudo.

Ricardo Alexandre – Mas vejo que até esse modelo está apresentando sinais de exaustão. Afinal, os discos perdidos foram todos encontrados [risos] e a internet democratizou muito. Antes a gente lia que um disco era uma maravilha só porque ninguém conhecia, que é o mesmo raciocínio do Lúcio, com todo respeito ao nosso amigo Lúcio Ribeiro, mas você ia ouvir e era um disco “requenguela” igual a qualquer outro do LS Jack [n.e. Banda de pop rock que durou de 1997 a 2004 e foi liderada por Marcus Menna], entendeu?

Matias – Peraí que vou fazer uma defesa. O que acontece com o Lúcio é que ele não vira e fala: “Isso é! Acreditem...”. Ele dá o link e abre, e o público dele também contribui com o texto dele.

Pedro Alexandre – Mas ele evoluiu pra isso. Ele já foi esse cara que dizia que esse disco “é”. Todo mundo está mudando de lugar. Eu talvez não teria o blog há três anos. Fiz o blog porque saí da Folha e foi uma descoberta. Por um tempo foi a coisa mais legal que fiz na vida. Depois vira lugar-comum.

Ricardo Alexandre – Mas o Lúcio foi um exemplo, talvez não o melhor, do jornalismo da novidade, que é um jornalismo que prevaleceu desde os anos 80.

Dafne – **Que é uma linha inglesa, não?**

Ricardo Alexandre – Foi, né? A Mojo abriu um caminho para esse jornalismo de clássicos que foi determinante para esse tipo de trabalho, que já apresenta exaustão. Pegar mais uma capa com uma lista sobre os Beatles, “Cem melhores músicas dos filhos dos Beatles”...

Pedro Alexandre – Mas sobre essa exaustão, sempre fiz acreditando, foi uma delícia entrevistar o Hyldon e um monte de gente, mas era uma coisa contaminada por esse discurso “Infeliz o país que não tem memória”. E, na verdade, podia ser que o cara fosse legal porque ninguém mais se lembrava dele. É isso na mesma medida. O Lúcio faz isso ao contrário. Eu acho que ele faz isso até hoje, mas de um modo livre, democrático, sei lá.

Ricardo Alexandre – Irônico, talvez.

Pedro Alexandre – Mas, de novo, tudo tem um lado bom e um lado ruim. Claro que continuo achando importantíssimo descobrir, porque são coisas que iluminam. Ouvir o disco do Ronnie Von me fez entender muita coisa sobre o Tropicalismo, sendo que, se dependesse do mundo como ele era, ninguém ia saber que o Ronnie Von fez parte, de um jeito torto como foi, do Tropicalismo. Seria plausível falar hoje “Pobre do país que não valoriza o Ronnie Von?”. Não cabe mais. Ou a memória

como um todo? Morreu esse discurso. A memória está ao alcance de cada um. Se você tem um disco que você gosta, “Severina xique-xique”, e não acha na internet, você vai dar um jeito de colocá-lo. Eu posso fazer isso, mas não tenho os aparelhinhos para fazer... Vive gente me pedindo “Empresta uns discos aí para eu copiar pra CD”. Nunca emprestei, mas porque as pessoas não insistem. Eu adoraria, mas depois vocês não contam pra ninguém. [risos]

Matias – “Emprestam-se discos!” [risos]

Ricardo Alexandre – Um pouco dessa idéia permeou o ressurgimento da Bizz. E essa foi uma conversa que tive muito com caras como o André Forastieri, o Pedro Só, o Emerson Gasperin, que eram quem acreditavam em um modelo de jornalismo musical para caras mais velhos. A gente entendia que era um público interessante e que estava desguarnecido de alguma maneira. Mas continuamos naquele sentido da irrelevância, sabe? É muito cruel para uma revista que está dentro de uma grande estrutura ver que sua relevância é tão fragmentada e pequena. O que não é um problema quando se tem um veículo gratuito com a internet e que não depende do espaço físico da banca.

Tacioli – **Mas depende da paixão de quem escreve, né? Você não tem o custo de uma revista, mas tem do operacional, do recurso humano, e a coisa pode se inviabilizar.**

Ricardo Alexandre – Você depende de uma resposta, de qualquer maneira.

Tacioli – **Mas a internet, por si só, não é um projeto que se sustenta.**

Ricardo Alexandre – Às vezes, você tem uma compulsão, você precisa escrever. Como não tenho blog ainda e já senti essa vontade, acabei não escrevendo e fui dar uma volta no quarteirão.

Pedro Alexandre – Como a Neusinha Brizola falava sobre exercício físico, né? Quando ela sentia a vontade, sentava e esperava passar. [risos] Agora fui sacana com você! [risos] Faz esse blog logo!

Ricardo Alexandre – Vou fazer, vou fazer. Mas respondendo a pergunta original sobre o fim da Bizz, acho que tudo isso colabora... A pergunta original que foi feita há duas horas. Nada do que disser sobre isso vai ser mais verdadeiro do que a falta de demanda por um título de música no Brasil de hoje, dentro daquela estrutura e com aquela premissa de venda, mas acho que todas essas transformações estão ligadas dentro disso.

Fizemos uma revista que dava a impressão de ser grande

Pedro Alexandre – Quero virar a mesa e fazer uma pergunta pra vocês. Como o Gafieiras sobrevive?

Max Eluard – Da nossa mensalidade.

Dafne – Que está atrasada.

Ricardo Alexandre – Nossa de quem?

Max Eluard – De nós quatro, que pagamos mensalmente um dinheirinho para manter o Gafieiras.

Pedro Alexandre – E cada um tem seu emprego e o Gafieiras é...

Max Eluard – Claro. Por isso a gente só pode fazer entrevista depois das oito da noite. [risos]

Tacioli – E que começa às dez. [risos]

Max Eluard – Mas é assim que a gente sobrevive.

Pedro Alexandre – Nós também. Eu passo oito horas por dia na firma.

Ricardo Alexandre – Agora sou um profissional liberal, trabalho em casa, autônomo.

Pedro Alexandre – Mas antes você trabalhava umas 14 horas por dia.

Ricardo Alexandre – Nem me lembre.

Pedro Alexandre – Ninguém vê isso, né? Quantas horas por dia o heroizinho leva pra fazer aquelas revistas bacanas? Vocês devem trabalhar umas 20, né? [risos]

Dafne – Tem dias...

Ricardo Alexandre – Isso é uma das belezas da internet, porque essa democratização de formato é muito mais satisfatória. Se você tem um bom programador, como vocês têm o Flávio (Rosselli), o site de vocês fica em pé de igualdade com qualquer outro feito por uma grande estrutura.

Pedro Alexandre – Se não melhor.

Ricardo Alexandre – Provavelmente. Essa era uma das satisfações que eu tinha fazendo a Bizz, porque as pessoas, em nenhum momento, imaginavam a favela que era aquilo. Lembro do Emerson Gasperin que gerenciou a Bizz na época da Editora Símbolo, que era uma editora pequena, com uma estrutura que o Pedro Só declinou, “Com essa estrutura não faço uma revista”. Quando o Emerson viu a estrutura que a gente tinha, viu que era muito menor que a Símbolo. [ri] E fazíamos uma revista que dava a impressão de ser grande, bacana, bem cuidada.

Pedro Alexandre – É o caso da Rolling Stone. Pelo que sei é uma redação pequena.

Ricardo Alexandre – É parecido com o que era a gente, mas a estrutura em volta (da redação da Rolling Stone) é muito maior. Eles têm mais gente pra vender anúncio, pra estudar distribuição, pra botar na banca, coisas assim.

Matias – A estrutura da Rolling Stone foi pensada. Esse é o negócio. A da Bizz, não. Apareceu ali e a Abril teve de lidar com aquilo.

Cada número da Bizz era uma vitória

Ricardo Alexandre – Outro dia alguém veio me dizer (sobre o fim da Bizz): “Ah! Eu já sabia”. Gostaria de dizer aqui, publicamente, que eu sabia muito antes. [risos] Tenho um e-mail da direção, do fim de 2005, dizendo que a Bizz não ia entrar em 2006. “Eu já sabia?” Eu já sabia muito antes.

Matias – Estava lutando contra isso.

Ricardo Alexandre – Cada número era uma vitória. Uma revista que foi feita com a paleta de cores da Info Corporate porque a gente usava computador emprestado. Tinha a paleta de cores no computador da revista Info Corporate e a gente simplesmente transportou para a Bizz. O projeto gráfico foi feito por um cara que nunca havia trabalhado em revista, um menino de 21, 22 anos.

Matias – Mas você tem uma outra experiência, que foi a de fazer uma revista por conta própria.

