

**FACULDADE CÁSPER LÍBERO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

JOSÉ LUIS FERNANDES

**O *SHOW BUSINESS* NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 80 E 90
A influência da *Folha de S. Paulo* no *Marketing Cultural* da “Souza Cruz” e
no crescimento do Mercado de Eventos Nacional**

**São Paulo
2012**

JOSÉ LUIS FERNANDES

O *SHOW BUSINESS* NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 80 E 90
A influência da *Folha de S. Paulo* no *Marketing Cultural* da “Souza Cruz” e
no crescimento do Mercado de Eventos Nacional

Dissertação apresentada para a obtenção do
Grau de Mestre em Comunicação, Área de
Concentração “Comunicação na
Contemporaneidade”, Linha de Pesquisa
“Produtos Midiáticos, Jornalismo e
Entretenimento”, na Faculdade Cásper Líbero.
Orientador: Prof. Dr. Antonio Roberto
Chiachiri Filho

São Paulo
2012

Fernandes, José Luis

O SHOW BUSINESS NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 80 E 90

A influência da Folha de S. Paulo no Marketing Cultural da “Souza Cruz” e no crescimento do Mercado de Eventos Nacional / José Luis Fernandes. -- São Paulo, 2012.

199 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Roberto Chiachiri Filho

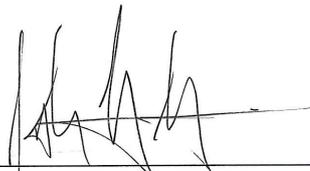
Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação.

1. Comunicação. 2. Marketing Cultural. 3. Entretenimento. 4. Show Business.
I. Chiachiri Filho, Antônio Roberto. II. Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título.

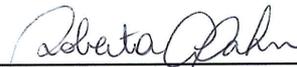
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: JOSÉ LUIS FERNANDES

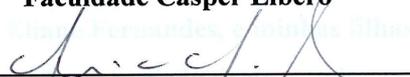
**“O *SHOW BUSINESS* NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 80 E 90 –
A INFLUÊNCIA DA *FOLHA DE S. PAULO* NO *MARKETING*
CULTURAL DA “*SOUZA CRUZ*” E NO CRESCIMENTO DO
MERCADO DE EVENTOS NACIONAL”.**



Prof. Dr. Fábio Caim Viana
Universidade Nove de Julho - UNINOVE



Profa. Dra. Roberta Cesarino Iahn
Faculdade Cásper Líbero



Prof. Dr. Antônio Roberto Chiachiri Filho
Faculdade Cásper Líbero

Data da Defesa: - 16 de março de 2012.

Agradecimentos

Agradeço a minha querida esposa , Eliane Fernandes, e minhas filhas Tássia e Tamara, pelo apoio e dedicação no periodo deste estudo.

Aos Professores Doutores Claudio P.Novaes Coelho, Walter Lima, Dimas Kunsch e Liana Gotlieb pela paciência e valiosos ensinamentos, e em especial ao orientador Prof. Dr. Antonio Roberto Chiaquiri que conduziu com objetividade a finalização deste trabalho acadêmico.

RESUMO

Este estudo teve como Objetivo Geral demonstrar a influência da *Folha de S. Paulo* no Marketing Cultural da “Souza Cruz”, nas décadas de 80 e 90, e no crescimento do Mercado de Eventos Nacional (nosso *Show Business*). Para atingir tal objetivo e construir o referencial teórico, discorreu-se sobre: Cultura, sua relação com a Comunicação de Massas e com o Consumo; *Marketing Cultural*; Eventos: histórico, conceituação, suas características e seu mercado; Eventos Culturais como estratégia de *branding*, *Marketing Cultural* no/e patrocínio de eventos e *Naming Rights* de eventos musicais no Brasil. A seguir, para demonstrar o papel da *Folha de S. Paulo* no crescimento dos grandes espetáculos musicais e na difusão da indústria tabagista – representada pela “Souza Cruz” -, buscou-se identificar a influência e a importância das coberturas desses eventos pioneiros, desde o nascimento do *Marketing Cultural* no Brasil, e acompanhando o desenvolvimento da indústria do *Show Business Nacional*. Metodologicamente, além da descrição histórico-analítica, foi feita uma clipagem da *Folha de S. Paulo*, como um todo e, em especial, do Caderno Ilustrada, sobre o Free Jazz Festival e Hollywood Rock. Além disso, foi feita uma entrevista por meio de um questionário e posterior análise das respostas. Os entrevistados foram profissionais da área e alguns que atuaram nos dois festivais. A análise de todos os documentos levantados nos possibilitou concluir que esses eventos culturais foram uma oportunidade ímpar para a “Souza Cruz”, pelo fato desta associar sua marca e seus produtos, notadamente os cigarros Free e Hollywood, com valores caros à sociedade, naquele período, salientando a conexão dos seus ideais com o mercado de eventos. Esse tipo de relação é comercialmente positivo, pois estabelece uma imagem sadia de uma empresa que se pretende interessada em proporcionar o bem da sociedade. O consumidor sente-se tão gratificado ao perceber estas informações, que reconhece a marca como sinônimo de simpatia e bem estar. A partir daí, está estabelecida a conexão emocional da marca com seu público-alvo.

Palavras-Chave: Mídia Impressa. *Folha de S. Paul*. *Marketing Cultural*. Mercado de Eventos/*Show Business*. Souza Cruz.

ABSTRACT

This study aimed to demonstrate the influence of General *Folha de S. Paulo's* Cultural Marketing "Souza Cruz," in the 80 and 90, and growing National Market Events (our Show Business). To achieve this goal and build theoretical, spoke out about: Culture, its relationship with the Communication and Mass Consumption, Marketing Cultural Events: history, concept, its characteristics and its market, cultural events, branding strategy , in Cultural Marketing / Sponsorship and Naming Rights of events and musical events in Brazil. Then, to demonstrate the role of Folha de S. Paulo in the growth of the great musical performances and the spread of the tobacco industry - represented by "Souza Cruz" - sought to identify the influence and importance of the coverage of these events pioneers from the birth of Cultural Marketing in Brazil, following the development of the National Show Business industry. Methodologically, in addition to the historical-analytical-descriptive, there was a clipping of the *Folha de S. Paulo*, as a whole and, in particular, the Illustrated Book on the Free Jazz Festival and Hollywood Rock. In addition, an interview was conducted through a questionnaire and subsequent analysis of the responses. Respondents were professionals and some who served in the two festivals. The analysis of all documents collected allowed us to conclude that these cultural events are an opportunity for the "Souza Cruz," because this link its brand and its products, especially cigarettes and Free Hollywood, with values dear to society in that period , emphasizing the connection of its ideals with the events market. This type of relationship is commercially positive because it establishes a sound image of a company that aims to provide interested in the good of society. The consumer feels so gratified to see this information, which recognizes the mark as a synonym of sympathy and well-being. From there, the emotional connection is established between the brand and its target audience.

Keywords: Print, *Folha de S. Paulo*, Cultural Marketing, Event Marketing / Show Business, Souza Cruz.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 Objetivos	10
1.1.1 Objetivos Gerais	10
1.1.2 Objetivos Específicos	11
1.2 Metodologia	11
2 CULTURA, <i>MARKETING</i> CULTURAL E DE EVENTOS, E <i>NAMING RIGHTS</i>	13
2.1 Cultura	13
2.2 Cultura e Comunicação de Massas	15
2.3 Cultura e consumo	18
2.4 <i>Marketing</i> Cultural	20
2.5 Eventos: Histórico, Conceituação e Características	26
2.6 Mercado de Eventos	29
2.7 Eventos Culturais como estratégia de <i>branding</i>	33
2.8 <i>Marketing</i> Cultural no patrocínio de eventos	37
2.9 <i>Marketing</i> Cultural e patrocínio de eventos musicais	39
2.10 <i>Naming Rights</i> de eventos musicais no Brasil	41
3 <i>FOLHA DE S. PAULO</i> E O <i>SHOW BUSINESS</i> NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 80 E 90, E ENTREVISTAS COM ESPECIALISTAS DA ÁREA	46
3.1 Propaganda e Publicidade	46
3.2 Imagem da Marca e Entretenimento	46
3.3 Jornal <i>Folha de S. Paulo</i>	51
3.4 Perfil do leitor e composição da <i>Folha de S. Paulo</i>	52
3.5 Discurso publicitário da <i>Folha de S. Paulo</i>	52
3.6 Seleção dos documentos analisados	54
3.6.1 Free Jazz Festival.....	55
3.6.2 Hollywood Rock	150
3.7 Análise das Entrevistas.....	175
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	181
REFERÊNCIAS	197
ANEXO 1	200

1 INTRODUÇÃO

O interesse pela temática desta dissertação surgiu como fruto da minha própria experiência profissional. Venho atuando, ao longo de mais de vinte anos, no mercado publicitário e de *marketing* em grandes grupos de comunicação como Editora Abril, Grupo Folha e Infoglobo. No Grupo Folha e mais recentemente Infoglobo o foco tem sido atividades de entretenimento, lazer e cultura. Ao longo desse tempo pude observar, de modo muito próximo, o desenvolvimento e uso das mais variadas ferramentas de comunicação, que se expandiram num determinado momento, influenciando opiniões e, em outro período, perderam a força que detinham num passado tão próximo.

Acompanhei também as mudanças nos hábitos de consumo resultantes da evolução dos critérios dos consumidores, vivenciei a profissionalização do mercado produtor de cultura e presenciei a interferência do Estado com a criação de leis de incentivo à Cultura nos âmbitos Municipal, Estadual e Federal. Com estas leis deu-se o nascimento e aperfeiçoamento de profissionais que passaram a intermediar os interesses entre patrocinadores e artistas e a planejar de forma profissional a utilização de todos os veículos midiáticos.

O que me mobilizou, então, a voltar para a Academia – para cursar o Mestrado em Comunicação -, além da busca de novos conhecimentos, e a possibilidade de sistematização dos conhecimentos adquiridos na prática profissional, foi a crença de que, pelas experiências e transformações que vivenciei, eu possa contribuir na elucidação de fatos que cercam a indústria do *Show Business*, demonstrando assim as etapas da evolução do *marketing* cultural nesse setor – especialmente da “Souza Cruz” -, e os caminhos por ele percorridos.

A proposta principal da presente pesquisa é evidenciar a influência exercida pela mídia “jornal” na espetacularização das marcas no Brasil, em especial aquelas de cigarro por meio do *Show Business* entre os anos 80 e 90.

Num momento em que o jornalismo impresso vem sendo transformado dia após dia e os leitores também se adaptando velozmente por força dos descobrimentos tecnológicos e maior integração comunicacional, vale a pena lembrar a contribuição singular – proposital ou não -, que a *Folha de S.Paulo*, notadamente o seu caderno *Folha Ilustrada* (como então se chamava, sendo que só depois passou a ser chamada simplesmente de *Ilustrada*), espontaneamente, prestou para o crescimento da indústria do *Show Business* nacional. As marcas patrocinadoras dos grandes eventos culturais eram estampadas nas capas e em outros espaços, o que trouxe à nova modalidade de mercado publicitário mais empresários.

Atualmente, os eventos que levam a marca de seus patrocinadores são conhecidos pelos profissionais da área pelo nome de *Naming Rights*, expressão de língua inglesa que podemos traduzir por “direitos do nome”, ou seja, pelos “direitos da marca”.

O fenômeno gerado pela era dos *Naming Rights* no universo do *Show Business* colocou o Brasil numa posição de destaque na rota dos grandes espetáculos. Os frutos gerados por essa nova maneira de se patrocinar grandes shows, por parte das marcas de cigarros Free e Hollywood, da Cia. de Cigarros Souza Cruz, resultaram nos renomados festivais Free Jazz e Hollywood Rock. A fórmula desses festivais era simples: dois ou três dias com grandes nomes do jazz e do rock, iluminação, som e staff profissional de superprodução, inspirados nos moldes das grandes turnês internacionais.

Muitos eventos, que levavam consigo o nome da marca que os patrocinavam, engrossaram as fileiras do *ShowBusiness*, como ações de *Marketing Cultural*, buscando expor de maneira ostensiva e lucrativa o nome das suas marcas, resultando, assim, numa avalanche de *Naming Rights*. Esses eventos foram também fortalecidos por um segundo fenômeno, a força secundária que se somava àquela dos *naming rights*: as “arenas” e casas de espetáculo renomadas por nomes de sucesso e reconhecidas pelo público como lugares de alto-padrão, como o Credicard Hall e a Arena Skol, dentre outras.

Porém, apesar de toda a alta-padronização, profissionalização e organização atingidas pelos grandes festivais, e muito devido a outras questões como, por exemplo, as leis antitabagistas e as restrições ao fumo em ambientes fechados, os jornais aprenderam, digamos assim, a ter um comprometimento editorial mais recuado sem deixar de cobrir ou faltar com bons serviços dos espetáculos em geral, diferentemente da forma com que cobriram os eventos do passado. Procurou-se, também, explicitar a trajetória dessa “colaboração espontânea” ao longo desta dissertação.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivos Gerais

- Analisar a influência da *Folha de S. Paulo* no *Marketing Cultural* da “Souza Cruz” e no crescimento do *Show Business*/Mercado de Eventos Nacional, nas décadas de 80 e 90.
- Demonstrar que os Festivais Free Jazz e Hollywood Rock foram os precursores e mais importantes eventos patrocinados pela indústria tabagista no Brasil, e também responsáveis pelo *boom* do *Marketing Cultural* nas décadas de 80 e 90, exercendo grande influência na comunicação de marca, principalmente pelo meio jornal.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Conceituar Cultura e estabelecer suas relações com a Comunicação de Massas e com o Consumo;
- Conceituar *Marketing Cultural* e desenvolver o seu histórico evolutivo no Brasil, evidenciando o crescimento da indústria do *Show Business*, e do fenômeno denominado *Naming Rights*, como importante estratégia mercadológica para segmentação de marcas;
- Descrever o processo de *Marketing Cultural* utilizado pela Cia. de Cigarros Souza Cruz no patrocínio dos eventos musicais Hollywood Rock e Free Jazz Festival;
- Analisar a influência das manchetes e outras colunas do jornal *Folha de S. Paulo*, em especial do caderno *Folha Ilustrada* (que depois passou a ser chamada somente de *Ilustrada*), que evidenciaramos eventos musicais da “Souza Cruz”, dos anos 80 e 90, no crescimento da indústria do *Show Business*, contribuindo assim para o fomento do *Marketing Cultural* no Brasil.
- Analisar o conteúdo das entrevistas feitas com jornalistas e empresários da área de Mercado de Eventos Culturais brasileiro.

1.2 Metodologia

Num primeiro momento, procedeu-se, metodologicamente, à uma ampla pesquisa bibliográfica em bibliotecas, bancos de teses, sites e livrarias. Com base nos documentos levantados e para construir o referencial teórico, discorreu-se sobre: Cultura, sua relação com a Comunicação de Massas e com o Consumo; *Marketing Cultural*; Eventos: histórico, conceituação, suas características e seu mercado; Eventos Culturais como estratégia de *branding*, *Marketing Cultural* no/e patrocínio de eventos e *Naming Rights* de eventos musicais no Brasil. A seguir, para demonstrar o papel da *Folha de S. Paulo* no crescimento dos grandes espetáculos musicais e na difusão da indústria tabagista – representada pela “Souza Cruz” -, buscou-se identificar a influência e a importância das coberturas desses eventos pioneiros, desde o nascimento do *Marketing Cultural* no Brasil, e acompanhando o desenvolvimento da indústria do *Show Business Nacional*. Metodologicamente, além da descrição histórico-

analítica, com que foi trabalhado o referencial teórico, foi feita uma clipagem da *Folha de S.Paulo*, como um todo e, em especial, do Caderno Folha Ilustrada, sobre o Free Jazz Festival e Hollywood Rock. Além disso, foi feita uma entrevista por meio de um questionário e posterior análise das respostas. Os entrevistados foram profissionais da área e alguns que atuaram nos dois festivais.

