

**ALANA DAWESLEY C. MELO**

**UM NOME QUE NÃO MORRE**

Estudo da cobertura das comemorações dos 10 anos de morte do músico Renato Russo pela imprensa brasileira

**BELO HORIZONTE**

**2006**

**ALANA DAWESLEY C. MELO**

**UM NOME QUE NÃO MORRE**

Estudo da cobertura das comemorações dos 10 anos de morte do músico Renato Russo pela imprensa brasileira

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Sob orientação do professor Luiz Henrique Magalhães

**BELO HORIZONTE**

**2006**

*Aos professores Luiz Henrique e Vanessa Carvalho*

*“Obrigado por pensar em mim...”*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	06
<b>2 INDÚSTRIA CULTURAL, CULTURA DE MASSA E JORNALISMO</b> .....	11
2.1 Dilemas e impactos da indústria cultural e da cultura de massa .....	11
2.2 Jornalismo cultural e seus impasses .....	15
<b>3 MITO</b> .....	20
3.1 Mito antigo .....	20
3.2. Mito moderno .....	22
<b>4 INTRODUÇÃO AO OBJETO DE ESTUDO</b> .....	27
4.1 Análise gráfica e de conteúdo .....	29
4.2 Análise crítica .....	47
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	53
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	55

## 1 INTRODUÇÃO

No dia 11 de outubro de 1996, o Brasil perdeu um dos maiores ídolos do *rock* nacional, Renato Manfredini Júnior, em decorrência de complicações causadas pelo vírus da Aids. Renato Russo, como ficou conhecido, nasceu no dia 27 de março de 1960, no Rio de Janeiro. Aos 13 anos, mudou-se com a família para Brasília e, dos 15 aos 17, conviveu com uma doença óssea<sup>1</sup> que o manteve preso a uma cadeira de rodas por cerca de dois anos. Nessa época, se dedicava, sobretudo, à música e aos livros e, influenciado pelo movimento *punk*<sup>2</sup> que eclodia na Inglaterra, sonhava em montar uma banda de *rock*.

O sonho, no entanto, só se tornou realidade em 1978, quando Renato adota o sobrenome Russo, em homenagem a Jean-Jacques Rousseau e Bertrand Russel, duas personalidades que admirava, e cria o primeiro grupo: *Aborto Elétrico*, extinto em março de 1982. Até agosto do mesmo ano, passa a tocar sozinho, como *O Trovador Solitário*. Entretanto, em 1983, decide por fim à solidão e forma então, a *Legião Urbana*, uma das bandas mais bem sucedidas do *rock* brasileiro.

Integrada por Renato Russo (vocal e baixo), Marcelo Bonfá (bateria) e Dado Villa-Lobos (guitarra), em 1984 a banda abandona Brasília e vai para o Rio de Janeiro. Com o primeiro compacto lançado em 1985, obtém ampla aceitação do público jovem e conquista milhares de fãs. A partir daí, qualquer que fosse a música lançada pela *Legião Urbana* caía no gosto do público e se tornava sinônimo de sucesso.

Em 1986, a *Legião Urbana* passa por sua fase mais popular. Além de outros *hits* de sucesso lançados pela banda, como *Tempo Perdido*, *Índios*, *Daniel na Cova dos Leões*, *Quase sem Querer*, *Química*, *Eu Sei* e *Angra dos Reis*, a saga de *Eduardo e Mônica* (1982) torna-se a

---

<sup>1</sup> Renato Russo sofria de Epifisiólise, uma doença rara que ataca os ossos que ligam o fêmur a bacia.

<sup>2</sup> O movimento *punk* surgiu na Inglaterra por volta de 1975 como uma manifestação cultural subversa à cultura comercial burguesa. In: <http://www.bandas80.hpg.ig.com.br>

quarta música mais tocada no País. Em 1987, a história se repete, desta vez com a canção *Que país é este?*, segunda música mais executada nas rádios brasileiras.

Com *Faroeste Cabloco* (1982), canção composta por 157 versos e exatos 9 minutos de duração, a banda experimenta, em 1988, um sucesso estrondoso e em 1989, com o quarto disco: *As Quatro Estações* registra a maior vendagem nos últimos anos do *rock* no Brasil. Apesar do sucesso e dos lucros – mais de 15 milhões de álbuns vendidos desde o início da carreira – a *Legião Urbana* foi obrigada a se desfazer com a morte do principal integrante, Renato Russo.

Consolidado como um mito, o músico é hoje considerado um símbolo do *rock* nacional. Referência para milhares de fãs que vêem em suas letras um resumo de suas próprias vidas, Renato Russo conseguia traduzir em palavras, as emoções, angústias, anseios e inquietações de toda uma geração. Num discurso claro e marcante, apresentava ao mesmo tempo em que um mosaico de intensa poesia, canções impregnadas de protesto e de fortes críticas políticas e sociais.

Fenômeno de massa, Renato Russo é ídolo de uma geração que sequer o conheceu. Mesmo após sua morte, seus discos – oito de carreira, dois solo e dez póstumos<sup>3</sup> – figuram entre os campeões de vendas, sua legião de fãs parece não parar de crescer e suas composições ganham cada vez mais intérpretes<sup>4</sup>.

De acordo com Joseph Campbell (1990), uma das maiores autoridades no campo da mitologia do século passado, é possível entender como Renato Russo foi elevado de simples humano a figura de semi-deus. Para ele, os mitos oferecem modelos de vida para a conduta

---

<sup>3</sup> Discos de carreira: *Legião Urbana* (1985), *Dois* (1986), *Que país é este? 1978-1987* (1987), *As quatro estações* (1989), *V* (1991), *Músicas para acampamentos* (1992), *O descobrimento do Brasil* (1993) e *A tempestade* (1996). Discos solo: *The Stonewall Celebration Concert* (1994) e *Equilíbrio distante* (1995). Discos póstumos: *O último solo* (1997), *Uma outra estação* (1997), *Mais do mesmo* (1998), *Acústico MTV* (1999), *Renato Russo – BIS* (2000), *Como é que se diz eu te amo* (2001), *Para sempre* (2001), *Identidade* (2002), *Presente* (2003) e *As quatro estações ao vivo* (2004).

<sup>4</sup> Paralamas do Sucesso e Capital Inicial gravaram *Que País é este?*, Cássia Eller, *Por enquanto*, Zélia Duncan, *Quase sem querer*, Leila Pinheiro, *Monte Castelo* e *Tempo Perdido*, Barão Vermelho, *Quando o sol bater na janela do teu quarto* e Patu Fu, *Eu sei*, entre outros.

humana conferindo significação e valor à existência e, quando uma pessoa torna-se referência para a vida dos outros, ela se torna passível de ser mitologizada (CAMPBELL, 1990).

Atualmente, os meios de comunicação funcionam como criadores e guardiões de mitos. Em virtude do grande poder de influência que exercem na vida e opinião das pessoas, é possível a eles projetar novos mitos, resgatar ídolos do passado ou ainda impedir que algumas personalidades elevadas à condição de mito deixem este posto.

Sendo os dez anos de falecimento de Renato Russo, celebrados no dia 11 de outubro de 2006, uma data supostamente importante e propícia à exploração dos veículos de comunicação, a proposta desta pesquisa foi analisar se a cobertura das comemorações feita por veículos destacados na imprensa escrita nacional, contribuem para reforçar a imagem mítica do cantor.

Por estar relacionado à memória afetiva de um grande número de pessoas, fazendo um forte apelo às emoções, além dos interesses mercadológicos relacionados à vendagem de produtos, passagens como esta sempre estão presentes nos meios de comunicação que buscam rememorar mitos e estrelas da música, do cinema ou do esporte. Como exemplos, podem ser citados o caso de personalidades como o ex-Beatle, John Lennon, a atriz Marylin Monroe ou piloto de Fórmula 1, Ayrton Senna.

Foram utilizadas no primeiro capítulo deste estudo, as discussões feitas pelo jornalista, crítico e escritor, Daniel Piza (2003), sobre impasses relacionados aos cadernos de cultura dos jornais impressos brasileiros, bem como a discussão sobre o impacto da industrialização e mercantilização no processo cultural, feita pelos professores, Leonardo Cunha, Luiz Henrique Magalhães e Nísio Teixeira (2002). Também foram abordadas discussões do frankfurtiano Theodor Adorno (1971), feitas acerca dos princípios comerciais e motivações ao lucro da indústria cultural e questões colocadas pelo estudioso Edgar Morin (1997), referentes ao principal produto dessa indústria: a cultura de massa.

No terceiro capítulo, foram utilizados, principalmente, conceitos de Joseph Campbell (1990) e Mircea Eliade (1972) para entender os mitos, seus processos de criação e suas metamorfoses ao longo dos tempos. Recorremos novamente a Edgar Morin (1997), desta vez, buscando explicitar o que ele considera um dos produtos mais originais da cultura de massa: os olímpianos, personagens promovidos a divindades pelos meios de comunicação e que funcionam como modelos a serem imitados.

A escolha dos jornais analisados, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Correio Braziliense*, *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*, deveu-se a importância dessas publicações no país, refletida principalmente, pelo número de suas tiragens e o contexto no qual estão inseridos. Os jornais *O Globo* e o *Jornal do Brasil*, por serem grandes referências no estado do Rio de Janeiro, a *Folha de S. Paulo* e *O Estado de São Paulo*, por serem os principais da capital paulista, o *Correio Braziliense*, por se tratar de uma publicação da terra natal da *Legião Urbana* e, por fim, o *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*, além de serem os principais jornais de Minas Gerais, localizam-se no Estado onde a pesquisa foi desenvolvida.

A análise foi feita num período de oito dias, dentre eles, o dia da morte de Renato Russo (11 de outubro de 2006) e buscou verificar a importância dada ao acontecimento, o espaço dedicado a ele pelos jornais, os aspectos mais enfatizados e os recursos de linguagem, imagem e diagramação.

Cabe destacar ainda, que a proposta da análise englobava além dos jornais impressos, as principais revistas em circulação no país: *Veja*, *Época*, *ISTOÉ* e *Carta Capital*. No entanto, após análise, as mesmas foram descartadas, uma vez que as edições da semana que antecedeu a data do aniversário de morte do músico, bem como as da semana seguinte, nada publicaram a respeito.

Acredito que além de servir com fonte de documentação histórica, já que traz, detalhadamente, informações sobre uma cobertura feita por vários jornais e uma personalidade, numa determinada época e, que poderá ser lembrada novamente, daqui a dez ou cinquenta anos, essa pesquisa poderá também, estimular novos alunos a pesquisar temas que estão em constante evolução e debate, como o mito, o jornalismo cultural, a indústria cultural e a cultura de massa.

## **2 INDÚSTRIA CULTURAL, CULTURA DE MASSA E JORNALISMO**

### **2.1 Dilemas e impactos da indústria cultural e da cultura de massa**

Sempre muito questionada e discutida por vários teóricos da comunicação, a indústria cultural tem como referência a revolução industrial, o capitalismo liberal, a economia de mercado e a sociedade de consumo. Como fenômeno da industrialização, a indústria cultural aparece em decorrência das alterações que surgiram no modo de produção e na forma do trabalho humano a partir do século XVII e que implanta nela, os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral.

Adorno e Horkheimer são os primeiros a empregarem o termo indústria cultural no livro “Dialética do esclarecimento”, publicado em 1947, em Amsterdã. Na acepção dos estudiosos, ela é um complexo de produções de entretenimento e lazer feitas para o consumo em larga escala. Como fruto do sistema capitalista e porta-voz dos ideais burgueses, eles acreditam que a indústria cultural está a serviço de uma ideologia opressora que promove apenas a massificação e jamais a “grande arte”.

As mercadorias produzidas pela indústria cultural se orientam, de acordo com Adorno (1971), segundo o princípio de sua comercialização e toda sua prática se dá pela motivação do lucro. Para que o consumo dessas mercadorias se torne possível, ela age sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas a que se dirige, tendo nelas um elemento secundário, um consumidor que não passa de um simples meio implicado no processo de obtenção do lucro.

Um dos maiores dilemas concernentes à indústria cultural está sempre ligado às questões de natureza ética. Nessa perspectiva, muitos estudiosos fazem duras críticas a esse tipo de indústria, ao passo que outros saem em sua defesa, vendo nela, pelo contrário, vários

pontos favoráveis. Umberto Eco (1993) usou o termo apocalípticos para denominar aqueles que vêem da indústria cultural um estado avançado de “barbárie cultural”, capaz de produzir ou acelerar a degradação do homem. Ou seja, o fato de ser um produto industrial, subordinado à dinâmica da oferta e da procura, visando fins lucrativos, contamina por assim dizer, tudo que é produzido por essa indústria. Aos adeptos dessa cultura ou os que a toleram, o estudioso chamou de integrados. Diante dos diferentes pontos de vista, o que se discute, na maioria das vezes, é a mesma questão: os produtos fabricados pela indústria cultural são bons ou maus para o consumo?