Ricardo Alexandre – Que foi a Frente, que durou três números [n.e. Em 2002]. Olha, além do meu salário que bem no final da revista Bizz foi corrigido, não vi grandes diferenças. Não tô dizendo que fazer uma revista dentro da Editora Abril ou fazer a Bizz seja a mesma coisa de fazer a Frente, não é isso! É que a situação em que a gente fez a revista foi muito parecida. A Bizz não se beneficiava em nenhuma medida do fato de estar dentro da Editora Abril.

Matias – Era pior, inclusive, porque tinha de justificar pelo menos 30 mil exemplares vendidos por causa do gigantismo da estrutura. Agora, passadas essas duas experiências, Frente e Bizz, você consegue pensar em uma revista sua independente hoje, já que você conhece o lado pequeno e o grande?

Ricardo Alexandre – Minha, Ricardo Alexandre, pessoa física ou jurídica? Pessoa jurídica, penso. É possível, é viável, mas tem de dimensionar o negócio para que venda... Sabe qual foi o grande negócio da Bizz? A revista Bizz surgiu porque eu trabalhava em um núcleo de revistas especiais da Editora Abril. E eram sempre formatos muito esquisitos para tentar driblar a passividade e a monstruosidade que a Editora Abril tinha em 2004. Eram revistas como a Vida Simples, que era uma revista de bem-estar social e correção política e que começou como um especial da Superinteressante. Era o mesmo núcleo que fez a Placar começar com especiais e voltar a ser uma revista mensal. Era o núcleo que fazia a Aventuras na História... Eram títulos que iam para as bancas e se mostravam vencedores. Tudo isso para driblar uma época em que lançar e investir em novos títulos dentro da Editora Abril era muito mal visto. E o que mais me seduzia era o formato da Info Corporate, que é uma revista que não sei sobre o que é por ser tão segmentada, e continuo sem entender até hoje, mas era uma revista distribuída para grandes executivos. Custava uns 20 reais, uns 5 mil exemplares iam para as bancas e eles ganhavam em anúncio. Era uma revista que todo mundo queria

anunciar porque falava para grandes executivos.

Max Eluard – Não precisava vender.

Ricardo Alexandre – Não precisava vender. “Opa, estamos falando aqui de um formato interessante.” Então, quando o Adriano Silva, que foi o co-responsável pela volta da Bizz, me chamou pra editá-la, pensamos em formatos diferentes pra fazer a revista ser viável num ambiente daqueles. “Como fazer uma revista para um público segmentado se dar bem na banca?” Então a gente pensou nos especiais, que eram uma inspiração da Placar. Mas não teve demanda! Fizemos as 100 melhores capas de discos de todos os tempos e a História do rock, que tinha Elvis na capa, Beatles na capa, Led Zeppelin na capa e U2 na capa, e nenhuma teve a demanda que a revista Emoção & Inteligência tinha.

Pedro Alexandre – Existe essa revista? [ri]

Ricardo Alexandre – Existe.

Pedro Alexandre – Ela fala exatamente sobre isso, emoção e inteligência? [ri]

Ricardo Alexandre – É mais uma dessas revistas que não sei do que trata. [risos] Eu a folheio e não sei sobre o que é.

Matias – Mas qual é a diferença dessa revista para a Vida Simples?

Ricardo Alexandre – Tem. Folheando você percebe, mas não sei qual é. [risos] Mas de qualquer maneira a gente pode falar que não teve investimento, que a corporação atrapalha, sem dúvida, não há como negar isso, mas a falta de demanda reprimida na banca para consumir isso aí foi determinante. Vão dois títulos para a banca, com a mesma falta de investimento: um com o John Lennon na capa e o outro com uma tomada, um vaso ou um xaxim na capa, e o xaxim vende mais que o Bob Marley! O que você vai fazer? Não sei.

Pedro Alexandre – Não sei quando você está tirando sarro... [risos]

Ricardo Alexandre – Sobre o xaxim? Não sei se existe essa edição, mas pode existir.

Matias – As pessoas mudaram de drogas. [risos]

De editor virei gestor

Ricardo Alexandre – Então os especiais fracassaram, não se provaram na banca. E numa dessas mudanças de mentalidade dentro da editora, que só quem trabalha dentro de uma estrutura dessa entende, os especiais passaram a ser mal vistos. Aí, a gente inventou uns “truques” pra manter a Bizz viva. O primeiro foi ir à Claro e vender todos os espaços patrocináveis da revista. A gente vendeu por seis meses. Quando alguém chegava pra gente falando que a revista estava para acabar, “Não, temos seis meses garantidos”. E enquanto esses seis meses desenrolavam, a gente tentava vender outras cotas pra manter a revista por mais seis meses. E a gente conseguiu. Era o “Projeto Apnéia”. [risos] A gente pegava um ar e voltava.

Max – E também era um esforço seu?

Pedro Alexandre – E você conseguia vender sempre para as empresas de celular?

Ricardo Alexandre – Não, era assim.. [risos]

Pedro Alexandre – Tô invocado com isso. [risos] Lembro da Motorola...

Ricardo Alexandre – A Volkswagen deu um grande apoio, a Skol...

Pedro Alexandre – Tudo alta cultura! [risos]

Ricardo Alexandre – Não...

Pedro Alexandre – Tô falando da nossa situação como um todo, como jornalismo cultural.

Ricardo Alexandre – Na verdade, a gente sabia que existia em São Paulo dez pessoas muito bem posicionadas no mercado e que eram apaixonadas pela Bizz tanto quanto eu e o Adriano Silva. E a gente foi procurar essas pessoas que tinham posições-chave dentro de grandes empresas e em agências de publicidade. E a gente falava “Precisamos que vocês pensem em alguma coisa porque a Bizz vai acabar. E isso porque a Abril não tem assinatura, não tem inteligência de distribuição, a Abril acha que se uma revista de música vender 4 mil exemplares na banca está bacana”. E você perguntou se era um esforço meu? Absoluto! Comecei a fazer apresentação em agência de publicidade.

Matias – Deixou o jornalismo de lado e virou gestor.

Ricardo Alexandre – É, virei gestor. É o que eu poderia fazer. Não reclamo disso, mas gostaria de...

Matias – Mas é que você não é a melhor pessoa pra fazer isso.

Ricardo Alexandre – A melhor pessoa entre as que tinham? [risos]

Max Eluard – E tomava um tempo que você poderia dedicar para questões editoriais da revista.

Ricardo Alexandre – Sim. Eu passava o mês inteiro fazendo a Bizz existir e com isso ganhava o direito de fazer a Bizz. [ri] Editorialmente fizemos várias coisas discutíveis, mas acho uma revista digníssima. Realmente. Não sei o que vocês acham.

Max Eluard – Era mais uma questão de fundo. Vejo isso pela minha área; trabalho com documentário, com vídeo, e grande parte do esforço vai toda para viabilizar algo e você acaba...

Ricardo Alexandre – Exaurido.

Max Eluard – Exatamente. **Você perde o outro lado, que é o que mais te interessa.**

Pedro Alexandre – Mas, por outro lado, é o que teatro sempre viveu e o que a música começa a viver. A Marisa Monte está queimando os neurônios dela. Não vem me dizer que ela pensa somente em música. Ou então ela tem um testa-de-ferro que pensa por ela e que precisa ser muito bem pago. Ela tem dinheiro, claro. Se a gente tivesse, chamava um e fazia a revista estourar.

Tacioli – **Os menores, os independentes, já fazem isso, vendem shows, discos...**

Pedro Alexandre – Todo mundo tem de se gerenciar. O mérito desse pessoal da música é que não começou a reclamar disso ainda, coisa que o povo do teatro já faz. Reclama, reclama, reclama, e o Raul Cortez ganha patrocínio, o Jô Soares ganha patrocínio. E o da música está quietinho, por enquanto. Daqui a pouco começa reclamar.

Ricardo Alexandre – Mas faz parte do negócio. Tenho sempre de citar o grande Emerson Gasperin, que disse “Que se fosse fazer uma revista sem dinheiro faria a minha, e não a da Editora Abril”.

Matias – Claro. [ri]

Pedro Alexandre – E se você fizesse e vendesse mais que a da Editora Abril?

Matias – Não duvido.

Pedro Alexandre – Nem eu.

