

CHORÃO, LOBÃO E CAZUZA: VALORES IDENTITÁRIOS DE CELEBRIDADES DO ROCK NA CULTURA POP DE *ROLLING STONE*

Letícia Rossa¹

RESUMO

A cultura pop e seus produtos midiáticos provocam sensações e inferências sobre o mundo comum. As celebridades se encaixam neste cenário a partir do momento em que aparecem em performances – e, assim, passam a afetar os sentidos da sociedade. No Brasil, a revista *Rolling Stone* apresenta a cada mês estes artistas da cultura pop e suas produções – por meio de notícias, listas, entrevistas e colunas opinativas. O espaço de maior evidência destas publicações são suas capas, que mensalmente trazem uma celebridade nacional ou estrangeira, em forma de perfil, para incorporar uma temática nas páginas da revista. Para compreender quais são os valores identitários relativos ao Brasil traçados a partir destes perfis de celebridades do rock, foram selecionados três perfis de *Rolling Stone Brasil*: de Chorão, Lobão e Cazuzza. Para viabilizar esta pesquisa, um estudo cartográfico foi desenvolvido a fim de concretizar a investigação. De início, selecionaram-se todos os perfis com personalidades brasileiras nas capas da revista, entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015: chegou-se, assim, a um total de 12. Entres estes, selecionamos os três que trazem elementos e celebridades do rock. Após a pesquisa teórica e empírica, se averiguou que cada perfil publicado em *Rolling Stone Brasil* contribui para a construção de valores identitários relativos à respectiva celebridade entrevistada. Ou seja, os valores de identidades publicados no conteúdo da revista repercutem na sociedade a partir do momento em que são veiculados.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura pop; Celebridades; Valores identitários; *Rolling Stone Brasil*.

CHORÃO, LOBÃO AND CAZUZA: IDENTITY VALUES OF ROCK CELEBRITIES IN THE *ROLLING STONE* POP CULTURE

ABSTRACT

Pop culture and its media products cause sensations and inferences about the common world. Celebrities fit into this scenario from the moment they appear in performances - and, so, begin to affect the society's senses. In Brazil, *Rolling Stone* magazine presents these pop culture artists and their productions every month - through news, lists, interviews and opinion columns. The most evident space of these publications are their covers, which monthly feature a national or foreign celebrity, in the form of a profile, to

¹ Doutoranda em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), onde integra o Laboratório de Investigação do Cibercontencimento (LIC). Vinculada à Linha de Pesquisa de Linguagens e Práticas Jornalísticas. Bolsista Capes. Mestre em Comunicação e jornalista pela Unisinos. E-mail: leticiaf.rossa@gmail.com.

incorporate a theme in the magazine's pages. To understand the identity values related to Brazil drawn from these profiles of rock celebrities, three *Rolling Stone Brasil* profiles were selected.: Chorão, Lobão and Cazuza. To make this research feasible, a cartographic study was developed in order to carry out the investigation. Initially, all profiles with Brazilian personalities on the magazine's covers were selected, between January 2012 and December 2015: a total of 12. Among these, we selected the three that bring elements and rock celebrities. After theoretical and empirical research, it was found that each profile published in *Rolling Stone Brasil* contributes to the construction of identity values related to the respective celebrity interviewed. In other words, the values of identities published in the magazine's have repercussions on society from the moment they are published.

KEYWORDS: Pop culture; Celebrities; Identity values; *Rolling Stone Brasil*.

PERCURSOS INICIAIS

Em sintonia com um Brasil que é tecido a partir de camadas culturais e artísticas, esta pesquisa se propõe a analisar a contribuição da versão nacional e impressa da revista *Rolling Stone* entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015 para as construções referentes aos valores identitários do Brasil a partir de dimensões de cultura pop presentes no jornalismo do veículo.

O processo toma como referência os perfis de *Rolling Stone* – neste caso, os de Chorão, Lobão e Cazuza. A seleção deste objeto se dá pela essência da revista, firmada na proposta de retratar perfis de personalidades nacionais e estrangeiras em suas capas e, assim, promover discussões sociais a partir do que estes sujeitos públicos personificam. Pretende-se compreender, ainda, como o discurso impresso em *Rolling Stone* problematiza a construção de estereótipos que levam à idealização de questões culturais brasileiras, sobretudo no quesito entretenimento com sua interface social. Logo, esta pesquisa se submete à intenção de desvendar o questionamento: quais os valores identitários são sinalizados em *Rolling Stone Brasil*, a partir de Chorão, Lobão e Cazuza, celebridades da cultura pop vinculadas ao rock?

PERFIL, JORNALISMO DE REVISTA E *ROLLING STONE BRASIL*

Um dos modos de afirmação do imaginário social e da produção de conhecimento referente aos assuntos que permeiam o mundo se dá por meio da publicação de conteúdos jornalísticos. Com o desenvolvimento das práticas descritivas - seja de sujeitos, acontecimentos ou cenários -, diferentes formatos de escrita tomaram forma e instituíram caracterizações próprias e individuais. Neste capítulo apresentaremos uma revisão de duas destas ramificações: o perfil e o jornalismo de revista.

Consagrado na América do Norte e Europa devido à sua massificação na metade final do século XX (VILAS BOAS, 2002), o perfil jornalístico, segundo as indicações apresentadas a seguir, desempenha uma singular representatividade no imaginário do leitor. Apesar de despontar em revistas e jornais há mais de dois séculos, foi nas últimas cinco décadas que o perfil jornalístico tem encontrado espaço e recebido atenção, em profundidade, nos veículos de todo o mundo. Informativos como *Esquire*, *The New Yorker*, *Vanity Fair*, *Life*, *Harper's*, *People* e *Biography* foram os pioneiros neste processo. No Brasil, perfis de maior expressão aparecem no final dos anos 60, sucedendo trabalhos iniciais divulgados em *O Cruzeiro*, *Realidade*, *Senhor* e *Manchete*. O propósito, desde este período, era humanizar os textos por meio de diálogos e detalhadas conversas. (VILAS BOAS, 2002).

Os primeiros relatos em perfis de jornalismo (VILAS BOAS, 2003) trazem sujeitos e suas trajetórias relacionadas à fama, à arte, à política, ao esporte ou aos negócios. “Ideias e empatias coexistiam em nome de um retrato literário nítido, em nome de captar o passado e o presente do personagem, sem a atual obsessão por aspas, estatísticas e proezas”. (VILAS BOAS, 2002, p. 96).

É possível considerar um caráter subjetivo a este texto, uma vez que depende dos filtros do jornalista e da performance do perfilado. Assim, Maia (2013, p. 177) considera o perfil como a “[...] possibilidade de composição do sujeito pela escrita de sua trajetória no espaço e no tempo”, com uma singularização do indivíduo que “[...] requer uma relativa liberdade para quem escreve [...]”. (MAIA, 2013, p. 176).

O personagem retratado deve ser o protagonista da história de sua vida. (SODRÉ; FERRARI, 1986). Assim, por meio de discursos diretos e indiretos, são denotados momentos da biografia do sujeito a partir da aproximação – seja em profundidade ou rasa – do entrevistador. Um perfil jornalístico (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 126) traz um texto com “[...] enfoque na pessoa - seja uma celebridade, seja um tipo popular, mas sempre o focalizado é protagonista de uma história: sua própria vida”.