O principal argumento de contestação vem de Adorno (1971), que acredita que a indústria cultural

[...] promove a alienação do homem e pode ser entendido como um processo no qual o indivíduo é levado a não meditar sobre si mesmo e sobre a totalidade do meio circundante, transformando-se em mero brinquedo e em simples produto alimentador do sistema que o envolve (ADORNO, *Apud*: COELHO, 1980, p. 28).

Para o estudioso, a indústria cultural fornece ao homem, em meio ao caos em que o mundo hoje se encontra, critérios para sua orientação. No entanto, salienta que as propostas dessa indústria não são regras para uma vida feliz, nem uma arte de responsabilidade moral, mas convite ao conformismo, no qual estão por trás, sobretudo, agentes de interesse econômico.

No outro extremo, o de seus defensores, o fato da indústria cultural fornecer critérios para a orientação do homem, é exatamente um ponto que a torna aceitável, já que o simples aumento da circulação de bens culturais, sejam eles quais forem, são por si só uma democratização da cultura e, conseqüentemente, positivo.

Adorno (1971) enfatiza ainda que o sistema concebido pela indústria cultural reorienta as massas e impõe, quase que sem evasão, seu comportamento, objetivando a dependência e a servidão dos homens.

A satisfação compensatória que a indústria cultural oferece às pessoas ao despertar nelas a sensação confortável de que o mundo está em ordem, frustra-as na própria felicidade que ela ilusoriamente lhes propicia, [...] Ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente. (ADORNO, 1971, p. 294, 295).

Sob o mesmo ponto de vista de Adorno, Muniz Sodré (1996), acredita que os produtos da indústria cultural constroem a realidade a partir de uma lógica movida a interesses comerciais. Eles ocupam o lugar de dispositivo estratégico no atual modelo sócio-econômico, funcionando como uma grande máquina de organização das preferências e decisões populares, incidindo sobre afetos, pulsões e atitudes dos consumidores e fazendo parte de um imaginário que apenas estimula o grande consumo (SODRÉ, 1996).

De acordo com Teixeira Coelho (1980), as mercadorias produzidas pela indústria cultural, que antes eram restritas às classes burguesas, foram colocadas ao acesso das massas populares, que passaram a desfrutar dos novos padrões de vida. Para isso, foram buscar a identidade cultural dessas massas no imaginário das construções significantes, ou seja, no principal produto da indústria cultural: a cultura de massa.

Para o autor, historicamente, a cultura de massa surge quando o poder dos meios de comunicação se torna irrefreável. Consolidada por esse poder, ela aparece, primeiramente nos Estados Unidos, na década de 1930, através da presença de um mercado capitalista que passa a criar condições para a construção de uma sociedade de consumo.

Produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial, a cultura de massa é destinada a um grande número de pessoas, isto é, um aglomerado de indivíduos compreendidos além das estruturas internas da sociedade, como família ou classe social. De acordo com Herbert Blumer (1971), os participantes da massa são originários de quaisquer profissões e de qualquer categoria social. É um grupo composto por indivíduos anônimos e que possuem múltiplas vinculações culturais.

A massa é constituída por um agregado de indivíduos que se encontram separados, desligados, anônimos, e mesmo assim, formando um grupo homogêneo em termos de comportamento de massa. [...] A forma do comportamento de massa é configurada por linhas individuais de ação e não por uma ação combinada. Estas atividades individuais surgem basicamente através da forma de seleções efetuadas em resposta a impulsos vagos e a sentimentos despertados pelo objeto de interesse da massa (BLUMER, *In*: COHN, 1971, p. 178,179).

Edgar Morin (1997) considera esse aspecto da cultura como uma industrialização do espírito, que através de um processo contínuo da técnica, penetra o homem no seu interior e despeja sobre ele uma série de mercadorias culturais. O estudioso denomina este processo como uma “Terceira Cultura”, originária da imprensa, do cinema, do rádio, e da televisão, que surge, se desenvolve e se projeta ao lado das culturas clássicas e nacionais e passa a ser reconhecida e denominada pela sociologia americana como *mass culture* (cultura de massa). Para ele, “a cultura de massa é uma cultura que constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e a vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas” (MORIN, 1997, p. 12).

Desenvolvida no plano do mercado mundial, a cultura de massa apresenta tendências como o sincretismo, ecletismo e homogeneização e visa a satisfazer todos os gostos e interesses, através de um forte fluxo imaginário, lúdico e estético, que vai além das barreiras locais, étnicas, sociais, nacionais, de idade, sexo ou educação. Ela tende ao máximo do consumo e é constituída em função das necessidades individuais que surgem e que vão fornecer à vida privada imagens e modelos que dão forma às aspirações humanas.

Como um impulso do imaginário em direção ao real, a cultura de massa tende a propor os mitos de auto-realização, heróis modelos e receitas práticas para a vida privada. Seu consumo se registra, principalmente, no lazer moderno. É ele que abre os horizontes do bem-estar, e de uma nova vida, que surge com o desejo do homem se afirmar enquanto indivíduo privado.

Considerada, por Edgar Morin (1997), como uma *ética do lazer*, a cultura de massa se torna um estilo de vida e se apresenta principalmente sob a forma de espetáculo, através do qual seu conteúdo imaginário se manifesta, isto é, essa cultura dá uma fisionomia não apenas a nossos desejos, aspirações e necessidades, mas liberta nossos sonhos de realização e felicidade, delinea o possível e cria mundos impossíveis e fantásticos.

Indo além do imaginário e ganhando a informação, os personagens em situação dramática dos mais variados fatos – namoros, casamentos, divórcio – passam a fornecer à sociedade uma matéria real, mas da mesma estrutura afetiva do imaginário. Para Morin (1997), ao mesmo tempo em que o imaginário se compromete com a realidade, a informação tende a estruturar o acontecimento de modo romanesco ou teatral desenvolvendo nela uma tendência mitológica.

Surge, então, o produto mais original da cultura de massa: os olímpianos, personagens promovidos a divindades pelos veículos de comunicação, em grandes vedetes da atualidade. Um espaço fundamental da indústria cultural na criação desses mitos é o jornalismo cultural, categoria do jornalismo que, na maioria das vezes, é quem dá visibilidade a formação e consolidação desses.

## **2.2 Jornalismo cultural e seus impasses**

Em 1711, dois ensaístas ingleses, Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719), fundam na Inglaterra, uma revista diária denominada *The Spectator*. O objetivo dos autores era tirar a cultura dos gabinetes, bibliotecas, escolas e faculdades e levá-la para lugares mais comuns ao cotidiano de um número maior de pessoas como clubes, assembléias, residências e cafés. A revista criada pelos ensaístas falava de livros, óperas, costumes e

festivais de música e teatro, numa linguagem que conseguia ser culta sem ser formal e reflexiva sem ser inacessível. *The Spectator* marcava então, o início do jornalismo cultural<sup>5</sup>.

No Brasil, a nova modalidade só ganharia força no final do século XIX com Machado de Assis (1839-1908). Escrevendo ensaios e resenhando romances de Eça de Queiroz, foi como crítico de teatro e polemista literário, que nasceria um dos maiores escritores brasileiros. Depois de Machado de Assis, os jornais e as revistas passaram a dar mais espaço ao crítico profissional e informativo, que não só analisava as obras importantes que eram lançadas, mas também refletia sobre a cena literária e cultural.

A partir da segunda metade do século XX, o jornalismo cultural começou a viver freqüentes crises de identidade, acentuadas principalmente com a proliferação dos meios de comunicação de massa. Nessa época, o número de seções e revistas culturais se multiplicou e tornaram-se obrigatórias na grande imprensa diária e semanal<sup>6</sup>.

Nos anos 90, mais mudanças estariam por vir. Assuntos como moda, gastronomia e design, aumentaram seu público e passaram a ganhar mais espaço nos cadernos culturais, que antes era especialmente dedicado as chamadas sete artes<sup>7</sup>.

A constatação dessas mudanças é relatada no livro *Jornalismo Cultural*, obra na qual o escritor e jornalista Daniel Piza (2003), afirma que o jornalismo brasileiro já não é como antes. “Mais do que uma perda de espaço, trata-se de uma perda de consistência e ousadia e, como causa e efeito, uma perda de influência” (PIZA, 2003, p. 47). Para o escritor, os cadernos de cultura estão cada vez mais superficiais, já que tendem a sobrevalorizar as celebridades, restringir a opinião fundamentada, destacar o colunismo e a reservar o maior espaço para as reportagens, que na verdade não passam de apresentações de eventos.

---

<sup>5</sup> In: PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*.

<sup>6</sup> In: PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*.

<sup>7</sup> São denominadas como sete artes: a literatura, o teatro, a pintura, a escultura, a música, a arquitetura e o cinema.

Um dos maiores problemas enfrentados pelo jornalismo cultural e descrito por Piza (2003), refere-se principalmente ao papel secundário, e segundo ele, quase decorativo, que a grande imprensa tem destinado a esta modalidade do jornalismo. Outra questão diz respeito à uma grande mudança no enfoque dos jornais que acarretou um grande empobrecimento técnico e diminuiu o número de profissionais com preparo intelectual e recursos literários, capazes de dar às críticas, entrevistas e reportagens mais charme aos cadernos de cultura, que aos demais.

O padrão do jornalismo cultural caiu, em parte porque foram entregues a “personalidades” que se destacam mais por seu nome que por seu texto, em parte porque mesmo o escritor profissional, quando faz coluna para a grande imprensa, insiste em ignorar a cultura propriamente dita, deixando em terceiro plano os livros, filmes, discos, e exposições e as idéias em debate, optando pela impressão imediata sobre fatos corriqueiros ou o assunto da semana. As equipes têm menos repertório e ambição e trocam a exigência pela complacência e o charme pela previsibilidade. O resultado, claro é uma diminuição sensível na pluralidade e criatividade. Tudo isso se deve também às medidas que foram tomadas na última década para igualar o jornalismo cultural aos outros, como o político e o econômico, como se ele vivesse da mesma dosagem de *hard news*<sup>8</sup>. Decidiu-se, por exemplo, que os títulos deveriam ter verbos, sempre que possível; a crítica seria sempre um item à parte, raramente apta a abrir a seção ou mesmo uma página interna; que a diagramação também não seria muito diferenciada; que os parágrafos deveriam ser curtos (PIZA, 2003, p. 65).

Ao sofrer um empobrecimento intelectual e técnico, alguns cadernos destinados ao jornalismo cultural, se puseram a escrever sobre temas ligados a moda e comportamento de artistas. Daniel Piza (2003) acredita que de certo modo, a abertura de fronteiras para outros temas é um ganho para o jornalismo cultural. Porém, essa setorização excessiva e a expansão para esses assuntos têm contribuído para deixar o jornalismo cultural numa difícil posição diante do marketing e da indústria do entretenimento, que sai perdendo quando os critérios passam a ser resumidos ao de afastar o leitor de abordagens consideradas sérias e críticas.

---

<sup>8</sup> Noticiário quente, instantâneo, feito no calor dos fatos. No jornalismo cultural o *hard news* é menor que nos outros cadernos.

Três males cometidos pela grande imprensa nos cadernos culturais são apontados pelo escritor. O primeiro deles refere-se ao excessivo atrelamento à agenda, fato que favorece nomes já bem sucedidos, eventos de grande bilheteria prevista, celebridades e grifes. O segundo está ligado ao tamanho e qualidade dos textos, especialmente, os que anunciam lançamentos e que pouco se diferenciam dos *press-releases*. Por fim, atribui ao terceiro dos males, a marginalização da crítica, sempre secundária a esses anúncios, com poucas linhas e pouco destaque visual, cada vez mais baseada no achismo, no palpite e no comentário mal fundamentado.

Estilos de reportagens, como os aniversários de nascimento e morte de artistas e escritores importantes costumam, segundo Daniel Piza, estimular o comodismo.

É mais fácil preencher páginas com nomes consagrados, resumindo suas vidas e obras. Mas a data pode ser um ótimo pretexto para lançar luz sobre aspectos menos conhecidos ou mesmo reavaliar essas consagrações. Para isso, um pouco de perspectiva histórica e inteligência crítica sempre faz bem (PIZA, 2003, p.81).

Em relação aos perfis feitos pelo jornalismo brasileiro, o escritor afirma que eles sempre terminam glamorizando o personagem (detalhando alguns de seus gestos elogiáveis) ou cometendo erros, como o de colocar o autor à frente da sua obra. “O bom perfil nunca esquece que aquele criador está em destaque pelo que fez ou pela reputação que ganhou fazendo o que fez” (PIZA, 2003, p. 83).

O fato é que, para Daniel Piza (2003), através da grandiosidade da indústria cultural, do seu sistema de celebridades e de seus mega orçamentos, o jornalismo cultural tem beirado o fútil e o leviano e se distanciado cada vez mais da arte.

De acordo com Leonardo Cunha, Luiz Henrique Magalhães e Nísio Teixeira (2002), fatores como esse se devem, dentre outros, ao fato do jornalismo cultural viver um paradoxo: de um lado, vários jornais da grande imprensa investem em suplementos culturais semanais, que privilegiam a reflexão e as produções artísticas de menor apelo comercial ou midiático.