Ricardo Alexandre – O surgimento da Rolling Stone é um pouco isso. Lembro de uma reunião nos últimos momentos da Bizz em que se discutiu a abertura editorial da revista. E foi nessa reunião que se decidiu colocar o Quentin Tarantino na capa [n.e. Edição 213, maio 2007], mesmo com todas as junkets tendo passado [n.e. Entrevistas com elenco e diretor, sessão exclusiva e material para imprensa, tudo bancado por estúdios de cinema; prática mais comum nos EUA], mesmo com o filme sem estrear no Brasil [n.e. **À prova da morte**, o novo filme do cineasta Quentin Tarantino; ainda sem data de estréia no Brasil]. “Decidimos” é um modo de dizer, né? [ri] Aí, o que eu disse nessa reunião foi o seguinte: “Olha, posso fazer uma revista idêntica à Rolling Stone no mês que vem. Posso descobrir o que vai ter na revista e fazer tudo igual, mas a Rolling Stone ainda vai continuar R\$ 1,50 mais barata que a minha revista, ela vai ter muito mais páginas para o deleite do leitor, ela vai ter um tamanho de capa, uma exposição na banca 20% maior que a minha, e o anúncio vai custar 1/3 do meu. Tudo coisa que a nossa gloriosa editora pode intervir e fazer. Vamos investir juntos?” “Aí, não!” Porque é a política da editora. Por isso que falei no começo que não queria ficar posando de coitado, porque ninguém pode obrigar a Editora Abril a se envolver em um negócio (em que ela não acredita).

A Editora Abril não sabia da existência da Bizz!

Max Eluard – A Editora Abril não levou o projeto a sério?

Ricardo Alexandre – A Editora Abril não sabia da existência da Bizz! [risos]

Matias – Estava embaixo da escada. [risos]

Max Eluard – Era o sétimo andar e meio. [risos]

Ricardo Alexandre – A gente tinha uma brecha da Superinteressante para lançar especiais, que era essa política que falei no começo. Aí o Adriano Silva me chamou e disse: “Vamos fazer especiais com a marca Bizz!” Fizemos esses especiais: 100 Capas, 100 Shows, 100 não-sei-o-quê, e quando a gente notou a inviabilidade de continuar a fazer esses especiais, começou a inventar os truques para manter a marca Bizz como um título mensal pra ganhar tempo e tentar viabilizar com publicidade. Um dos truques foi a revista continuar como um especial para a Editora Abril. Então, a gente não tinha redação contratada. Perdemos um tempo conversando com um advogado pra fazer com que a revista, sendo um especial, voltasse a usar a numeração na qual a revista tinha parado em 2001. Para o leitor, a Bizz era uma revista mensal, mas pra Abril era uma revista especial.

Matias – Era como se lançasse um especial por mês.

Ricardo Alexandre – Um especial sobre os leões na savana, sem compromisso da publicidade, da Dinap, de ninguém. A Editora Abril somente descobriu que a Bizz estava nas bancas quando saiu uma foto minha no Meio & Mensagem. Os caras ligaram furiosos pro Adriano (Silva)... “Não, é um especial!” [risos]

Pedro Alexandre – E eles acreditaram?

Ricardo Alexandre – E era, né? “I see dead people, cara!” Eu vi revistas mortas e elas tentavam falar comigo!

Pedro Alexandre – Mas você tentou bater com uma coisa histórica, que é o desinteresse da Abril por revistas de música, que vem de outras épocas e não de agora.

Ricardo Alexandre – O Adriano Silva foi o cara que quis fazer a revista e por isso sou grato a ele eternamente. Como diz o André Forastieri: “Eu tive a minha vez! Você teve a sua vez!”. [ri] E sou o único cara que topou trabalhar em condições inacreditáveis, entendeu? Não vou nem citá-las...

Matias – Que aí você está pagando de coitadinho. [risos]

Ricardo Alexandre – Pior! Periga algum advogado ler isso, me ligar e falar “Vamos processar a revista!”. [risos]

Matias – O título atrapalhou?

Ricardo Alexandre – Boa pergunta.

Matias – Se vocês lançassem uma revista com outro nome, como Rock Clássico...

Ricardo Alexandre – Se fosse pra fazer uma revista Rock Clássico, o nome ajudaria. Mas uma revista de rock clássico não tem o tamanho que uma Editora Abril gostaria. Traduzindo: nos ajudou a procurar pessoas que eram apaixonadas pela Bizz. Se a gente fizesse a revista Matias, dificilmente teríamos esse impulso inicial. O negócio é o seguinte: quando a revista está dando certo, beleza. Mas quando está dando errado, tudo é motivo. Eu cheguei a ouvir que a revista tinha muito conteúdo!

Matias – Que as cores da capa não ajudavam.

Ricardo Alexandre – A gente teve um projeto, um discurso muito bem amarrado até a capa do iPod [n.e. Edição 206, novembro 2006]. Quando a gente chegou nessa capa, viu que o discurso era “Não temos nada a perder!. Vai que dá certo?”. Era quando os “truques” já estavam se esgotando. Os contratos publicitários já estavam se esvaindo e as agências não renovavam porque perguntavam: “E a assinatura que a Abril prometeu?”, “E o aumento de tiragem que a Abril disse que ia ter?”. E não tinha porque não havia esse compromisso de fato com relação à revista. Então, a gente disse: “Ou a gente acerta na chapinha ou a revista vai acabar como já deveria ter acabado antes de começar”. E a gente não acertou na chapinha. Volto a dizer que nada é maior que o fato de que não há demanda suficiente pra isso. Axl Rose, Renato Russo, John Lennon, Beatles... Não dá, fala um aí... Bob Marley.

Tacioli – Xaxim, cara! [risos]

Ricardo Alexandre – Faltou o xaxim! [risos] Mas o Bob Marley estava ali, né? [risos]

Pedro Alexandre – Mas tudo escondido na banca, né? Houve uma falta de empenho... Se você está dentro de uma grande empresa que não quer a sua revista...

Ricardo Alexandre – Mas acontece que a gente ficava junto com as revistas de música para pobres e a gente era a mais cara de todas, entendeu? Entre o pôster da Avril Lavigne e a Rock Brigade, tinha a Bizz que custava o dobro. Quando a revista tava na Símbolo custava R\$ 5. Havia feito um estudo propondo o preço de R\$ 7,50, que era o preço histórico da Bizz comparado com o dólar e com o preço de capa da Veja. Falei isso e os caras me chamaram de louco. “Se a gente não ganha dinheiro com R\$ 9,90, a gente vai ganhar com R\$ 7,50?” Eram várias perguntas não respondidas. “O que aconteceria se tivesse distribuição? Se tivesse assinatura? Se tivesse...?” Não sei, porque foi uma atividade completamente guerrilheira. E foi bacana. Topei porque toparia de qualquer jeito. Tenho uma dívida psicológica e histórica com a Bizz.

Matias – Chegou a traumatizar? E se daqui a cinco anos um cara chegar pra você, falar que a revista vai voltar e te chamar para conversar?

Ricardo Alexandre – Agora que estou “recolocado” posso falar: tenho uma certa preguiça de fazer coisas que já fiz. Então, quando me chamaram na Folha pra ocupar o lugar do Pedro, olhei praquela redação e “Poxa, não tenho a menor vontade de trabalhar em jornal de novo, a não ser, eventualmente, em um projeto que eu esteja gerando”. Assim como não tenho a menor vontade de fazer revista de música de novo.

As pessoas perguntam da continuação do Dias de Luta

Tacioli – Que retorno o livro te deu, Ricardo? E pra você, Pedro? O Matias ainda não passou por essa experiência. [risos]

Ricardo Alexandre – O retorno financeiro foi legal. Eu vivi um tempinho por conta do livro.

Pedro Alexandre – Quanto vendeu?

Ricardo Alexandre – O **Dias de luta** vendeu 5 mil (exemplares).

Pedro Alexandre – Os meus tiveram tiragem de 2 mil cada, mas acho que é a engrenagem. É a mesma história da revista Bizz. São poucos exemplares, não estão visíveis, a mídia não fala, é caro... Pode não ser bom, também, isso faz parte, mas não entrou na engrenagem. Livro é radical: ou você vende 2 mil do Roberto Carlos ou... O Ruy Castro vende quanto?

Ricardo Alexandre – O Ruy Castro não sei, mas o livro do Nelson Motta vendeu 150 mil [n.e. **Noites tropicais – Solos, improvisações e memórias, 2000**] .

Max Eluard – Pensar nessas cifras para um país com 190 milhões de habitantes é ridículo, né?

Ricardo Alexandre – Mas outro dia vi um dado, que talvez seja bastante conhecido, que tem mais editoras que livrarias no Brasil. É um dado que as pessoas sempre repetem, mas é bom lembrar porque é muito louco.

Max Eluard – E, sei lá, tem mais livrarias na margem esquerda do (rio) Sena que em São Paulo.

Matias – Tem mais livraria em Buenos Aires que no Brasil.

Tacioli – E essa vendagem anima vocês a novos projetos de livro? Ou o Matias a escrever?