Esta perspectiva vai ao encontro do que infere Vilas Boas:

O perfil jornalístico é um texto biográfico curto (também chamado de *short term biography*) publicado em veículo impresso ou eletrônico, que narra episódios e circunstâncias marcantes da vida de um indivíduo, famoso ou não. Tais episódios e circunstâncias combinam-se, na medida do possível, com entrevistas de opinião, descrições (de espaço físico, épocas, feições, comportamentos, intimidades etc.) e caracterizações a partir do que o personagem revela (às vezes sem dizer) (2002, p. 93, grifo do autor).

Entretanto, ao contrário do que se observa em biografias literárias, o autor de um perfil não tem a necessidade de especificar em totalidade os detalhes da vida do sujeito. A centralidade da história, independente da extensão do perfil (VILAS BOAS, 2003), deve ser o personagem a partir de determinado ângulo, construindo um recorte acerca do sujeito – vida pessoal, carreira, fama, futuro etc.

É necessário que haja, contudo, uma retratação humanizada das percepções do perfilado. Ao contrário do que se sucede no jornalismo diário, em que o personagem é traduzido em números e/ou posições e lugares comuns, no texto em profundidade do perfil a experiência humana é que merece proeminência. Daí a preocupação em se observar o percurso retratado a partir de um todo, embora exista a construção discursiva sob determinado ângulo da vida do entrevistado. Isso porque, conforme Vilas Boas, “[...] o sujeito apresenta certas características, gestos, atitudes e pensamentos em função da fase que está atravessando. Opera-se, nesse caso, com o acúmulo de indícios, que podem ou não ser contrastados com dados do passado ou projeções para o futuro” (2003, p. 21).

O texto de um perfil, por meio do não dito e daquilo que está exposto, oferece pistas para o leitor considerar o perfilado de acordo com suas próprias percepções. Cria-se, segundo esta visão, uma inteligência coletiva por ser o indivíduo um integrante de um fenômeno social macro. (VILAS BOAS, 2002). Por vezes, o que parece ser do próprio sujeito retratado em um perfil consiste, na realidade, na impressão coletiva acerca dele. Esta questão “[...] refere-se ao que é esperado socialmente de um sujeito e à maneira como ele acredita que sua imagem deva parecer publicamente. É uma espécie de 'compromisso' entre o indivíduo e a sociedade”. (VILAS BOAS, 2002, p. 125).

Estes personagens podem ser demarcados segundo a fala, o silêncio, a idade, a profissão, a região geográfica em que estão inseridos e a posição social que ocupam. (COIMBRA, 1993). Estes são indícios que favorecem o desenho de quem é o sujeito que está sendo exposto.

Na verdade, é desejo do jornalismo dar a sensação de realidade às personagens. Notamos que, por esse motivo, a sua caracterização não atenderá apenas aos aspectos psicológicos, mas também aos físicos, contribuindo para a criação de um elo de percepção do leitor. Seja pelas minúcias da altura, peso, expressão facial ou estilo de vestir, cada variação trará consigo parte da história a ser narrada. (SILVA, 2010a, p. 407).

Estes atributos próprios de cada ser humano estabelecem quem é o personagem. Neste contexto, uma história que considera as técnicas do jornalismo literário, como é o caso do perfil jornalístico, prescinde de um sujeito centralizador da narrativa. A moldura na qual ele será enquadrado, no entanto, pode ser distinta, uma vez que traz o caráter autoral do repórter. (SODRÉ; FERRARI, 1986).

À sombra deste enfoque, Vilas Boas sublinha que o jornalista traz, nas entrelinhas de seu texto, a “memória, conhecimento, imaginação, sínteses e sentimentos” (2003, p. 13-14) próprios de sua biografia. Assim, conforme o autor, há um latente e constante envolvimento do comunicador com o entrevistado em um processo de trocas de experiências – tanto a de quem constrói o perfil quanto daquele que será o personagem central. Entretanto, a partir do que sugere o discurso do jornalismo literário, a narrativa em perfis jornalísticos é passível de ser inacabada,

aberta a apropriações e reflexões do leitor. Assim, as partes que dão forma ao personagem “[...] não expressam o retrato pronto e acabado do sujeito, posto que a sociabilidade, como já falado, modifica cotidianamente a condução dos indivíduos na vida em sociedade”. (MAIA, 2013, p. 186).

A partir da edificação de um perfil é possível se obter um retrato social ancorado no presente, mas com considerações significativas sobre o passado e o futuro – uma vez que o formato do perfil dá margem a “[...] reconstruções e releituras sociais, pois há uma mediação constante entre aquele que o vê e aquele que o faz [...]”. (SILVA, 2009, p. 9).

Deste modo, como “[...] a grande preocupação vem sendo entender as formas sociais na interação dos indivíduos, [...] valorizando as suas histórias pessoais e visões de mundo construídas a partir dos encontros [...]”, o perfil jornalístico aparenta ser o formato “[...] mais adequado para que possamos entender a vida cotidiana”. (SILVA, 2010b, p. 9). Nesta rotina social, ao cumprir o papel de gerar empatia junto ao público (VILAS BOAS, 2003), o perfil pode viabilizar uma espetacularização da vida do sujeito ao exaltar possíveis “heróis” a que se convencionou nomear de celebridades. Em outras palavras, os perfis “[...] também só podem elucidar, indagar, apreciar a vida num dado instante. São mais atraentes quando provocam reflexões sobre aspectos objetivos e subjetivos comuns à existência de todos nós” (VILAS BOAS, 2003, p. 20). Isso porque o texto consiste em um recorte de determinada fatia biográfica do sujeito perfilado.

Seria possível, então, retratar o cotidiano de uma sociedade a partir da ótica deste personagem, segundo a autoria do jornalista? Silva (2010a) considera que sim, ao passo de que, por meio do discurso deste formato jornalístico, compreende-se a identidade de dada sociedade dentro de um considerado fragmento de tempo.

O homem como indivíduo particular e a sua relação com a humanidade enquanto elemento universal permanecem sendo bem delineados através das narrativas. Nelas podemos analisar como foram perpetuados os acontecimentos do passado e como os mesmos encontram-se enraizados na cultura e no presente. (SILVA, 2010a, p. 406).

Neste sentido (MAIA, 2013), é substancial para a autenticação de uma identidade (ou múltiplas identidades) a veiculação de relatos jornalísticos sobre personagens que apresentem, junto à sua história de vida, um recorte acerca da sociedade em que se vive. É o caso de *Rolling Stone Brasil*, revista nacional de cultura pop que será examinada em seguida.

A REVISTA E A CONFIGURAÇÃO DO SEU JORNALISMO

A revista, por meio de seu discurso jornalístico, é competente na validação de identidades. Esta constatação é de Scalzo (2008), que admite a capacidade de as publicações instituírem vínculos entre os sujeitos que as leem, uma vez que há “[...] um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, *ajuda a construir identidade*, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo”. (SCALZO, 2008, p. 12, grifo nosso).

A partir desta lógica, o jornalismo de revista traz um conteúdo capaz de contribuir para a solidificação identitária de uma sociedade, ao passo de que pode retratar (SCALZO, 2008, p. 16, grifo nosso) determinada época e sustentar seus respectivos mitos. “Por isso, dá para compreender *muito da história e da cultura de um país conhecendo suas revistas*. Ali estão os hábitos, as modas, os personagens de cada período, os assuntos que mobilizaram grupos de pessoas.”