De outro, o de cadernos culturais diários, enfrentarem impasses, resultantes das próprias rotinas produtivas, da relação conflituosa com a indústria cultural ou das mudanças relativas à própria conceituação do que seja jornalismo cultural.

A primeira postura dos cadernos de cultura diante da produção cultural é, então, evitar qualquer tipo de complexidade que possa assustar e afastar os leitores, optando assim por uma simplificação que privilegia um jornalismo de mero entretenimento e que exige pouco do leitor. Nessa hora, o jornalista tem evidente importância e responsabilidade para fazer a mediação entre cultura e mercado.

Se ele não questiona, não seleciona, não dialoga criticamente, nem abre espaço a propostas alternativas, a indústria cultural se sente cada vez mais à vontade para reproduzir os mesmos padrões estéticos e temáticos, capazes de transformar as obras culturais em artigos produzidos e distribuídos em série (CUNHA, MAGALHÃES, TEIXEIRA, 2002, p. 77).

Na rotina produtiva, a postura dos cadernos de cultura diante da indústria cultural e da cultura popular, também influencia na elaboração das pautas, no trabalho de reportagem, na crítica e na edição. A produção de um caderno diário, por exemplo, tem que dar conta de um extenso leque de produções artísticas e de entretenimento que implica, muitas vezes, em uma visão imediatista dos editores e jornalistas. Se eles se consideram obrigados a noticiar tudo o que é produzido ou disponível no mercado, muito espaço acaba sendo gasto na publicação de roteiros e programações que resultam em um enfoque exagerado para os produtos culturais, ao invés dos processos culturais.

Enfim, os autores acreditam que o jornalismo cultural deveria privilegiar as dimensões da memória e da perspectiva, sem abrir concessões ao mercado ou a pequenos grupos, mas valores democráticos de pluralidade e integração junto ao público consumidor.

### 3 MITO

#### 3.1 Mito antigo

Hoje não é nada incomum vermos a expressão mito sendo usada para definir um cantor, uma atriz ou um jogador de futebol. Mas isso nem sempre foi assim. Utilizado como forma de conhecimento de fenômenos ocorridos nas sociedades tradicionais, o termo original designava uma narrativa exemplar que pretendia elaborar modelos de compreensão sobre a origem do mundo e seu funcionamento. Através de seus símbolos, o mito revelava o modo como um povo ou uma civilização compreendia sua existência e a do mundo.

Para Joseph Campbell (1990), uma das maiores autoridades no assunto, “aquilo que os seres humanos têm em comum revela-se no mito, eles são histórias da nossa vida, da nossa busca da verdade, da busca do sentido de estarmos vivos” (CAMPBELL, 1990, p. 7). A explicação do mitólogo, para essa constante busca, é a de que todos nós necessitamos contar e compreender nossa história e entender o início da vida, que se dá com o nascimento e o fim imposto pela morte. Em suma, precisamos fazer com que a vida tenha significação, para assim descobrir o que somos e compreender o que é misterioso.

Campbell (1990) define a mitologia não como uma mentira. Para ele, mitologia é poesia, algo metafórico, a penúltima verdade, porque a última não pode ser transposta em palavras, algo que pode ser conhecido, mas não contado. Ele acredita que a mitologia é composta de histórias sobre a sabedoria de vida, já que ela ensina sobre a nossa própria vida e tem muito a ver com os estágios pelos quais passamos no decorrer dela. “Os mitos conferem significação e valor à nossa existência e oferecerem modelos para nossa conduta, nos ajudando a compreender o presente e a nós mesmos” (CAMPBELL, 1990, p. 11).

Assim como Joseph Campbell (1990), o historiador Mircea Eliade (1972), considera o mito uma história verdadeira, já que ele se refere sempre a realidades. Para o historiador o mito continua fundamentando e justificando o comportamento de diversas atividades do homem e enquanto processo vivo de compreensão da realidade, ele surge como verdade, porém, uma verdade intuída, isto é, percebida de maneira espontânea e sem exigência de comprovação. Daí, o fato de em várias sociedades a mitologia ainda estar presente: o seu critério de evidência, que se baseia na crença e não a racionalidade e, portanto, representa não um delírio, nem uma simples mentira, mas algo que ainda faz parte de nossa vida cotidiana e uma forma indispensável do existir humano.

Na acepção usual do termo, hoje já destituída de valor acadêmico, o mito se constituía em uma fábula, ficção ou invenção, que de acordo com Mircea Eliade (1972), se baseava em uma história verdadeira e extremamente preciosa por seu caráter sagrado, exemplar e significativo.

[...] o mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do “princípio”. Em outros termos, o mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade passou a existir, seja uma realidade total, o Cosmo, ou apenas um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, um comportamento humano, uma instituição. É sempre, portanto, a narrativa de uma “criação”: ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser. O mito fala apenas do que realmente ocorreu, do que se manifestou plenamente. Os personagens dos mitos são Entes Sobrenaturais. Eles são conhecidos, sobretudo pelo que fizeram no tempo prestigioso dos “primórdios”. Os mitos revelam, portanto, sua atividade criadora e desvendam a sacralidade (ou simplesmente a “sobrenaturalidade”) de suas obras. Em suma, os mitos descrevem as diversas, e algumas vezes dramáticas irrupções do sagrado (ou do “sobrenatural”) no Mundo. É essa irrupção do sagrado que realmente fundamenta o mundo e o converte no que é hoje. E mais: é em razão das intervenções dos Entes Sobrenaturais que o homem é o que é hoje, um ser mortal, sexuado e cultural. (ELIADE, 1972, p. 11).

Para Bronislaw Malinowski (1972), nas sociedades antigas, o mito desempenhava uma função indispensável,

[...] ele exprime, enaltece e codifica a crença; salvaguarda e impõe os princípios morais; garante a eficácia do ritual e oferece regras práticas para a orientação do homem. [...] é um ingrediente vital da civilização humana; longe de ser uma fabulação vã, ele é, ao contrário, uma realidade viva, à qual se recorre incessantemente; não é absolutamente uma teoria abstrata ou uma fantasia artística, mas uma verdadeira codificação da religião primitiva e da sabedoria prática. (MALINOWSKI, *In*: ELIADE, 1972, p. 23).

Diretamente ligado à necessidade do ser humano se transcender através da espiritualidade e crenças, o mito surge então como um guia, um exemplo, capaz de confortar os mais descontentes com a realidade, e ajudá-los a se adaptarem a ela. Dessa forma, viver os mitos implica em uma experiência que se distingue da experiência da vida cotidiana, já que os eventos fabulosos, exaltantes e significativos são reatualizados e capazes de nos fazer penetrar num mundo transfigurado e impregnado da presença dos Entes Sobrenaturais.

Uma forma de viver os mitos é, segundo Mircea Eliade (1972), através dos rituais, cerimônia que rememora os mitos e consequentemente os atualiza. Com a celebração dos rituais é possível presenciar o divino e repetir o que os Deuses, os heróis ou os ancestrais fizeram originalmente. Reconfirmado periodicamente pelos rituais, o mito se realiza em sua plenitude. Através dessa repetição, ele se revela como fixo e duradouro e acessível à experiência humana.

### **3.2 Mito Moderno**

Este mito ao qual nos referimos até aqui, de caráter sagrado, sobrenatural, existente desde as sociedades arcaicas, é o mito produzido por uma consciência mítica, uma forma ingênua e desprovida de problematização. Com a invenção da escrita, o surgimento da moeda, a lei escrita e o nascimento da *pólis* (cidade-estado) a visão que o homem mítico tinha do mundo e de si mesmo, foi transformada e superada por explicações mais racionais.

Predominante nas culturas de tradição oral, a escrita passou a gerar uma nova idade mental, já que começou a exigir uma postura diferente de quem apenas falava. Necessitando de mais rigor e clareza, a escrita abriu os horizontes do pensamento, propiciou o distanciamento do vivido, o confronto das idéias e a ampliação da crítica. Em suma, surgiu como uma maior possibilidade de abstração e reflexão da palavra que modificou toda a estrutura do pensamento.

A fim de facilitar os negócios, a moeda, surgida na Grécia por volta do século VII a.C, também passou a desempenhar um papel revolucionário: o de estar vinculado ao nascimento do pensamento racional. Já o surgimento da lei escrita, entre os séculos VI e VII a.C, faz com que a justiça passe a funcionar como uma regra comum a todos e sujeita à discussão e modificação. Até então dependente da vontade dos reis ou da interpretação da vontade divina, a lei escrita começa então a encarnar uma dimensão propriamente humana, abolindo a antiga organização e estabelecendo relações não mais baseadas na consangüinidade, mas em uma organização administrativa.

Por fim, o nascimento da *pólis*, na Grécia Antiga, entre os séculos VIII e VII a.C, provoca grandes alterações na vida social e nas relações entre os homens. O domínio público é separado do domínio privado e nova noção de justiça assume caráter político e não apenas moral. Não mais sendo feita sob a ótica dos mitos ou dos deuses, a *pólis* se faz pela autonomia da palavra humana, deixando assim o saber de ser sagrado e passando a ser objeto de discussão.

Não obstante, o nascimento do *logos*, no século VI a.C, que iniciou o processo de dessacralização do mundo, intensificado particularmente a partir do século XVII, não fez com que o mito desaparecesse. Não mais produto de uma consciência mítica, mas de uma consciência racional, o mito passou a ser estruturado a partir do *logos* (razão) e produzido

pelo homem contemporâneo em vista do conhecimento. Embora necessária, a ciência passa a não ser, porém, suficiente, nem a única interpretação válida do real.

Como ponto de partida para a compreensão do ser, os pressupostos míticos acabam servindo de base para todo o trabalho posterior da razão, mas não com a mesma abrangência que se fazia sentir no homem primitivo. O exercício racional diferencia os mitos, o que faz com que, alguns sejam legitimados e outros, considerados prejudiciais ao homem, negados.

Diferente dos mitos antigos que faziam referência ao sagrado, o efeito do mito moderno é, de acordo com Auri Cunha (1992), obtido por rituais profanos dessacralizados, ou seja, por procedimentos que evocam emoções cotidianas de satisfação e que não contêm nenhum apelo à transcendência. Tudo o que neles se busca é a realização de desejos concretos e individuais, mesmo quando os procedimentos sejam coletivos.

Para o autor, os rituais profanos fazem com que o processo de projeção e identificação dos indivíduos, com um imaginário que lhe forneça a representação dos seus modelos de vida e idealizações dos papéis, seja mediado apenas pelas práticas consumistas ou pelos objetos de consumo. Além de fragmentado, o imaginário moderno é submetido à lógica do interesse ou do prazer, que se efetua segundo trocas mentais de projeção e identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura e nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores dos ancestrais, heróis e deuses.

Os olímpianos, termo criado por Edgar Morin (1997), expressa bem as características dessas personalidades míticas, que o estudioso define como o produto mais original da indústria cultural e da cultura de massa. Produzidos industrialmente, os olímpianos são grandes mitos criados pelos veículos de comunicação, que têm o poder de condicionar os valores existenciais do público consumidor, na medida em que são apresentados às pessoas e inseridos em suas vidas privadas a fim de extrair substâncias humanas que permitam a identificação.

A imprensa ao mesmo tempo em que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação. [...] por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. (MORIN, 1997, p. 106).

Para Thareja Fernandes (1997), os mitos surgem intocáveis e aos poucos vão se mostrando humanos, e é essa característica que configura a identificação que as pessoas necessitam. Para Edgar Morin (1997) a eficácia dos modelos propostos, vem precisamente do fato deles corresponderem às aspirações e necessidades que realmente se desenvolvem, daí, o porquê de seus conteúdos essenciais estarem sempre relacionados à necessidade privada, afetiva (felicidade, amor), imaginárias (aventuras, liberdades) ou materiais (bem-estar).

Modelos de vida, os olímpianos se situam no encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário e nascem de papéis encarnados em filmes, em funções sagradas ou em trabalhos heróicos ou eróticos. Magnetizados no imaginário e no real os olímpianos apresentam ideais inimitáveis e modelos imitáveis, sendo, portanto, sobrenaturais no papel que encarnam e humanos na existência privada que levam.

De acordo com Morin (1997), os olímpianos encarnam os mitos de auto-realização da vida privada e por isso, tendem a servir como referência para toda a sociedade. Trazidos à cultura de massa, eles também tendem a destronar antigos modelos, como pais, educadores e heróis nacionais.

Na medida em que dão grande visibilidade a acontecimentos como namoros, casamentos e divórcios, os meios de comunicação transformam os olímpianos em vedetes da atualidade. Apoderando-se dessas personalidades, ela os transforma nos tipos ideais da cultura de massa e os constitui como grandes mitos da atualidade.