Ricardo Alexandre – Tenho essa dificuldade em fazer algo que já fiz.

Matias – Mesmo livro?

Ricardo Alexandre – As pessoas ainda perguntam: “E a continuação do Dias de luta, algo sobre os anos 90?” “Você tá louco, cara!” Eu não faria com o ardor com que fiz fiz aquele, até porque era solteiro quando comecei a fazê-lo. Aí você chega em casa depois de trabalhar o dia inteiro, vê sua filhinha, sua mulher e o computador. Humn, que dúvida! [ri]

Matias – Mas, ao mesmo tempo, um livro como esse, que deu um trabalho de pesquisa, você não descarta, né?

Ricardo Alexandre – De forma alguma, ou talvez de um outro assunto ou de alguma coisa que não tenha a ver com música. Mas no momento não tenho a menor vontade.

Pedro Alexandre – Eu quero muito, vou fazer, embora no momento não faça nada a respeito. E o seu livro foi muito mais falado que os meus, e se você analisar a vendagem não é tão diferente assim. O que quero dizer é que é bem frustrante. O trabalho que o livro do Roberto Carlos me deu foi colossal

em todos os sentidos.

Max Eluard – E o cara nem pra proibir, né? [risos]

Pedro Alexandre – Puta, foda!

Ricardo Alexandre – Boa, boa, boa.

Tacioli – A gente pode fazer uma campanha.

Ricardo Alexandre – “Nova edição – Voa perna!” [risos] Mas você sente que está em um novo nível depois de ter feito esses dois livros?

Pedro Alexandre – Dificil responder...

Dafne – O livro dá essa sensação?

Pedro Alexandre – Putz, não sei...

Ricardo Alexandre – Pra mim deu.

Pedro Alexandre – É?

Ricardo Alexandre – Especialmente no trato... O Adriano Silva quando me chamou, falou que havia lido o meu livro. O tanto que entrevistei os editores da revista Bizz dos anos 80 somou-se ao fato do quanto que eu convivi com os editores nos anos 90, me deu uma percepção muito maior...

Obviamente não foi isso que você perguntou, mas quando você chega e diz “Olha, fiz isso aqui!”, a reação é outra.

Pedro Alexandre – Dizer se muda ou não muda, eu não saberia dizer, mas é uma das coisas que me dão mais orgulho. De vez eu olho e penso “De onde surgiu isso? Quem fez isso?”.

Almeida – E você, Matias, não pensa (em escrever um livro)?

Matias – Eu nunca tive vontade. Idéias para livros tenho várias, uma a cada hora, mas aquela coisa de “Agora é a hora de lançar um livro” não tive isso ainda. E livro sobre o quê? Apesar da minha maior ênfase jornalística ser música, também cubro a parte de cultura digital e é um modelo interessante. Eu também queria me aventurar pela ficção, mas não queria publicar pra dizer que publiquei, entendeu? Se eu for fazer uma ficção, farei algo pra vender mesmo! [risos]

Dafne – Sensacional!

Matias – Hoje em dia tem gente publicando pra dizer que publicou; não é o caso de vocês, que tinham um projeto, foram na porta da editora... Mas hoje é muito fácil publicar um livro.

Ricardo Alexandre – No meu caso, Matias, fiz o livro porque eu teria ter um livro. Eu não tinha o assunto. “Já está na hora d”eu ter o meu livro.” Isso com três anos de carreira. [risos] “Já está na hora de eu ter um livro, uma coisa definitiva, vai que eu morra...” [risos]

Matias – Em 1996, né?

Ricardo Alexandre – É, comecei em 96. Comecei a trabalhar profissionalmente em 94. [ri] E procurei um tema que valeria um livro. É por isso que as pessoas se frustram quando falo que não tive esse apego aos anos 80; não tenho esse apego aos anos 80 que o livro poderia supor. Eu encontrei os anos 80 como um assunto interessante para conseguir encher 400 páginas. E é isso.

O quanto os artistas estão à mercê da maluquice da gente?

Matias – E quanto o livro te ajudou a ser um melhor jornalista, a apurar melhor as coisas, a checar os fatos, ou isso já estava no dia-a-dia?

Ricardo Alexandre – Tem isso, mas é um pouco ao contrário. Eu queria que tivesse um veículo que registrasse o quanto sou bom jornalista ou o quão sou pouco bom jornalista; que tivesse um registro de como sou capaz de apurar, de analisar... Então é meio showroom de virtudes. É como o **Willow na Terra da Magia**. [risos] [n.e. Aventura fantástica lançada em 1988, dirigida por Ron Howard e protagonizada por Val Kilmer]

Matias – O que tem a ver somente ele sabe.

Ricardo Alexandre – Willow é um showroom de efeitos digitais, entendeu? O meu era um showroom de... Tem apuração, tem reportagem, tem análise, tem prospecção...

Tacioli – A redação...

Matias – A pesquisa...

Ricardo Alexandre – A redação, exatamente. Então ele foi feito pra isso, exibiçãozinha.

Pedro Alexandre – Pra mim, não, pelo menos o primeiro, que foi meio inconseqüente, mas o segundo mudou a minha vida jornalística e extra-jornalística. Foi uma mudança de paradigma.

Matias – Como?

Pedro Alexandre – É tão difícil. Tem a ver com o que falei antes, de ser polemista a todo o custo, encontrar o Roberto Carlos, que era uma história de amor, uma história de amor reprimida mesmo, acho que isso vale até hoje, com exceções de quem não gosta do Roberto Carlos, gosta escondido, não fala, e eu tinha todas as críticas do mundo a ele, só que eu gostava mesmo assim. Eu escrevi explicitamente “É uma declaração de amor por mais que eu discorde de tudo que ele faça, ele formou o Brasil...”. Enfim, não consigo responder como é, mas eu saí da Folha por causa dele.

Matias – Ficou menos na defensiva?

Pedro Alexandre – Acho que sim. E saí da Folha. Eu vinha nesse processo na Folha, desinteressado de fazer aquelas críticas cruéis, de polemizar e não-sei-o-quê...

Matias – E o livro sendo escrito na Folha?

Pedro Alexandre – Eles estavam deixando. O livro inteiro foi escrito dentro da Folha. Tenho as caixas de pesquisas que eles me deram de graça, muito gentilmente. Mas o processo de construção dele foi de eu me distanciando da Folha. Nunca me perturbaram na Folha com isso, sei lá se poderia ser demitido no futuro, mas quando saí de lá estava numa situação confortável, boa, mas não fazia sentido mais.

Ricardo Alexandre – O quanto o que você bota no papel está misturado com a sua vida pessoal? Entendeu? Do momento em que você pauta o texto até a análise que você faz do disco está impregnado de sua vida pessoal? Não falo de gosto pessoal...

Max Eluard – **E do seu imaginário, da sua formação...**

Ricardo Alexandre – Ou pra onde você está querendo levar sua vida, sua carreira...

Matias – Ou mais do que isso: você vê tudo o que você faz parte de uma obra? Se você chegar no fim da sua vida e compilar tudo, é a sua biografia?

Ricardo Alexandre – Eu vejo.

Tacioli – **Mas você tem essa consciência, de que cada passo na carreira é um tijolinho na biografia?**

Pedro Alexandre – Não sei, Alexandre.

Matias – Eu tenho plena consciência disso.

Pedro Alexandre – Não fiz crítica xingando alguém porque eu brigava na vida pessoal. Eu usei o livro pra falar o que estava mudando na minha cabeça. Eu quis fazer um livro sobre o Roberto, sobre o Brasil, sobre a música brasileira, e não sobre mim.

Ricardo Alexandre – Para deixar essa pergunta mais malvada: o quanto os artistas estão à mercê...

Pedro Alexandre – Da maluquice da gente?

Ricardo Alexandre – Exatamente.

Pedro Alexandre – Cem por cento. O quanto eles estiverem preocupados com a nossa maluquice também. Alguns estão muito preocupados, e você sabe muito bem disso.

Tacioli – **Depende muito de onde você está também, né?**

Pedro Alexandre – Depende.