2 CULTURA, *MARKETING* CULTURAL DE EVENTOS E *NAMING RIGHTS*

O objetivo deste capítulo é apresentar uma breve revisão da literatura sobre Cultura, *Marketing* Cultural e de Eventos e *Naming Rights*.

Primeiramente buscou-se definir Cultura e sua relação com a Comunicação de Massas e com o Consumo, além de explicar a sua importância no século XXI, em que todas ou quase todas as decisões de consumo são baseadas em um código cultural. Com isso chega-se ao surgimento do *Marketing* Cultural que, por meio dos hábitos de consumo de uma determinada sociedade, cria instrumentos culturais potencializadores de consumo oferecendo às empresas oportunidades de propagação de suas marcas e/ou produtos, com o patrocínio de eventos culturais.

Em seguida tratou-se do surgimento do *Show Business* no Brasil e sua trajetória, mais especificamente na década de 90, e de como essa nova ferramenta do *Marketing* Cultural vem sendo utilizada em âmbito corporativo, com o patrocínio de eventos culturais, chegando aos *Naming Rights* de eventos musicais.

2.1 Cultura

Em qualquer esfera da vida humana, deparamo-nos com o homem representando o mundo por meio do pensamento, da expressão simbólica, gestual e verbal. Esse indivíduo passa a ser identificado no meio em que vive por suas peculiaridades e modelos de comportamentos os quais denominamos de “cultura”. A cultura exerce um papel socializador que contribui para a transformação constante da sociedade; entretanto, o homem é o principal gestor das mudanças sobre a natureza, colocando à disposição do mundo cultural um sistema de significados que já podem ter sido estabelecidos por outros.

Pelo fato de vivermos numa sociedade heterogênea, as manifestações culturais se expressam diferentemente em cada comunidade pluralista existente. Assim, toda e qualquer produção cultural está sujeita à avaliação que, dependendo da posição social do grupo a que ela pertence, terá significados divergentes.

Numa simples concepção da palavra, **Cultura** é a forma de organização de um povo, seus costumes e tradições transmitidos de geração para geração que, a partir de uma vivência e tradição comum, se apresentam como a identidade desse povo.

Para Zanella (2006, p.35), “Para a filosofia, cultura é o conjunto de manifestações humanas que contrastam com a natureza ou comportamento natural. A antropologia encara a cultura como o total de padrões aprendidos e desenvolvidos pelo ser humano”.

Segundo Ferreira¹ (2010), “cultura é o conjunto de padrões de comportamento, crenças, conhecimentos, costumes, etc. que distinguem um grupo social”. Nesse sentido, entende-se por cultura a simbolização da vida coletiva, relacionada à produção e transmissão de conhecimentos como, por exemplo, a criação artística, intelectual e suas interações. Por intermédio da cultura, os homens estabelecem relações uns com os outros preservando suas tradições.

Há muitas interpretações para a cultura, principalmente porque seus elementos podem ser abstratos, só existem na mente das pessoas (pensamentos, lendas, mitos, etc) ou materiais, concretos (objetos de arte, escritos, etc), estes sendo mais fáceis de serem preservados pelo tempo.

O entendimento de Vaz (2001, p. 130) sobre cultura é bastante pertinente, porque vem ao encontro do que se entende por espaços culturais: "um local construído e/ou demarcado para a realização de eventos, com capacidade para receber determinado número e fluxo de pessoas e com instalações apropriadas para as atividades a serem desenvolvidas".

A cultura, portanto, é “da ordem da práxis e está ligada à vivência cotidiana. É fruto da ação, a qual dá orientação e significação” (VAZ, 2001, p.131)

Decorrente dessa práxis surge a indústria cultural com características de massificação e homogeneização, fragilizando muitas vezes a sua essência, alterando até mesmo a identidade cultural das comunidades atingidas.

Adorno (1980), em seu texto “O fetichismo da música e a regressão da audição”, no livro *Os Pensadores*, acentua o foco mercantilista da indústria cultural ao afirmar que seus fins comerciais são realizados por meio da exploração de bens considerados culturais. Um exemplo disso é o uso da arte ou lazer como um mecanismo eficaz de manipulação. Portanto, a Indústria Cultural traz consigo todos os elementos característicos do mundo industrial onde tudo se torna negócio.

Abrindo aqui parênteses para resgatar um momento singular da história do Caderno Ilustrada, do jornal Folha de S.Paulo, diante de uma polêmica que ganhou as páginas do referido caderno, iniciada com uma crítica a Caetano Veloso, em que Paulo Francis referiu-se a ele como maltrapilho e Caetano reagiu chamando-o de “bicha travada”, editada neste

¹

caderno em 25 de junho de 1983, Caetano, com direito a réplica, em entrevista a Gonçalves (2008, p. 147)exclama “Jornalistas adoram Adorno. Será por masoquismo?, e quando questionado como via o crescimento da Industria Cultural no Brasil, O Globo, essa vitória de mercado? Responde engraçadamente :

“Eu não sou frankfurtiano. Eu acho que quando os artistas eram posse dos príncipes ou do papa não estavam em melhor situação do que sendo posse do mercado” , e continua quando indagado se a Ilustrada sofreu influencia da escola de frankfurt: ...”eu acho Adorno inteligetérrio, mas eu acho que jornalista tende a gostar muito de Adorno. Você sabe que até o Alvaro Pereira Jr. que é o emblema do Paulo Francismo da juventude contra Caetano, imitando os ingleses, já “trans-ilustrada”, cita o Adorno! Citou Adorno textualmente contra o Legião Urbana! Eu acho que isso é um sintoma...E há uma contradição, porque Adorno odiaria esse mundo do jornalismo. Ainda mais, dos segundos cadernos, que é o mundo do entretenimento, da indústria da cultura. O Adorno odiaria isso. Mas os jornalistas adoram Adorno. Será uma coisa masoquista? Talvez o Contardo Calligaris possa dar uma explicação! “

2.2 Cultura,Consumo e Comunicação de Massa

Neste sub item julguei interessante e apropriada a análise de Edgar Morin, filosofo e sociologo contemporâneo e também muito atuante no periodo desse estudo, ao parodiar em a idéia de “tipos ideais”de consumo sugerida por Max Weber no começo do seculo XX (2007, p.39), que observa que desde aquela epoca as mudanças ocorridas nas culturas das sociedades frutificadas do capitalismo iniciado no seculo XIX baseiam-se ainda no mesmo arquetipo. A adoção desse ponto científico de realidades historicas distantes na sociedade capitalista universal expõe naturalmenteum paralelo que identifica as particularidades e comunalidade social trafegando juntamente na mesma mão durante tão longo período,ou seja o modelo de consumismo, assim como da “Sociedade de Consumidores, e da “Sociedade de Consumo” são o que Max Weber chamou de “tipos ideais”, com o qual Morin afirma que o seguinte argumento nada perdeu de sua relevância para a prática sociológica:

A análise sociológica ao mesmo tempo que nos abstrai da realidade e nos ajuda a entendê-la, pelo fato de que ela mostra em que grau de aproximação um fenômeno histórico concreto pode ser, sob um aspecto, “feudal”, sob outro “burocrático, sob outro ainda, “carismático”. Para atribuir a esses termos um significado preciso, é necessário que o sociólogo formule tipos ideais das formas correspondentes de ação que em que cada caso envolve o mais alto grau de integração lógica em virtude de sua adequação total no nível do significado. Mas justo porque isso é verdade, e provavelmente raro, se é que chega a acontecer, que se possa encontrar um fenômeno real, que corresponda a qualquer um desses tipos ideais idealmente construídos (WEBER Apud BAUMAN, 200x, p. xxx)

Na busca por integração, sociedades primitivas usavam tambores feitos com pele de animal, fumaça, pombos-correio, espelhos sinalizadores, sinais com lanternas, tiros de canhão e faróis de fogo. No entanto, todas essas tentativas eram limitadas a grupos pequenos e distâncias curtas. Diante da necessidade de um meio confiável para as pessoas se comunicarem a ciência e a revolução industrial abriram caminho no século XIX, para o início da era da comunicação de massa com grandes descobertas tecnológicas partindo do telégrafo, telefone, e a criação dos meios áudio visuais do cinema, rádio e televisão, até chegar ao auge das telecomunicações com a utilização de computadores no século XXI.

“Aqueles meios representavam uma nova forma de comunicação que influenciava não apenas padrões de interação nas comunidades e sociedades, como também nas perspectivas psicológicas dos indivíduos.” (DE FLEUR e BALL-ROKEACH, 1993, p. 40).

Concordando com esse pensamento, Braga e Calazans (2001, p.16) dizem que “o objeto do campo da comunicação é examinar os modos como a sociedade dialoga com a própria sociedade”.

A comunicação de massa pode ser vista como um sistema de semelhança, anulando ou diminuindo as diversas diferenças como de tempo, espaço, questões raciais, ideológicas, religiosas, entre outras. Segundo Rocha (1995) as semelhanças distinguem as vertentes sociais multifacetadas.

Com base nos estudos de Canclini (1997), as manifestações culturais estão associadas aos meios de comunicação de massa, gerando culturas híbridas (populares e de consumo) e garantindo o acesso e/ou a inclusão social. Pode-se admitir desde já que os eventos, principalmente os de cunho cultural de grande porte, fornecem o intercâmbio previsto pela comunicação de massa, podendo ser objeto de interpretação do processo

comunicacional, uma vez que reúnem centenas de milhares de pessoas para partilharem da mesma informação cultural, e que em alguns casos, quando ocorre transmissão televisiva, multiplica o efeito dessa comunicação ao atingir com a mensagem milhões de telespectadores ou receptores.

No Brasil a influência massificadora dos programas de rádio a partir da década de 20, impulsionou para valer a criação do repertório da música popular brasileira fazendo cair no gosto dos ouvintes, artistas e estilos musicais como o chorinho e o samba, outrora marginalizados e pouco valorizados pela sociedade. Nomes como Chiquinha Gonzaga e Pixinguinha, entre outros, só se eternizaram graças às mudanças culturais históricas que levaram esses, entre outros muitos talentos daquela época, a uma exposição comunicacional até então inexistente.

Se os eventos culturais podem ser considerados meios de comunicação de massa por atraírem milhares de pessoas no papel de receptores, é preciso entender nos dias de hoje como é estabelecido esse processo comunicacional, pois o evento configura-se como meio e também como mensagem, parodiando o conceito fundamentado por Marshal McLuhan. Pode-se explicar melhor esse conceito se analisarmos que a publicidade se apropriou dos eventos musicais no intuito de moldar o pensamento jovem dentro de um novo estilo de vida. Nesses eventos, a atenção da plateia não está voltada apenas ao palco e aos artistas que fazem o show, mas também a uma atmosfera fabricada, pela qual transitam idéias e comportamentos desejáveis pelos patrocinadores.

Para Gracioso (2001, p. 42), “é óbvio que esta união entre a mídia e o entretenimento cria uma nova dimensão da comunicação e transfere para estes grupos uma parte das decisões que até hoje eram tomadas no âmbito das agências de propaganda”, e diz ainda que “os *shows* são enormes vitrines de modas e novos produtos”.

Concordamos com a opinião de Galindo e Dejavitte, *apud* Galindo (2003, p. 68), quando trazem o entretenimento e/ou evento “como um elemento socializador e mercadológico, que envolve a audiência em circunstâncias do dia-a-dia, como consumo tanto da informação como de bens de serviços, ao mesmo tempo em que distraem”. E ainda segundo eles, “... os meios de comunicação de massa encontram-se em lugar estratégico..., dentre os principais papéis que estes meios desempenham, estão a capacidade de informar e entreter a audiência: receptor/consumidor”. (GALINDO, 2003, p. 66)

Ainda com relação ao papel da mídia, um contraponto interessante é apresentado por Mercante e Telles (2002), no qual os autores são incisivos ao dizerem que “A mídia pode ser

acusada de manipular a opinião pública, mas, na verdade, reflete, em última análise, as próprias pessoas, sendo, assim, o produto da cultura de um povo”. (MERCANTE e TELLES, 2002, p. 47).

Sabe-se da importância e do valor da mídia para a comunicação; no entanto, as manifestações da mídia muitas vezes causam situações inesperadas e até mesmo contraditórias ao interesse das instituições, mas de fato necessárias ao cumprimento de seu papel enquanto formadora de opinião. Esse papel fica claro quando a crítica do jornal é considerada muito agressiva com relação a um determinado show. Embora muitos leitores discordem, o efeito desejado pelos editores é a reflexão em torno do assunto e a formação de opinião que, democraticamente, pode ser radicalmente oposta ao que se está analisado.

2.3 Cultura e Consumo

Compreender a cultura e o consumo do século XXI é um dos grandes desafios de quem busca conhecer as necessidades e desejos do homem. Quando empreendida no âmbito organizacional, tal esforço fornece subsídios para que as empresas se tornem competitivas.

Entender o consumidor ávido por novidades não é tarefa fácil, e para tanto nos apoiamos em Gade (1998, p. 61) para compreender esse processo na época em que os festivais ocorreram e ter um parâmetro momentâneo dessa visão científica. A autora apresenta considerações importantes no que diz respeito ao consumo ser decorrente do aprendizado e estar relacionado com o aspecto cultural. Ainda segundo ela, com relação às teorias cognitiva² e associativa³: “a aprendizagem tem sido definida como modificações de respostas em função da experiência” ou ainda, “a maior parte dos comportamentos humanos são aprendidos” e concluindo: “de manhã até à noite, o comportamento humano é de uso e consumo”.

Slater (2002, p.146), por sua vez, acrescenta que “o consumo faz parte da reprodução cultural das relações sociais, um processo bem concreto realizado nas práticas sociais na vida mundana”.

Mas exatamente porque o consumo é uma prática cotidiana em que os agentes sociais reais usam habilmente os recursos culturais, para atender as suas necessidades, envolve necessariamente reinterpretções, modificações, transgressões, e pode ser usado para “questionar culturalmente, bem como para reproduzir culturalmente a ordem social”. (SLATER, 2002, p.146)

²Relativo ao processo mental de percepção, memória, juízo e/ou raciocínio.

³ Relativo à associação, que associa, liga, une.

O consumo nunca foi tão importante para os estudos sociais quanto nos tempos atuais, principalmente por estar intrinsecamente ligado ao comportamento humano e à sociedade à qual ele pertence. Podemos imaginar que, em busca de mais conhecimento do consumidor e também do ser humano, os institutos de pesquisa voltados ao mercado e pesquisadores sociais autônomos estão nesse momento desenvolvendo estudos para conhecer a essência do homem e, sem dúvida nenhuma, a maioria desses resultados fará referência ao meio como fator de integração sociocultural.

Os rituais coletivos de lazer e entretenimento da modernidade, como por exemplo, os eventos, são pontos atrativos para o consumo. Muitos desses locais servem como termômetro identificador das classificações e categorias que constituem a ordem social, categorizando assim, o consumo como um produto cultural, podendo ser benéfico ou não, no entanto, é ostentado por uma vida confortável de lazer e desperdício, na qual o bom nome e reputação do indivíduo dependem dos bens que possui e quanto *status* eles significam.