De acordo com Thareja Fernandes (1997), de conceito antropológico amplo, o mito passou a servir de referência também para a mídia e rapidamente caiu no senso comum. Frequentemente utilizada pelos *mass media*, que se apropriam dessa forma de representação

para se referirem às pessoas que ocupam um lugar de destaque no imaginário contemporâneo, a expressão passou a ser usada então, para denominar personalidades consolidadas como mito, por terem suas vidas transformadas em narrativas exemplares para gerações inteiras. A figura de Renato Russo não é um mito para todos, nem simboliza o sobrenatural, porém, o que o torna diferente é o fato do artista possuir características que fez com que ele, e não outros fossem imortalizados e tomados como padrões de comportamento.

Enfim, os mitos do século XX, ou as personagens míticas da cultura de massa, diferentemente dos heróis gregos, humanos ou semi-deuses que se notabilizavam pelos seus feitos, não passam da soma de aspirações coletivas, conscientes ou inconscientes que as personagens midiáticas corporificam.

#### 4 INTRODUÇÃO AO OBJETO DE ESTUDO

De acordo com a edição de número 206, da revista *BIZZ*, publicada pela Editora Abril, “[...] dez anos depois de sua morte, Renato Russo se transformou em uma máquina de alimentar nostalgia, [...] foi elevado à herói, a santo conselheiro e em um homem além do mito”. Em uma entrevista gravada no disco *Equilíbrio Distante* (1995), o próprio músico afirmou que não acreditava na existência de heróis. Para ele, o que existe são pessoas que, pela influência da mídia, se apresentam como grandes modelos para a humanidade. À revelia ou não do próprio artista, a verdade é que Renato Russo acabou sendo enquadrado na figura de um olimpiano, termo utilizado pelo estudioso Edgar Morin (1997), como vimos, para definir, dentre os mitos modernos, os personagens promovidos a estrelas pelos meios de comunicação.

Que Renato Russo transformou-se em um mito do *rock* nacional, ninguém tem a menor dúvida. Mesmo depois de uma década de seu falecimento, sites, comunidades na internet, fã-clubes, bandas *covers*, livros, CDs e DVDs podem ser facilmente encontrados, o que comprova a forte presença e popularidade do artista. Muitas vezes, conduzido por pessoas que mal o conheceram, essas manifestações e produtos funcionam como forma de imortalizar a imagem de Renato Russo como mítica, quase inumana e santificada.

No dia 11 de outubro, data marcada pela morte do cantor, o canal Multishow<sup>9</sup> decidiu retransmitir o tributo feito ao músico, *Renato Russo: Uma celebração*<sup>10</sup>. Já o canal MTV<sup>11</sup>,

---

<sup>9</sup> No ar desde 1992, o Multishow é um canal da operadora *Globosat* de televisão, transmitido a cabo pelas operadoras SKY e NET. Pertencente as Organizações Globo, sua programação é composta, em grande parte, por programas musicais.

<sup>10</sup> Idealizado pelo jornalista, produtor e pesquisador Marcelo Fróes, o especial foi gravado em dezembro de 2005, na Fundação Progresso, no Rio de Janeiro e transmitido no dia 26 de março de 2006, data em que o músico completaria 46 anos de idade.

<sup>11</sup> Canal de televisão pertencente à *Viacom International* dedicado, principalmente, à música. A programação do canal é feita, basicamente de videoclipes (ou vídeos musicais), comentários, promoções, notícias e documentários sobre bandas de *rock*.

dedicou grande parte de sua programação em homenagem ao ex-vocalista da *Legião Urbana*, que também foi lembrado no decorrer da semana em programas como *Fantástico*<sup>12</sup> e *Altas Horas*<sup>13</sup>. *Renato Russo: a peça*, dirigida por Mauro Mendonça Filho, estreou no dia 11 de outubro, no Rio de Janeiro, a biografia *Renato Russo: o trovador solitário*, escrita pelo jornalista Arthur Dapieve e lançada originalmente no ano de 2000, pela Editora Relume Dumará, ganhou sua oitava edição e eventos preparados por fãs na maior parte das capitais brasileiras formaram o pacote de homenagens ao músico.

Mas como ser informado de tudo isso e ser formado ou induzido a aceitar ou acreditar na imagem mítica de Renato Russo? Saber das comemorações e homenagens feitas ao cantor, na maior parte das vezes, só foi possível, graças aos veículos de comunicação. Entretanto, eles não cumprem apenas este papel. Através do grande poder que exercem na vida e opinião das pessoas, como já foi citado, são também capazes de resgatar ídolos do passado, projetar novos mitos e fazer com que as pessoas jamais os esqueçam, como parece ser o caso de Renato Russo. As possibilidades para que isso aconteça se dão graças ao tratamento dado às matérias ou notícias, fator que determina o conhecimento e a sensação que as pessoas que as recebem, formam a seu respeito.

Dez anos após a morte do artista, diversos meios de comunicação se valeram da data para fazer algum tipo de publicação em homenagem ou referente a Renato Russo. Com diferentes enfoques e temas, o ex-vocalista da *Legião Urbana* foi lembrado por milhões de brasileiros, que acompanharam ou não seu trabalho, enquanto o artista vivia. Mas, será que a cobertura das comemorações em memória do músico reforça a imagem mítica que Renato Russo carrega?

Diante então, do poder que pode exercer na vida e opinião das pessoas e que detém os meios de comunicação, esta análise englobou a cobertura das comemorações dos dez anos de

---

<sup>12</sup> Programa jornalístico transmitido aos domingos, pela Rede Globo de Televisão.

<sup>13</sup> Programa de música e entretenimento, transmitido pela Rede Globo de Televisão, nas madrugadas de sábado.

morte de Renato Russo, feita a partir dos jornais impressos já mencionados: *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de São Paulo*, *Correio Braziliense*, *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*.

Entre os dias 7 e 15 de outubro de 2006 (quatro dias que antecederam as comemorações dos dez anos de morte de Renato Russo, celebradas no dia 11 e quatro dias posteriores a ela), a análise buscou, através de categorias como importância dada ao acontecimento, espaço dedicado a ele pelos jornais, aspectos por eles mais enfatizados e recursos de linguagem, imagem e diagramação, o tratamento dado pelos jornais ao fato.

### 5.1 Análise gráfica e de conteúdo

No período citado, a efeméride foi noticiada por todos os jornais analisados. É claro que, por cada um de uma forma diferente. Antecipando a comemoração dos 10 anos da morte de Renato Russo, a cobertura feita pelo jornal *O Globo*, foi realizada no dia 10 de outubro (terça-feira). Com uma pequena chamada de capa: “Giuliano Manfredini fala sobre o pai”, a reportagem foi publicada no *Caderno Magazine* (caderno de cultura e entretenimento dirigido a adolescentes), na qual, seis de suas 20 páginas, tamanho *tablóide*<sup>14</sup>, foram dedicadas ao cantor.

Com o ex-líder da *Legião Urbana* na capa do caderno, os dizeres: “Renato sempre”, e um pequeno texto introdutório da editora assistente, Valquíria Daher, o principal enfoque dado pelo jornal consistiu em mostrar a reverência de fãs que ainda eram crianças quando o músico morreu. Isso pode ser facilmente percebido na manchete do caderno: “Dez anos depois de sua morte, líder da *Legião Urbana* vira ídolo da nova geração”.

---

<sup>14</sup> Formato de jornal surgido em meados do século XX, no qual cada página mede aproximadamente a metade do tamanho de um jornal convencional.

Intitulada “Uma nova geração coca-cola”, duas páginas do caderno foram ocupadas por depoimentos de adolescentes, que falaram da admiração e do amor a Renato Russo e a extinta banda.

“[...] Algumas músicas falam muito sobre como eu sou, vejo e penso, [...] são mais que um diário para mim” (Aílton Santos. *In: O GLOBO*, 2006).

“[...] Renato Russo foi o maior poeta de todos os tempos” (Érica Amorin. *In: O GLOBO*, 2006).

“[...] Os temas das músicas do Renato ainda são atuais, nunca vão ficar ultrapassados” (Raphael Carvalho. *In: O GLOBO*, 2006).

Em seguida o jornal trouxe uma entrevista com o filho de Renato Russo, Giuliano Manfredini, que em uma página falou sobre as músicas da *Legião Urbana* que mais gosta, dos momentos felizes que passou ao lado do pai e de seus planos para o futuro. Na página ao lado, um artigo escrito pelo jornalista e autor do livro *Renato Russo: o trovador solitário*, Arthur Dapieve (2006), buscou questionar a permanência da obra do cantor, mesmo após os dez anos de sua morte. O título: “Por que Renato vive?”, expressa claramente essa proposta, que ao longo do texto, o autor tenta comprovar através de opiniões e argumentos.

A impressão de que o Brasil anda a passo de cágado, sobretudo no que tange à ética pública, porém, não explica a permanência da obra de Renato. Ele tomou suas próprias providências para que suas canções não tornassem obsoletas nem no tempo nem no espaço, de modo a permitir que novas gerações de brasileiros (e, quem sabe, até de estrangeiros) pudessem continuar a se relacionar com elas – e a adorá-las. Renato pretendia, declaradamente, fazer letras que pudessem ser entendidas por igual na Vila Rica do século XVIII ou na Nagóia do século XXI. “Eu me preocupo em fazer em fazer um texto que daqui a 200 anos, se a pessoa pegar, não vai precisar de nota de rodapé”, disse-me. [...] se suas canções políticas são atualíssimas, suas canções amorosas são simplesmente atemporais, porque as pessoas continuam se amando, mas poucas escrevendo sobre isso com o gênio de Renato. [...] o que unifica as vertentes políticas e românticas na obra da Legião é o agudo sendo de decência de Renato. [...] Há uma bonita ironia que Renato – roqueiro, homossexual, alcoólatra, soropositivo, tudo que a hipocrisia condena – seja um dos bastiões morais do Brasil. Por isso, ele vive (Arthur Dapieve. *In: O GLOBO*, 2006).

Logo abaixo do artigo de Dapieve, o caderno abordou, na mesma página, o anúncio da estréia de *Renato Russo, a peça*, espetáculo dirigido por Mauro Mendonça Filho, narrando a trajetória do cantor. Em um espaço de meia página, o ator Bruce Gomlevsky falou sobre aspectos como o livro de Dapieve (fonte de inspiração para a montagem da peça), duração, montagem, pesquisas para sua realização e relação com os familiares de Renato Russo.

Por fim, uma entrevista de um pouco mais de uma página com o ex-guitarrista da *Legião Urbana*, Dado Villa-Lobos, encerra a reportagem. Com enfoque pouco voltado para a banda ou para Renato Russo, a matéria enfatizou aspectos como a vida atual do músico e o lançamento do seu disco solo.

Na entrevista concedida ao conselho da Megazine, no Jardim Botânico, diz (Dado Villa-Lobos) que no cenário atual da música jovem muita coisa não lhe diz nada. Passados dez anos da morte do amigo Renato Russo e do fim da banda, Dado lança seu primeiro trabalho solo, *Jardim de Cactus* (*O GLOBO*, 2006).

A cobertura feita pelo jornal *O Globo* utilizou doze fotos, cores fortes como o rosa, o laranja e o vermelho e vários elementos gráficos<sup>15</sup> como chamadas<sup>16</sup>, negrito e olho gráfico<sup>17</sup>. Bastante positiva e relativamente imparcial à memória de Renato Russo, a matéria deixou elogios e tietagem por conta dos entrevistados e ao longo da reportagem opinou uma única vez, dizendo que “as honrarias constataam que a influência de sua música (de Renato Russo) não arrefeceu”.

No dia 11, quarta-feira, o *Jornal do Brasil* optou por publicar um depoimento com o já citado ex-guitarrista da *Legião Urbana*, Dado Villa-Lobos. A matéria, em preto e branco, ocupou a quarta página do Caderno B (Caderno de Cultura), também impresso em tamanho

---

<sup>15</sup> Recursos utilizados na diagramação do jornal como o objetivo de despertar a atenção do leitor e orientar a leitura de forma rápida e agradável.

<sup>16</sup> Pequeno título e/ou resumo de uma matéria, publicado, geralmente, na primeira página de um jornal, como o objetivo de atrair o leitor e remetê-lo a matéria completa, localizada nas páginas internas.

<sup>17</sup> Caixa de texto introduzida no meio da matéria, para chamar a atenção do leitor para uma citação ou comentário.

tablóide. Foram quatro colunas, totalizando 84 linhas e uma pequena foto de Villa-Lobos no alto da matéria.

Intitulada “Renato Russo nos fazia acreditar em nós mesmos”, o músico discorre sobre a ausência de Renato Russo e faz um balanço de como sua vida mudou nos últimos dez anos. Villa-Lobos fala sobre sua volta aos palcos em decorrência da carreira solo e a compara ao início da carreira ao lado de Renato Russo, a quem é só elogios.