Tacioli – **Se você exercitasse hoje na Carta Capital o papel que você tinha na Folha...**

Pedro Alexandre – Isso é legal. Eu acompanhava o (Luis Antônio) Giron, que foi o cara antes de mim (na Folha). E gostava dele, inclusive dos defeitos que porventura tivesse. Quando ele saiu, eu já estava lá. Demorei um tempo para virar o cara que fazia mais ou menos a mesma coisa que ele fazia. Houve um hiato de um ano, um ano e meio. E eu acompanhava as resenhinhas que ele escrevia na Gazeta Mercantil, para onde ele foi depois. “Putz, o Giron perdeu o faro, perdeu a verve.” Fiquei achando que ele tinha perdido tudo. Depois eu passei pelo mesmo processo, e a entender que eu não tinha o mínimo interesse e a mínima vontade de continuar fazendo aquilo. Eu saí de lá para não fazer mais aquilo. Um monte de gente me falou e pensa assim. Eu pensava isso do Giron, “Agora ele não tem o poder da Folha então não fala mal de mais ninguém”. Mas, por outro lado, tenho uma revista semanal, onde posso colocar duas notinhas, e coloco o que eu gosto. Vou pegar o disco que não gostei na semana para falar mal dele numa revista semanal que vai ser lida por 50 mil pessoas? Sou mais gentil comigo mesmo. Eu não vou ficar me expondo a ser o palhaço público, o Pedro Lara, o cara que só vê defeito em tudo. Não era e nunca fui isso, mas fiz esse papel, via defeitos em um monte de coisa, mas sempre amei um monte de coisa...

Matias – Mas você não se arrepende disso?

Pedro Alexandre – Não, não, porque é impossível e inútil se arrepender. E você começa assim para virar outra coisa. Essa é a trajetória...

Matias – Mas eu digo assim: amanhã alguém vai fazer uma compilação dos melhores textos do Pedro Alexandre Sanches.

Pedro Alexandre – Vamos lá, eu quero ajudar a escolher. [risos]

Matias – Você se arrepende se deixar alguém escolher?

Pedro Alexandre – É efêmero...

“Você tem uma visão muito cristã do rock”

Tacioli – Mas você acha que um artista que foi alvo da sua pena na época áurea na Folha dorme mais tranqüilo se ouvir isso?

Pedro Alexandre – Será? Acho que não. Eles sentem falta da gente, por mais que eles detestem...

Ricardo Alexandre – Alguns artistas projetam algum tipo de frustração ou expectativa em cima do jornalista, assim como o jornalista também projeta no disco coisas que tenham a ver com a vida dele. O André Forastieri quando leu meu livro, Dias de luta, falou assim: “Você tem uma visão muito cristã do rock”. [risos] “Por que, velho?!” “Porque o seu livro fala sobre idealismo, sobre o cara passar por cima das limitações musicais para conseguir fazer sucesso e, com uma ingenuidade, vencer a indústria.”. E eu fiquei estupefato com essa leitura do meu livro. Aí foi muito engraçado porque chegou um cara um dia e disse “Pô, Ricardo, li seu livro e ele me deu força para continuar o meu trabalho; comecei a me inspirar naquelas bandas...”. “Desculpa, velho, mas qual é a sua religião?” “Sou metodista!” [risos] Então está explicado.

Tacioli – Essa é a sua formação?

Ricardo Alexandre – Totalmente, mas é isso que estou dizendo, embora algumas vezes a gente faça propositalmente e outras, não. Eu não faria um outro livro se não fosse daquele jeito, mesmo que eu quisesse. Ou faria um livro ruim.

Pedro Alexandre – Tem uma coisa pitoresca sobre isso: reclamo que mais gente poderia ter lido o meu livro, ele é tão legal, mas tem um universo de pessoas que leram de fato, e que não são duas mil pessoas, não sei, podem ser mais de duas mil, porque o livro circula, vai para os sebos. E aí descobri recentemente que tem um negócio no Orkut em que você pode dar uma busca e aparece tudo. Pus “Como dois e dois são cinco” e aí veio o universo de páginas do Orkut em que essa expressão apareceu. E tem um monte de gente, um monte que é pouco, é claro, mas um monte de gente que gostou do livro ou que está lendo. Aí o pitoresco: apareciam muitas páginas com “Livros que estou lendo”, sei lá, **Robson Crusóé, 20 mil léguas submarinas** e **Como dois e dois são cinco**. Saquei que muita gente estava lendo esses mesmos livros. Ou seja, tem um monte de gente no Orkut que copia (a indicação do outro). [risos] E na mesma seqüência, nem se preocupa em inverter. [risos] Acho legal, mas tem mais gente fingindo que leu o meu livro do que leu de fato.

Ricardo Alexandre – É o lance do status, né?

Pedro Alexandre – Pois é, eu acho.

Sou jornalista discotecando

Max Eluard – Como vocês vêem seus ofícios, de jornalistas musicais? É uma questão de fé ou “Estou aqui para escrever um livro”, pensando que aquele é um lugar para se acomodar para um projeto maior...?

Ricardo Alexandre – Não. Pra mim é uma questão de necessidade. Eu faria o que eu faço mesmo que... – não posso completar a frase, pelo menos publicamente –, mesmo que não me remunerassem. [risos] Neste sentido é próximo do artista, porque o princípio é o mesmo. O cara precisa escrever. É por isso que sou tão desprovido de senso crítico quando vou ao cinema, porque preciso desopilar um pouco, “descerebralizar” um pouco a análise, a prospecção, porque sempre penso em algo para escrever. É irritante até.

Pedro Alexandre – Eu sou apaixonado pelo jornalismo; não falaria jornalismo musical, mas sim jornalismo. Tenho, inclusive, medo dessa paixão extinguir porque não sei como fazer, porque até o momento é muito prazeroso. Todas as reclamações que coloquei antes são os penduricalhos, porque é legal pra caramba! Agora, junto com isso, eu vivo em crise permanente com a profissão, ou melhor, com o modo como vínhamos exercendo a profissão como um todo. Aí entra no lance Mino Carta, meu patrão, de achar que ela anda muito de baixo nível, não falo especificamente do jornalismo cultural, mas político, econômico... A história do avião me deixa sem ar, tenho vergonha; e incitando a sociedade inteira. Os ânimos estão acirrados pela razão que tem de estar, por ser uma coisa chocante, e pelo tanto que isso está sendo utilizado para vender um monte de cópia de jornal e revista, e dar audiência para a TV.

Max Eluard – Apenas para materializar o que você está dizendo: via um noticiário num programa na TV a cabo que os caras tiveram a pachorra de dar a lista dos mortos em partes para segurar a audiência.

Pedro Alexandre – E não tem ninguém que faça a crítica disso.

Matias – A TAM fez um memorial no Second Life [n.e. Ambiente virtual que simula alguns aspectos da vida humana]! Você precisa dizer mais alguma coisa?

Pedro Alexandre – Ela não é responsabilizada pelo que aconteceu. Não tem ninguém indignada com a TAM.

Ricardo Alexandre – Vocês se consideram mais da música, lê-se cultura pop em geral, ou do jornalismo?

Matias – Eu sou mais do jornalismo. Perceber que exerço o jornalismo quando não escrevo, mas quando discoteco ou dou palestra, me libertou muito. Sou jornalista discotecando.

Tacioli – Como é isso?

Matias – Estou tocando uma música que a pessoa não conhece e ela chega e pergunta: “De onde é

essa música? Eu nunca ouvi isso!”.

Ricardo Alexandre – Eu sempre achei que DJ tem muito mais a ver com jornalismo que com música.

Matias – É edição!

Ricardo Alexandre – Claro! Mas a pergunta é a seguinte: e se te chamasse para editar a Geral?

Matias – Estou editando o caderno de informática.

Ricardo Alexandre – Pensei nisso graças às minhas andanças de divulgação da minha (arte)...

Pedro Alexandre – Então responde você essa pergunta.

Ricardo Alexandre – Sou mais da cultura pop que do jornalismo.

Pedro Alexandre – Mas se te chamassem para editar a Geral...?

Ricardo Alexandre – Dificilmente eu iria, mas em caso de extrema necessidade... [risos] “Atenção, senhores diretores: se vocês me contratarem farão um mal negócio!” Falei.

Max Eluard – **Não gosto de falar de profissão; pra mim é um ofício...**

Matias – É vocação, velho! Com seis anos de idade, eu fazia o jornalzinho da minha casa. Havia um “Jornal de Casa”. Tenho (guardado) até hoje.

Max Eluard – **E para além do jornalzinho, ver esta vocação enquanto discoteca. Isso é ter a coisa na veia.**

Matias – Você não aprende jornalismo, por mais que te dêem uma série de instrumentos para você exercer...

Ricardo Alexandre – E de fato tem gente que não aprende mesmo... [risos]

“Por que o seu livro não foi censurado?”

Max Eluard – Acho bacana vocês assumirem a paixão pelo jornalismo, porque é um dos ofícios mais esculhambados e mais avacalhados que tem.

Pedro Alexandre – E pelos próprios jornalistas.

Max Eluard – Sim, em grande parte.

Pedro Alexandre – Estamos num momento doloroso que é o da conscientização disso. Tem muita gente que não tem nada a ver com o jornalismo que está ...

Matias – Que está pagando de jornalista?