Devido a esta responsabilidade, a fala do comunicador no jornalismo de revista deve ser simples, elegante e criativa, respeitando a liberdade de composição do conteúdo. O modo pelo qual se apresenta a história ao leitor tem a necessidade de ser envolvente, sedutor, por meio de uma narrativa que retrate o elemento humano a fim de provocar uma análise e reflexão na sociedade que a lê. (VILAS BOAS, 1996).

Uma amostra de todos estes entendimentos está nas revistas de cultura pop do Brasil, como *Rolling Stone*, que chega ao país em 2006. A revista traz em suas páginas um discurso relativo à música, mas também se preocupa em apontar noções da cultura pop e do panorama em que este nicho de mercado se enquadra (política e economia, por

exemplo). Este modelo acompanhou os movimentos de meios de comunicação de massa de todo o mundo, mas persistiu – e ainda prossegue – com um plano editorial que se assemelha a este da década de 1960. (SCHERNER, 2014).

Ao longo de sua história, a Revista Rolling Stone se firmou como a principal porta-voz das manifestações da cultura jovem nos Estados Unidos e no mundo como um todo. Com sessões sobre música, comportamento, política e cultura pop, a Revista Rolling Stone conseguiu angariar um séquito de fãs fiéis que acompanham o seu modus de fazer jornalismo, que era diretamente ligado aos usos e gostos do seu fundador. (MONTEIRO, 2015, p. 30).

A narrativa da revista brasileira (SCHERNER, 2014) consiste na tradução de produções da filial norte-americana e na elaboração de conteúdos exclusivos que remetem ao desenvolvimento cultural do país. Ela apresenta-se como “[...] uma publicação que aborda cultura pop, representada tanto por música quanto por artes em geral. Porém, entre matérias sobre cinema e tendências musicais, há espaço para reportagens especiais sobre o Brasil e textos a respeito da política nacional”. (ROCHA JÚNIOR, 2012, p. 7).

Por meio destes sujeitos retratados na publicação, o leitor desenha percepções relativas si e ao contexto que o cerca. O raciocínio de Benetti (2013) define que esta lógica inaugura inferências correspondentes ao imaginário social, uma vez que o leitor está inclinado a adquirir e se integralizar a determinada revista porque, via de regra, se interessa à temática descrita naquelas respectivas páginas. Ou seja: o fato de um sujeito portar, em mãos, um exemplar de *Rolling Stone Brasil*, diz muito sobre quem é ele diante da sociedade – e assim se enfatiza a noção de pertencimento entre leitor e veículo.

DIMENSÕES DA CULTURA POP EM CELEBRIDADES

As reflexões sobre o eu, o outro, os preconceitos, as lutas e as manifestações culturais de dado povo inauguram discursos de cunho artístico que se justificam em dimensões econômicas, políticas e, em geral, sociais. É a partir deste viés que serão

traçados, neste estudo, os preceitos que regem a cultura pop – e o modo pelo qual músicas, filmes, novelas, concertos e shows incorporam questões da sociedade, questionam contradições de igualdade e promovem uma despolitização de bens simbólicos.

Cultura Pop é desses termos incontornáveis, atravessado por sentidos e sentires, processos, produtos e sistemas. Diz respeito a estéticas do entretenimento, a noções como lazer, diversão, frivolidade e superficialidade. Trata de formas de produção e consumo que permeiam um senso de pertencimento e partilha, gerando não menos dissenso, exclusão, adequações e domesticações. Compreende as particularidades expressivas de corpos, produtos e performances que encenam modos de viver, habitar, afetar e estar no mundo numa certa retórica transnacional, a partir de ideias de modernidade, cosmopolitismo e deslocamento. Cultura Pop é, em outras palavras, a nossa cultura. (SOARES, 2016b, p. 1, grifo do autor).

A cultura pop se ancora em noções de entretenimento, lazer e diversão. Trata-se de um conjunto de práticas de consumo (SOARES, 2013) que geram inferências relativas ao cotidiano por meio de suas falas, por vezes, tomadas como clichês: canções que tocam em emoções, frases de efeito, finais de novela comoventes, filmes com enredos já imagináveis etc. Ou seja: são produções que interessam os sujeitos porque ali estão significados que os habitam.

A ideia de cultura pop será concebida, portanto, neste estudo, como uma lógica que está atrelada a formas de consumo e produção de conteúdos comunicacionais direcionados ao entretenimento. (SOARES, 2013). Esta noção será reconhecida, aqui, a partir de sua funcionalidade enquanto produtora de sentidos e propositora de negociações entre sujeitos – destaca-se, neste aspecto, o senso de pertencimento edificado entre indivíduos por meio da cultura pop.

A significação identitária de cada sujeito é enriquecida por meio destes produtos culturais, uma vez que há a absorção de temas dispostos nos veículos midiáticos que moldam – ou ajudam a moldar – quem é e quais as preferências dos indivíduos a que a eles têm acesso. Este argumento é defendido por Kellner (2001), que indica a existência de uma cultura divulgada por meios de comunicação que afeta a vida cotidiana de maneira que sejam modeladas opiniões e comportamentos políticos e sociais dos atores

– e, assim, contribuem para a estruturação de suas identidades. “O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente”. (KELLNER, 2001, p. 9).

Daí desponta a relevância de a cultura da mídia propagar conteúdos que ecoem situações reais de dado povo em sua trajetória contemporânea, com suas lutas, preconceitos e conquistas.

Para compreender a forma pela qual os sujeitos promovem afetos na sociedade, parece relevante pontuar aspectos relativos à performance – compreendida, aqui, como um objeto ou processo de incontáveis ordens que correspondem a comportamentos apropriados e ensaiados para dada ocasião: desde um show artístico até celebrações religiosas, por exemplo. (SOARES, 2016a). Por meio da performance social, Taylor (2013) parece indicar que é possível reconhecer as teatralidades e culturas de dado nicho populacional. Entre estes elementos performatizados diariamente na esfera pública estão a “Obediência cívica, resistência, cidadania, gênero, etnicidade e identidade sexual [...]” (TAYLOR, 2013, p. 27), que atuam como mediação do corpo destes sujeitos.

Com estes gestos performáticos, padronizados e que seguem um ritual, Soares (2016a) indica que se estabelece uma estrutura de respectivos ambientes e de situações que nele se inscrevem – como é o caso de concertos musicais, funerais, casamentos etc. Estes movimentos performáticos possibilitam que os sujeitos se legitimem. Se concebemos, neste cenário, a performance enquanto uma teatralidade, há de se considerar a performatividade no contexto da repetição. Ou seja: é a reafirmação de uma performance que configura dada performatividade. Na ordem do que pensam Amaral, Monteiro e Soares, trata-se de um “processo contínuo de reiteração daquilo que forma a eficácia da performance – o arsenal cultural que nos move por outros corpos, outros gestos, fantasmagorias, por aquilo que julgamos ser uma forma bem-sucedida de performatizar” (2016, p. 17).