Com a morte do Renato, perdemos um hiper-super-intérprete, com um carisma inigualável. Mas, para além disso, ficamos sem essa figura intensa, sempre disposta a sacudir o público e mostrar que o jovem tem a força da palavra e é capaz de mudar o país. [...] É curioso ver como tantos adolescentes, que mal se lembram do Renato, continuam sendo tocados e transformados pelas canções da Legião. Acredito que esta obra seja o principal legado deixado por ele. Com a distância de sua morte, seria estranho nos relacionarmos apenas com sua lembrança física. Sempre há o risco de sua figura ser deturpada, por isso, esse repertório gravado é o que de mais importante ficou e certamente vai ficar dele (Dado Villa-Lobos. *In: JORNAL DO BRASIL*, 2006).

Através do depoimento do ex-guitarrista, o jornal apenas noticia os dez anos de morte de Renato Russo. Se utiliza de poucos recursos gráfico (negrito e olho gráfico) e não busca, para complementar a matéria, outras informações ou enfoques para dar ao leitor.

O jornal *Folha de S. Paulo* se utilizou da data por dois dias para fazer publicações. A primeira reportagem, publicada no dia 9 de outubro, ocupou as páginas 4 e 5 do Caderno *Folhateen* (caderno de cultura, comportamento e entretenimento, destinado principalmente, a adolescentes).

Em tamanho tablóide, colorido, a matéria ganhou um espaço de aproximadamente uma página e meia e foi intitulada “Uma legião sem líder”. O enfoque da matéria dividiu-se entre a notícia da efeméride: “Na quarta-feira, dia 11, completam-se dez anos da morte de Renato Russo, líder da *Legião Urbana*” e uma retransa sobre a nova carreira de Dado Villa-

Lobos: “Dado apresenta em São Paulo, no próximo dia 18, seu primeiro trabalho solo desde o fim da Legião”.

A reportagem feita pelo caderno, na página ao lado, também abordou a publicação da nova edição do livro *Renato Russo: o trovador solitário*, pelo jornalista Arthur Dapieve:

[...] o livro que a Ediouro relança no 10º aniversário da morte do líder da Legião Urbana conta a trajetória de Renato Manfredini Jr., de garoto prodígio vivenciado em livros até a transformação no punk Renato Russo, criador da banda Aborto Elétrico, e, mais tarde, fundador da Legião Urbana. [...] Lançado em 2000, o livro de Dapieve sai agora com 188 páginas, revisado e com novas fotos (*FOLHATEEN*, 2006).

Na reportagem, foi utilizada uma grande foto de Renato Russo, uma pequena foto de Dado Villa-Lobos e a ilustração do livro *Renato Russo: o trovador solitário*. Em alguns momentos, a reportagem reafirma o sucesso da *Legião Urbana* mesmo após a morte de seu principal integrante: “a banda continua fazendo fãs adolescentes, que nem acompanharam o grupo em atividade” e até eleva as canções e a figura de Renato Russo: “Autor de hinos como *Será, Pais e Filhos, Faroeste Cabloco e Eduardo e Mônica*, Renato era a figura central da *Legião Urbana*”.

Já a segunda reportagem, publicada na quarta-feira, dia 11, o enfoque dado pelo Caderno *Folha Ilustrada* consistiu na estréia do espetáculo sobre a vida de Renato Russo: “Peça em tributo a Renato Russo estréia no Rio. Bruce Gomlesvky vive líder da *Legião Urbana* da juventude até o diagnóstico da Aids, morte do cantor faz dez anos hoje”.

A matéria, que trouxe uma grande foto do ator Bruce Gomlevsky, ocupou aproximadamente metade do espaço da página 4 e também abordou, além dos detalhes sobre o monólogo, a opinião do diretor Mauro Mendonça Filho sobre Renato Russo: “a sensação que tenho é que ele ruma para a eternidade. [...] vai passar o tempo e o que ele expressou não vai perder força” e da irmã do músico, Carmem Teresa Manfredini: “dizem que o Brasil é um país sem memória, mas parece que os fãs estão aumentando”.

Sem se posicionar sobre o músico ou sobre a data, a matéria é encerrada com a notícia da produção de três filmes sobre Renato Russo previstos para serem de lançamento no ano de 2007.

No mesmo dia, o jornal publicou na página 6, do mesmo caderno, uma pequena matéria (três colunas, totalizando 42 linhas) para noticiar a retransmissão do tributo *Renato Russo: uma Celebração*. Assim como a matéria publicada no dia 27 de março, deste ano, em que o jornal fez diversas críticas ao especial, voltou a reafirmar sua opinião no título: “Tributo a Renato Russo é paupérrimo”, e em trechos: “[...] poucos números realmente celebram a memória do cantor, muita gente parece estar ali apenas para aproveitar a chance no *mainstream* antes que a sopa acabe”.

Ao falar de Renato Russo, o jornal utiliza termos como influente, importante e em alguns momentos, se refere ao músico como “líder de um dos mais instigantes grupos de *rock* nacional” e recursos gráficos como o negrito, subtítulos<sup>18</sup> e entretítulos<sup>19</sup> são usados em toda a diagramação.

Apesar de ter feito uma publicação no dia 12 e outra no dia 14, referindo-se aos dez anos de morte de Renato Russo, o *Estado de São Paulo*, foi o jornal que menos deu visibilidade e importância à passagem. A primeira publicação, feita na editoria de cultura, *Caderno 2*, trouxe uma pequena entrevista com o ator Bruce Gomlevsky, protagonista de *Renato Russo: a peça*.

A entrevista, que ocupou um espaço, quase que imperceptível da página 11, se baseou em quatro perguntas, respondidas em poucas linhas. Somente através da introdução feita sem muito destaque pelo redator: “No aniversário de 10 anos da morte de Renato Russo, o ator concretiza sonho de montar um espetáculo para homenagear o ídolo” e uma pequena imagem

---

<sup>18</sup> Frase ou texto que complementa o título principal.

<sup>19</sup> Cada um dos títulos que subdividem um texto extenso. É um recurso gráfico utilizado para tornar menos cansativo e mais fácil de ler.

de uma caricatura de Renato Russo, é possível remeter a publicação à data. Para um leitor desatento, que muitas vezes lê apenas os títulos das matérias sem destaque, a hipótese mais provável é a de que a publicação deve ter passado despercebida para a maioria dos leitores.

No dia 14 (sábado), o mesmo caderno publicou, na mesma página, uma nota referindo-se a uma homenagem a Renato Russo, feita no programa *Altas Horas*. Com o título “Dez anos sem Renato Russo”, a nota que também trouxe uma foto colorida do ex-guitarrista Dado Villa-Lobos e do cantor Jerry Adriani, não apenas noticiou a atração, mas se antecipou, revelando aos leitores as emoções do que ainda seria transmitido.

Serginho Groismam juntou Jerry Adriani e o ex-*Legião Urbana* Dado Villa-Lobos para um tributo a Renato Russo no *Altas Horas*. Quando cantou *Será*, o par emocionou a platéia, incluindo muitos que nunca viram Russo no palco. No ar na Globo, logo mais, por volta das 1h30 (*ESTADO DE SÃO PAULO*, 2006).

Um dos principais jornais de Minas Gerais, o *Estado de Minas*, também dedicou duas edições a data, uma no dia 11 de outubro e outra no dia 13. A primeira, publicada na página 4 do caderno *EM Cultura*, foi intitulada “Lendas de um caubói urbano” e ocupou, com uma grande foto do ator Bruce Gomlevsky, quase uma página do jornal.

Como na maioria das publicações, a matéria se ateve a noticiar os 10 anos da morte do músico, a estréia de *Renato Russo: a peça*, o lançamento da reedição do livro *Renato Russo: o trovador solitário* e os filmes previstos para estrear no próximo ano (2007), o que fica bastante claro no antetítulo: “Os fãs ainda reverenciam a memória do roqueiro Renato Russo, líder da *Legião Urbana*, morto 10 anos atrás. Ele está nos palcos e nas livrarias e, em breve, também no cinema”.

Apesar de não se aprofundar em outros aspectos, como a carreira do músico ou talvez sua tão considerada importância para o cenário musical brasileiro, a matéria é bastante positiva e elogiosa a figura de Renato Russo.

Fenômeno de mídia que, além de continuar vendendo discos, livros e revistas, chega ao teatro e às telas do cinema, o cantor, compositor e baixista carioca que, tornou-se ao lado de Cazuza o nome mais expressivo do *rock* nacional, fazendo história desde a década de 1980. Vítima da Aids, Renato Manfredini Júnior, o Renato Russo, morreu em 11 de outubro de 1996. O culto à sua música, no entanto, permanece (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

A matéria segue com declarações do jornalista e autor da biografia de Renato Russo, Arthur Dapieve, que como em outros jornais, defende a permanência da obra do músico: “a coerência entre vida e obra e a própria riqueza musical da *Legião Urbana* – em especial as letras de Renato – seriam responsáveis pela capacidade do artista em se manter atual” e com três retrancas. A primeira, “No cinema”, abordou a produção do filme de Antônio Carlos Fontoura, a segunda, “Nas livrarias”, falou sobre a nova edição da biografia escrita por Dapieve e a terceira, “Nos palcos”, noticiou sobre a estréia de *Renato Russo: a peça*. Nessa última, o jornal se refere ao músico como um mito: “[...] Bruce Gomlevsky vive o mito no musical Renato Russo”.

No dia 13, sexta-feira foram duas publicações, em cadernos diferentes. Uma novamente no caderno de cultura noticiando uma homenagem ao cantor no programa *Altas Horas* e a outra, um artigo publicado no Caderno Fim de Semana<sup>20</sup>. A matéria, publicada no caderno de cultura, ocupou um pequeno espaço da quinta página como os dizeres: “Música na madrugada” e uma foto colorida dos músicos Dado Villa-Lobos e Jerry Adriani, tendo Renato Russo ao fundo. A nota, basicamente abordou as atrações do programa.

Renato Russo será homenageado amanhã no programa *Altas Horas*, comandado por Serginho Groismam na madrugada da Globo. Um dos convidados, Dado Villa-Lobos lembra a parceria da *Legião Urbana*, recebendo outros músicos para cantar os maiores sucessos da banda. Entre eles, Dinho Ouro Preto, Jerry Adriani, Fernanda Takai e Thalma de Freitas (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

---

<sup>20</sup> Caderno de cultura publicado as sextas-feiras. Difere-se do caderno de cultura semanal, por apresentar um roteiro mais completo do que acontece na cidade no fim de semana.

Por fim, o artigo escrito pelo jornalista, Rodrigo James, ocupou aproximadamente uma página, tamanho tablóide. Com o título “Duas coisas sobre a *Legião Urbana*”, James discorre, de forma bastante elogiosa e pessoal, sobre dois episódios marcantes sobre a banda. Antes disso, inicia sua argumentação falando sobre a morte do cantor.

Onze de outubro de 1996, [...] a primeira notícia do dia me foi dada por minha mãe e seria a mais triste da semana, do mês e, durante muito tempo, a notícia mais triste para o *rock* brasileiro: Renato Russo havia falecido. (Rodrigo James. *In: ESTADO DE MINAS*, 2006).

O primeiro episódio narrado pelo jornalista refere-se ao primeiro show da *Legião Urbana* realizado em Belo Horizonte, em 1988: “Consegui convencer meus pais e fui para o show, cercado de expectativas”. O segundo, fala sobre a última apresentação da banda na cidade mineira, realizada em 1994.

O show ficou marcado pelo cenário: um palco montado no parque (Mangabeiras) e parcialmente iluminado por uma lua cheia que deu tom a noite. Um presente da cidade para a banda e seus fãs e uma despedida mais do que digna. Renato russo morreria pouco mais de dois anos depois, deixando um legado inigualável (Rodrigo James. *In: ESTADO DE MINAS*, 2006).

Outro jornal de grande circulação em Minas Gerais, *O Tempo*, dedicou à página de capa de seu caderno de cultura, *Magazine*, a cobertura dos dez anos de morte de Renato Russo. Com direito a chamada de capa (com foto): “Uma década sem Renato. Shows, filmes, peças e exposições lembram o cantor e compositor Renato Russo, líder da *Legião Urbana*, que morreu no dia 11 de outubro de 1996”, a matéria foi publicada no dia 11, quarta-feira.

Em relação aos outros jornais, a cobertura feita pelo *O Tempo*, é a que mais se posiciona em relação ao cantor: “Goste-se ou não, há que se reconhecer que Renato Russo representa um caso raro de idolatria na história do *rock* brasileiro”, e quanto a sua ainda marcante presença no cenário musical, continua: “Renato Russo representa um caso típico de necrofilia da arte”.

Para enriquecer a reportagem, o jornal utiliza vários dados, como números de comunidades no *Orkut*<sup>21</sup> dedicadas a Renato Russo: “[...] são mais de 200, com número de membros que variam de 2.000 a 13 mil” e programação das homenagens feitas pelos fãs-clubes.

Os fãs-clubes espalhados por todo o Brasil estão preparando homenagens que vão de shows de bandas covers a exposições de fotos ou simples encontros. Em São Paulo, por exemplo, o Espaço Constituição, localizado no centro da cidade, recebe uma série de atividades programadas pelo fã-clube “Todos numa só legião”, que inclui show da banda cover *Blefe*, com participação de integrantes de diversos grupos, exposição fotográfica e leituras dramatizadas. Há eventos similares programadas para cidades como Rio de Janeiro, Brasília, Goiânia e Salvador (*O TEMPO*, 2006).