Pedro Alexandre – Não, o público mesmo, que está se tocando desses abusos, que estão ficando mais transparentes e, às vezes, mais escandalosos.

Dafne – Principalmente pela internet dá para ver as reações aos noticiários, aos editoriais...

Matias – Um exemplo bom disso é o livro do Roberto Carlos, que não estava na internet, foi proibido e em semanas chegou à rede. Por que as pessoas botaram o livro lá? Porque todo mundo vai ler? Não, porque as pessoas pensaram que esse livro não pode ser proibido. Aos poucos as pessoas estão tendo uma consciência disso.

Ricardo Alexandre – É, você citou um caso muito interessante, e essa verve que motivou essas pessoas é uma motivação jornalística de certa maneira. As pessoas perceberam o calor da notícia, tomaram uma iniciativa, só que tem o envolvimento...

Pedro Alexandre – Você está falando do público?

Ricardo Alexandre – O público.

Pedro Alexandre – Porque os jornalistas...

Ricardo Alexandre – Os jornalistas... Agora vou dizer! Estou com uma coluna na Revista da MTV e criei o Cantinho do Roberto Carlos. Em toda a edição vou dar alguma coisa do Roberto Carlos para lembrar que o cara proibiu o único livro que tentava dignificar – o segundo livro que tentava dignificar [risos] – a carreira do cara. Isso mexeu tanto comigo que fiz um texto para sair na edição da Bizz em que pedia desculpas pela minha geração que tentou transformar o Roberto Carlos numa coisa que hoje percebo que ele não é. Ele é, tudo bem, mas...

Pedro Alexandre – Mas, peraí, vejo por outro lado. A minha posição é muito esquisita, é muito complicada. Eu gosto do Paulo Cesar de Araujo, sou fã ardoroso do primeiro livro dele [n.e. **Eu não sou cachorro, não – Música popular cafona e ditadura militar**], o melhor livro que li nos últimos 15 anos...

Ricardo Alexandre – Tudo bem, eu absorvo... [risos]

Pedro Alexandre – O meu livro do Roberto Carlos remete muito ao do Paulo Cesar, gosto dele, acho um cara legal, mas o livro dele entrou numa ciranda onde há um jogo tácito dentro disso. Hoje é o avião da TAM; há dois meses o livro do Roberto Carlos foi tratado dessa forma. Apenas dois jornalistas, um de Minas e um de rádio, me procuraram para perguntar alguma coisa a respeito disso. E nenhum dos dois me perguntou: “Por que o seu livro não foi censurado?” Evidentemente que não tenho a resposta, mas não existia a curiosidade. O jornalismo ajudou o Roberto Carlos na campanha dele. Eu tive acesso, não revelando como, a trechos do processo do Roberto Carlos contra o livro. Só se fala de dinheiro ali. Desculpa quem me passou essa informação, eu não podia revelar, mas estou revelando. Havia uns itens do processo que dizia que o autor do livro Roberto Carlos em detalhes prejudicou monetariamente o Roberto Carlos porque lançou o livro na mesma época que o disco de fim de ano do Roberto Carlos. O disco vendeu menos no Natal de 2006 porque tinha um produto concorrendo. Desculpa, gente, isso é para todos nós, mas o jornalismo não apurou essa história, não foi ver o que acontecia.

Matias – Nem precisa ir nos autos do processo. O próprio Roberto Carlos está com uma biografia engatilhada, entendeu? Ninguém falou que a biografia do Roberto Carlos está sendo escrita há cinco anos, mas todo mundo sabe...

Pedro Alexandre – Há uns 20. [risos]

Ricardo Alexandre – Perfeito, concordo com você, entretanto eu vejo a natureza da indignação um pouco mais artística do que isso, de ver que os Beatles tem 86 milhões de biografias das quais eles não concordam, tem até uma entrevista clássica que o Paul McCartney deu sobre o livro **Revolution in the head: The Beatles**, de Ian MacDonald, que dizia que o livro era uma porcaria porque o escritor diz que o John Lennon pensou, e o John Lennon não pensou; diz que o John Lennon falou, mas ele não falou. E a frase do Paul McCartney é “I should know because I was fucking there” [risos] [n.e. “Eu deveria saber já que estava lá, porra”], mas em nenhum momento ele quis proibir. É por isso que eu digo que gostaria que o Roberto Carlos fosse Caetano Veloso, entendeu? Aí ele seria o Paul McCartney, não o Roberto Carlos ou o Zezé di Camargo.

Pedro Alexandre – Vamos ver o que vai acontecer se alguém escrever sobre o Caetano. Não vai acontecer isso, é evidente...

Ricardo Alexandre – Você escreveu! E ele proibiu o seu livro? [n.e. Referência ao primeiro livro de Pedro Alexandre, **Tropicalismo – Decadência bonita do samba**]

Pedro Alexandre – Não era sobre ele, não é isso. Não estou falando que ele vai proibir, mas cada um sente a água molhando a sua bunda. A minha posição é esquisita, mas o Roberto Carlos está no direito dele de tentar fazer isso, embora ele seja um imbecil ao fazer isso, só que todo mundo deixou. Nós deixamos com a nossa indignação, porque ela não resolve nada, ela não traz o livro de volta. E, de outro modo, o livro não sumiu, ele está aí, vai continuar circulando. Gente, espera lá, tem um pouco de hipocrisia nisso. O que aconteceu nesse processo foi que com isso o Paulo Cesar de Araujo parou de lucrar; agora o livro vai estar em tudo quanto é sebo, vai estar na internet; essa censura não existe! Existe e não existe! À medida que o livro dele está censurado, o meu também está. Como vocês falaram: o Roberto não proibiu, mas Roberto silenciou o meu livro pelo silêncio. Por ele iria processar ou tentar vetar um livro que circulava tão pouquinho? Aí ele estaria dando publicidade para mim. É a lógica da revista Bizz, é o número de corte: “A partir de quantos exemplares a gente processa o cara”. Fiquei chocado quando vi os itens do processo que falam isso.

Ricardo Alexandre – Uma coisa precisa ser dita: o Roberto Carlos sabia do lançamento desse livro, como todo mundo sabia. Eu tive acesso a pessoas próximas ao Roberto Carlos às vésperas do

lançamento do livro, e todos o aguardavam com interesse, e confesso que quando o Roberto deu aquela entrevista coletiva falando mal do livro, eu falei: “Taí o Roberto, velhinho batuta, dando uma força para o livro para aparecer mais na mídia!”. Quando falei com o Paulo Cesar – já que ele copiou uns pedaços da minha matéria da Bizz –, “Pô, Paulo, achei que o Roberto Carlos estava dando uma força”.

Que porra é essa de biografia autorizada?

Ricardo Alexandre – Dá um copo pra mim, Dafne, por favor? Isso é água ou aguardente?

Dafne – Isso é água, aquilo é aguardente.

Ricardo Alexandre – Eu queria água mesmo.

Max Eluard – Parece que somos o país da biografia oficial. Se o cara fala sobre um tema, ele vira dono daquele tema e ninguém comenta nada.

Pedro Alexandre – Na mídia se fala muito isso: “Agora, o fato do Roberto Carlos ter proibido o livro vai inibir a criação de novas biografias!”. Gente, vamos escrever biografias! Vamos pagar pra ver. Porque com aquilo ele está normatizando. O Gilberto Gil está sendo um censor; ele se posicionou a favor (do Roberto Carlos). Por quê? Porque o Tom Cardoso está escrevendo uma biografia sobre ele. O Tom Cardoso não vai lançar porque o Gilberto Gil não vai deixar? Como um Ministro da Cultura fala isso? Todo mundo mete o pau no governo o tempo todo e ninguém enxergou isso. A censura vai ser legitimada? Não, mas o foco está errado ao esperar isso do Roberto Carlos. Ele é um senhor que está pra lá de Bagdá, e não vamos convencê-lo a ter a nossa cabeça. Mas nós escrevendo biografias que possam ser proibidas depois, estaremos dando a cara a tapa, caso contrário, compactuaremos com a situação.

Matias – Mas sobre essa história de ser o país da biografia oficial tem a ver com o gente-bonismo, todo mundo é legal, ninguém fala mal de ninguém, todo mundo aparece no meu disco...

Pedro Alexandre – No caso do Roberto Carlos é autoritarismo, é dizer “Não escreve, não!”. O Nelson Motta ficou não sei quantos anos colhendo as assinaturas de todos os herdeiros do Tim Maia para ter a certeza de que isso não vai acontecer com ele. E só conseguiu porque ele é o Nelson Motta. Se eu fosse fazer isso, não conseguiria. Que porra é essa de biografia autorizada, né? Não tem cabimento!