As indústrias culturais nomeiam, usualmente, novos personagens para representar os ideais de uma geração (ou parcela de uma geração). É sabido, no entanto, que estas figuras emblemáticas provavelmente gerem sentidos apenas para seus contemporâneos, aqueles que compartilham do “mesmo espaço temporal, medos, angústias e desejos refletidos em gestos, filmes, livros ou letras de músicas”. (MONTEIRO; SOARES, 2013, p. 1). Como desafio para manter-se à frente do mercado de produção cultural, estes personagens têm a necessidade de imperar uma atração contínua, que carregue significados inúmeros e que seja agenciada por meio daquilo que produz – música, filme, televisão. Dito de outro modo, quando uma geração se reconhece em uma produção cultural,

[...] não só a usa como artefato identitário, mas também a assume como “bandeira”, ou seja, emblema de uma geração e época. Isso se mostra quando, a cada década, uma “nova Madonna” é apontada por críticos e pela indústria da música. Ser chamada assim é quase um atestado de eficiência e um “selo de qualidade” do próprio trabalho apresentado (MONTEIRO; SOARES, 2013, p. 2).

Os meios de comunicação, independente de seu formato, são difusores destas representações sociais e potentes incentivadores do imaginário no que tangem estes personagens públicos. (MAIA; AZEVEDO; PEREIRA, 2014). Deste modo, emergem construções coletivas reforçadas por estes grupos de interesse. Isso porque, segundo as autoras, “a mídia acelera as mudanças que as representações devem sofrer para penetrar a vida cotidiana e se tornar parte da realidade comum. Ao mesmo tempo em que colabora para a propagação de uma representação, a mídia também reforça e legitima tal representação” (2014, p. 3).

É assim, por meio destas reiterações de figuras emblemáticas que falam e agem em nome de uma geração, que se constituiu o que hoje chamamos de celebridade. O termo (LANA, 2014) tem origem em 1962, por meio do historiador Daniel Boorstin, que definiu o conceito a partir da lógica de que uma celebridade é um sujeito conhecido justamente por ser bastante conhecido. Esta lógica de afasta daquela promulgada referente aos heróis do passado: durante um período (PRIMO, 2009), os sujeitos eram

instados a idolatrar grandes homens e mulheres segundo suas conquistas, atos de coragem e perseverança, sempre aliados às ideias de martírio e dor. “Enquanto o herói era reconhecido por seus bravos feitos, a celebridade é lembrada por sua imagem ou marca. Logo, [...] o herói criou a si mesmo, a celebridade é um a criação da mídia. Enquanto o primeiro era um grande homem, o último é um grande nome”. (PRIMO, 2009, p. 2).

Assim, ao criar identificações com os atores sociais afetados por seus atos, as celebridades podem ser tomadas como pseudoacontecimentos humanos, uma vez que são eventos não espontâneos criados e compartilhados nos meios de comunicação social. Sua configuração seria a de um elemento produzido para ser observado constantemente e que tem na mídia a sua fortaleza e a sua redenção. Sem a reprodução em massa, nada seriam. (LANA, 2014).

VALORES IDENTITÁRIOS PARA PENSAR PERFIS

A proposta desta etapa da pesquisa é assimilar a ideia de que um sujeito não é unificado a partir de um viés, mas de identidades múltiplas e contraditórias (HALL, 2005) que se inserem em um movimento inacabado, submetido a constantes adaptações. Charles Taylor (1989) percebe a construção da identidade pessoal numa relação com práxis sociais, através de frames que são contemporaneamente fluidos ou voláteis e que são acionados para as pessoas darem sentidos a si próprias e às coisas. Há especificidades individuais que se articulam a especificidades socioculturais. Esse comportamento implica na possibilidade de uma multiplicidade de manifestações do *self*. A identidade como multiplicidade é não só uma forma de auto expressão e experimentação do *self*, que se desdobra em um complexo de máscaras virtuais, como também de aprendizagem e vivência de novos tipos de experiências.

Estas perspectivas que configuram a constituição do indivíduo não estão apenas relacionadas a ele, mas a um cenário exterior que abarca todas as relações sociais, pessoais, profissionais (e tantas outras) que dão forma ao espaço em que ele se insere.

(ORTIZ, 1985). Em outras palavras, as identidades são as responsáveis por indicar “[...] nosso pertencimento a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e nacionais, em especial. São nossa identificação com determinados conjuntos de significações compartilhadas por um coletivo”. (FELIPPI, 2006, p. 12). Deste modo, apesar de se configurarem de maneiras diferentes, os sujeitos sentem-se como um ser unificado a partir do momento em que dividem suas matrizes culturais.

Desta forma, inúmeros elementos agregam referências aos indivíduos: o lugar que nasceu, o idioma, a cor, o gênero, a orientação sexual etc. Ora, deste modo, quando questionado sobre quem é, o sujeito dá início à uma teia de inferências que buscam, por meio de seu discurso, definir a sua essência (MARTINO, 2010) – seja por falas verbais ou não-verbais, uma vez que os silêncios expressam tanto quanto a voz. No entanto, justamente por ser resultado de um processo construído socialmente, a identidade se mostra como um elemento mutável, deslocado e até fragmentado. (HALL, 2005).

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao mesmo temporariamente. (HALL, 2005, p. 13).

Parece importante refletir, sob este viés, a forma pela qual se articulam estas noções identitárias com os elementos midiáticos – especialmente aqueles que trazem elementos da cultura pop de um país. A mídia assume e incorpora discussões do senso comum (COSTA, 2017) de modo a interferir naquilo que os indivíduos tomam como seus valores identitários. Ou seja, são causados movimentos que rompem, por vezes, com o que até então era pontuado como norma, ou com os processos que apareciam de forma naturalizada no meio social. Questões de gênero, de raça e de estereótipos envolvendo o corpo podem servir como exemplo: por meio da mídia e suas plataformas (impressa, digital, televisiva, radiofônica) pode ser legitimado um único padrão ou, então, podem ser desconstruídas as visões essencialistas relacionadas a estes e tantos outros temas que envolvem as comunidades e seus sujeitos. (MARTINO, 2010).

A mídia, nesse sentido, não é apenas o *instrumento* de imposição legitimada de um padrão, mas também a arena das disputas de espaço pela construção de práticas significativas dentro de uma cultura em luta. O poder atrai o poder, e multiplica-se na proporção em que for associado [...]. (MARTINO, 2010, p. 147, grifo do autor).

Se estes espaços midiáticos ajudam a moldar quem as pessoas são, se pode reconhecer que a identidade que chamamos de “nossa” é, na verdade, construída a partir de escolhas – muitas vezes apontadas naquilo que lemos, vemos ou ouvimos nos meios de comunicação. Isso porque, “Em uma sociedade articulada com a mídia, a construção da identidade passa pela relação entre as pessoas e os meios de comunicação, em diversos graus de articulação entre eles”. (MARTINO, 2010, p. 16). Logo, parece essencial pensar como estas representações de identidade aparecem, por exemplo, em revistas de circulação nacional como Rolling Stone – e como são desenhados e elencados os valores inseridos em seus perfis e suas reportagens.

A partir daí se manifesta uma nova questão: a necessidade de atentar às contribuições levadas pela cultura pop a estes produtos midiáticos, uma vez que, conforme as negociações relatadas no capítulo anterior, os elementos relacionados, em especial, às celebridades, costumam despertar sentidos de identificação nos sujeitos. Esta identidade que se apresenta como um reflexo das celebridades (ou de supostos heróis) é, ainda, uma forma de construção da própria identidade do indivíduo. (MARTINO, 2010).