Levando em conta que os bens têm condições de indicar *status* porque fazem parte do modo de vida de um determinado grupo, a prática do consumo apoia-se no poder e no significado que esses bens proporcionam perante a práxis social. Vale reforçar que o consumidor adquire a versão mais cara de um produto, não porque tem mais valor de uso do que a versão mais acessível, mas sim pelo significado de *status* e exclusividade que ele carrega. O fato dos objetos servirem de apoio

para a representação do indivíduo, explica e até mesmo justifica o exercício do consumo.

Esclarecendo a afirmação acima, Canclini (1997, p.53) é categórico em dizer que “o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Diante dessa sociedade consumista, percebe-se que a necessidade de criar novos produtos advém da busca constante pela socialização e dos significados que os produtos têm no âmbito sócio-cultural. Não é ao acaso que os bens de hoje não são tão duráveis quanto os de antigamente.

Isso faz recordar a fala de algumas pessoas na faixa etária de sessenta anos ou mais, que se orgulham em dizer que conservam até hoje um eletrodoméstico ganho na época do matrimônio. Não dá para imaginar mais essa situação, pois as experiências com o novo trazem tantas sensações que já não se é mais capaz de viver sem elas. Diante desse paradigma, a teoria funcionalista surge na tentativa de contribuir para a hipótese dos “usos e gratificações”.

a) necessidade cognitiva (aquisição e reforço de reconhecimento de compreensão); b) necessidades afetivas e estéticas (reforço da experiência estética, emotiva); c) necessidades de integração a nível da personalidade (segurança, estabilidade emotiva, incremento da credibilidade e da posição social); d) necessidade de integração a nível social (reforço dos contatos interpessoais, com a família, os amigos, etc.); e) necessidade de evasão (abrandamento das tensões e dos conflitos). (KATZ apud GALINDO, 2003, p. 61).

Centradas nessa situação, as empresas, mais especificamente seus departamentos de gestão de *marketing*, investem cada vez mais em pesquisas de mercado para conhecer o gosto do seu consumidor e, assim, obter informações que possibilitem um melhor direcionamento para seus produtos e principalmente para o desenvolvimento de futuros lançamentos.

(...) em *marketing*, o consumidor é estudado tentando-se verificar seu posicionamento frente à empresa e sua imagem, aceitação ou rejeição do produto que fabrica e opinião em relação a preços, distribuição e serviços. O que inclui o onde e como. Seu comportamento e motivação são estudados principalmente em termos de reações frente aos produtos, preços e promoções. (GADE, 1998, p.8)

Ao analisar o consumo, compreende-se que os estilos de vida, assim como a localização geográfica e as influências ambientais, agem direta ou indiretamente na vida do ser humano, originando os valores simbólicos que serão estabelecidos ao longo da sua existência. Portanto, estudar a sociedade e a relação estabelecida com o consumo é compreender as necessidades cada vez mais complexas dos consumidores, e propor para a comunicação uma relação mais profunda com o produto ou marca por meio de eventos culturais.

A chamada sociedade de consumo “figura no cenário cultural fazendo da própria existência um espetáculo consumista, no qual as pessoas apropriam-se dos acontecimentos para gerar imagens que satisfaçam seus desejos”. (DEBORD apud GALINDO, 2003, p. 69).

Entende-se então, que todas ou quase todas as decisões de consumo são baseadas em um código cultural norteando a vida do indivíduo com padrões preestabelecidos, e a sociedade cultural integra os indivíduos com bases nas experiências compartilhadas de vida.

2.4 Marketing Cultural

Rifkin (2001) nos mostra a dimensão das produções culturais:

O *marketing* assume o papel mais abrangente de empresário de produções culturais. Os profissionais de *marketing* criam fantasias e ficções elaboradas a partir de segmentos de cultura contemporânea, e os vendem como experiências vividas. O *marketing* manufatura o hiper-real. Seu sucesso é marcado por sua capacidade de tornar a simulação ou dissimulação mais atraente que o real e o substituto dele. (RIFKIN, 2001, p.141)

Apesar de recente, o *Marketing Cultural* está em alta principalmente após o surgimento e a aplicação da Lei Rouanet, de 1991, e das diversas leis estaduais e municipais. Os eventos de cunho cultural tornaram-se mais frequentes e executáveis com maiores benefícios para a empresa. Desde então, a cultura reaparece como veículo mediador da mensagem articulando as ferramentas do *marketing* a serviço do mercado.

Reis (2003) assinala que o *marketing* cultural não pode ser confundido “com os programas e ações desenvolvidos por organizações culturais” (museus, teatros, centros culturais), “intermediários culturais” (promotores de artistas, curadores, produtores culturais) “ou criadores culturais, que têm na cultura seu campo de ação”. (REIS, 2003, p.4).

Para se fazer *marketing* cultural não há fórmula exata, pois existem variáveis que quando combinadas, podem resultar numa excelente ação de *marketing*. Almeida (1993, p.16), diz que o *marketing* cultural é “(...) instrumento de informação junto a um determinado público consumidor, assim como a televisão, o jornal ou a revista. (...) Essa é a química do *marketing* cultural”.

Esse mesmo autor apresenta o *Marketing Cultural* como um composto de instrumentos precisos em que não só é possível, mas indicado executar a pesquisa - direcionada ao conhecimento de dados do ou para o patrocinador, envolvendo a mídia, a assessoria de imprensa, o *merchandising* e os incentivos fiscais (ALMEIDA, 1993).

Esses componentes representam a contribuição teórico-prática, com a definição conceitual e o delineamento das atividades pertinentes à realização do *marketing* cultural, predominando a criatividade para atingir o público alvo de forma a atender os objetivos de comunicação da empresa com os recursos disponíveis chamados de patrocínio.

O *marketing* cultural desempenha a função de investigar nas entranhas da sociedade, instrumentos culturais potencializadores de consumo oferecendo às empresas oportunidades de propagação de suas marcas e/ou produtos, ou seja, o *marketing* cultural só acontece em virtude do patrocinador.

Essa estratégia de comunicação vem ganhando força no meio empresarial principalmente porque, ao participar de um projeto cultural, a empresa se diferencia das demais a partir do momento em que toma para si determinados valores relativos àquele projeto, por exemplo, tradição, modernidade, competência, criatividade, popularidade etc., além da diversificação do *mix* de comunicação das empresas para melhor atingir seu público e principalmente propor a diferenciação das marcas.

O *marketing* cultural dirigido a públicos específicos também vem sendo reforçado pelo fato “das empresas virem se mostrando cada vez mais abertas à segmentação

psicográfica de seus consumidores e usuários, empenhando esforços na compreensão de seu estilo de vida, personalidade, valores, atitudes, comportamento”. (REIS, 2003, p.73).

Os projetos culturais passam assim a ser organizados “em função das predileções do público visado e propõem experiências atraentes mesmo ao público mais habituado a ter o que deseja”. A cultura é “promovida como veículo transmissor de mensagem que dispensa uma elaboração racional, despertando e explorando o contato com uma dimensão pessoal de sensações, prazer e satisfação”. (REIS, 2003, p.74).

O que leva uma empresa a investir em *marketing* cultural é o fato de ela apresentar soluções relativamente acessíveis financeiramente falando, além da grande exposição da marca aos públicos segmentados e à mídia com a qual vai interagir no contexto de cada evento. Ao patrocinar um *show*, a empresa pode não só associar sua marca àquele tipo de música e público como pode também oferecer diversas ações de *marketing* acopladas ao evento.

Essas ações podem ser:

- amostras de produto (promoção);
- distribuição de ingressos para os seus funcionários (*endomarketing*);
- prestigiar com convites especiais (*marketing* de relacionamento);
- enviar mala-direta aos consumidores/clientes informando que o *show* irá acontecer e é patrocinado pela empresa (*marketing* direto);
- mostrar o artista consumindo o produto durante o *show* (*merchandising* editorial);
- levantar informações gerais sobre o consumidor por meio de pesquisas feitas no local (*database marketing*);
- fazer uma publicação sobre o evento (*marketing* editorial);
- realizar uma campanha específica destacando a importância do patrocínio (publicidade), e
- muitas outras ações paralelas que têm o poder de ampliar o raio de alcance da ação de *marketing* cultural.

Embora o patrocínio normalmente seja considerado como parte do processo de definição de *marketing* cultural de uma empresa, “que contempla o diagnóstico da situação atual, visão que pretende atingir, delineamento da estratégia para atingi-la, identificação de uma linha de patrocínio, implementação e avaliação”, também é possível que “seja praticado de forma mais pontual”. (REIS, 2003, p.12).

No Brasil, “a onda de privatizações da segunda metade da década de 90 viveu uma explosão de patrocínios de megaeventos, nos quais muitas vezes o patrocínio era empregado simplesmente como ferramenta de mídia”. Muitas dessas empresas não “tinham como estratégia firmar um comprometimento com a cultura, mas buscavam apenas anunciar sua chegada com pompa e circunstância junto à mídia e a seus novos consumidores”. (REIS, 2003, p.12).

Klein (2002) acredita que, quando a marca oferece apoio ou patrocínio cultural, ela se apropria do evento a ponto de sucumbir a cultura e ser a própria cultura.

Outro contraponto apresentado por essa autora é a dependência dos patrocínios como mantenedora do evento, tomando posse do evento e perdendo o caráter até mesmo filantrópico. Ela também acredita que a dinâmica do patrocínio está tão inflada que acaba inflacionando o evento cultural. (KLEIN, 2002, p. 51).

Ao analisar o ponto de vista dessa autora, acaba-se por desacreditar que o evento possa ter uma representatividade importante para a sociedade, no entanto, apesar de se conhecer seus principais propósitos “comerciais”, os eventos culturais trazem benefícios para a sociedade como todo.

Sem dúvida, mesmo nos atendo às considerações de Naomi Klein (2002), no entanto, não se pode deixar de perceber o quão importante papel o *marketing* cultural está exercendo para o fornecimento de cultura à população, além, é claro, de corroborar na ampliação da comunicação da empresa com o público alvo, se mostrado como uma das mais importantes produções de consumo que contribui com as significações coletivas de emoções e sentimentos sustentadas pelos bens e serviços. É uma espécie de universo no qual se constrói uma proximidade entre os indivíduos.

No Brasil, o *Marketing* Cultural teve início na década de 90 impulsionado principalmente pelos grandes eventos musicais promovidos com a ajuda de patrocínios empresariais. Esses patrocínios culturais inovaram o cenário da comunicação da época através da criação de eventos que receberam os nomes das próprias marcas, ou ainda de alguns dos produtos do portfólio da empresa patrocinadora.

A Cia Souza Cruz de Cigarros foi uma empresa pioneira na história de patrocínios de eventos culturais, constituindo-se no maior *case* do Brasil no que tocante ao nome de duas de suas marcas de cigarros: Hollywood Rock e Free Jazz. Desde então muitos foram seus seguidores em patrocínios de eventos culturais, o que levou ao fomento e à divulgação do *Show Business* no Brasil, que atualmente consiste em um dos investimentos corporativos mais

interessantes no composto comunicacional das empresas a título de promoção institucional de suas marcas.

O *Marketing Cultural* é uma ferramenta que se utiliza dos eventos culturais para promover marcas, produtos e empresas. Através do patrocínio de eventos culturais, uma empresa consegue projetar de forma positiva sua marca e alcançar metas de mercado das mais variadas espécies que vão desde a diferenciação entre marcas de uma mesma categoria de produtos, até a imagem de uma corporação inteira. O investimento das empresas em ações de caráter cultural confere um papel institucional que proporciona uma imagem socialmente responsável. Segundo Muylaert (1995) a expressão *Marketing Cultural* traduz-se como um “conjunto de ações de marketing utilizadas no desenvolvimento de um projeto cultural”.

Essa importante ferramenta é capaz de desenvolver profundas associações positivas para a marca, e é por isso que atualmente é considerada pelo mundo corporativo, como uma das alternativas mais eficientes de comunicação. Constitui-se em uma alternativa de valor econômico mais baixo, comparativamente a outras formas de comunicação, uma vez que permite que o investimento seja canalizado de forma planejada de acordo com o perfil psicográfico dos seus interlocutores. Dessa forma o *Marketing Cultural* agrega valor à marca transferindo benefícios socioculturais que tem maior representatividade justamente pela oferta de benefícios.

No referente ao objeto deste estudo, qual seja: os eventos musicais patrocinados por empresas, pode-se observar que, seu sucesso está estritamente relacionado ao seu formato de comunicação, que personifica a marca de maneira detalhada, aproximando-a, por meio de um perfil, ou, como definem os profissionais da área, um *target* “psicomusical”, ao evento e à imagem que a marca busca transmitir aos seus consumidores.

Os produtores culturais definiram várias categorias de financiamento cultural e tipos de patrocínios que as marcas buscam atrelar à imagem que as *personificarão* perante os consumidores. Essas alternativas variam na forma de exposição na mídia que os responsáveis pelos eventos poderão designar ao financiamento por parte das empresas. Se for uma quantia que viabiliza o evento como um todo poderá chamar-se patrocínio oficial, patrocínio *máster*, patrocínio exclusivo, etc., ou chegar ao ponto mais elevado nessa classificação que é a total responsabilidade sobre o evento, em que este acaba por receber o nome da marca ou o nome do produto que se deseja promover com a ação, posição intitulada no jargão do setor como *Naming Rights* (nomeando certo). Outras inúmeras nomenclaturas são elencadas nos projetos que se filiam a essa categoria de ação como cota *máster*, cota *standart*, cota básica, o apoio cultural, o copatrocínio, o patrocinador *Ouro*, etc.

As leis de incentivo fiscal, nos âmbitos Federal, Estadual, e Municipal, foram e continuam representando outro fator preponderante que elevou o interesse das empresas, por meio da isenção fiscal na promoção de eventos de caráter cultural. Estas leis proporcionam às empresas benefícios para a realização de seus projetos culturais, evidentemente dentro de critérios transparentes, mas que muitas vezes não traduzem uma hegemonia no caráter do investimento provocando certo desequilíbrio entre o que, em tese, deveria ser benéfico para a sociedade no que tange a esses apoios financeiros a causas privadas com utilização de dinheiro público.

Essas leis oferecem suporte para empreendimentos relacionados a vários segmentos de arte e entretenimento que abrangem desde espetáculos de artes cênicas e eventos musicais, até a conservação de patrimônio histórico, passando por livros de valor artístico, literário ou humanístico, doação de acervos para as bibliotecas, museus, arquivos e cinematecas públicas, e uma série de outras iniciativas setoriais no âmbito da arte e cultura.

Dessa forma, as leis facilitam e motivam os empresários a investirem em ações culturais. A primeira experiência concreta de incentivo fiscal à cultura adveio com a “*Lei Sarney*”, em 1986, que perdurou até 1990, sendo substituída pela **Lei Rouanet**, criada em 1991, no governo de Fernando Collor de Mello (1990-92) pelo embaixador e doutor em Ciência Política Sérgio Paulo Rouanet, à época intitulado Secretário de Cultura, pasta correspondente ao atual Ministério da Cultura. A diferença entre elas é que a *Lei Rouanet* criou mecanismos mais eficazes de cadastramento, acompanhamento e análise de mérito, aprovação de verba e controle orçamentário dos processos.

Atualmente, há um debate intenso envolvendo empresas, artistas e governos, acerca da importância de descentralização da liberação de verbas públicas provenientes da renúncia fiscal, em detrimento da má distribuição decorrente da centralização dos grandes empreendimentos culturais nas regiões mais ricas do país, o eixo São Paulo - Rio de Janeiro, onde, por sua vez, também se concentram as maiores empresas que utilizam os benefícios fiscais. Entre os segmentos mais atuantes nos empreendimentos culturais, ocupam a liderança empresas do setor financeiro segundo dados publicados no relatório do Ministério da Cultura (BRASIL, 2010), sendo as instituições financeiras os maiores beneficiários do referido recurso, somente em 2010 centralizaram 30% do total da verba federal para esse fim.