Em seguida, a matéria abordou a estréia de *Renato Russo: a peça* e o relançamento do livro *Renato Russo: o trovador solitário* em que, declarações do jornalista e autor da biografia, Arthur Dapieve, ganharam grande destaque.

Eles me perguntaram se eu topava escrever a biografia do Renato, isso dois anos após sua morte. A princípio recusei por achar que a morte dele ainda estava muito recente. [...] Para escrever *Renato Russo: o trovador solitário*, Dapieve diz que se valeu, principalmente de sua trajetória como jornalista da área de cultura, que acompanhou a carreira da Legião Urbana e por duas vezes entrevistou longamente o seu biografado. [...] Ele conta que se somaram a essas duas entrevistas outras de menos fôlego, mas abertamente reveladoras. [...] Ele considera que a idolatria de que o cantor e compositor é alvo ainda nos dias atuais, deve-se, sobretudo, à qualidade do trabalho que desenvolveu em vida. [...] Sobre as lembranças mais marcantes que guarda dos contatos que teve com Renato, Dapieve destaca sua sagacidade e uma dose de bom humor e ironia que não era revelada em sua vida pública (*O TEMPO*, 2006).

Dando continuação as declarações de Dapieve, o jornal acrescentou outras do produtor Carlos Alberto Xaulim, primeiro a produzir um show da *Legião Urbana* (dia 5 de setembro de 1982, na cidade de Patos de Minas, em Minas Gerais).

---

<sup>21</sup> Rede social filiada ao *Google*, criada em 19 de Janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos. Com cerca de 18 milhões de usuários, o Brasil é o país com o maior número de membros, superando inclusive os EUA.

Ao longo da reportagem, o jornal engrandeceu por diversas vezes a imagem do cantor: “[...] morto há dez anos, ainda hoje é um dos ícones da MPB”, “[...] o respeitável repertório é hoje parte da história do *pop-rock* nacional”. Em sua diagramação, também se utilizou de recursos gráficos como cores fortes e vivas (amarelo, laranja e vermelho), inserção de fotos, chamadas e subtítulos.

Além da reportagem de capa do caderno, no mesmo dia, o jornal publicou na página 7, em uma editoria intitulada “Antenada”, uma pequena nota para noticiar a transmissão do tributo pelo canal Multishow: “Para relembrar o líder da *Legião Urbana*, morta há dez anos atrás, o Multishow exhibe hoje, às 14h, o tributo *Renato Russo: uma celebração*”.

Também capa do seu caderno de cultura, o jornal *Hoje em Dia*, foi em Minas Gerais, o que mais deu visibilidade a passagem dos dez anos de morte do cantor. Antecipando a comemoração, publicou no dia 10 de outubro (terça-feira), uma reportagem intitulada “O primeiro show”. Como está explícito no título, o principal enfoque dado à cobertura foi à realização do primeiro show da banda, realizado, em setembro de 1982, na já citada cidade, Patos de Minas.

Tudo começa em Patos de Minas, 1982. Entre os contratados para tocar no Festival *Rock* no Parque, na cidade mineira do Alto Paranaíba, há um grupo brasileiro. [...] No dia 5 de setembro, vinda de ônibus do Distrito Federal, a *Legião Urbana* chega a Patos com Renato Russo, Marcelo Bonfá, Paraná e Paulista (*HOJE EM DIA*, 2006).

Bastante elogiosa, a reportagem, na maioria das vezes, se utiliza de dados para enaltecer a figura de Renato Russo.

O líder da *Legião Urbana* prossegue marcando presença na programação das rádios e no repertório de vários intérpretes, atraindo fãs de todas as idades. Até hoje, o grupo figura entre os campeões de vendagem, mantendo trabalho completo em catálogo; trata-se da única banda da gravadora EMI-Odeon que consegue superar os Beatles em vendas anuais. (*HOJE EM DIA*, 2006).

A reportagem trouxe também declarações do produtor Carlos Alberto Xaulim e do produtor musical, Luiz Fernando Borges, que em parceria com o cineasta Antônio Carlos Fontoura, lançam no ano que vem (2007) um filme sobre a vida do músico. “Temos o roteiro pronto e dependemos apenas da liberação dos recursos, até distribuidora já conseguimos”.

O uso de grandes fotos, uma do cantor, outra da montagem do palco para a realização do show em 1982, deram tom à cobertura de capa do jornal, que também utilizou bastante de cores fortes como o vermelho e o laranja e de grandes caracteres<sup>22</sup>.

A cobertura feita pelo jornal continuou na página 3: “Autores veneram a arte de Renato Russo”, cujo enfoque se baseou em declarações de intelectuais como o poeta, ensaísta e crítico literário, Silviano Santiago: “Ele era a imagem esplendorosa do final do milênio, angelical e decadente”. O que não foi noticiado na reportagem de capa, aparece no início da matéria, escrita por um dos jornalistas de cultura mais consagrados do *Hoje em Dia* e do jornalismo mineiro, Alécio Cunha.

O relógio marca 1h15. É madrugada de 11 de outubro de 1996. Deprimido e cercado por familiares, o cantor e compositor Renato Russo morre, aos 36 anos, em seu apartamento no bairro Ipanema, Rio de Janeiro. O vocalista da banda Legião Urbana, que havia se arriscado em dois discos solo, *The Stonewall Celebration* e *Equilíbrio Distante*, não resiste às conseqüências do vírus da Aids. O poeta seria cremado na tarde do dia seguinte (*HOJE EM DIA*, 2006).

Por toda a matéria, o jornalista seguiu defendendo a permanência de Renato Russo: “[...] passados dez anos da morte de Renato Russo, o artista mantém acesa a chama” e de sua obra: “[...] Suas músicas continuam sendo executadas com êxito na programação de rádios FM e AM e os CDs são sempre encontrados nas lojas”.

A edição de número 206 da Revista *BIZZ*, também foi comentada por Alécio Cunha, que logo em seguida, introduz as declarações anunciadas no título da matéria.

---

<sup>22</sup> Todos os tipos de letras do alfabeto e os sinais de pontuação, utilizados na diagramação do jornal.

Seu canto tinha algo de primaveril e diabólico. Parecia cantar as glórias do corpo, dizendo a miséria do recolhimento de uma geração. Renato associava os opostos, aceitando todas as verdades, sabendo que não podia mudar o mundo, mas também que não podia sair da vida sem antes ter quebrado a cara redonda do mundo (Silviano Santiago. *In: HOJE EM DIA*, 2006).

Outro autor escolhido pelo jornalista para falar de Renato Russo, foi o compositor, poeta e produtor musical Ezequiel Neves, que também fez diversos elogios ao músico.

Ele deixou uma marca intransponível no cenário musical brasileiro, não só como compositor, mas como indivíduo. Era uma pessoa maravilhosa, que nunca teve medo de assumir a bissexualidade, de encarar suas emoções. Suas músicas fizeram à cabeça de toda uma geração. E cabeça é uma palavra fundamental para entender as performances de Renato, que unia o cerebral e o subjetivo de forma clara (Ezequiel Neves. *In: HOJE EM DIA*, 2006).

Segundo o jornalista Alécio Cunha, o poeta Chacal, ícone da literatura marginal no Brasil, é outro que se encantava com as atitudes de Renato Russo.

Em um país machista e tantas vezes debilóide como o Brasil, não é fácil assumir as posturas que ele assumiu. Ele soube enfrentar a mediocridade com caráter e o mais importante: não deixou de vender discos, nem de ser respeitado por causa disso (Chacal. *In: HOJE EM DIA*, 2006).

A série de declarações é encerrada com o jornalista e autor da biografia *Renato Russo: o Trovador solitário*, Arthur Dapieve.

Ele tinha um olhar muito forte sobre o extrato da poesia. Tanto é que desde Camões, passando pela Bíblia e pela beleza das canções italianas, conseguia realizar essa mistura sem maiores problemas. Talvez por isto, sua música não seja datada nem envelheça. Ainda existem muitos jovens preparados para deglutir seu impacto (DAPIEVE *In: HOJE EM DIA*, 2006).

Em relação às publicações mineiras, a matéria foi a que mais se preocupou em mostrar a importância de Renato Russo, não só através de declarações de terceiros, mas também por declarações do próprio redator. Ela ocupou metade da página e inseriu além de uma grande

foto do músico, ilustrações do livro *Conversações com Renato Russo* e da revista *BIZZ* (edição especial de um ano da morte de Renato Russo).

Dessa vez, para noticiar, principalmente, a passagem da efeméride: “Há dez anos, morria o ídolo Renato Russo, da *Legião Urbana*”, o jornal voltou a publicar uma matéria no seu caderno de cultura, no dia 11 de outubro. O texto utilizado foi praticamente uma edição do que já havia sido publicado no dia anterior, tanto é, que o redator deixa isso bastante claro: “Conforme o Hoje em Dia lembrou ontem”, fato esse, estranho e sem explicação aparente. A única diferença é o anúncio da estréia do espetáculo sobre a vida do cantor, adaptada para o teatro: “No Rio de Janeiro, estréia hoje, e segue até 11 de novembro, o musical *Renato Russo: a peça*, homenagem no palco do Centro Cultural Correios, dirigida por Mauro Mendonça Filho”.

Mesmo em tamanho bem reduzido à publicação feita no dia anterior, o jornal dedicou à matéria um lugar de destaque, também na página 3 (principal página do jornal, depois da capa) e uma foto que ocupou o mesmo tamanho da matéria.

Por fim, o jornal *Correio Brasiliense*, publicação de Brasília, terra natal da banda *Legião Urbana*, como não poderia ser diferente, deu grande visibilidade à data e dedicou a ela, uma cobertura de três páginas em sua editoria de cultura, *Caderno C*, além de chamada na capa.

Dez anos sem Renato Russo. Uma década depois de sua morte, Renato Russo continua no topo do *rock* nacional. Nenhum outro artista pop brasileiro vendeu tantos discos quanto a *Legião Urbana* na última década: quase dez milhões de cópias desde 1996. A força atemporal do discurso ético do cantor é um dos motivos do fenômeno. Conheça também os lugares mais marcantes na história de Renato Russo com Brasília, a cidade onde ele moldou a identidade roqueira (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

O jornal, *Correio Brasiliense*, também se preocupou em não se ater somente às homenagens, mas mostrar porque elas estavam sendo feitas ou merecendo ser feitas.

Intitulada “Renato Russo: O poder do mito” a reportagem buscou mostrar a importância do artista, tendo como base de toda a sua argumentação, números e dados a respeito da carreira de Renato Russo.

O enfoque dado pelo jornal privilegiou a idéia de que o cantor é um grande mito do *rock* nacional e de forma sempre elogiosa, reafirmou o poder do líder da *Legião Urbana*, que mesmo após os dez anos de sua morte “vende 10 milhões de discos e não pára de cativar fãs entre as novas gerações”. A reportagem que mobilizou uma equipe do jornal enaltece, em todos os textos, a figura de Renato Russo e refere-se a ele como o maior símbolo do *rock* brasileiro e um dos maiores poetas da música brasileira.

De acordo com o jornal, dez anos depois da morte do principal personagem da *Legião Urbana*, a saga de Renato Russo continua e resistindo com uma força que parece implacável.

Nessa década de ausência, ninguém vendeu tantos discos de *rock* no Brasil quanto Renato. Foram quase 10 milhões de álbuns, o dobro de discos vendidos pela banda do vocalista, a *Legião Urbana*, até 1996. É um número que impressiona mesmo quando colocado ao lado do império de um Zezé di Camargo, que comercializou 20 milhões de álbuns em 13 anos – com o detalhe de que o sertanejo viveu o auge da carreira nesse período, fez shows e filme, e tem o costume de lançar um trabalho por ano (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

Além de dados e números, o *Correio Braziliense* acrescentou declarações, como as da estudante Adriely Santiago de 17 anos, que exalta ainda mais a figura de Renato Russo: “Não há quem se equipare a Renato. Ele foi um revolucionário”.

A reportagem segue nas páginas 4 e 5 do jornal, coberta de fotos, infográficos<sup>23</sup>, ilustrações e uma diagramação, que, se utilizando muito do vermelho, valoriza e impressiona. Com duas retrancas, a página 4 começa com “Perenidade sem concorrentes”, que recorre a relato de fãs e especialistas para, de acordo com o jornal, identificar e entender a força do mito em torno de Renato Russo.

---

<sup>23</sup> Representações usadas onde a informação precisa ser explicada de forma mais dinâmica. É um recurso com forte atração visual que pode combinar elementos como fotografia, desenho e texto.

Constantemente os redatores se apoiaram em declarações do próprio Renato Russo: “O que vai ficar são nossas canções, e não as fotos”, para em seguida enaltecerem o músico: “Nos 10 anos sem Renato, essa profecia se concretizou. A arte persiste e parece resistir a toda crise”.