Nesse sentido, os discursos fundadores da identidade, especialmente no caso de povos e nações, estão próximos das *lendas e dos mitos*, construídos e *divulgados à exaustão* no sentido de reforçar o vínculo com determinada narrativa da qual se possa *fazer parte* associando suas características às dos outros elementos [...]. (MARTINO, 2010, p. 58, grifo nosso).

Assim, a mídia se coloca como um dos principais meios em que podem se criar (ou se reafirmar) estereótipos e/ou regras sobre o que é certo e errado em performances sociais dos sujeitos – sempre em negociação “[...] com as perspectivas do receptor na

construção de uma identidade”. (MARTINO, 2010, p. 146). O bonito e o feio, por exemplo, são legitimados, no caso desta pesquisa, por aquilo que é indicado no discurso do jornalismo em revistas. “Nesse cenário, textos da mídia [...] podem se tornar a origem da maneira como pensamos sobre nós mesmos [...]”. (MARTINO, 2010, p. 59).

Estes indícios assinalam, portanto, que itens da cultura pop fazem parte do processo de estruturação de identidades culturais dos sujeitos por meio da apropriação cognitiva a que estes se submetem – normalmente inspirados nas celebridades que os atraem. (COELHO, 2015). É exatamente a partir deste universo simbólico que se articulam, nesta pesquisa, aquilo que chamamos de valores identitários, ou seja, as tradições valorativas percebidas nos elementos da cultura pop. Neste contexto aparem, ainda, performances de gosto e afetos também valorativos (AMARAL; MONTEIRO; SOARES, 2015), que se apresentam por meio de discursos que trazem em si marcas dos próprios sujeitos.

Marcadores como raça, gênero, sexualidade, classe social, limites financeiros e preferências sociais são alguns dos valores que se colocam em elementos da indústria cultural, como músicas, filmes, telenovelas, vídeoclipes etc. No caso de revistas, os ícones apresentados nas páginas (normalmente celebridades) traduzem os próprios valores daquele público que consome o informativo – uma vez que serão entrevistados os ídolos que mais interessam aos leitores. O valor poderia ser visto, assim, “[...] não na sua forma, mas pelo seu uso”. (AMARAL; MONTEIRO; SOARES, 2015, p. 3). Nestes conteúdos se encontram, entre variadas informações, enfrentamentos políticos, resistências sociais, reforço de estereótipos, quebra de paradigmas, empoderamentos, opiniões de autonomias etc. Em outras palavras, são reverberações valorativas estimuladas pela cultura pop. (AMARAL; MONTEIRO; SOARES, 2015).

ANÁLISE: O BRASIL QUE IMPORTA PARA *ROLLING STONE*

A partir das dimensões teóricas assinaladas anteriormente no que se refere aos perfis em *Rolling Stone* e à cultura pop em que estão inseridas as celebridades

brasileiras (enquanto atores sociais) trazemos a análise de três perfis que integram o cenário do rock nacional: Chorão, Lobão e Cazuza. Estes são os artistas brasileiros do gênero musical que aparecerem de janeiro de 2012 a dezembro de 2015 – período de recorte do corpus desta pesquisa.

A intenção é desmembrar estes perfis como forma de compreender os personagens e suas atribuições em relação ao país. Não se pretende definir algo que se possa entender como identidade nacional, mas refletir sobre o que determinados meios de comunicação propagam e constroem, junto à sociedade, no que se refere ao comportamento de sujeitos que compartilham de uma mesma nacionalidade.

A partir desta lógica exploramos o acervo digital de *Rolling Stone Brasil* em seu site e, mês a mês, entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015, selecionamos todas as edições com personalidades brasileiras em suas capas: no total, foram 12. Com isso, a partir destas 12 reportagens, selecionaram-se os perfis vinculados estritamente ao rock brasileiro – chegando aos três perfis de Chorão, Lobão e Cazuza. Partindo de uma metodologia exploratória própria, inspirada na cartografia desenvolvida junto ao Laboratório de Iniciação do Ciberacontecimento (LIC), do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, os perfis detalhados a seguir foram impressos e fixados em um mural. De início, em uma aproximação inicial com este material, foram assinalados os trechos que mais fizeram emergir sentidos na nossa percepção. Após este período de observação dos materiais empíricos, eles foram “encobertos” com a finalidade de promover um afastamento entre pesquisadora e conteúdos das reportagens. Em seguida acontece o aprofundamento no marco teórico, em especial em tópicos relacionados a jornalismo de revista, perfil, cultura pop e valores de identidade. Só então tornamos a nos aproximar do empírico – assim, novas sequências foram indicadas.

Há uma inspiração cartográfica nesse processo, no sentido de Benjamin (2006): fragmentos dos textos verbais, gráficos e visuais, coletados pelos percursos do olhar, vão formando constelações de sentidos, também acionados pela rede conceitual mobilizada.

CHORÃO: SEM LIMITES, COM DROGAS E SONHOS

O perfil que conduz a edição de número 79 de *Rolling Stone Brasil* é o de Chorão, cantor brasileiro falecido em março de 2013. O conteúdo foi divulgado no mês de abril do mesmo ano. Além da reportagem assinada por Maurício Monteiro Filho, o conteúdo online² traz mais 14 imagens de arquivo pessoal e também de autoria de Jerri Rossato Lima.

Quadro 1 – Perfil de Chorão

<p>Comprimidos, bebidas e uma substância branca em pó em abundância pareciam um parque de diversões da mente, elementos que poderiam explicar tudo o que os ávidos por explicações esperavam. Um cenário trágico e decadente, capaz de reduzir 20 anos de carreira, dez álbuns, milhões de cópias vendidas, dois prêmios Grammy Latino, um longametragem de ficção, uma legião de fãs e outra, menor, de adversários [...].</p>	<p>Termina com uma torrente que carrega uma infância dura, iniciada em São Paulo e encerrada em Santos, um histórico de comportamento tão explosivo quanto reservado, separações controversas (de integrantes da banda e de duas esposas) e atritos públicos com afetos e desafetos, e afluência para o isolamento.</p>
<p>As pessoas mais próximas ao músico o descrevem como alguém que se importava com o próximo. Fosse por</p>	<p>“Ele deu tudo pra todo mundo. E esqueceu um pouco dele”, diz.</p>

² Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-79/do-comeco-ao-fim>.

<p>meio de doações ou pela própria entrega e dedicação, Chorão dava um jeito de ajudar quem precisava.</p>	
<p>Chorão, por sua vez, só pensava que era a hora de mostrar serviço.</p>	<p>“Ele tinha muito carinho pelo trabalho e brigava por cada coisa. Era um cara visionário. Parecia que sempre estava um pouco à frente”, exalta Castanho. Se acreditava em uma ideia, o vocalista teimava com ela até o fim.</p>
<p>Explosivo, humilde e baderneiro como sempre foi, Chorão passou então a dominar as paradas de sucesso nacionais.</p>	<p>Porque ter se tornado justamente a pessoa que sonhava ser quando ganhou o apelido nas pistas de skate, antes mesmo de se tornar um skatista habilidoso e depois um artista bem-sucedido, também não foi o suficiente para que Chorão salvasse a si próprio.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

As articulações de toda a reportagem, na primeira à última linha, fazem referência à overdose de Chorão que culminou em sua morte. Embora o jornalista não tenha estado no apartamento do cantor no dia em que este foi encontrado, há relatos, a partir de fontes próximas, referentes ao cenário que se desenhava sobre Chorão – embasados em sentidos de desolação, comoção, revolta e dor. Ou seja: mais um rótulo somado aos já direcionados a ele.