2.5 Eventos: Histórico, Conceituação e Características

No Brasil, os primeiros eventos dos quais se têm registro foram pequenas feiras abertas semelhantes às ocorridas na Idade Média. A mais famosa era a do Largo da Glória no Rio de Janeiro, sem data de origem. O primeiro organizado com espaço destinado foi o Baile de Carnaval em 1840. Como o país não tinha experiência em organização de eventos internacionais começou a participar de alguns como a Exposição Internacional de Londres (1862); Exposição Universal de Paris (1867); Exposição de Viena (1876) entre outros. Entretanto, o primeiro evento internacional organizado foi a Exposição Nacional em 1922 na comemoração do centenário da independência. Houve vários outros eventos simultâneos muito parecidos em termos de tamanho e complexidade com os que se fazia na Europa (MATIAS, 2002).

O evento é caracterizado basicamente pelo encontro de pessoas com objetivos comuns em um local específico por um tempo determinado. Zanella (2006, p.12) define o evento “como concentração formal de pessoas e/ ou entidades com data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos e estabelecer contatos”.

Ainda na sua definição, o autor comenta que “as motivações relacionais em um evento podem ser de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa ou científica” (ZANELLA, 2006, p.12). Ele cita que o evento “é um provocador de emoções, pois quem os organiza, planeja atividades com essa proposta e ainda deve consolidar vínculos de caráter pessoal e profissional” (ZANELLA, 2006, p.13).

Matias (2002) conceitua evento a partir das características de seu planejamento: “ação profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados” (MATIAS, 2002, p. 61).

Giacaglia (2006) aborda o evento e sua organização como algo inovador que deve estar atrelado aos objetivos propostos e diz que “com o aumento do número de eventos, torna-se evidente a necessidade da busca por projetos criativos e diferenciados para vencer a concorrência. Tais projetos têm início em idéias criativas” (GIACAGLIA, 2006, p. 2).

Portanto, o evento é uma atividade empresarial de cunho social que necessita de planejamento e recursos. Para realizar o evento com sucesso Giacaglia (2006) sugere que é necessário definir o formato com data, local, atividades e programação. Gerir um evento é entender as necessidades do seu público: quais datas são melhores, quais locais estão aptos em

fornecer a infra-estrutura necessária, quais os meios de hospedagem e transporte existentes e qual a programação de atividades que será necessária para alcançar os objetivos do evento.

Com um foco mais voltado ao mercado, Melo Neto (2003) descreve eventos como atividades realizadas ao mesmo tempo e no mesmo espaço, e que são capazes de promover produtos e serviços e até mesmo prover conhecimento de marcas.

Abordando os eventos como atividade econômica, Zanella (2006, p.14) cita que o resultado de um evento “é o estímulo e a consolidação de contatos de todos os tipos”. Alguns exemplos dos pontos fortes listados pelo autor podem se destacar:

Mudanças ambientais provocam pouca repercussão em eventos tradicionais; por serem atividades extras ajudam a incrementar a arrecadação de impostos podendo ser através do turismo ou com os negócios gerados no próprio evento; promovem desenvolvimento indireto em transporte, alimentação, lazer e outros; divulgam a cidade e; contribuem para o desenvolvimento de infraestrutura (ZANELLA, 2006, p.14).

No universo da comunicação, Melo Neto (2003, p.62) afirma que evento é “qualquer fato que pode gerar sensação e, ser motivo de notícia, seja ela de cunho interno ou externo.”

Pode-se analisar pelo aspecto semiológico, que evento está associado a sucesso. Um evento independente do objetivo deve ser marcante e envolvente, além de propiciar sensações e emoções ao público.

O padrão ideal de existência dos seres humanos muda constantemente, e a exemplo desse fenômeno natural, tomando o período da Idade Média até o início do século XX, pode-se conjecturar que o ócio passou a angariar um papel importante no aspecto evolutivo das sociedades que passaram a refletir mais sobre a divisão do tempo, dando origem ao conceito de lazer.

Eventos estão ligados diretamente ao entretenimento e ao lazer, mesmo que seja apenas por um pequeno período. Gabler (1999, p.25) confere o seguinte significado para entretenimento “(...) a etimologia de ‘entretenimento’ é latina e com toda certeza vem de inter (entre) e tenere (ter)”. Completa ainda “(...) o entretenimento busca constantemente uma combinação de elementos que já despertaram certas reações no passado, na suposição de que a mesma combinação provocará mais ou menos a mesma reação de novo”.

No contexto das atividades comunicacionais de marca, os eventos abrem caminho para uma seletividade aprimorada e adequada aos padrões atuais de comunicação, trazendo versatilidade, inovação e descobrimento.

O objetivo com a prática dos eventos é a participação ativa, construtiva e produtiva da sociedade, mesmo inconscientemente, pois lazer e trabalho fazem parte da integração social em vários sentidos. Pode-se descrever a palavra “Evento” na sua mais pura concepção

como um acontecimento, um fato ou uma notícia que pode gerar diversas sensações e atitudes. É algo que acontece com o cunho de dar importância ao oportuno e apresentar então as características dos envolvidos como o patrocinador, o público, o ambiente, a causa e o objetivo.

Caracteriza-se o evento como um fato ou um acontecimento que gera sensação e como notícia relevante que merece ser veiculada. Os eventos podem colaborar como um poderoso meio publicitário a ser explorado pelas empresas que tenham interesse em vincular suas imagens e seus produtos ou serviços aos artistas e manifestações culturais apresentados.

Trata-se, é claro, de um meio relativamente efêmero. Mas essa mesma característica é, de qualquer modo, um dos pontos fortes do evento como mídia, na medida em que aumenta consideravelmente seu impacto junto ao público.

Do ponto de vista das organizações, há dois interesses centrais na classificação da categoria dos eventos: o interesse institucional e o interesse promocional (comercial). Institucional “quando visa criar ou firmar o conceito e imagem da empresa, entidade, governo ou pessoa” e Promocional “quando objetiva a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade ou pessoa, em apoio ao *marketing*, visando fins mercadológicos” (CESCA, 1997, p.15).

Pode-se ordenar os eventos dentro das categorias: *timing*, escopo, finalidade e lócus.

O *timing* significa a periodicidade do evento podendo ser permanente, periodicamente (mensal, semestral, bimestral, anual, bianual), fazendo parte do calendário da cidade, de entidades ou de associações. Por exemplo, as exposições, os bailes carnavalescos, os projetos de estações (Verão, Inverno, Primavera, Outono), congressos e seminários anuais, torneios e competições que se realizam periodicamente, sempre na mesma época do ano. Também podem ser esporádicos, ocorrendo em intervalos irregulares de tempo, a critério de seus patrocinadores. Podem ser únicos, quando ocorrem apenas uma única vez e também os eventos de oportunidade que ocorrem em épocas de realização de megaeventos internacionais (Olimpíadas e Copas do Mundo).

Escopo é a abrangência do evento; podem ser de massa (destinados ao grande público) ou de nicho, que se destinam a segmentos de público específico.

A extensão do evento é considerada lócus e é determinada pela abrangência territorial, podendo ser de espectro regional, local, municipal, estadual, nacional ou global.

Os eventos podem ser divididos também em eventos internos e externos. Quando se trata de eventos internos, o objetivo é motivar os funcionários da empresa adquirindo maior comprometimento e o mútuo conhecimento entre as equipes. Muitas empresas acreditam e

investem na ideia de que o público interno é o maior divulgador e portador das mensagens da empresa, por isso proporcionando-lhes um maior bem-estar, eles ajudam a aumentar a produtividade e o estímulo para o trabalho.

Os funcionários devem “ser valorizados dentro da empresa, pois deles resultam o produto ou serviço final da organização”. Para isso, motivação “é a arma principal para garantir a produtividade e o bom atendimento”. Os empregados motivados “são aqueles que percebem o seu trabalho como os ajudando a atingirem seus importantes objetivos” (DAVES e NEWSTROM, 1992, p. 72).

As empresas investem nessa categoria de promoção interna, pois esse investimento reverte em resultado quase que imediato. Os eventos externos têm por objetivo evidenciar a importância e a efetividade das parcerias comerciais na conquista de empreendimentos, garantindo sempre a qualidade nas comercializações visando à consolidação institucional da empresa.

Indiscutivelmente, acredita-se que o sucesso de um evento depende exclusivamente do conjunto de sensações positivas que estará gerando, para que assim, ele seja reconhecido e apoiado pela mídia, pois o evento-notícia facilita a realização do objetivo final do evento. Todavia, o planejamento, a organização, a execução e a avaliação devem estar sincronizados.

2.6 Mercado de Eventos

Os eventos são caracterizados por se relacionarem com empresas de diversas áreas; impactam economicamente diversos setores, e atuam diretamente com hotéis, restaurantes, empresas de transporte, centros de convenções, lojas e locais de entretenimento.

Dados de 2005 mostram números dessa indústria, nos Estados Unidos, que são dignos de consideração. Os gastos diretos são da ordem de mais de cento e vinte e dois bilhões de dólares; impostos gerados mais de vinte bilhões de dólares, e mais de um milhão e setecentos empregos diretos (IAEE, 2008).

A realidade brasileira não difere muito no setor de eventos. Ele responde por três por cento do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, gerando trinta e sete bilhões de reais em receitas, quatro bilhões em impostos, quase oitenta milhões de participantes, gerando três milhões de empregos diretos e indiretos de um montante de trezentos e trinta mil eventos de diversos tipos gerados (SEBRAE, 2008).

O turismo de negócios, caracterizado principalmente pelos participantes de eventos, é um dos segmentos mais importantes. O turista que vem a negócios gasta, por dia, em média,

cento e doze dólares; enquanto o que vem a passeio gasta cinquenta e oito dólares (SEBRAE, 2008), sendo que esses gastos ajudam o desenvolvimento da economia regional como um todo. Portanto, o investimento no mercado de eventos é o que pode gerar mais lucros para os empresários.

O crescimento deste segmento no Brasil é visível: novos centros de convenções e novos hotéis são construídos, e aeroportos são reformados e ampliados. De 2002 a 2005, o país subiu dez posições no *ranking* dos lugares onde mais se realizam eventos internacionais segundo dados da Associação Internacional de Congressos e Feiras (ICCA) (SEBRAE, 2008).

No ano de 2006, o Brasil ocupava a sétima posição nesse *ranking*. Essa melhora é também resultado dos investimentos em *marketing* feitos pelo governo federal (ABAV, 2007).

O aumento de investimentos na captação e desenvolvimento de atrativos para a organização de eventos tem tido retornos não somente na captação dos participantes, mas também no aumento dos seus gastos. Os estrangeiros que vêm ao Brasil para participar de eventos segundo a FGV e a Embratur (2007), gastam em média trezentos e doze dólares, somando turistas de negócios com outros.

Esses números mostram a tendência de agregar valor ao serviço prestado. Os eventos tendem a crescer em tamanho e funções. Novas atividades são adicionadas buscando satisfazer o consumidor, agregando mais funções e com isso dando mais valor ao produto. O avanço da tecnologia colabora com essa corrente de novos equipamentos, embalagens, maquinários de logística e estratégias de precificação que auxiliam o sucesso de um evento (SEBRAE, 2008).

Para tanto, é necessário que as empresas consigam atuar nesse mercado amplo no qual atividades diferentes são unidas para um mesmo objetivo.

Sabe-se que um grande evento é um fato relevante, e tem tudo para ser um acontecimento de sucesso, interessante para a mídia divulgar, pois ela noticiará assuntos da atualidade que fazem parte do cotidiano dos espectadores.

Quando uma empresa escolhe o evento como estratégia de comunicação, ela visa alguns objetivos como a aproximação do público com a empresa ou produto; a associação da marca ao evento criando um residual de lembrança; a criação de imagem junto à opinião pública, e a repercussão pelos veículos de comunicação. É comum para muitas empresas associarem-se a eventos culturais, pois o retorno dá-se a partir do momento em que a mídia o divulga, iniciando o trabalho de conhecimento da marca. Esse é um dos muitos motivos que estão levando as empresas a manifestarem o interesse em patrocinar um evento.

A mídia pode ser massiva ou não, no entanto requer um nível correto de informação que é de suma importância para a compreensão das mensagens, por isso os meios de comunicação devem ser coesos nas mensagens, assegurando a veracidade da informação e ajudando o receptor quando na tomada de decisões. É importante destacar que antes mesmo do evento ser avaliado pelo seu público, ele está inscrito e posicionado na mídia, ou seja, seus significados despontam antes mesmo do evento propriamente dito acontecer.

Segundo Cesca (1997, p.14), o evento pode originar a manifestação espontânea de divulgação pela mídia: “Evento é um fato que desperta atenção, podendo ser notícia e com isso, divulgar o organizador (...)”. Quando isso acontece, favorece muito a imagem da empresa, podendo ocasionar até mesmo um reflexo no comportamento dos consumidores, fornecedores, revendedores, governo, comunidade e até mesmo nos concorrentes; no entanto, o *release* ou qualquer outra informação veiculada pela mídia deve ser bem planejada para não distorcer a imagem que a empresa tem diante da opinião pública.

Os megaeventos do cinema *hollywoodiano* são a prova concreta que as etapas que antecedem o evento servem para direcionar o potencial do produto e principalmente garantir, quando do lançamento do filme, o sucesso garantido de público, e o correspondente faturamento da indústria cinematográfica.

O evento traz uma nova maneira de se comunicar com o consumidor, baseado na força e na capacidade de conexão emocional. A mensagem é recebida, não por meio do raciocínio lógico, mas pela aceitação emocional. Esse processo pode se tornar tão poderoso que as ideias são incorporadas aos próprios valores e opiniões do indivíduo.

Os eventos são considerados instrumentos para a promoção de negócios, fixação de imagens e ampliação de conceito de empresas, marcas, produtos e serviços, organizações públicas e privadas, entidades de classe, sindicatos e até mesmo pessoas.

A empresa pode participar de um evento de várias formas; no entanto, indica-se que não fuja do contexto da missão, valores e objetivos predeterminados pela mesma. Ela pode patrocinar eventos culturais como *shows*; concursos musicais; mostras de cinema; peças teatrais; espetáculos de dança, entre outros. Há também os eventos esportivos como olimpíadas; copa do mundo de futebol; olimpíadas de inverno, etc. Em geral, esse tipo de apoio contribui de maneira positiva para o retorno da imagem institucional, pois a visibilidade da sua marca ocorre com muita intensidade.

Apesar da ‘miopia’ organizacional de muitas empresas que enxergam o evento como uma despesa, os dados apresentados por uma pesquisa encomendada com exclusividade pela

Ampro em 2006, mostra que isso está mudando, pois o investimento em eventos (77%) foi bastante significativo no composto do *mix* de comunicação das companhias.

Foram ouvidas 107 empresas de diversos segmentos (indústria, comércio e serviços) entre as 500 maiores e melhores, selecionadas pela revista *Exame*, pesquisa que acabou por indicar de forma científica o crescimento do segmento de eventos, indicando tendência de crescimento do setor.

Ampliar a carteira de clientes e expor seu produto ou serviço para o público são os principais objetivos que levam as empresas a participarem e apoiarem cada vez mais um evento cultural, desde que sejam analisados todos os parâmetros e objetivos da empresa.