No período em que o mercado fonográfico brasileiro cambaleou diante da pirataria e fechou as portas para o risco de defender roqueiros iniciantes, a imagem do compositor estampou não apenas álbuns-tributo, caça-níqueis e as coletâneas que, em vida, tanto abominou. Cada disco da Legião, sem exceção, vendeu cerca de 500 mil cópias no espaço entre 1996 e 2006. E incluía nessa conta o sombrio V, de 1991, de lirismo amargo povoado por drogas, depressão e a frustração da era Collor. A perenidade da arte de Renato Russo não encontra concorrentes no rock brasileiro. Nem Caetano nem Raul Seixas garantiram esse tipo de sobrevida à totalidade da obra (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

O primeiro a falar sobre Renato Russo é Arthur Dapieve, autor do livro *Renato Russo: trovador solitário*, que defende a perenidade da obra do cantor.

O Brasil conspirou a favor do Renato. O hino *Que país é este?*, por exemplo, foi composto treze anos antes de integrar o disco homônimo, lançado em 1987. Ele tinha a esperança de que não precisaria gravar a canção. Acreditava que a situação do Brasil melhoraria. Não conseguiu prever, porém, que a canção vestiria bem um país tomado por crise ética (Arthur Dapieve. *In: CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

O jornal intercala declarações de fãs: “O que me impressiona é a atualidade das letras dele. Quando você ouve *Que país é este?* e vê o cenário político do Brasil de hoje, percebe que a música se enquadra perfeitamente” (Davisson Pereira) e declarações feitas por Renato Russo há vinte e há dez anos atrás: “Nesses 10 anos, nada mudou. Nós continuamos falando sobre ética, amor e perdão. E continuamos tentando ser sinceros”.

Durante toda a matéria, as canções de Renato Russo são tratadas pela equipe de reportagem como poesias: “Além da riqueza das letras, que vez ou outra são usadas como gás para repertório de bandas bem-sucedidas, os temas da poesia de Renato ganham em atualidade” e o cantor como sendo uma grande referência: “Para as novas gerações, Renato

fica como o exemplo de coragem impresso nas letras da Legião” ou um grande mito: “Em rodas de violão ou no quarto de alguém que acabou de conhecer os versos de Faroeste caboclo, Renato Russo ilustra o poder de um mito com mais propriedade que qualquer marca deixada pelo tempo”.

Na segunda retransmissão, intitulada “Tempo de Reverências”, a reportagem buscou mostrar que Renato Russo está presente de diversas formas: “as homenagens estão na mensagem saudosista colorida em camiseta, nos acordes daquela canção que todos sabem cantar junto, em uma maratona de tributos musicais e até mesmo em um palco carioca” e em seguida anunciou as comemorações previstas para marcar os dez de morte do cantor.

Os 10 anos de morte de Renato Russo serão lembrados com exposição, show e teatro. Com abertura marcada para as 19h30 de hoje, a exposição *Leia na minha Camisa* levará ao Museu de Arte de Brasília a criatividade de artistas e personalidades locais, que inspirados em Renato, foram convidados a compor frases de reverência. [...] Na abertura, a banda *Quatro Estações* fará *cover* de sucessos da Legião. [...] a outra homenagem planejada pela Secretaria de Cultura, desta vez pelo projeto *Arte por Toda Parte*, é um show domingo, com entrada franca, a partir das 17h (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

O espetáculo *Renato Russo: a peça*, a produção dos filmes *Religião Urbana*, de Antônio Carlos da Fontoura e *Faroeste Caboclo*, de René Sampaio, também foram citados pelo jornal, que sem se prender aos fatos, apenas os noticiou. Da mesma forma, a reportagem abordou as homenagens feita pela televisão.

[...] A programação da MTV e do Multishow dedicará especiais hoje à memória de Renato Russo. O Jornal da MTV, às 23h30, trará homenagem com participação de Dado Villa-Lobos e Dinho Ouro Preto (Capital Inicial). [...] No Multishow, será reprisado o Multishow ao vivo: Renato Russo – Uma celebração, às 14h, em que clássicos do cantor são revisitados por artistas como Titãs, Autoramas e Fernanda Takai, do Pato Fu. O DVD desse especial já vendeu 11 mil cópias – e o CD, 56 mil (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

A página 4 se encerra com um infográfico contendo números da gravadora EMI sobre a vendagem de Renato Russo e da *Legião Urbana*: “Comparação entre discos vendidos por Renato Russo até hoje e nos 10 anos após a morte do compositor revela a força do mito”. Já a página 5, foi toda ocupada para descrever um roteiro com treze memoriais, previstos para serem construídos e homenagear o músico em Brasília.

Intitulada “As treze Estações” (número correspondente à quantidade de memoriais a serem implantados), a matéria cita cada local especulado para receber a homenagem. De acordo com o jornal, o mapeamento e registro dos principais lugares da cidade, que foram marcantes na história do cantor, estão sendo feito pelos familiares de Renato Russo, como a mãe, Maria do Carmo Manfredini, também ouvida pelo jornal: “Poderia colocar uma placa por conta própria, mas seria pura corujice materna. Por isso, queria a participação da comunidade. Até porque a memória dele já está perpetuada, o que não está documentado é essa relação com a cidade”.

No mesmo dia, 11 de outubro, o caderno de esportes do *Correio Braziliense* também aproveitou a data para apresentar o novo time de futebol de Brasília, clube que nasceu como projeto social e que recebeu o nome em homenagem a Renato Russo. Apesar de tratar-se de assuntos diferentes, a matéria de meia página, intitulada “Em campo, o Legião”, refere-se ao músico também de forma sempre elogiosa e com a mesma intensidade da reportagem feita pelo caderno de cultura.

Há exatos 10 anos, no dia 11 de outubro de 1996, a capital chorou a morte de Renato Russo, o talentoso e polêmico cantor, compositor e líder da banda *Legião Urbana*. Uma década depois, o esporte e o *rock* de Renato, Marcelo Bonfá e Villa-Lobos se encontram no mais novo time de futebol profissional do Distrito Federal, o Legião Futebol Clube (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

No dia 13 de outubro, sexta-feira, outra publicação foi feita pelo jornal *Correio Braziliense*. Também com direito a chamada de capa: “Tributo a Renato Russo, domingo, na

Torre de TV. É de Graça”, a matéria ocupou a décima página, do caderno *Fim de Semana*, impresso em tamanho tablóide. Com o título “Domingo para Renato Russo”, o intuito da publicação foi noticiar ao público as atrações previstas para homenagear o ex-vocalista da *Legião Urbana*.

[...] A área em frente à Torre de TV deve receber um grande público domingo, a partir das 17h, com a realização do Tributo a Renato Russo. [...] Para homenagear o fundador do Aborto elétrico e da Legião Urbana, morto há 10 anos, subirão ao palco as bandas *Cálida Essência*, *Cachorro das Cachorras*, *Jah Live*, *Ligação Direta* e *Made in Blues* (CORREIO BRAZILIENSE, 2006).

A matéria segue com declarações feitas por integrantes das bandas participantes do tributo, como as do vocalista da banda *Cálida Essência*, Sérgio Fonseca, que falou sobre o repertório da apresentação, projetos e claro, da admiração pela *Legião Urbana*:

Por incrível que pareça, não tive a oportunidade de conversar com Renato e, até hoje, nunca estive com Dado Villa-Lobos, nem com o Bonfá. Isso, porém não diminuiu em nada a admiração que tenho pela Legião (Sérgio Fonseca. In: CORREIO BRAZILIENSE, 2006).

Assim como as demais matérias publicadas pelo jornal no decorrer da análise, a cobertura feita pelo caderno *Fim de Semana*, fez diversos elogios que exaltaram e enalteciam a imagem de Renato Russo e por fim, assemelhou a figura do cantor, a de um Deus, digna não só de homenagem: “Bandas locais, em cinco apresentações de 45 minutos, vão reverenciar o cantor em show na Torre de TV”.

#### 4.2 Análise Crítica

Como visto na análise gráfica e de conteúdo é possível perceber que algumas coberturas foram bem mais ricas em relação a outras. Metade dos jornais analisados (*O Globo*, *Correio Braziliense*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*), além de noticiarem a efeméride buscou

também, enriquecer a reportagem, e mostrar a importância da carreira ou obra deixada por Renato Russo. O fato, porém, não impediu que a figura e obra do artista fossem exaltadas, por outros jornais, como foi o caso do jornal *Folha de S. Paulo* e *Estado de Minas*.

“[...] Líder (Renato Russo) de um dos mais instigantes grupos do *rock* nacional” (*FOLHA DE S. PAULO*, 2006).

“[...] Nome mais expressivo do *rock* nacional, Renato Russo representa um caso raro de idolatria na história do *rock* brasileiro” (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

Grande parte dos jornais analisados enalteceu a imagem de Renato Russo com um discurso bastante positivo e elogioso e conseqüentemente, reafirmaram sua condição olimpiana. Digno de reverência e admiração, essa condição foi identificada, através dos diversos atributos que o artista recebeu, dentre eles, o de mito, poeta, ícone, exemplo, fenômeno, entre vários outros.

“[...] morto há dez anos, ainda hoje é um dos ícones da MPB” (*O TEMPO*, 2006).

“[...] O poeta seria cremado no dia seguinte” (*HOJE EM DIA*, 2006).

“[...] Bruce Gomlevsky vive o mito no musical Renato Russo”. “[...] Fenômeno de mídia, continua vendendo discos, livros e revistas”. (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

“[...] A força atemporal do discurso ético é um dos motivos do fenômeno”. “[...] Os temas da poesia de Renato ganham em atualidade”. “[...] Para as novas gerações, Renato fica como o exemplo de coragem impresso nas letras da Legião”. “[...] Renato Russo ilustra o poder do mito com mais propriedade que qualquer marca deixada pelo tempo” (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

Constantemente, os jornais também destacaram através de falas e dados, a permanência da figura de Renato Russo e de sua obra, mesmo após sua morte, fato que não só comprovou que a memória do músico continua viva, mas como também estimulou o leitor a se convencer cada vez mais do papel mitológico e da importância do artista.

“[...] As honrarias constatam que a influência de sua música não arrefeceu” (*O GLOBO*, 2006).

“[...] Passados dez anos da morte de Renato Russo, o artista mantém acesa a chama. Suas músicas continuam sendo executadas com êxito na programação das rádios FM e AM e os CDs são sempre encontrados nas lojas”. “[...] o líder da *Legião Urbana* prossegue marcando presença no repertório de vários intérpretes e atraindo fãs de todas as idades. Até hoje, o grupo figura entre os campeões de vendagem” (*HOJE EM DIA*, 2006).

“[...] A banda continua fazendo fãs adolescentes, que nem acompanharam o grupo em atividade” (*FOLHA DE S. PAULO*, 2006).

“[...] O culto à sua música permanece” (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

“[...] Renato Russo representa um caso típico de necrofilia da arte”. “[...] o respeitável repertório é hoje parte da história do *pop-rock* nacional” (*O TEMPO*, 2006).

“[...] Uma década depois de sua morte, Renato Russo continua no topo do *rock* nacional”. “[...] O artista não pára de cativar fãs entre as novas gerações”. “[...] a saga de Renato Russo continua e resistindo com uma força que parece implacável”. “[...] Nos dez anos sem Renato, a arte persiste e parece resistir a toda crise”. “[...] A perenidade da arte de Renato Russo não encontra concorrentes no *rock* brasileiro. Nem Cazuza nem Raul Seixas garantiram esse tipo de sobrevida à totalidade da obra” (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

Alguns jornais que optaram, por diretamente não se posicionar, o fizeram por declarações de entrevistados, como foi o caso do jornal *O Globo* e *Jornal do Brasil*.

“[...] Os temas das músicas do Renato ainda são atuais, nunca vão ficar ultrapassados” (Raphael Carvalho. *In: O GLOBO*, 2006).

“[...] Se suas canções políticas são atualíssimas, suas canções amorosas são atemporais, porque as pessoas continuam se amando, mas poucas escrevendo sobre isso com o gênio de Renato”. “[...] A coerência entre vida e obra e a própria riqueza musical da *Legião Urbana* seriam responsáveis pela capacidade do artista em se manter atual” (Arthur Dapieve. *In: O GLOBO*, 2006).

“[...] Perdemos um hiper-super-intérprete, com um carisma inigualável. Ficamos sem essa figura intensa, sempre disposta a sacudir o público e mostrar que o jovem tem a força da palavra e é capaz de mudar o país” (Dado Villa-Lobos. *In: JORNAL DO BRASIL*, 2006).

Os títulos, subtítulos, antetítulos e manchetes, principais elementos gráficos numa publicação, responsáveis por dar um resumo da matéria e destaque a suas abordagens e enfoques, também contribuíram para revelar o culto ao artista e à permanência de sua obra.

[...] Renato Sempre [...] Dez anos depois de sua morte, líder da Legião Urbana vira ídolo da nova geração [...] Uma nova geração coca-cola. [...] Por que Renato vive (*O GLOBO*, 2006).