A exemplo dos perfis analisados anteriormente, cumpre-se a regra muito comum no chamado jornalismo literário, em que celebridades, principalmente as já falecidas, são diagnosticadas enquanto heróis contemporâneos de suas gerações. Assim, em *Rolling Stone* é repassada aos leitores a identidade de um Chorão humilde, com uma trajetória pobre e “uma infância dura”, acrescida, ainda, de rompimentos em relações familiares e comportamento “tão explosivo quanto reservado”. Com a fama, no entanto, heroicamente, Chorão aparece como um ser humano simples e altruísta, representando, novamente, o brasileiro que, por meio de um árduo trabalho, conquista suas metas.

É a partir deste discurso que o consumo de drogas é apontado – sempre de forma sutil e tomado como uma alternativa necessária de Chorão às intensas demandas vivenciadas por ele em suas duas décadas de carreira. As motivações que incentivaram o cantor são explicadas, passo a passo, em uma espécie de descrição do processo autodestrutivo em que ele esteve inserido.

Este é o primeiro perfil póstumo selecionado por *Rolling Stone* (entre os anos de 2012 e de 2015) para chamada principal de capa em sua edição impressa e digital. A publicação posterior ao falecimento do artista dá margem a um tensionamento relativo ao que a revista considera como atraente para publicação: em vida, Chorão renderia menos ibope. A impossibilidade de entrevistar o cantor, embora fosse ele o personagem central da história, motivou o jornalista a obter relatos junto ao delegado que comandava as investigações (Thiago Castanho), à ex-esposa (Graziela Gonçalves) e aos integrantes da banda Charlie Brown Jr., da qual Chorão aparecia como líder (foram ouvidos o guitarrista Marcão, o baixista Champignon e o baterista Bruno Graveto).

Os elementos do senso comum que cercam não só a história de Chorão, mas toda a banda, são reforçados por meio de sequências destacadas pelo autor do perfil. Os detalhes dos feitos, das complexidades e dos prêmios direcionados ao grupo ou apenas ao cantor, por vezes, não vão além do que tantas outras bandas nacionais fizeram – e ainda fazem. Ora, estas questões estão imersas em um contexto anterior ao momento da entrevista. A morte de Chorão ainda era um acontecimento recente, que reverberava na mídia e, em especial, entre os integrantes da banda. Assim sendo, as descrições

apontadas pelos ex-colegas e 80 reproduzidas pelo jornalista dão conta de um artista emoldurado por adjetivos que denotam uma imagem positiva. Esta afirmação não quer dizer que, caso estivesse vivo, Chorão seria alvo de crítica dos companheiros de Charlie Brown. Mas a sua morte, por si só, já afasta qualquer ideal negativo que pudesse ser desenhado sobre ele enquanto amigo ou celebridade – daí a ressignificação dos relatos altruístas que são repetidamente expostos na reportagem.

Esta exploração da identidade de Chorão após a sua morte traduz os interesses do leitor – que, por ora, são atendidos pelo editorial de *Rolling Stone*. Ou seja: aquele momento de comoção pode ter conduzido desde a escolha dos entrevistados até a escrita criativa do jornalista. Neste cenário, Chorão é reconhecido enquanto produto midiático que incorpora e reforça estereótipos até então relacionados a ele: o de homem que lutou e, com malandragem e carisma, conquistou um país inteiro. A sua morte aparece com um valor simbólico bastante presente, conduzindo a narrativa do jornalista: uma vez que este é um dos temas que mais causa efeito no cotidiano emocional dos sujeitos.

Chorão materializa, em *Rolling Stone*, aquilo que já havia acontecido, por exemplo, com Michael Jackson. Ora, após o falecimento do ícone do pop, inúmeros veículos detalharam a trajetória do artista o edificando como mito/herói vítima da crueldade social e que recorreu a drogas ilícitas como forma de suprir as dores que o afligiam.

LOBÃO: EM BUSCA DAQUILO QUE NÃO É IMPOSTO

O cantor Lobão é o protagonista do perfil que estampa a capa de *Rolling Stone* no mês de maio de 2013, correspondente à edição 80 da magazine³. O conteúdo editorial é assinado pelo jornalista Tiago Agostini e aparece acompanhado por uma galeria com sete imagens de arquivo pessoal de Lobão, além das fotografias de Rui Mendes.

³ Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-80/lobao-contrario-mundo-do-fundo-doracao-eu-seria-incapaz-de-matar-uma-mosca>.

Quadro 2 – Perfil de Lobão

<p>Em determinado momento do livro <i>Do Lollapalooza Manifesto do Nada na Terra do Nunca</i>, Lobão lista uma série de características pelas quais costuma ser conhecido pela opinião pública: drogado, matricida, roqueiro.</p>	<p>Do Lollapalooza [...] até a presidente Dilma Rousseff [...], passando pela MPB, a tropicália, Gilberto Gil, ninguém escapa ileso ao bombardeio de opiniões de Lobão.</p>
<p>"As polêmicas são causadas pela incapacidade de compreensão das pessoas. Acho meus pensamentos muito claros, muito nítidos e muito honestos", afirma Lobão [...].</p>	<p>"Se as pessoas lerem, já fico satisfeito, mas o pior é que vai ter muita gente que não vai ler e vai criticar", acredita.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Movido por polêmicas. É este sentido que emerge a partir do discurso direto e indireto que integra o perfil de Lobão a partir do que postula o veículo. Embora a entrevista tenha sido redigida no formato ping-pong (o que restringe, em parte, a interferência do jornalista na redação final), é possível perceber indícios da participação e das intenções de *Rolling Stone* já no momento das perguntas para Lobão.

Ora, se estas informações pré-concebidas referentes à celebridade condicionam a relação repórter-entrevistado, é de se considerar que há um reforço nos estereótipos que permeiam o senso comum. Por meio do perfil, *Rolling Stone* valida a noção de que o cantor, enquanto artista cercado pelos valores do rock'n roll, é um sujeito que transgride as normas habituais da sociedade – e, assim, novamente se associa este valor identitário de transgressão ao rock e seus seguidores. Lobão, por sua vez, também não mascara esta realidade (que aparece como sua única verdade). Ou seja, seu posicionamento vai ao encontro de uma imagem já instituída socialmente em que ele investe em uma postura contrária àquilo que é considerado tradicional. Em outras palavras, Lobão se posiciona como um brasileiro que não se enquadra naquilo que o é imposto, colocando-se e

reverberando em rede, em discos, em livros e sobre o palco aquilo que avalia como plausível de ser tensionado.

Ao tomar a música que produz como bem cultural e político, o artista faz uso de sua posição-sujeito para explanar, em especial, ideologias de esquerda e de direita. Sua fala, silenciosa ou audível, é permeada de argumentações que não compactuam com valores conservadores e/ou retrógrados. Lobão defende a liberdade de ser do sujeito e a indiferença àqueles que não compreendem suas contestações.

Assim, como produto da cultura pop, ele materializa estas questões transgressoras (não apenas relacionadas à música) e se torna referência seja na mídia os junto aos sujeitos anônimos.