Há muitas opções para uma empresa investir nos eventos. A especialista em organização de eventos Meireles (1999) as classifica em:

Patrocínio – Consiste em obter recursos financeiros de empresa ou instituição. Na relação custo/benefício o nome do patrocinador será impresso em todo o material de divulgação, veículos de propaganda, bem como outros tipos de espaços negociados dentro e durante a realização do evento. Apoio – Consiste em obter apoio de uma empresa para a divulgação do evento em forma de brindes, materiais de sinalização, produtos, divulgação local e outras formas a serem negociadas. Colaboração – consistem em obter qualquer tipo de colaboração de uma instituição, podendo ser na organização do evento, fornecendo recursos materiais, humanos, tecnologia etc. Coparticipação – Duas ou mais empresas participando de qualquer forma de um evento. (MEIRELLES, 1999, p.33).

Além das formas citadas pela autora, apresentam-se outras opções de investimentos como, por exemplo, o direito de uso da marca do evento em campanhas promocionais e ações de propaganda e publicidade. Outra opção também bastante utilizada compreende a publicidade no local do evento, em especial no caso de eventos esportivos e culturais. Há também a negociação do apoio de empresas em troca de prestação gratuita de serviços. É o caso das empresas de assistência médica, que instalam postos de serviços médicos, durante o trajeto de uma corrida ou apresentação de *show*, e o mesmo ocorre com as empresas prestadoras de serviços de instalação de som, montadoras de palcos e arquibancadas e de transporte que negociam a troca de placas de publicidade no local do evento.

Essas são as opções de investimento mais comuns utilizadas no *marketing* de eventos. É importante lembrar que todas as empresas, patrocinadoras, concessionárias e prestadoras de serviços devem ser tratadas como parceiras na gestão de eventos. O sucesso do evento depende da eficácia de suas ações e da integração de suas atividades operacionais, institucionais e comerciais.

O impacto proporcionado pelos eventos, segundo o 1º Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, corresponde a 31% dos investimentos privados do país, sendo 30% da indústria, 48% do comércio e 23% com serviços. Acredita-se que esse crescimento também se deu pelo papel extremamente importante das leis de incentivo à cultura levadas a efeito, na época, pelo governo de Fernando Henrique,

que contribuiu para influenciar a política de parceria entre Estado, empresários e comunidade cultural, além é claro, da evolução do comportamento empresarial que após a modernização da referida lei passou a investir mais em eventos de cunho cultural. (GARDINALI, 2003, p.57)

Os investimentos com eventos culturais além de serem rentáveis proporcionam momentos de descontração, gratificação e diversão, nos quais as pessoas estão mais receptivas às mensagens da sua marca. “A captação e promoção de eventos no mundo vêm sendo apontadas como o setor que mais retorno econômico e social oferece ao país e às cidades-sede” (HOELLER, 2002, p. 45).

2.7 Eventos Culturais como estratégia de *branding*

Há que se lembrar a importância que os eventos exercem no contexto da Comunicação Integrada, possibilitando gerar o diálogo de forma não-convencional, como confirma Rifkin (2001, p.90) quando diz “[...] a tarefa da empresa é criar comunidades com a finalidade de estabelecer relações comerciais de longo prazo e otimizar o valor de cada cliente ao longo da vida”.

Diante disso percebe-se o importante papel da comunicação e principalmente das Relações Públicas atuando como intermediadores da empresa com o mercado consumidor, o que corrobora a relação com a marca, gerando resultados sólidos e permanentes.

Rifkin (2001, p.90) reforça ainda que “a chave para criar comunidades de interesse é planejar eventos, reuniões ou outras atividades que promovam o contato dos clientes para partilhar seus interesses comuns na marca da sua empresa”.

“Aos poucos, grandes eventos e grandes personalidades assumem o papel de lançadores de novas modas e novos estilos de vida que antes era função quase exclusiva da propaganda” (GRACIOSO, 2001, p.39).

Ao interpretar os eventos como trocas simbólicas têm-se: "quanto mais inexoravelmente o princípio do valor de troca subtrai aos homens os valores de uso, tanto mais impenetravelmente se mascara o próprio valor de troca como objeto de prazer" (ADORNO, 1980, p 173).

Para Don Slater (2002), pode-se interpretar que os eventos são formas de presentear os participantes:

O ritual de troca de presentes estabelece um potente meio de influência interpessoal, permite aos indivíduos insinuar certas propriedades simbólicas na vida de um receptor-de-presentes. Permite-lhes iniciar a possibilidade de transferência de significado (SLATER, 2002, p.115).

Falar em prazer nos leva a análise dos eventos sob o aspecto do hedonismo:

O hedonismo tradicional envolve mais uma preocupação com os “prazeres” do que com o “prazer”, havendo um mundo de diferença entre valorizar uma experiência porque (entre outras coisas) ela dá prazer e valorizar o prazer a que as experiências podem levar (CAMPBELL, 2001, p.32).

Campbell (2001) acredita, ainda, que as emoções são fontes poderosas de prazer diretamente ligadas a estados de alto incitamento.

Pode-se entender os eventos como formas de produções simbólicas e oportunidades de explorar o meio: “(...) Diante dos nossos sentidos, desfilam milhões de mensagens que nos contemplam e conosco falam” (ROCHA, 1995, p. 24). O evento pode ser descrito como uma maneira muito particular de falar das marcas e a interpretação do fluxo do discurso social de forma mais agradável.

Klein (2002) assinala como contraponto o uso do produto cultural (neste caso os eventos) como ferramenta de manipulação social: “Os produtos culturais são e sempre foram os joguetes favoritos dos poderosos, manipulados por homens de Estado” (KLEIN, 2002, p. 55).

Não se pretende fechar os olhos para a realidade, no entanto, independente de existir ou não o evento, a cultura foi e sempre será manipulada, assim como ela também manipula a sociedade. É uma via de mão dupla. No universo das comunicações, o papel principal dos eventos é maximizar a visualização da imagem da empresa com um custo reduzido e, assim, auxiliar o crescimento da indústria, consolidando-a no mercado e obtendo retorno publicitário.

Segundo Galindo (2003) ao se referir à forma de comunicar:

Nada funciona mais como no passado. Isso sem falar que os recursos estão ficando cada vez mais escassos. Vamos ter que aplicar o dinheiro do cliente em mídias que proporcionem o melhor resultado em termos de custo/benefício e para isso precisa de um foco muito bem dirigido. A mídia hoje é mensurada e comprovada, nenhum cliente vai investir 10 ou 15 milhões de dólares se não tiver absoluta certeza de que conseguirá resultados efetivos em suas vendas e no processo de construção de sua marca (GALINDO, 2003, p.65).

Um evento de sucesso corresponde a uma marca de sucesso, assim a busca da associação de marcas a grandes eventos é prática comum nas corporações mundiais, pois com isso a marca ganha prestígio, além do nome da empresa virar manchete nos jornais e revistas e o público se familiarizar com ambos. A tendência é ganhar a empatia da sociedade e a presença da marca na lembrança e memorização do público presente.

A associação de marcas a grandes eventos propõe uma relação de proximidade com os produtos e suas marcas, ampliando as possibilidades de uma percepção próxima da identidade da marca, característica que reforça a importância dos eventos na vida das marcas, pois atendem à necessidade dos indivíduos insatisfeitos e ansiosos por uma vida de produções simbólicas.

Para atender a essa necessidade, foi desenvolvido o conceito de *Brand Entertainment*, termo utilizado para descrever as atrações corporativas como mecanismos capazes de mostrar o que torna as empresas especiais e com isso fomentar a compreensão, admiração e a fidelidade das pessoas em relação à empresa, seja qual for seu segmento de atuação.

Os empresários falam constantemente em "diferenciar-se no mercado", só que esse discurso não corresponde à sua forma de conduzir os negócios porque a maioria prefere a segurança de fazer exatamente o que todo mundo faz. Falta às empresas brasileiras a percepção de que além da propaganda tradicional, há outras formas de transmitir suas ideias e conceitos.

Essa nova forma de comunicar-se com o consumidor baseia-se na força de sua capacidade de conectar-se emocionalmente com o público e, assim, transmitir os conceitos desejados. Há dois aspectos principais que norteiam o entretenimento como arma empresarial.

O primeiro é a existência de uma mensagem-tema a ser transmitida claramente e essa prioridade é que conduz a experiência a ser vivida. O outro ponto trata da necessidade de contar com a presença física do público para envolvê-lo em uma experiência sensorial significativa e cativante, em que se possa comunicar a mensagem desejada de uma forma emocionante e inspiradora.

O objetivo das ações é solidificar a relação com o consumidor. A finalidade dessas atrações nunca foi a de vender diretamente os produtos e serviços das empresas mas sim, de construir uma imagem de qualidade e solidificar a relação com o consumidor, que passa então a compreender os valores por trás da empresa e perceber todo esforço, pesquisa, audácia e trabalho que há por trás de cada produto ou serviço ofertado. Trata-se, na verdade, de construir uma lenda, um mito empresarial que irá fidelizar gerações de consumidores.

Muito mais significativo do que isso é o fato de muitas pessoas buscarem e construïrem um sentido para suas vidas em virtude das marcas que utilizam. Ou seja, uma multidão vem encontrando talento nesse contexto de integração social. Não se pode esconder que esse novo fenômeno está se difundindo cada vez mais.

Diante dessa nova dimensão cultural, os projetos de festas ou *shows* tornam-se verdadeiras plataformas de comunicação. Porém, para que uma ação tenha um resultado efetivo é preciso continuidade. É importante que uma determinada marca perpetue o investimento em um dado evento a fim de criar constância com o público-alvo que passará a consumir aquele evento de forma regular. Tem-se o exemplo do Free Jazz, *Philips Monsters* e

Ruffles Reggae, eventos culturais que tiveram suas edições continuadas, promovendo uma lembrança de marca mais duradoura.

A concorrência entre as grandes marcas é outro fator desencadeador de mudanças na comunicação, pois existem muito mais recursos disponíveis no mercado à espera de bons projetos de entretenimento: “é atirar e não errar o alvo”.

No mundo da propaganda e do *marketing*, os custos são assustadores, pois as produções e inserções de comerciais de forma maciça tem custo elevadíssimo. Esse é mais um motivo e uma vantagem para realizar projetos de entretenimento e investimentos culturais.

Na opinião do vice-presidente da Ampro, Gerson Christensen “não é à toa que R\$ 27 bilhões foram gastos em *marketing* promocional no Brasil em 2009 – o dobro do ano anterior”. Além do mais “o custo benefício é melhor, já que as festas custam menos que veicular vários comerciais na TV”.

Pode-se deduzir, então, que existem várias estratégias para promover a participação das diferentes classes sociais no evento, pois não se pode esquecer da mídia espontânea. Para Zanone Campos, gerente do grupo Frigorífico Friboi, a mídia espontânea promovida somente pela Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos equivaleu a um investimento de pelo menos R\$ 10 milhões.

O potencial de retorno que um evento pode dar para à marca é notado em várias áreas que mostram que um evento pode ser usado em uma infinidade de projetos de propaganda e até para ampliar o portfólio de produtos.

A marca das empresas assume personalidade própria junto aos consumidores, por isso, cada vez mais, grandes organizações procuram fazer com que a imagem de sua marca esteja associada a ações positivas e vencedoras.

Segundo a principal entidade avaliadora do mercado de patrocínio dos Estados Unidos, a IEG *Consulting*, o crescimento do *marketing* de entretenimento é duas vezes maior que o crescimento do investimento em propagandas e promoções. E essa é uma tendência crescente em todo o mundo, pois as empresas, quando patrocinam uma ação cultural, acreditam aumentar a lealdade do consumidor, assim como também aumentar a percepção do mesmo para com a empresa, além de reforçar sua imagem propiciando a aproximação (ZYMAN, 2003, p. 209).

Numa época em que se debate a eficácia das ferramentas tradicionais do *marketing* é muito importante estar atento às novas tendências. Num mundo globalizado, com clientes locais, como conseguir a proeza de construir fortes laços emocionais com os consumidores,

para incentivar o consumo do Produto/Marca, é uma das questões mais difíceis de serem esclarecidas.

Segundo Klein (2002):

A publicidade e o patrocínio sempre se voltaram para o uso da imagem para equiparar produtos a experiências culturais e sociais positivas. O que torna diferente o *branding* dos anos 90 é que ele cada vez mais procura retirar essas associações do reino da representação e transformá-las em uma realidade de vida (KLEIN, 2002, p. 53).

Em função do grande crescimento dos produtos e da concorrência das marcas, as ações para a divulgação, fixação e *recall* da marca estão intensificando-se cada vez mais para que ela sobreviva no mercado. Diante disso, a autora alerta para um problema no *branding* decorrente da concorrência e da busca desenfreada pela conquista do cliente. Salienta ainda, que “o evento não deve cair na mesmice e, além disso, as empresas necessitam cuidar de suas propriedades intelectuais para desenvolverem relacionamentos equilibrados” (KLEIN, 2002, p. 63).

Logo, entende-se que o evento cultural está em ascensão mostrando-se como uma oportunidade única de *branding* ao propor a ligação que faltava no relacionamento marca - consumidor.

2.8 Marketing Cultural no patrocínio de eventos

No cenário brasileiro a utilização de estratégias de *Marketing Cultural* é cada vez maior, uma vez que a crescente produção de novos artigos impulsiona as empresas a buscarem alternativas originais para a construção de uma imagem positiva de suas marcas no imaginário dos consumidores.

Uma das vantagens de promover uma marca através das ferramentas estratégicas do *Marketing Cultural* é justamente a oportunidade de estabelecer um canal de comunicação direto com o público que se busca fidelizar. O *Marketing Cultural* pode ser o melhor instrumento a ser empregado no desenvolvimento de uma relação entre um produto, uma marca ou um serviço e seus consumidores atuais e futuros, assim como no desenvolvimento de relações entre uma empresa e a sociedade.

A empresa deve identificar os objetivos que pretende alcançar por intermédio dos profissionais da Gestão Estratégica de *Marketing Cultural* e, desta forma, direcionar de maneira justa, correta e coerente seus esforços para atingi-los. O objetivo principal das empresas patrocinadoras de eventos culturais é ‘fixar’ lembranças, que são impressas na

memória daqueles que vivenciam os eventos. As marcas patrocinadoras dos eventos culturais procuram explorar todo o potencial oferecido pela atividade cultural patrocinada objetivando que o conjunto de ações desenvolvidas em prol do evento realmente influencie na fixação de lembranças impressas na memória daqueles que participaram do evento.

Em uma dimensão de importância para as empresas patrocinadoras de eventos culturais pode-se inferir que o retorno mais importante está relacionado à promoção da marca através da divulgação espontânea, seguida do aumento das vendas e do fato de veicular comercialmente a marca através de anúncios no intuito de conquistar novos consumidores e mercados.

A mensuração e vantagens obtidas pelo custo-benefício de um patrocínio não é tão simples de se auferir por não existir uma métrica única, mas se pode observar que a empresa patrocinadora atingiu seus objetivos quando esta foi capaz de construir sua autoimagem, através dos mais variados elementos que a caracterizam no transcorrer do evento, que permanece na memória daqueles que usufruíram dos benefícios resultantes do seu patrocínio e passa a ser reconhecida enquanto marca patrocinadora de eventos culturais. O sucesso de público configura, obviamente, um dos critérios mais importantes de sucesso da exposição da marca em determinado evento, bem como se pode analisar o número de clientes beneficiados por ações como “área Vip”, “compra antecipada de convites”, e demais facilidades, mas certamente a exposição na mídia em geral associada a esses fatores constitui a maior vantagem conquistada pela marca patrocinadora.

Estratégias de fortalecimento de marcas são importantes porque podem “atrair novos clientes, assim como incentivar os já existentes a se tornar fiéis à marca ou a experimentar outros produtos da mesma marca” (CHURCHILL Jr. e PETER, 2005, p. 250). A predileção pela compra de um produto X está associada a inúmeras dimensões e atributos que não somente o fato da empresa produtora do produto ser ou não patrocinadora de cultura. Por outro lado, Martensen *et al.* (2007) defendem que a compra de um produto pode ser impulsionada por um eventual patrocínio da empresa que comercializa tal produto.