Ricardo Alexandre – E você sabe se ele vai submeter o livro à família?

Pedro Alexandre – Li em algum lugar que ele tem as autorizações dos herdeiros, agora se ele já tem as assinaturas, por que vai submeter o livro?

Tacioli – Vocês acham que, de uns anos para cá, o número de publicações sobre música brasileira aumentou?

Todos – Sim, sem dúvida.

Matias – No meu tempo havia três livros. Da Ana Maria Bahiana, do Nelson Motta e...

Ricardo Alexandre – E outro do Nelson Motta. [risos]

Tacioli – E do Tinhorão.

Ricardo Alexandre – Que devia estar fora de catálogo.

Matias – Quando o **Chega de saudade** apareceu aí cresceu o filão e um monte de gente começou a escrever [n.e. Livro de Ruy Castro, lançado em 1990, sobre a bossa nova].

Ricardo Alexandre – E com o **Noites tropicais** foi o boom de publicações de música no Brasil.

Matias – E você tinha o Almir Chediak. Bem ou mal, seus songbooks eram uma publicação de música...

Ricardo Alexandre – Eram eventos mais do que livros.

Matias – Sim, mas antigamente você ia na livraria, havia três ou quatro livros na seção de música.

Tacioli – **A série da Editora 34. [n.e. De livros como Choro – Do quintal ao Municipal, Jackson do Pandeiro – O rei do ritmo e Mário Reis – O fino do samba]**

Matias – Patrocinada pelo Pão de Açúcar, né?

Pedro Alexandre – E tem tudo isso, sempre tem de ser patrocinado, somente emplaca o que tiver essas assinaturas. Um dia a Petrobras patrocina tudo... É outra terra arrasada a dos livros.

Tinha de editar a Bizz antes dos 30 anos

Tacioli – Bom, estamos encerrando...

Pedro Alexandre – Eu queria falar uma coisa antes e estava esperando um momento...

Ricardo Alexandre – Você quer que eu faça uma pergunta para não parecer que foi muito deliberada?

Pedro Alexandre – Não me lembro da parte, mas vou morrer assim, essa é a minha “cauda longa”: sou um cara formado pela cultura Folha, onde virei jornalista e gente grande, tenho inclusive o maior orgulho disso, mas dentro dessa cultura na qual fui formado, jornalista é igual a jogador de futebol e à modelo e manequim. A gente é perecível. Você tem um tempo útil; se você ficou mais gordinho ou se as formas estão mais arredondadas, você sai. Tanto é que essa era uma das questões que eu tinha. Vi muitos amigos meus, muita gente querida sendo demitida da Folha, um após o outro, um após o outro, e eu sempre falava: “Vou me achar bem-sucedido se eu conseguir sair da Folha antes que isso aconteça comigo”. Foi um projeto, não foi por querer. Havia horas em que esquecia disso, mas tudo casou dentro da história Roberto Carlos quando falei “Agora é a hora!”. Só que aí a sua vida vira outra. Você vai ser outro tipo de jornalista, porque aquela cultura acaba. Tem cinco exemplos de caras com mais de 40 anos que estão lá e são exceções. De algum jeito, é uma escola de jornalismo que a gente cultua muito, com razões, mas ela é completamente fútil e vazia no sentido de “Se a Gisele Bündchen ficar gorda, ficou velha, enrugada, cortem a cabeça! Se o Ronaldinho não está chutando direito, cortem a cabeça!”. É legal porque o Estado (de São Paulo) não faz isso.

Matias – O Jotabê (Medeiros) está lá desde o tempo do PAS.

Pedro Alexandre – Isso também tem as suas desvantagens...

Ricardo Alexandre – Isso é que eu ia falar, mas de alguma maneira isso não pressupõe uma acomodação?

Matias – A Folha faz isso para pressupor essa oxigenada.

Pedro Alexandre – Mas o jornal se oxigena, se é que se oxigena, e os caras vão sendo largados pelo caminho.

Ricardo Alexandre – Mas não é um pouco a função do cara se reinventar?

Matias – Humn, humn.

Pedro Alexandre – É o que eu tento fazer, sei lá com que grau de sucesso, tudo bem, aí a gente vai entrar em questões humanitárias, mas o tanto de pessoas que se deprimem no processo, que perdem a mão... Eu vi essas coisas acontecerem. E não é o papel do dono do jornal se preocupar com isso, o papel é do próprio jornalismo. Agora, isso é feito indiscriminadamente, assim como o Ronaldinho e as modelos já foram chutados pra fora, a gente também é. O fato dos mais novos que não queriam

entrar na redação da Folha por essa ou aquela razão acaba sendo saudável. É a maquininha de moer, vamos fazer outra história, vamos escrever na internet, sei lá o quê.

Ricardo Alexandre – Quando comecei a escrever eu pensava que tinha de editar a Bizz antes de fazer 30 anos, porque achava que depois dos 30 estaria muito obsoleto. Confesso que estou um pouco obsoleto... [risos]

Pedro Alexandre – Aí é que está: essa idéia é vendida pra gente. Estamos muito melhor hoje.

Ricardo Alexandre – Exatamente, mas não me vejo fazendo a mesma coisa que eu fazia quando estava no Caderno 2, indo em coletiva, entendeu? Entretanto, preciso de pessoas que tenham esse mesmo pique de fazer as coisas. Eu me vejo fazendo outras coisas, muitas vezes emprestando o que aprendi para quem tem vontade de ir à coletiva. Mas é um pouco do cara se reinventar mesmo. A minha grande preocupação é que esta obsolescência dos jornalistas não é feita com nenhum tipo de rigor pelo produto jornalístico. É indiscriminado.

Matias – Mas isso que você está falando é muito Folha. Na Abril tem um monte de gente que está há muito tempo.

O RPM seria muito menor se surgisse seis meses antes

Tacioli – Mas ainda com relação à Folha, esse caráter jovem também se reflete nos textos. Nem sempre essa oxigenação traz textos airados, quando você fala “Que belo texto! Que novo olhar!”. Não existe necessariamente uma maturidade de reflexão; se o Pedro ainda estivesse lá, passado por tudo o que passou, talvez trouxesse mais conteúdo do que um moleque. Será que não?

Ricardo Alexandre – Sim, mas digo que o inverso disso também é verdadeiro. A permanência das pessoas também é indiscriminada. É o perfil do cara que fica. Há todas as demissões e o cara que fica. Não necessariamente ele é o melhor. Ele pode, inclusive, ser o melhor, mas é o cara que fica...

Matias – É o bonzinho.

Ricardo Alexandre – Exatamente, é o bonzinho. Mas, via de regra, as pessoas mais irrequietas mudam.

Pedro Alexandre – Concordo com você, está na mão muito mais da gente do que do patrão.

Ricardo Alexandre – Geralmente o que eu vejo, sem citar nomes [risos], é que os velhos jornalistas realmente... Deus me livre e guarde!

Tacioli – Dos velhos jornalistas, independentemente da área de atuação, têm alguns para os quais vocês tiram o chapéu?

Matias – Saindo de música indo para o cinema, o Inácio Araújo é foda. Um cara que tem um negócio do caralho que é um tijolinho todo dia na Folha comentando um filme na TV a cabo. É um haikai. Agora, para aquela micro-pensata não vão dar meia página para ele desenvolver melhor aquele assunto, mas tem essa coisa do que vai passar hoje, qual o show da semana, qual o disco que acabou de ser lançado... E a gente tem essas alternativas que são a Piauí e a Rolling Stone – essa menos porque tem o compromisso com os lançamentos – tentando se aprofundarem um pouco mais.

Tacioli – O NoMínimo era um desses exemplos? [n.e. Referência ao site de artigos, análises, entrevistas e reportagens mantido até o primeiro semestre de 2007 por figuras como Zuenir Ventura, Tutty Vasques, Ricardo Kotscho, Daniel Galera, etc.]

Matias – Era, tinha essas características, de “Vou ler um texto grande!”. Ou como o Gafieiras.

Dafne – E a Brasileiros vocês viram?

Matias – Não, não li.

Pedro Alexandre – Tem uns temas arrojados, mas a concretização nem tanto, mas não sei falar ainda, não. A matéria principal é na linha Piauí, Rolling Stone, começa a fazer uma coisa que ninguém estava fazendo, e aí vamos ver no que dá. É possível que tenha uma trajetória parecida com a da Bizz, porque coloca negro na capa com o preconceito sendo o tema principal, todo mundo pula pela janela... Mas

seremos escravagistas para o resto da eternidade?