CAZUZA: UM POETA EXAGERADO QUE NÃO MORREU

O segundo perfil póstumo analisado nesta pesquisa é o de Cazuzza, publicado na edição 106 de *Rolling Stone*. O perfil⁴ de autoria de Mauro Ferreira está incluído no exemplar de junho de 2015 da revista. Há, ainda, uma galeria com sete imagens de arquivo que retratam instantes da história do artista.

Quadro 11 – Perfil de Cazuzza

<p>[...] o Cazuzza, um dos mais relevantes cantores e compositores da geração pop projetada no Brasil ao longo dos anos 1980. Em intensos nove anos de carreira, Cazuzza deixou uma obra duradoura, tendo até escapado das fronteiras do país, como atesta o registro em espanhol de “O Tempo Não Para”, feito em 1992 pelo grupo argentino Bersuit Vergarabat.</p>	<p>Morto após uma árdua luta contra os males causados pelo vírus da aids, Cazuzza vive na memória da música brasileira entre lendas sobre seu temperamento passional. Mas o que lhe garante a posteridade é a obra que transcendeu o universo do rock ao se aproximar da MPB com uma poesia sempre cortante no fio da navalha. Uma obra pautada por um desespero paradoxalmente esperançoso.</p>
---	--

⁴ Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-106/eternamente-exagerado>.

<p>“Renato Russo que me perdoe, mas Cazuzza é o artista mais importante da geração dele. Renato era genial, como Cazuzza, mas era geneticamente triste. Cazuzza era geneticamente alegre”, compara.</p>	<p>“Como poeta, o Cazuzza construiu um universo de rebeldia, transgressão. Ele misturou informações brasileiras e internacionais com estilo particular, único. Nossa afinidade se constituiu de forma meteórica. Essas coisas são carmáticas. Em nove anos, construí com ele uma amizade que eu tinha somente com meus melhores amigos de infância.”</p>
<p>O que não mudou foi a forma impulsiva com que Cazuzza levou sua louca e breve vida.</p>	<p>Goffi sempre soube que, por trás de qualquer loucura de Cazuzza, havia amor em profusão. “O amor sempre foi o carro-chefe dele. Ele amava a todos e era amado por todos nos lugares por onde andava. Era um príncipe de Ipanema, do Posto 9, com sua turma, sempre em bandos espalhados pela areia. Cazuzza era gay e bem resolvido com a sua sexualidade. Era ariano e, às vezes, um pouco careta, como todo ariano é na essência: bem louco e bem careta”, caracteriza Goffi.</p>
<p>“João e Cazuzza tinham uma relação de pai e filho mesmo. Já comigo, era a falta de respeito total. Cazuzza me mandava à merda, mas não tinha a audácia de xingar o João. Diante do João, ele botava o rabo entre as pernas.”</p>	<p>Pelo talento precoce, Cazuzza já merecia uma medalha somente por ter composto a letra e a música de “Down em Mim”, aos 18 anos, em 1976, quando ainda nem pensava em ser cantor profissional.</p>
<p>Entre rebeldias e contradições de um adolescente posto em colégio de padres quando a família descobriu um cigarro de maconha nos seus pertences, pairava o gosto pela leitura e pela poesia.</p>	<p>De uma forma ou de outra, o poeta está vivo.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

A impossibilidade de entrevistar o personagem central do perfil motivou o repórter a investigar elementos da vida de Cazuzza junto à sua mãe, Maria Lúcia da Silva Araújo. Também foram ouvidos Ney Matogrosso, amigo e namorado do cantor, e Frejat, colega de Barão Vermelho e atual líder da banda. Em menor escala aparecem, ainda, depoimentos do baterista do Barão, Guto Goffi, da cantora Marina Lima, e de Leoni, cantor que compôs “Exagerado”, talvez uma das canções que mais fala em nome de Cazuzza.

Estes depoimentos auxiliam na compreensão de quem foi – e ainda permanece sendo – o cantor, que faleceu vítima da Aids aos 32 anos. O consenso, seja a partir de análises de depoimentos antigos do próprio Cazuzza ou com base naquilo que seus amigos e familiares ordenam, é de que o artista tomou a intensidade como palavra-chave de sua vida.

Assim, este valor se insere como o protagonista na construção identitária de Cazuzza também no momento de sua morte – ainda mais midiaticizada em função da epidemia da Aids ter sido, na década de 1990, causa de tabus e inquietações. Conforme os relatos no perfil de *Rolling Stone*, no período em que o artista descobre a doença os veículos de comunicação anunciam sua morte como já dada: a sentença estava concluída no momento em que ele tornou pública a sua condição.

É de se conceber a Aids no centro de um cenário bastante complexo culturalmente, uma vez que vem acompanhada de uma discussão referente à homossexualidade de Cazuzza. Daí emergem, ainda, articulações que novamente remetem aos comportamentos intensos, subversivos, transgressores e exagerados, como ele mesmo cantava sobre os palcos. A morte se manifesta na identidade de Cazuzza como um acontecimento porque ela causa, em certa perspectiva, uma quebra de paradigmas na imagem do cantor. Até então, Cazuzza era sinônimo de um sujeito boêmio, de vida leve (apesar da intensidade) e com uma visão romântica de mundo. Com a Aids, este contexto é cercado pelas questões mais densas da existência humana e exterioriza as fragilidades do artista.

A postura cênica de Cazusa, no entanto, é a mesma: a de um sujeito público que, na vez de celebridade, enfatiza aquilo que o homem anônimo também sentiria – as dores, os amores, as loucuras e os exageros. Tudo sempre muito intenso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornalismo tem a capacidade de revelar elementos importantes para se pensar as construções referentes ao país. Isso acontece, segundo o que foi apresentado nesta pesquisa, porque a mídia tende a transformar as informações sociais, seja natural ou espontaneamente, em um produto da indústria cultural (KELLNER, 2001) que é consumido em larga escala pelos sujeitos. Esta apropriação dos bens simbólicos oferecidos pela mídia se dá desde conteúdos simples, como o noticiário geral e diário, até a complexidade de temas relatados em revistas (SCALZO, 2008), onde a periodicidade mais elástica permite uma reelaboração dos conteúdos e um planejamento mais extensivo de pautas, de palavras, de discursos, de intenções, de entrevistados.

Em muitos veículos, como é o caso de *Rolling Stone Brasil*, a cultura pop aparece como diretriz das publicações - uma vez que a empresa, com matriz norteamericana, tem esta delimitação em seus princípios e objetivos. Por meio da veiculação de distintas reportagens, perfis, listas, notícias, notas, infográficos, espaços do leitor etc., a revista dá indícios daquilo que, conforme seu plano editorial, parece ser importante ao público que a consome todos os meses. Ao selecionar dada celebridade entre tantas outras e, a partir dela, traçar um perfil jornalístico seguindo tópicos de assunto, *Rolling Stone* desenha sentidos e cria discursos, por vezes sutis, referentes às questões discutidas a partir de seus entrevistados. Ora, porque o perfil no jornalismo não se apresenta tão somente como um formato de texto em que um sujeito se torna o protagonista de sua história – por meio do perfil, pode se compreender uma temática por trás de uma celebridade, as suas lutas, os seus preconceitos, as suas influências diante do público. Um perfil não trata de uma celebridade, mas do que aquele indivíduo famoso tem a dizer aos sujeitos que o acompanham.