Um fator importante a ser observado é a adequação do evento ao público-alvo da marca, tendo em vista que, se o participante do evento não possuir um envolvimento anterior com a marca patrocinadora, nada mudará na imagem ou na intenção de aquisição de produtos da referida marca pelo consumidor (MARTENSEN *et al.*, 2007).

A infraestrutura, bem como profissionais devidamente preparados para atuarem em eventos culturais são fundamentais, sendo, portanto, necessário que eles conheçam bem o patrocinador, demonstrando entusiasmo, motivação e envolvimento com a marca.

2.9 Marketing Cultural e patrocínio de eventos musicais

Muitas empresas utilizam as estratégias de *Marketing Cultural* a fim de divulgarem suas marcas, ou focarem a atenção do público para a promoção de novos produtos. O patrocínio de atividades, tais como: competições, *shows*, demonstrações e apresentações esportivas e culturais constituem um bom canal de comunicação entre a marca e o consumidor. O objetivo na organização destes eventos é alcançar os consumidores em potencial para determinada marca (KOTLER, 2000). A sintonia entre evento e marca é fundamental, pois somente dessa forma podem ser criadas as condições necessárias para promover a transferência dos valores, dimensões e atributos do produto patrocinado pelo evento para a marca. (MARTENSEN *et al.*, 2007).

Cornwell *et al.* (2006), em seus estudos sobre eventos culturais de música, verificaram que a lembrança do consumidor com relação ao patrocinador depende da espontaneidade com que o consumidor consegue realizar a associação entre a marca e o evento e depende essencialmente da boa sintonia entre a empresa e o evento.

A música é capaz de proporcionar sensações que se estendem por quatro dimensões da vivência e da percepção humana: emocional, cognitiva, somática e relativa à memória (WALLACE, 1997). Portanto, a combinação destas dimensões favorece um grande potencial capaz de estabelecer e firmar relações entre as marcas patrocinadoras de eventos musicais e seus consumidores.

Para Melo Neto (2004), é essencial que os eventos musicais proporcionem um ambiente capaz de favorecer a percepção do consumidor acerca dos valores e atributos da marca, bem como de seu(s) produto(s). A montagem do espaço, os cenários, o ecletismo, a diversidade, a fusão de temas e estilos, o ineditismo, a interatividade, a tradição, a experimentação, a polêmica, as técnicas e a simulação são alguns exemplos de elementos criativos que podem influenciar a percepção do público (consumidor) acerca da marca, e ou produto(s) e, conseqüentemente, viabilizando o sucesso do evento. O êxito do evento pode ser prolongado através da mídia massiva e pós-massiva que cobriram o evento musical, o que se constitui em um benefício para a empresa patrocinadora do evento.

O início da década de 90 foi marcado pela cultura do *branding*⁴ e acabou por incentivar o *Marketing Cultural*. A cultura jovem voltou a ditar padrões, aliando-se a novos mercados de consumidores em potencial.

A subcultura jovem, em meados dos anos 80 e 90, encontrava-se cada vez mais isolada no universo *underground*, o que dificultava o poder persuasivo das ferramentas estratégicas de *marketing* para atingirem estes subgrupos, antes tão suscetíveis aos apelos da propaganda.

Indústrias que vendiam estritamente para adolescentes ofereciam poucos recursos para inspiração dos setores voltados para o entretenimento e a publicidade. Todo centro urbano tinha seus recantos *undergrounds*, onde as pessoas se inspiravam ouvindo *punk rock* ou mesmo *new-wave*, adquiriam roupas nos brechós, e discos e livros nos sebos. Fora dos centros urbanos, as tribos do *underground* pouco ou nada representavam como consumidores.

Esta é uma descrição sintética do cenário jovem da época. A segunda metade dos anos 70, e o início dos anos 80 marcam o auge da cultura e música *punks*, o início do movimento conhecido como *discoteca* e carrega as primeiras aparições significativas da cultura e música *heavy metal*.

Embora o *rap* fosse o estilo dominante no subúrbio negro das cidades norte-americanas no final da década de 80, a América branca não estava pronta para reconhecer uma nova cultura criada pelos negros, e nem tão pouco a dissipar pelo mundo esse estilo comportamental e musical. Há que se lembrar que não havia uma máquina de mercado sofisticada e eficaz por trás dessas subculturas. Não havia uma comunicação capaz de tornar universal os gostos e atitudes como acontece atualmente com a utilização da internet.

As indústrias que fomentavam o mercado ocidental ainda estavam entretidas com a velha geração *Woodstock*, que se apresentava como os até então conhecidos *yuppies* que caracterizaram em parte a geração de 80. A indústria do *Marketing* percebeu com muita sagacidade que aquele não era ainda o momento ideal para investir em novas tendências e estilos de vida.

⁴ Gestão de Marcas

2.10 *NamingRights* de eventos musicais no Brasil

Em 1992, ocorreu o episódio que ficou conhecido como a “*Sexta feira de Marlboro*”, na qual *Wall Street* declarou o perecer das marcas, como narra Naomi Klein em seu livro *No Logo*.

No hemisfério Sul, a Cia. Souza Cruz de Cigarros apostou no comportamento das marcas, promovendo eventos, como “Hollywood Rock” e “Free Jazz”, acompanhando a nova tendência de gestão de marcas incorporadas por empresas como a “Nike”, “Reebok”, “Microsoft”, “Apple”, entre outras que se posicionaram contra a tendência que passou a ser conhecida como *No Logo*, que buscava se instalar nos meios corporativos da época, contrariando até mesmo os mais renomados ‘especialistas’ da economia e negócios da época. Estas empresas faziam do conceito e estilo de vida desejado pelos consumidores das suas marcas um trampolim para sua valorização internacional.

A Cia. Souza Cruz de Cigarros, como já mencionado anteriormente, foi uma das pioneiras no patrocínio de eventos culturais pelos quais os jovens brasileiros ansiavam com avidez na época. No início dos anos 80, a indústria da música cresceu no cenário brasileiro com grandes bandas de *rock*, como *Legião Urbana*, *Titãs*, entre outras, profissionalizando cada vez mais o mercado de música no Brasil.

Dessa forma, a Cia. Souza Cruz de Cigarros alcançou os melhores resultados com o patrocínio do evento musical “Hollywood Rock”: estádios lotados, milhares de pessoas participando dos eventos e um crescente público consumidor para as marcas de cigarro líderes de preferência da época.

A indústria brasileira foi ousada nesse período e deu exemplo ao mundo corporativo, influenciando o meio artístico de uma maneira geral: gravadoras, bandas, empresários e a própria mídia acreditaram naquele estilo de vida ‘*promovido*’ pelo evento “Hollywood Rock”.

O primeiro grande evento musical ocorreu na cidade de São Paulo, o “*Festival de Águas Claras*”, na fazenda que deu nome ao festival. No município de Iacanga, no interior paulista, a 480 km de São Paulo, reuniram-se, segundo dados da imprensa e dos produtores, 30.000 jovens em sua primeira edição, no ano de 1975. Esse número foi triplicado nas edições seguintes, em 1981, 1983 e 1985.

Considerado a versão *Woodstock* tupiniquim, este evento ditou as tendências de comportamento da época em cada uma das suas edições. Em 1975, uma década antes, o Hollywood Rock já havia sido o primeiro grande evento de caráter cultural de uma marca no *show business* no Brasil e também uma das primeiras do mundo. Este projeto de vanguarda, idealizado por Nelson Motta, acabou por antecipar o que iria acontecer anos mais tarde no mercado como um todo (nacional/internacional): os eventos proprietários de marca (*NamingRights*).

Com o advento do sucesso de público e transmissão por meio dos veículos midiáticos do evento musical Hollywood Rock, a Souza Cruz investiu no patrocínio de outro evento musical para a sua marca de cigarros Free.

Com o apelo à baixa concentração de nicotina, os cigarros Free tinham como perfil de público o consumidor moderno, preocupado com a saúde e exploravam a sofisticação e a inteligência como atributos inerentes à marca. O *jazz* foi então elegido como o estilo musical mais adequado ao público detentor deste perfil atrelado à marca, e, assim, o Free Jazz e sua marca patrocinadora, construíram uma imagem própria que definiam seus consumidores, até por meio das embalagens do cigarro que eram sempre muito artísticas.

A marca Free ganhou um espaço na mídia jamais alcançado anteriormente por outras marcas de cigarro. Esse feito inédito era um sinal evidente de que a imprensa apoiava a iniciativa privada das empresas que fomentavam a cultura.

As gravadoras eram as maiores interessadas no sucesso obtido pelas marcas da indústria tabagista. À época, as gravadoras detentoras dos direitos de seus artistas, fretavam aviões para promover coletivas de imprensa e manipulavam de forma agressiva a vida dos artistas. Nelson Motta, na *Warner Music e Polyran*, pioneiramente percebeu que a única forma de produzir um festival assegurando bons lucros, era pelo patrocínio de empresas. Com sua influência no meio musical brasileiro, planejou e inaugurou o Hollywood Rock, em 1985, por meio do *marketing* promovido pelo *show business* brasileiro.

Mas o que ocorrera com o gosto musical, em especial na cidade de São Paulo, entre as décadas de 80 e 90, para que estes eventos musicais, em âmbito internacional, em sua grande parte patrocinados pela Cia. Souza Cruz de Cigarros, obtivessem tamanho sucesso? Teria sido um assalto de “*colonização cultural*”, amadurecido o suficiente e auxiliado pela mídia para direcionar o gosto popular dos jovens brasileiros? Neste sentido, deveríamos admitir a firmação de elos de dependência da cultura internacional, resultante da força dos meios de comunicação de massa que se expandiam dos polos culturais internacionais para conquistar culturas pelo mundo.

Ao analisar o Brasil em conjunto com outras culturas ocidentais periféricas influenciadas pelos padrões da França Inglaterra, e posteriormente a segunda guerra dos Estados Unidos, deparamo-nos com características similares de uma espécie de “*colonialismo cultural*”

No início dos anos 80, a juventude brasileira se encantava com as mudanças de comportamento iniciadas pelos jovens de nações mais desenvolvidas, que tiveram seu início na década de 60 com a revolução dos costumes da contra cultura, expandindo, assim, a cultura, o *rock* e a rebeldia encerrada neste novo contexto comportamental. Deve-se considerar que os jovens da geração de 60 no Brasil não dispunham de opções variadas de entretenimento como essa geração dos anos 80. Cabe ressaltar que havia poucos programas televisivos exibidos voltados aos jovens. Esses poucos eram produzidos pela TV norte-americana, e em menor escala ainda pela britânica e francesa, que eram divulgados e transmitidos mundialmente. A influência musical vinha, por exemplo, de filmes de Elvis Presley, seriados como os “*The Monkees*”, etc.

No teatro e no cinema, musicais e documentários como “*Hair*”, “*Jesus Cristh Super Star*”, “*Oh Calcutá*” e o próprio “*Woodstock*,” delineavam no imaginário da juventude um novo estilo de vida que atraía novos interesses.

Os jornais contribuíram com a divulgação dos eventos culturais em ebulição. O *rock*, o *jazz*, a *pop-art*, assim como outros segmentos da cultura frutos da então denominada *contra cultura*, ganharam cada vez mais espaço na mídia internacional.

Por aqui, as grandes manchetes que estavam cobrindo esse movimento lapidaram aos poucos um conceito de entretenimento internacional, que evoluiria no percalço dos intelectuais brasileiros.

A “Jovem Guarda” e os filmes de Roberto Carlos, que tanto sucesso fizeram entre os jovens brasileiros viraram “coisa do passado”. Junto com a “onda” do *rock* veio a *surf music*, a tribo dos *skatistas*, o *reggae*, e vários outros músico-comportamentais repletos de novos elementos culturais.

Na década de 80, o *rock* nacional invadiu esse cenário, acompanhando dessa maneira as transformações musicais e comportamentais que acompanhavam os jovens ao redor do mundo. Bandas e personagens que hoje pertencem ao patrimônio cultural brasileiro, como: “Titãs”, “Barão Vermelho”, “Paralamas do Sucesso”, “Lobão”, “Ira”, “Cassia Eller”, “Marisa Monte”, entre tantos outros, hoje são ícones representativos para as novas gerações de músicos brasileiros.

Mediante o exposto, cabe ressaltar que o Brasil ocupa uma posição ainda muito discreta no *ranking* mundial dos países culturalmente desenvolvidos, mas lidera disparado em número de shows internacionais apresentados no novo continente, ficando à frente até mesmo dos Estados Unidos, país no qual se desenvolveu com maior profissionalismo o negócio do showbusiness até os dias de hoje. Segundo os produtores entrevistados nesta pesquisa, na América Latina, o Brasil divide em proporções menores e ocasionalmente o trânsito de suas principais atrações internacionais principalmente com Argentina, Chile e Colômbia,

Brasil teve 506 shows internacionais em 2011 U2 levou o maior público

Publicado em dezembro, 29/2011 pag. 4, Caderno Ilustrada-Folha de S.Paulo

Ainda há quem reclame que esta ou aquela banda não vem ao Brasil, mas o ano de 2011 vai se encerrando com uma marca impressionante. Ao todo, 506 shows internacionais de pop e rock aconteceram no País este ano. A contabilidade foi feita pela reportagem do jornal “Folha de S. Paulo”, em matéria publicada na edição de (29/12/2011). Em 2010, foram “apenas” 234, o que representa um acréscimo de 116%. O número de artistas e bandas que vieram tocar no país subiu 75% -262 em 2011 contra 149 no ano passado.

De acordo com os números apresentados pelo jornal, o U2 foi o artista que reuniu maior público - 240 mil em três apresentações. São Paulo lidera o ranking das cidades que receberam mais shows internacionais, com 203, seguido de Rio (98) e Paulínia, no interior de São Paulo, onde aconteceu o SWU, com 43. Ao todo, estima-se que 2 milhões de ingressos foram vendidos, arrecadando cerca de R\$ 600 milhões.

Entretanto, apesar dos sinais de desenvolvimento econômico do setor é lamentável que mesmo com bons incentivos fiscais muitas empresas brasileiras patrocinadoras de eventos culturais ainda visem tão somente patrocinar aqueles que geram grandes lucros de bilheteria, ainda que, notadamente, o Brasil seja rico em patrimônios culturais e dependa de subsídios governamentais para que boa parcela dos eventos culturais se realizem, devido ao desinteresse da iniciativa privada em investir onde as marcas não tenham a mesma projeção dos supereventos.

A problemática originada pelos contrassensos das leis de incentivo fiscal suscita inúmeros questionamentos e poucas respostas no que se refere aos meios pelos quais a cultura é incentivada no Brasil. Quando a indústria privada do tabaco impulsionava os eventos culturais de forma pioneira não se questionava, por exemplo, que por trás destes eventos estaria implícita a promoção de um produto prejudicial à saúde. A recente ordem comportamental do ‘*politicamente correto*’, com base na lei nº. 10.167 de 27 de dezembro de 2000 (inciso 5, art.III, a), proibiu as indústrias de tabaco de patrocinar tais eventos.

O objetivo deste estudo não consiste em discutir se a referida proibição é “certa” ou “errada”, em consonância aos ditames, ou preceitos, do que é preconizado atualmente pela sociedade, ou pela referida legislação, como sendo “politicamente correto”. Mas, não se pode olvidar mencionar que a Cia Souza Cruz de Cigarros foi pioneira no patrocínio de eventos culturais no Brasil, fazendo emergir no país o *marketing* cultural de forma nunca antes explorado.