Ricardo Alexandre – Tenho uma coisa clara pra mim, que é uma decepção para todo mundo que entrevisto, principalmente sobre música, de que o sucesso ou o fracasso estão muito longe dos domínios de quem produz a arte ou a informação, o jornal ou a revista. Tem 100% a ver com o que as pessoas esperam. O RPM seria muito menor e mais irrelevante se tivesse surgido seis meses antes ou um ano depois. O sucesso ou o fracasso da Rolling Stone ou a Bizz não têm nada a ver com o produto em si. É claro que...

Matias – Ajuda.

Ricardo Alexandre – É claro que há uma inteligência capaz de captar e de estar antenado com as demandas e as aspirações do público, mas uma revista com textos enormes... Vai explicar isso para os caras que faziam o Pasquim em 68. [n.e. A célebre revista tocada por figuras como Tarso de Castro, Millôr Fernandes, Henfil, Paulo Francis, Jaguar, Ivan Lessa, etc.]

Pedro Alexandre – Mas o segredo é que eles não estavam nem aí para o que estavam fazendo.

Matias – Mas no geral é isso, a história das grandes publicações, pelo menos falando mais de música, são revistas em que uma galera se juntou e “Vamos falar do que ninguém está falando?”. A Rolling Stone (norte-americana) foi assim, a Details foi assim, que começaram como revistas independentes que falavam “Tem um monte de coisa acontecendo e não lemos isso em nenhuma publicação”. Claro que existiram outras publicações que começaram com o mesmo intuito e que deram errado, porque tem a ver com o que o Ricardo falou.

Ricardo Alexandre – E para dar um arremate nesta história: o que transforma essas revistas em grandes sucessos ou fracassos é o quanto elas conseguem centralizar a aspiração das pessoas. E me parece que as revistas centralizavam muito mais do que centralizam hoje. Hoje, a multiplicidade de pensamentos, de aspirações, de demandas está completamente pulverizada. Isso não é bom ou ruim em si, mas é um fato.

Pedro Alexandre – Acho curioso como a Rolling Stone (brasileira) centraliza (as aspirações) em torno da capa. Ninguém está preparado para ler aquelas materionas, mas todo mundo discute a capa, porque uma merecia e a outra, não, que é um absurdo a Ivete Sangalo estar na capa [n.e. Edição 3, dezembro 2006], mas não se fala dessa revista. Só se fala da capa dessa revista. Eles vão arcar com isso daqui a pouco. Eles não têm orgulho disso também, mas tem algo errado na medida em que somente a capa está chamando atenção. Ao mesmo tempo é interessante, porque tem de ter a Ivete Sangalo na capa de uma revista brasileira. É nisso que os gringos são diferentes da gente, eles respeitam a Britney a ponto de colocá-la na capa. A população norte-americana não vai falar que é um absurdo – talvez até fale, eu não acompanho tanto assim –, mas não é uma coisa para combate. Eu já provoquei o Quinho: enquanto a Banda Calypso não for para a capa da Rolling Stone brasileira, desculpa, não existe Rolling Stone brasileira.

Max Eluard – **Mas quem se indigna com isso é a mesma parcela da população que não quer discutir o racismo no país.**

Pedro Alexandre – É, mas é quem está promovendo o sucesso da revista. Não sei até onde isso se sustenta, porque “O que estava escrito mesmo nas matérias?”. A matéria que fiz foi muito polêmica, todo mundo xingou, mas xingou o quê? Xingou o fato de ter uma matéria sobre o Cansei de Ser Sexy em toda a edição, mas não o seu conteúdo. É uma coisa superficial. Nessas ocasiões, a gente só discute a casca.

Ricardo Alexandre – Mas de qualquer maneira se discute alguma coisa; esse frisson em torno de quem vai ser a capa da Rolling Stone é super saudável. “Caetano Veloso nu na capa da Rolling Stone!”

[n.e. Referência ao boato que circulou que a capa da edição 11, agosto 2007, traria Caetano nu]

Tacioli – A expectativa que existia em relação à chegada de um disco foi para a capa da Rolling Stone.

Matias – Mas o ponto que o Pedro está falando é “E daqui a dois anos?”.

Pedro Alexandre – Agora, já! O Homer Simpson não causou barulho porque foi para a capa da Rolling Stone? [n.e. Edição 10, julho 2007] Isso vai cansar rapidinho.

Preciso ligar para a minha mulher!

Tacioli – Da mesma forma que você falou do Lindomar com relação ao Gafieiras ou dos ciganos que levam um público diferente para o seu blog, de repente a capa da Rolling Stone também gera esse efeito.

Matias – Essa é uma discussão que está acontecendo agora na internet sobre a necessidade de você ter uma home page, se a maioria das pessoas entra no site depois de procurar algo no Google e cair numa segunda página. O que acontece hoje em termos de publicidade, e não de conteúdo, é “Por que o banner que fica na capa é mais caro do que um anúncio que está no interno e tem uma visita maior?” E isso vai sair da internet e voltar para a gente de novo, até o ponto de chegar a esse exemplo da Vida Simples, em que não se pergunta o que está na capa.

Pedro Alexandre – Pode pôr um xaxim.

Matias – Pode pôr um xaxim, tranquilamente.

Ricardo Alexandre – A idéia está lançada, pessoal.

Pedro Alexandre – Vamos dar uma festa quando o xaxim for para a capa.

Dafne – Xaxim é o título (da entrevista).

Max Eluard – Já tem a foto da home da entrevista. [risos]

Tacioli – Então, gente, é isso. Obrigado pelo papo.

Matias – Obrigado pelo convite.

Max Eluard – Depois de um dia extenuante de trabalho aguentar...

Tacioli – Três horas.

Matias – Não, foram mais.

Pedro Alexandre – Meia noite e cinco?

Ricardo Alexandre – Meia noite e cinco?

Matias – Meia noite ou uma?

Almeida – Uma e cinco, é verdade!

Ricardo Alexandre – Preciso ligar para a minha mulher. [risos]

Max Eluard – Preciso ligar para o meu advogado.

Dafne – Preciso ligar para o vizinho debaixo.

Tacioli – Ricardo, Alexandre e Pedro, vamos tirar umas fotos no sofá, um lugar mais claro.

[Dafne ajusta a luminária e clica]

Matias – Daqui a seis meses estará no ar? [risos]

Dafne – O cara está zuando.

Matias – O Ricardo volta para a Abril. [risos]

Dafne – “Esqueçam tudo o que falei!”

Tacioli – O Roberto Carlos censura o livro do Pedro.

Pedro Alexandre – Daí vocês colocam no final o que aconteceu.

Matias – Como nos filmes: “Alexandre Matias foi visto pela última vez...”.

Dafne – Agora, não olhem para mim.

Ricardo Alexandre – Olhem para mim.

Matias – Parece banda indie.

Ricardo Alexandre – Capa do Los Hermanos.

Matias – Agora você é indie. [dirigindo-se a Ricardo Alexandre]

Dafne – Encostem um no outro. [risos] Relaxem. Encostem um no outro. Levanta o braço, Matias.

Max Eluard – Tem futebol nesta semana?

Tacioli – Se não chover, tem.

Max Eluard – Vamos pegar outra quadra.

Tacioli – Vamos ver se dá.

Tacioli – Para onde você vai, Pedro?

Pedro Alexandre – Vou pra Santa Cecília.

Matias – Vou pro Sumaré.

Max Eluard – Sumaré é meu caminho. Estou no Sumarezinho.

Pedro Alexandre – Mas eu chamo um táxi?

Dafne – Você tem telefone do táxi?

Max Eluard – Eu levo.

Pedro Alexandre – Também não é tão longe.

Max Eluard – É do lado.

Ricardo Alexandre – Se uma entrevista de uma hora leva um ano para publicar, esta então...

Tacioli – Já tivemos maiores, não? Do Moacyr Luz? Pensamos em colocar um trecho em podcast, coisa que a gente nunca fez.

Matias – Vocês já têm podcast agora?

Tacioli – Não. [risos]

Dafne – O Tacioli nem sabe onde encontrar.

Max Eluard – Vamos lá. (...) O pessoal da Santa Cecília e do Sumaré eu levo.

Dafne – Certo. Segue a caravana da Santa Cecília...

FICHA TÉCNICA

MATIAS, PAS E RICARDO ALEXANDRE
Jornalismo aberto para balanço

entrevistadores

Dafne Sampaio
Daniel Almeida
Max Eluard
Ricardo Tacioli
Rune Tavares

fotos

Dafne Sampaio
Daniel Almeida

registro audiovisual

Max Eluard
Rune Tavares

transcrição

Adriana Campos
Dafne Sampaio
Ricardo Tacioli

edição de texto

Ricardo Tacioli

apoio

Avoa Filmes

local e data

São Paulo, 23 de julho de 2007

realização e publicação

gafieiras.com.br