Dito de outro modo, quando a revista trata de Chorão, Lobão e Cazusa, não aborda tão somente suas carreiras na música – mas todos os estereótipos vinculados ao rock. A celebridade não é nomeada apenas a partir do que ela faz ou é: o artista, enquanto membro de uma indústria cultural, representa fatias de sujeitos que absorvem os valores popularizados pelo ídolo e os reproduzem socialmente, inclusive moldando as suas identidades individuais e coletivas.

Esta garantia é amparada pela cultura pop – ora, sujeitos anônimos se deixam afetar pelas representações de celebridades porque estas amplificam em caráter nacional, e às vezes até estrangeiro, sensações, sentimentos, histórias, dramas e dúvidas que pertencem também à classe comum da sociedade. (SOARES, 2015).

A partir da garantia de que *Rolling Stone Brasil* contribui na construção (e na reprodução) de valores identitários com base naquilo que publica em relação a celebridades, se pode pensar que a mídia atua como um sistema simbólico que representa as culturas individuais e coletivas dos sujeitos. Em outras palavras, sua força social atende aos interesses da população – ao mesmo tempo em que ajuda a formatar quais são estes interesses. Daí se pode pensar o perfil como uma prática singular do jornalismo de revista. Quando este item é apresentado, por exemplo, em *Rolling Stone*, a revista se assume enquanto perita naquilo que expõe, mês a mês, a seus leitores – gerando visibilidade, intensidade e confiança a quem consome o seu conteúdo.

A complexidade do perfil se expande quando ele aparece em um veículo cuja circulação é elástica e se repete apenas uma vez ao mês. Portanto, além de retratar um tema considerado atual, o perfil (e aqui está se pensando em um perfil de celebridade) atua em uma espécie de “[...] ‘política das identidades’, que está ligada à formulação, por grupos sociais distintos, de um conjunto de valores que lhes 105 permite ajuizar sobre suas escolhas e identificações, o que é refletido mercadologicamente”. (SCHWAAB; TAVARES, 2013, p. 39). A revista *Rolling Stone*, partindo dessa premissa, ao descrever perfis de celebridades que constituem valores identitários sobre (e para o Brasil), aparece como elemento de distinção que não apenas informa: ela forma sujeitos, condiciona posturas e ajuda a moldar opiniões.

Este processo de negociações entre a revista e os seus consumidores é reconhecido por direcionar holofotes às celebridades, seja nacionais ou estrangeiras, e assim formatar saberes, pensamentos, valores e identidades.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila; SOARES, Thiago. O Queen, a Queen: controvérsias sobre gêneros e performances. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2016. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos2016-thikos-adri-camisfinal_3369.pdf>. Acesso em: 17 maio 2021.

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila; SOARES, Thiago. “‘What's Going On' é o 'Sgt. Pepper's' da soul music”: Autonomia, Cânone e Valor numa Lista de Melhores Álbuns da Música Pop. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/composadrithikoscamis_2854.pdf>. Acesso em: 17 maio 2021.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 44-57.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. São Paulo: IMESP, 2006.

COELHO, Tamires Ferreira. Cultura, identidade e perspectivas de cidadania: uma pesquisa de recepção dos processos comunicativos na comunidade CS POA. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 23., 2014, Belém. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/comp%C3%B3s_tamirescoelho_2278.pdf>. Acesso em: 18 maio 2021.

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura.** São Paulo: Ática, 1993.

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura.** São Paulo: Ática, 1993.

COSTA, Renilda Aparecida. **Batuque: espaços e práticas de reconhecimento da identidade étnico-racial.** São Leopoldo: Casa Leiria, 2017.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora.** 2006. 177 f. Dissertação (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4572/1/389285.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2021.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia.** Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 2001.

LANA, Lígia. Celebridade, humilhação e moral sexual: a vice-miss bumbum avaliada por comentários do Youtube. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1594-1.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2021.

MAIA, Aline; AZEVEDO, Marcella; PEREIRA, Cláudia. Celebidades do Passinho: mídia, visibilidade e reconhecimento dos jovens da periferia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1255-1.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2021.

MAIA, Marta Regina. Perfil: a composição textual do sujeito. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). **A revista e seu jornalismo.** Porto Alegre: Penso, 2013. p. 176-188.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.

MONTEIRO, Maria Helena Guerra. “**You must be my Lucky Star**”: Crítica, agendamento e valor sobre a obra da cantora Madonna na Revista Rolling Stone. 2015. 150 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, 2015. Disponível em: <<http://bdtd.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/7973/2/arquivototal>>. Acesso em: 12 Maio 2021.

MONTEIRO, Maria Helena. SOARES, Thiago. “You Must Be My Lucky Star”: A Relevância da cantora Madonna na Gestão de Carreiras da Música Pop. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE – INTERCOM, 15., 2013, Mossoró. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0443-1.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2021.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 18, 2009, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2009. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1017.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021.

ROCHA JÚNIOR, Carlos Augusto de França. Representações sociais do Brasil no fim do governo Lula através das revistas “Rolling Stone Brasil” e “Piauí”. **Revista Temática**, João Pessoa, n. 11, ano 8, nov. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/23152/12731>>. Acesso em: 17 maio 2021.

SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 27-43.

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

SCHERNER, Cassiano. O rock brasileiro pós-tropicalismo e a crítica musical em Rolling Stone. **Música Popular em Revista**, Campinas, v. 1, ano 3, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/muspop/article/view/136/264>>. Acesso em: 18 maio 2021.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. A vida cotidiana no relato humanizado do perfil jornalístico. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 7, n. 2, jul./dez. 2010a. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n2p403/14470>>. Acesso em: 12 maio 2021.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. O perfil jornalístico como uma leitura do cotidiano. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE – INTERCOM, 12, 2010b, Campina Grande. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0196-1.pdf>>. Acesso em: 18 maio 2021.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. O perfil jornalístico: possibilidades e enfrentamentos no jornalismo impresso brasileiro. **Revista Eletrônica Temática**, João Pessoa, n. 10, ano 5, out. 2009. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2009/Outubro/perfil_jornalismo_amanda.pdf>. Acesso em: 18 maio 2021.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria H. **Técnicas de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SOARES, Thiago. Acionamentos geopolíticos num show de música pop em Cuba. **Galáxia - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**, São Paulo, n. 33, set./dez. 2016a, p. 171-183. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/27466/21230>>. Acesso em: 10 maio 2021.

SOARES, Thiago. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 36., 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0108-1.pdf>>. Acesso em: 11 maio 2021.

SOARES, Thiago. Cultura Pop. **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, 2016b, p. 1-9. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5418/4068>. Acesso em: 13 maio 2017.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio (Org.). **Cultura pop**. Salvador:

EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 19-33. Disponível em:
<http://www.compos.org.br/data/Cultura_pop_repositorio.pdf>. Acesso em: 18 maio 2021.

TAYLOR, Charles. **Sources of the self**: The Making of the Modern Identity. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório**: performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2013.

VILAS BOAS, Sergio. **Biografias e biógrafos**: jornalismo sobre personagens. São Paulo: Summus, 2002.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

VILAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.

Recebido em 25 de maio de 2021.

Aprovado em 02 de novembro de 2021.