Registre-se que a *Cia. Souza Cruz* de cigarros, nas décadas de 80 e 90, exerceu independentemente de seu segmento de mercado, um importante papel na história do *show business* nacional, sendo de extrema relevância para o estabelecimento do *Marketing Cultural* no país.

As indústrias de bebidas também são grandes patrocinadoras de eventos culturais. Para constatar tal dado basta enumerar alguns dos principais *naming rights* que ocupam seu espaço na história do *show business*, como: “Skol Rock”, que passou a denominar-se “Skol Summer”, em seguida “Skol Beats” e atualmente é conhecida como “*Skol Sensation*”, até nomear sua própria arena destinada a eventos musicais como “Arena Skol”, que está localizada na área destinada à concentração das escolas de samba durante o carnaval no Sambódromo do Anhembi.

A indústria cultural brasileira depende de incentivos das mais diversas fontes, não podendo eleger marcas que carregam uma imagem positiva ou negativa, pois o fomento à cultura no Brasil ainda é escasso, bastante precário em seu contexto nacional.

É preciso deixar clara, a nosso ver, a imparcialidade deste estudo no que se refere à “legislação proibitiva” do patrocínio de eventos culturais pela indústria tabagista, haja vista ser outro o objetivo deste estudo, qual seja, analisar a influência da mídia “jornal” no *Marketing Cultural* da marca “Cia Souza Cruz” de cigarros no crescimento da Indústria do *Show Business* no Brasil nas décadas de 80 e 90, que será objeto de estudo da terceira parte desta pesquisa.

3 FOLHA DE S. PAULO E O SHOW BUSINESS NO BRASIL NAS DÉCADAS DE 80 E 90, E ENTREVISTAS COM ESPECIALISTAS DA ÁREA

Esta parte tem como objetivos: descrever o processo de *Marketing Cultural* utilizado pela Cia. de Cigarros Souza Cruz no patrocínio dos eventos musicais Hollywood Rock e Free Jazz Festival, para a consolidação da imagem da Marca; analisar a influência das manchetes do jornal *Folha de São Paulo*, em especial do caderno *Ilustrada* que evidenciamos eventos musicais da marca Souza Cruz no crescimento da indústria do *Show Business*, contribuindo para o fomento do *Marketing Cultural* no Brasil. Como terceiro recurso metodológico, no levantamento dos dados práticos da pesquisa, foram feitas entrevistas com especialistas na área de Eventos Culturais e Musicais, inclusive com alguns que participaram dos eventos da Souza Cruz. As respostas serão trabalhadas no subitem 3.7.

3.1 Propaganda e Publicidade

Com o objetivo de entender o papel da propaganda, faz-se necessário, primeiramente, esclarecer em que sentido os termos propaganda e publicidade serão utilizados neste capítulo. Do ponto de vista dos estudiosos da comunicação, conceitua-se basicamente a propaganda como atividade que tende a influenciar o homem propagando uma mensagem política, religiosa, institucional etc., sem finalidade comercial.

A **Propaganda** tem o efeito de propagar, de projetar a imagem da empresa, da indústria, de um político em meios de comunicação disponíveis na sociedade, como: rádio, televisão, imprensa, entre os demais, na intenção de divulgar seus produtos, serviços aos diversos setores sociais econômicos.

Já a **Publicidade** é tida como uma decorrência do conceito da propaganda, mas com objetivo comercial bem caracterizado, que passa a ser um conjunto de técnicas de ação coletiva utilizada com o objetivo de aumentar ou manter clientes e de promover o lucro de uma atividade comercial. Além disso, é mais abrangente que a propaganda e engloba todas as formas de comunicação (MALANGA, 2007).

3.2 Imagem da Marca e Entretenimento

Pode-se compreender por entretenimento uma variada gama de atividades, desde aquelas que remontam a séculos passados, como os jogos romanos e a arte circense, passando

pelas performances da *commedia dell'arte* e do *vaudeville* ou dos cabarés e *sketches*, até chegar a modalidades de entretenimento contemporâneas, como a *stand-up comedy* e a navegação em redes sociais na *web*.

Para visualizar a diversidade de gêneros de entretenimento, somente na televisão, pode-se enumerar programas: de auditório, culinários, esportivos, humorísticos, infantis, musicais, de variedades. Há, ainda, telenovelas, revistas, séries, *sitcom*, além daqueles em cujas denominações recebem o sufixo *show*, como *game show*, *reality show*, *quiz show*, *talk show*. Por vezes, mesmo programas de gênero informativo, como os jornalísticos, ganham aspectos de entretenimento, como aqueles que aliam a cultura com a informação.

Retomando, novamente, a raiz que compõe o substantivo entretenimento verifica-se, conforme Herschmann e Kischinhevsky (2007, p.1), que “sua etimologia é de origem latina e vem de *inter* (entre) e *tenere* (ter). A maioria dos sentidos que estão associadas à palavra tangencia a ideia de ‘iludir’ ou ‘enganar’”.

Como reitera Janotti Jr (2009, p.2):

na definição etimológica já se pode vislumbrar a manifestação de aspectos positivos e negativos que envolvem boa parte dos produtos de entretenimento. É como se diante de um truque de prestidigitador, o “espectador crítico” se sentisse envolvido pela engenhosidade do “número de magia” e ao mesmo tempo a descartasse como um mero “truque”, uma simples “ilusão” destinada aos ingênuos (JANOTTI Jr, 2009, p.2).

Contudo, à parte visões críticas atribuídas ao entretenimento, as pessoas demonstram consumi-lo cada vez mais, vide os números “grandiloquentes” que essa indústria movimentada em bilhões de dólares por todo o mundo. Em meio ao frenesi da vida contemporânea, há uma busca pelo ócio, pela fruição, pelo entretenimento.

Em linha objetiva, Dejavite (2006, p.41) compreende o entretenimento como “uma narrativa, uma *performance* ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou um grupo de pessoas, que traz pontos de vista e perspectiva convencionais e ideológicos”.

Conforme Gomes (2008), “entretenimento é um valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores”.

Na visão de Janotti Jr. (2009) “não se pode esquecer que um dos sentidos atrelados à ideia de entretenimento é ter e entre, ou seja, parte das ideias de diversão, recreação, distração, está vinculada ao fato de que o entretenimento é um contraponto ao trabalho”.

Neste estudo, o entretenimento deve ser entendido de modo a estar atrelado à publicidade como um modelo de composto comunicativo, no qual o observador da mensagem

ainda dispõe de certo distanciamento ou, até, um estranhamento frente ao recente paradigma comunicativo criado. O híbrido resultante dessa junção ainda lhe parece destituído de função “comercial”, tal a sutileza com que o discurso do anunciante lhe é apresentado.

Vislumbra-o com o descompromisso de estar diante de uma obra que o entretém, desprovido de noção, aparentemente, das minúcias enunciativas que impregnam o discurso de interesses publicitários, camuflados, é verdade, mas não escusos. Mas, em sua visão, assim como atesta Luhmann (2005, p.102), “como se trata ‘apenas’ de entretenimento, a questão da autenticidade não se coloca, como ocorreria no caso de uma obra de arte”. A autenticidade da publicidade híbrida, por vezes, estará mais evidenciada no meio que a suporta e veicula do que, propriamente, em seu discurso enunciativo.

O entretenimento guarda especial relação com seu potencial de divulgar a “marca” sem que para isso seja necessário divulgar o produto em si. Nesse caso, a comunicação que constitui a Marca deve ser entendida como uma lógica de seleção, organização e concretização de um projeto de sentido que é proposto e trocado com seus públicos, que abrange o conjunto das modalidades por meio das quais a Marca se manifesta, ou seja, conforme Semprini (2010), o termo comunicação é utilizado em sua acepção semiótica: como maneira de transmitir significados e sentido.

A conscientização da Marca refere-se à presença de uma Marca na mente dos consumidores, ou seja, como os consumidores recordam de uma Marca, variando desde o reconhecimento, passando pela recordação, chegando ao *top of mind* e à Marca dominante (AAKER, 1996, p. 20). O posicionamento da Marca consiste em estabelecer um conceito na mente do consumidor.

Sendo assim, a construção da imagem de uma Marca envolve a compreensão da mente do consumidor no intuito de fazer com que as características de um produto não se limitem apenas aos seus conceitos funcionais. Criar personalidade de uma Marca é criar um significado ou um valor para um produto de modo que estimule a sensação de desejo no consumidor e gere uma percepção positiva para a sua imagem. A Marca passa a significar não apenas um produto ou serviço, mas incorpora um conjunto de valores e atributos tangíveis e intangíveis para o consumidor diferenciá-los daqueles que lhe são similares.

Uma Marca consolidada transmite credibilidade e confiança aos seus consumidores e clientes, e isto é fundamental em um mercado onde se encontram disponíveis muitos produtos de qualidade e muitas Marcas fortes. Neste processo, o *Branding* torna-se prioritário para a condução de ações visando ao desenvolvimento e à gestão eficiente da Marca (LINDSTROM, 2007).

Branding “são todas as ações relacionadas aos projetos de criação ou gestão da Marca” (LINDSTROM, 2007, p.12). Entende-se que a Marca será apresentada como um todo: nome, desenho, comunicação e posicionamento. Assim, o *Branding* envolve muitas áreas de conhecimento, buscando, através de ações estratégicas interdisciplinares, gerenciar os diversos discursos da Marca. Pode-se dizer que a intenção do *Branding* é fazer com que a Marca ultrapasse a esfera econômica, passando a fazer parte da cultura e a influenciar o comportamento das pessoas, num processo de transferência de valor.

Segundo as dimensões do *Branding*, a imagem da Marca está relacionada com a criação de um valor agregado a ela, envolvendo atributos, sentimentos e percepções que os consumidores reconhecem num processo emocional que define a decisão de compra. Isso porque as motivações de compra estão relacionadas às necessidades objetivas e também às nuances psicológicas do consumidor. Dessa forma, surge a concepção de que a preferência da compra pode estar associada à imagem que transmite as qualidades da Marca e atrair os consumidores por motivação ou identificação (PINHO, 1996).

Com tudo isso, percebe-se que as Marcas são fatores críticos de sucesso para as organizações e quando bem administradas tornam-se valiosos ativos financeiros e estratégicos. O valor da Marca é formado por um composto de associações afetivas e, com isso, pode-se afirmar que as Marcas são o resultado das experiências, das percepções, das sensações, dos contatos e das avaliações dos consumidores (AAKER, 2007).

A promoção do intangível consiste na fonte de diferenciação de Marcas, que passa a transmitir ideias, valores e atitudes, tornando mais amplo o escopo de significados possíveis para uma Marca (KAPFERER, 1991).

Neste contexto, Semprini (2010) ressalta o dinamismo necessário no trabalho de gestão da Marca contemporânea e define três dimensões-chave da Marca:

A semiótica (constituição e veiculação de significados numa narrativa relevante); a relacional (relacionamentos e trocas realizados a partir de contratos estabelecidos entre produção e recepção) e a evolutiva (reconhecimento de que é dinâmica, mutável e está em contínua evolução) (SEMPRINI, 2010, p. 11).

Os vínculos entre Marca e consumidores são baseados em valores e crenças compartilhadas, criando relacionamentos. Então, as Marcas precisam encontrar caminhos para estabelecer laços e maior envolvimento com seus clientes, conectando-se ao indivíduo com maior profundidade.

Segundo Perez e Bairon (2002), uma Marca pode ser um meio de se expressar ou de reforçar suas identidades e culturas, ou ser portadora de projeções de valores que sensibilizam

o consumidor: “As Marcas erguem uma carga cultural e simbólica, que é a própria razão de seu valor” (PEREZ e BAIRON, 2002, p. 57).

Perez (2007) defende que o valor da Marca depende da resposta que ela obtém nos seus mercados, principal variável, e a mais credível, de toda a avaliação das Marcas. O valor de uma Marca utiliza uma linguagem de gestão que depende do valor dos pilares que a suportam: da qualidade estética e da capacidade figurativa do conjunto de signos que compõem a sua identidade global.

Ele também afirma que entender a rede associativa que gera a imagem da Marca é um caminho para revelar a sua potencialidade comunicativa, pois é entendido com um conceito de recepção, que é a imagem construída na mente dos seus intérpretes.

O valor percebido de uma Marca, para Pinho (1996), realiza-se pela criação e manutenção das características funcionais e aspectos simbólicos que originam alguma vantagem competitiva para a empresa perante seus concorrentes. Portanto, o autor corrobora que a imagem que o consumidor tem de uma Marca é definida através do conjunto de associações e atributos que ele reconhece e conecta ao nome da Marca. A percepção de uma Marca reflete a sua realidade.

Segundo Aaker (2007), a identidade de uma Marca proporciona sentido e significado à Marca. A identidade da Marca deve ajudar a estabelecer um relacionamento entre a Marca e o cliente por meio de uma proposta de valor envolvendo benefícios funcionais, emocionais ou de auto-expressão (AAKER, 2007).

No que se refere ao caso específico deste estudo, a marca tem importante papel, pois através do patrocínio dos eventos Hollywood Rock e Free JazzFestival, a ‘Cia Souza Cruz’ não enfocou sua comunicação na oferta do produto ‘em si’, mas na oferta de uma experiência prazerosa e emocionante ao receptor. Tem-se então, em outras palavras, consumidores que consomem, mas não estão ali, necessariamente, para consumir, e a marca que vende produtos, que não estão ali para serem vendidos. A troca se dá em um diferente patamar. A marca oferece entretenimento de boa qualidade, que carrega consigo mensagens positivas acerca do produto, mas não o oferece. O que está sendo ofertado é a experiência prazerosa e intrasubjetiva.

Em troca disso, a marca adquire uma excelente imagem perante o consumidor. Este passa a considerar a marca que lhe proporcionou aquela experiência tão agradável, uma empresa simpática, interessante, moderna, atualizada e seus produtos alçam-se à condição de objetos de desejo.

3.3 Jornal *Folha de S. Paulo*

Os dados fornecidos pelo Banco de Dados de São Paulo Ltda. revelam que o jornal *Folha de S. Paulo*, criado em 1921, teve suas instalações inicialmente na Rua São Bento, com o nome “Folha da Noite”. Seus proprietários eram Olival Costa e seu sócio Pedro Cunha. A impressão era feita nas oficinas de *O Estado de S. Paulo*, na Rua 25 de março. Em julho de 1925 surgiu o jornal “Folha da Manhã”, edição matutina da “Folha da Noite” (CHAIM, 2007).

Em 1931, ao ser vendido para Octaviano Alves Lima, seu nome foi alterado para “Empresa Folha da Manhã”. Em 1945 o controle acionário passou para as mãos de José Nabantino Ramos e foi adotada a imparcialidade como política reacional. Em 1946 instalou-se a impressão dos jornais na Rua Anhangabaú e em 1949 foi lançada a “Folha da Tarde”, na Alameda Barão de Limeira, no prédio que passou a abrigar todas as instalações das “Folhas” (da Manhã, da Tarde e da Noite) (CHAIM, 2007).

Em 1960, os títulos se fundiram e surgiu o jornal *Folha de S. Paulo*. Em 1962, os empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho assumiram o controle acionário da “Empresa Folha da Manhã”. A partir de 1967, a Folha deu início à revolução tecnológica e à modernização de seu parque gráfico. Em 1976, ao abrir suas páginas ao debate de ideias que fervilhavam na sociedade civil, a Folha desempenhou um papel decisivo no processo de redemocratização do Brasil, iniciando, então, em 1981, a primeira sistematização de um projeto editorial (CHAIM, 2007).