[...] Renato Russo nos fazia acreditar em nós mesmos (*JORNAL DO BRASIL*, 2006).

[...] Uma legião sem líder (*FOLHA DE SÃO PAULO*, 2006).

[...] Os fãs ainda reverenciam a memória o roqueiro Renato Russo, líder da Legião Urbana, morto 10 anos atrás (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

[...] Autores veneram a arte de Renato Russo (*HOJE EM DIA*, 2006).

[...] Renato Russo: o poder do mito. [...] Perenidade sem concorrentes. [...] Tempo de reverências. [...] Comparação entre discos vendidos por Renato Russo até hoje e nos 10 anos após a morte do compositor revela a força do mito. [...] Domingo para Renato Russo (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

Sete entre oito dos jornais analisados, noticiaram a reedição do livro *Renato Russo: o trovador solitário*, de Arthur Dapieve, a estréia do espetáculo *Renato Russo: a peça* e à produção dos filmes “*Religião Urbana*”, “*Faroeste Cabloco*” e “*Eduardo e Mônica*” previstos para serem lançados no ano que vem. De certa forma, a publicação dos lançamentos mostrou que a imagem e a obra do ex-baixista, vocalista e líder da *Legião Urbana* continuam presentes e as ações que visam perpetuar sua memória também. Contudo, o que deveria servir como um ponto de partida para as publicações, acabou ganhado um enfoque exagerado e limitando outras possibilidades de abordagens.

“[...] Na peça que estréia amanhã, décimo aniversário da morte do líder da *Legião Urbana*, o ator Bruce Gomlevski vai levar ao palco diversos Renatos Russos”. “[...] Arthur Dapieve é colunista do Segundo Caderno e autor de *Renato Russo: o trovador Solitário*” (*O GLOBO*, 2006).

“[...] o livro que a Ediouro relança no 10º aniversário do líder da Legião conta a trajetória de Renato Manfredini Júnior”. “[...] Peça em tributo a Renato Russo estréia no Rio. Bruce Gomlevski vive líder da *Legião Urbana* da juventude até diagnóstico da Aids; morte do cantor faz dez anos hoje”. “[...] Três filmes relacionados ao cantor estão em pré-produção: ‘*Religião Urbana*’ de Antônio Carlos Fontoura, ‘*Faroeste Caboclo*’ de René Sampaio e ‘*Eduardo e Mônica*’ de Denise Bandeira” (*FOLHA DE S. PAULO*, 2006).

“[...] No aniversário de 10 anos da morte de Renato Russo, o ator Bruce Gomlevski concretiza sonho de montar um espetáculo para homenagear o ídolo da adolescência” (*O ESTADO DE SÃO PAULO*, 2006).

“[...] dirigido por Mauro Mendonça Filho, o ator Bruce Gomlevski, encena momentos marcantes da vida do poeta”. “[...] versões da vida do artista para o cinema também estão em processo de produção” (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

“[...] Renato Russo está nos palcos e nas livrarias e, em breve, também no cinema” (*ESTADO DE MINAS*, 2006).

“[...] O jornalista e escritor Arthur Dapieve é o autor do pequeno ensaio biográfico *Renato Russo: o trovador solitário*”. “[...] no Rio de Janeiro, estréia hoje, o musical *Renato Russo: a peça*” (*HOJE EM DIA*, 2006).

“[...] No Rio de Janeiro, estréia hoje, no Centro Cultural dos Correios, *Renato Russo: a peça*, com o ator Bruce Gomlevsky e direção de Mauro Mendonça Filho”. “[...] A ação mais significativa, contudo, é o relançamento do livro *Renato Russo: o trovador solitário*, do jornalista Arthur Dapieve”. “[...] no cinema, três projetos que focalizam o cantor e compositor estão em desenvolvimento” (*O TEMPO*, 2006).

Por outro lado, metade do número de jornais analisados: *O Globo*, *O Tempo*, *Hoje em Dia* e *Correio Brasiliense*, como já foi citado acima, além de noticiarem os lançamentos, buscaram novas fontes, acrescentaram novos dados e darem diferentes enfoques a cobertura.

“[...] Como identificar o momento em que um artista se transforma em mito. Fãs e especialistas identificam, para entender a força do mito em torno de Renato Russo, a atualidade de suas letras, que mapearam toda uma juventude” (matéria Renato Russo: o poder do mito). “[...] Família Manfredini tenta concluir mapeamento dos lugares marcantes da história de Renato Russo em Brasília” (matéria: As treze Estações). (*CORREIO BRAZILIENSE*, 2006).

“[...] Uma consulta às comunidades no *Orkut* dedicadas a Renato Russo mostrou que são mais de 200 páginas, com número de membros

que variam de 2.000 a 13 mil” (dados sobre o artista, verificados pelo jornal). “[...] Por ocasião da efeméride, os fãs-clubes espalhados por todo o Brasil estão preparando homenagens que vão de shows de bandas *covers* a exposição de fotos. Em São Paulo, por exemplo, o Espaço Constituição, recebe uma série de atividades programadas pelo fã-clube, *Todos numa só Legião*” (Programação das homenagens realizadas pelos fã-clubes). “[...] Quem também guarda informações importantes acerca da trajetória de Renato Russo é o produtor Xaulim, diretor da Comodoro Produções” (entrevista a Carlos Alberto Xaulim, primeiro a produzir um show da Legião Urbana). “[...] A família Manfredini está às voltas com a implantação de um memorial a Renato Russo em Brasília” (projeto de implantação de treze memoriais em homenagem ao artista). (*O TEMPO*, 2006).

“[...] Letras de Renato Russo conquistam fãs que só conheceram a *Legião Urbana* após morte do cantor, em 1996” (matéria: Uma nova geração coca-cola). “[...] Tenho o maior orgulho do meu pai. Ele deixou um manifesto, disse ele, em entrevista a *Megazine*, por telefone, de Brasília, onde mora com a avó” (entrevista a Giuliano Manfredini, filho de Renato Russo). (*O GLOBO*, 2006).

“[...] No dia 5 de setembro, vinda de ônibus do Distrito Federal, a *Legião Urbana* chega a Patos de Minas” (relato do primeiro show da banda). “[...] Essa histórica passagem por Patos de Minas é lembrada pelo produtor Luiz Fernando Borges” (entrevista a Luiz Fernando Borges, produtor musical e amigo de Renato Russo). “[...] Chega hoje às bancas belo-horizontinas o mais recente número da revista *BIZZ*, com ampla reportagem sobre o artista” (edição especial da publicação em homenagem a Renato Russo). “[...] Renato parecia cantar as glórias do corpo, dizendo a miséria do recolhimento de uma geração” (entrevista ao poeta, ensaísta e crítico literário Silvano Santiago). “[...] Suas músicas são históricas porque fizeram à cabeça de toda uma geração” (entrevista ao compositor, poeta e produtor musical Ezequiel Neves). “[...] Em um país machista e tantas vezes debilóide como o Brasil, não é fácil assumir as posturas que ele assumiu” (entrevista ao poeta Chacal). (*HOJE EM DIA*, 2006).

Apesar de algumas coberturas terem se mostrado superficiais e refletirem, aparentemente, apenas a promoção do livro de Dapieve, da peça de Mauro Mendonça Filho ou da produção dos filmes em andamento, fatos esses, nos quais, talvez estejam por trás, apenas interesses comerciais e mercadológicos, a imagem de Renato Russo permaneceu ilesa. Porém, uma efeméride, que segundo Daniel Piza, poderia ser um ótimo pretexto para lançar luz sobre aspectos menos conhecidos ou reavaliar as consagrações, não foi o suficiente para fazer com que alguns jornais, abrissem mão do comodismo e levassem diferentes e novas perspectivas ao leitor.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo diante das diferenças de tamanhos, enfoques e, conseqüentemente interesses, é inegável que a cobertura feita pelos jornais, contribuiu para reforçar a imagem do mito Renato Russo, já que milhares de brasileiros puderam se deparar, ainda mais intensamente, com a lembrança do músico morto há dez anos. A teoria do mitólogo Joseph Campbell (1990), de que o mito necessita de uma constante recriação para se manter vivo, ganha então significação, se levamos em conta que, funcionando como guardiões do mito, os jornais analisados fizeram com que Renato Russo fosse mais uma vez lembrado.

O fato dos jornais *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Correio Braziliense*, *Estado de Minas*, *Hoje em Dia* e *O Tempo*, serem os maiores e mais influentes jornais de importantes capitais brasileiras, também confere ainda mais destaque à efeméride. Mesmo que o principal interesse de alguma dessas publicações não tenha sido o de destacar a importância do artista e sua obra, o que se pressupõe é que somente o fato de a memória do músico ter sido rememorada já faz com que sua imagem mitológica se torne mais sólida e intensa.

Na última entrevista<sup>24</sup>, a menos de três meses de sua morte, Renato Russo afirmou que o que ficaria seria sua música, o seu trabalho. Tirando a idolatria que existe em torno de sua memória, ele pareceu prever o futuro, já que, sua morte não reduziu em nada o fascínio por suas canções, o que reflete o crescimento de sua legião de fãs e o interesse que o mercado, possivelmente, tenha em fazer com que seu nome não seja esquecido.

---

<sup>24</sup> Entrevista concedida por Renato Russo ao jornalista Marcelo Fróes no dia 06 de julho de 1996. In: *Disco Presente* (2003).

Mesmo que Renato Russo, talvez, tenha recebido na cobertura dos dez anos de sua morte mais atenção pelo lucro que seu trabalho rende<sup>25</sup>, do que propriamente pela importância ou contribuição que tenha dado ao *rock* nacional, o fato é que independente de tudo isso, os meios de comunicação contribuem, consciente ou inconscientemente, para que a memória do artista permaneça viva.

Sendo assim, mesmo que alguns dos jornais analisados não tenham dado a devida importância à data, não tenham diretamente se posicionado ou aparentemente, se limitado a noticiar a efeméride, todos eles incluíram a passagem em suas pautas e assim destinado espaço em seus cadernos para noticiar a efeméride. Dessa forma, o simples fato dos meios de comunicação terem se mobilizado para fazer uma cobertura dos dez anos de sua morte, por si só, já faz com que a imagem de Renato Russo, se torne cada vez mais forte e seu nome não morra. Pelo menos, por enquanto...

---

<sup>25</sup> As canções da *Legião Urbana* continuam sendo executadas com êxito nas rádios, incluídas constantemente no repertório de diversos intérpretes e atraindo uma legião de fãs. A banda também figura entre as campeãs de venda, sendo uma das únicas bandas brasileiras a continuar com todos os trabalhos em catálogo e única banda da gravadora EMI-Odeon que conseguiu ultrapassar os Beatles em vendas anuais.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ADORNO, Theodor W. A indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (ORG). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Cia. Editora Nacional/Edusp, 1971.

ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALZER, Luiz André; CLAUDINO, Mariana. *Almanaque Anos 80*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando: introdução à filosofia*. São Paulo: Moderna, 2003.

ASSAD, Simone. *Renato Russo de A a Z: As idéias do líder da Legião Urbana*. Campo Grande: Letra Livre, 2000.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Bertrand Brasil, 1993.

BLUMER, Herbert. A massa, o público e a opinião pública. In: COHN, Gabriel (ORG). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Cia. Editora Nacional/Edusp, 1971.

BRAGA, Maria Lúcia Santaella. *Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001.

CAMPBELL, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1990.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1980.

*Contexto histórico dos anos 80*. Disponível em <http://www.bandas80.hpg.ig.com.br>. Acessado no dia 07 de março de 2006.

CUNHA, José Auri. A Modernidade em seu espelho. In: *Filosofia: iniciação à investigação*. São Paulo: Atual, 1992.

CUNHA, Leonardo Antunes, MAGALHÃES, Luiz Henrique Vieira, FERREIRA, Nísio Antônio Teixeira. Dilemas do jornalismo cultural brasileiro. *In: Revista Temas: Ensaios de comunicação*. Belo Horizonte: UNI-BH, n.1, v.1, ago-dez, 2002.

DAPIEVE, Arthur. *Renato Russo: O trovador solitário*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

Disco *Presente*. Rio de Janeiro: EMI Odeon, 2005.

DVD *Renato Russo: uma celebração*. Rio de Janeiro: Multishow, 2005.

ELIADE, Mircea. *Mito e Realidade*. São Paulo: Perspectiva, 1972.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

FERNANDES, Thareja. O mito midiático: um sobrevôo teórico. *In: Dissertação "A vida como obra de arte: Leila Diniz, um mito no Brasil"*. Bahia, UFBA, 1997.

FRAGOSO, Victor. *O mito: uma necessidade do homem*. Instituto Superior da Maia – ISMAI, 2003.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1991.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – I Neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 1996.

*Renato Russo*. Site oficial disponível em <http://www.renatorusso.com.br>. Acessado no dia 03 de março de 2006.

Revista *BIZZ*. São Paulo: Editora Abril, Edição número 206, outubro de 2006.