Inaugurou-se, também pela Folha, em 1983, a primeira redação informatizada na América do Sul e criou-se o Datafolha, Instituto de Pesquisa e Opinião Pública e de Mercado. Nesse conjunto de mudanças, implantou-se em 1984 o “Manual de Redação” concomitante ao documento de circulação interna. A Folha depois da “Campanha Diretas Já”, em 1985, publicou o novo projeto editorial com novas técnicas visuais e, em 1992, o empresário Octavio Frias de Oliveira passou a deter a totalidade do controle acionário da companhia (CHAIM, 2007).

Em 1995, foi lançado o serviço “Folha Web” (sinopse diária das reportagens), por meio, então, da “Folha Online” e em 22 de março de 1999 o Grupo Folha criou e lançou o jornal “Agora” em substituição à “Folha da Tarde”, e nos últimos anos, o Grupo Folha criou uma *holding*, a “Folhapar”, que a partir dela constituiu sócios e novos empreendimentos,

como a página da Internet “Universo *Online*-UOL”, criada em 1995 e *Quad/Graphics* criada em 1996 (CHAIM, 2007).

3.4 Perfil do leitor e composição da *Folha de S. Paulo*

Quanto ao perfil do leitor , segundo dados recentes do Instituto Marplan (2º. Sem. de 2011) , temos que ele se encontra, em sua maioria, na faixa etária entre trinta e quarenta anos, tem padrão de renda e de escolaridade acima ou igual ao da classe média, e a distribuição por gênero chega a ser semelhante. São leitores que cursam faculdade, inclusive pós-graduação, têm renda mensal individual de até quinze salários mínimos ou renda familiar acima de trinta salários mínimos.

Na *Folha de S. Paulo* o leitor lê sobre debates, opinião, painel do leitor, ciência, esporte, turismo, resenhas, ou o Folhetim, criado em 1991 para circular semanalmente às segundas-feiras, e dedicado ao público adolescente, com reportagens que abordam sobre comportamentos e tendências, orientações sobre sexo e informações sobre músicas e livros.

Além disso, há cadernos que circulam aos domingos dando cobertura mais aprofundada sobre temas atuais, como a Revista da Folha lançada em 1992. Nesta revista lê-se, entre outros assuntos, sobre comportamento, moda, decoração etc.

O jornal ainda oferece o “Guia da Folha” às sextas-feiras, com a programação cultural e o roteiro gastronômico de São Paulo, e, aos sábados, o caderno infantil Folhinha em formato tablóide, que circula desde 1963 com histórias e brincadeiras (CHAIM, 2007).

3.5 Discurso publicitário da *Folha de S. Paulo*

A *Folha de S. Paulo*, como se pode observar, é um jornal que se transformou em uma empresa de multimídia em expansão, cujas campanhas publicitárias firmaram *slogans* como por exemplo: “Folha Não dá pra não ler”, e imagens de impacto popular (CHAIM, 2007).



Figura 1: Slogan da Folha de S.Paulo
Fonte: Adaptado pelo autor da pesquisa

A *Folha de S.Paulo* pode ser caracterizada atualmente como um jornal que, “descontraidamente”, mostra sua força diante do leitor e da concorrência, em novas linhas editoriais que introduzem como novidade algumas mudanças. Pode-se inclusive mencionar o filme “Hitler” apresentado como propaganda da *Folha de S. Paulo*, no final de 1987.

Quem viu não esquece.

Um pequeno ponto preto aparecia na tela da TV; em alguns segundos, centenas de outros pontos formavam um retrato em branco e preto. Era Hitler, o ditador nazista alemão. A voz falava de suas proezas: “Este homem pegou uma nação destruída, recuperou sua economia e devolveu o orgulho a seu povo...”. O comercial, de forte conteúdo político, terminava assim: “É possível contar um monte de mentiras dizendo só a verdade. Por isso é preciso tomar muito cuidado com a informação no jornal que você recebe. Folha de S. Paulo, o jornal que mais se compra e o que nunca se vende”. (CHAIM, 2007).

As mudanças nos discursos das propagandas que circulam nos meios de comunicação se devem, em parte, ao comportamento social capitalista que tem em sua dinâmica o consumo. Assim, nesta parte do trabalho pretende-se depreender a cenografia e o *ethos* construídos pela *Folha de S. Paulo*, tomando como objeto de análise as manchetes e fotos no primeiro caderno e publicações feitas no Caderno Ilustrada, acerca dos eventos musicais patrocinados pela Cia. de Cigarros Souza Cruz: Hollywood Rock e Free Jazz Festival.

O objeto de análise é constituído, então, pelas matérias sobre esses dois eventos, nas décadas de 80 e 90 apresentadas por essa mídia impressa. O conjunto desse material inclui textos verbais e não-verbais; motivo pelo qual são importantes as considerações em torno das práticas intersemióticas.

3.6 Seleção dos documentos levantados

O atrativo principal nos textos discursivos apresentados são as imagens dos eventos musicais Hollywood Rock e Free Jazz Festival. A escolha, principal, do Caderno Ilustrado do jornal *Folha de S. Paulo*, como objeto para conduzir a análise discursiva, é considerada pertinente, pois se trata de um material constituído de textos que permitem abordar conceitos sobre linguagem verbal e visual objetivando descrever o processo de *marketing* cultural utilizado pela Marca ‘Cia de Cigarros Souza Cruz’ no patrocínio dos eventos musicais Hollywood Rock e Free Jazz Festival que contribuíram para o crescimento da Indústria do *Show Business* no Brasil.

Após a escolha pelo Caderno Ilustrado do jornal *Folha de S. Paulo*, como objeto de análise foi realizada a seleção e coleta das manchetes (textos discursivos, imagens no enunciado, entre anúncios das programações).

Esses textos estiveram acessíveis nas bancas de jornal para o público da Grande São Paulo. Fez-se a seleção dos seguintes anos, para fins de pesquisa: Free Jazz Festival (1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000 e 2001) e Hollywood Rock (1988, 1990, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996).

O segundo procedimento dessa etapa foi delimitar a análise em duas publicações, entre cada ano, de cada um dos eventos apresentados pela mídia impressa.

Além disso, foi feita uma entrevista por meio de um questionário e posterior análise das respostas. Os entrevistados foram profissionais da área e alguns que atuaram nos dois festivais. A análise de todos os documentos levantados nos possibilitou concluir que esses eventos culturais foram uma oportunidade ímpar para a “Souza Cruz”, pelo fato desta associar sua marca e seus produtos, notadamente os cigarros Free e Hollywood, com valores caros à sociedade, naquele período, salientando a conexão dos seus ideais com o mercado de eventos. Esse tipo de relação é comercialmente positivo, pois estabelece uma imagem sadia de uma empresa que se pretende interessada em proporcionar o bem da sociedade. O consumidor sente-se tão gratificado ao perceber estas informações, que reconhece a marca como sinônimo de simpatia e bem estar. A partir daí, está estabelecida a conexão emocional da marca com seu público-alvo.

3.6.1 Free Jazz Festival

A história do Free Jazz começa em outro festival que já se produzia nos Estados Unidos, chamado Kool Jazz Festival. O fluxo de músicos estrangeiros no Brasil, embora existisse, era ainda silencioso. Já havia ocorrido dois grandes festivais de *jazz* em São Paulo, em 1978 e 1980, patrocinados pela Secretaria de Cultura do Estado em parceria com o Festival de Montreux, na Suíça. Mas eram eventos caros e difíceis de manter. E, embora *shows* de música importada ocorressem, não duravam mais do que poucos dias na mídia, de forma a diminuir o impacto da discussão no país.

Monique Gardenberg, que nos dias de hoje atua na XYZ LIVE, uma das maiores empresas nacionais do ramo de *branding entertainment*, descobriu como apresentar as grandes estrelas midiáticas do *jazz* para um Brasil ainda ingênuo na recepção da música estrangeira. Percebeu que colocando junto novas descobertas jazzísticas com músicos mais conhecidos do grande público brasileiro, poderia obter a presença de ouvintes necessária para produzir um festival. Monique começou sua carreira como produtora de Djavan. Nos meses seguintes ao *Kool Jazz Festival*, fechou contrato com diversos músicos para *shows* no Brasil em julho de 1985. Na lista estavam: o guitarrista Joe Pass, o gaitista Toots Thielemans, o guitarrista Pat Metheny, o saxofonista Sonny Rollins, o trompetista Chet Baker, entre outros. Foi uma atitude audaciosa, haja vista que não tinha ainda um patrocinador para o evento. Talvez porque o *jazz* no Brasil seja encarado como música instrumental, a ideia inicial para o nome do evento era: “Festival Internacional de Música Instrumental”.

Apostando em uma boa apresentação do projeto para convencer os patrocinadores, levou três meses até que, em maio de 1985, apresentou para a ‘Cia Souza Cruz’, empresa de cigarros, e negociou o primeiro ano de patrocínio. Entretanto, a ‘Cia Souza Cruz’ não aceitou o curto prazo que precedia o evento, nem a curta duração do patrocínio, propondo um investimento de cinco anos para o projeto. Rejeitou o nome inicial do festival, e exigiu a presença do evento na capital paulista, uma vez que a proposta inicial englobava apenas o Rio de Janeiro. Das quatro exigências, a única que não poderia mudar era a primeira, uma vez que os contratos dos músicos já estavam assinados e com data marcada. Uma semana depois da primeira negociação, no entanto, a empresa aceitou fazer o festival no início de agosto, mudaram o nome para Free Jazz, a fim de aproximar o estilo jazzístico da marca de cigarros Free e incluíram São Paulo no roteiro do Free Jazz Festival.

1985

Há vestígios de que a cidade paulista do 1º Free Jazz tenha se sentido prejudicada em relação ao Rio de Janeiro. Nesta época, o jornal paulista *Folha de S. Paulo*, costumava enviar correspondentes de seu jornal para o Rio de Janeiro, de forma a conseguir, em primeira mão, as críticas dos *shows*.

Garantiam assim a corrida contra o tempo, grande objetivo da mídia contemporânea. Mas em 1985, de fato, o Rio foi privilegiado com *workshops* ministrados por grande parte das estrelas que o evento trazia. As aulas práticas foram dirigidas por Joe Pass, Pat Metheny, Toots Thielemans, além dos saxofonistas Moacir Santos e Ernie Watts, do tecladista Rique Pantoja e do baterista Pascoal Meireles. O evento paralelo ao festival aconteceu no Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro. Além disso, alguns importantes instrumentistas do *jazz* se apresentaram somente na capital carioca, como foi o caso do trompetista Chet Baker e dos saxofonistas Sonny Rollins e Ernie Watts.

O primeiro Free Jazz em São Paulo foi sucesso de crítica, mas não de público. Com base em matérias publicadas no ano de 1985 sobre o festival, percebeu-se que o evento não lotou o Anhembi em nenhum dia. E muitas foram as suposições para isso. Talvez pelo alto preço dos ingressos, ou talvez devido à divulgação ineficiente, visto que em São Paulo a produção do festival foi elaborada em apenas 70 dias.

Supondo, ainda, que o público não estivesse familiarizado com a música instrumental, uma vez que neste ano o único cantor do evento era Bobby McFerrin que, embora com dois LPs gravados, “Bobby McFerrin” de 1982 e “*The Voice*” gravado ao vivo na Alemanha em 1984, nenhum deles existia ainda no Brasil.

César Castanho, diretor de produção do evento relatou que o problema de público do festival se deu devido às férias escolares que impediram um bom público de estudantes com alto poder aquisitivo a comparecer ao evento. Ainda assim, o primeiro Free Jazz chegou cheio de novidades musicais para os brasileiros. Privilegiando os músicos instrumentistas, trouxe para a capital paulista 12 atrações nacionais e internacionais, que tocaram no Anhembi e no Palace de 2 a 6 de agosto de 1985.

A grande novidade deste ano foi, sem dúvida, Bobby McFerrin. Completamente desconhecido do grande público brasileiro, mas presente em grandes festivais de *jazz* pelo mundo, o músico se tornou a grande sensação da música improvisada quando trocou o piano pelos sons que fazia com o próprio corpo.

Os improvisos criados com sons extraídos de partes do corpo como língua, caixa torácica, dedos dos pés e das mãos e garganta, além de sua completa consciência da

respiração exata e afinação impecável, surpreendeu a todos os críticos neste ano, de forma unânime. Ele foi, sem dúvida, a grande estrela neste 1º Free Jazz Paulistano.

Joe Pass também entrou para a lista dos melhores. Não era exatamente um estreante como McFerrin, mas passou alguns anos em relativa obscuridade devido ao excesso no uso de drogas. Antes, porém, chegou a se apresentar com Dizzy Gillespie e Charlie Parker, com Coleman Hawkins e também com Art Tatum, o que lhe rendeu um currículo jazzístico para ninguém botar defeito. Em 1973, com o pianista Oscar Peterson e o contrabaixista dinamarquês Niels Pedersen, Pass gravou o LP *The Trio*, que rendeu o *Grammy* de Melhor *Performance de Jazz* por um grupo, em 1975. Quando veio para o Free Jazz, portanto, já era uma das grandes estrelas do *jazz*.

O guitarrista tocou *standards* do *jazz* como *Summertime*, músicas de sua autoria como *Blues in G*, e até músicas brasileiras como *Tarde*, de Milton Nascimento e *Aquilo que eu Sei*, de Ivan Lins.

Toots Thielemans, tampouco era um completo desconhecido no Brasil. Já havia participado de um dos Festivais de *Jazz* de São Paulo, além de ter gravado com Elis Regina o disco “Aquarela do Brasil”, lançado em 1969. Em entrevista para a *Folha de S. Paulo* declarou, ao falar sobre ele e Joe Pass: “só tocamos o que queremos e gostamos, nenhuma concessão, e fazemos as pessoas chorar. Pass me fez chorar. É isso que importa na música. Essa energia que arrepia a pele. Aliás, na música e na vida. O resto não interessa.” (COURI, Norma. “Três noites mágicas no Anhembi”. In: *Folha de S. Paulo*. Caderno de Cultura. 05/08/1985).

Nesse clima emocionante, apresentaram-se Fred Hersh, ao piano; Marc Johnson no contrabaixo e Joey Baron na bateria. Eles aqueceram o palco para o gaitista belga entrar. Quando a plateia já estava hipnotizada, ele apareceu tocando poucas notas, como num clima de *blues*. Com um *show* bem construído e conciso, o grupo foi contagiante, principalmente nos improvisos onde os músicos dialogavam de uma forma que Toots chamou de “conversa a quatro”.

No repertório, *Velas Içadas* de Ivan Lins, *Blues in Green*, em homenagem a Elis Regina e a Bill Evans; *Palavras*, da pianista brasileira Eliane Elias; *Days of Wine and Roses*; um *standard* de Miles Davis, *All Blue*; além de seu carro chefe, *Bluesette*. Sucesso absoluto de crítica, principalmente quando junto com Sivuca, tocaram *Vai Passar*, de Chico Buarque e *Luz do Sol*, de Caetano Veloso. O *show* foi tão empolgante que um afoito gaitero, Aloisio Becker, subiu ao palco para tocar no microfone de Sivuca, mas foi arrancado dali pela segurança da casa de espetáculos. Sivuca, radiante, mandou o seu recado para as gravadoras:

“O som da harmônica foi feito para tocar Luz do Sol. E embora as gravadoras prefiram tocar *rock*, vão reconhecer que isso aqui virou festa.” (COURI, Norma. "Três noites mágicas no Anhembi". In: *Folha de S. Paulo*. Caderno de Cultura. 05/08/1985).

Pat Metheny era o mais novo da turma neste Free Jazz. Com apenas 30 anos, já havia gravado 12 LPs e conquistado três prêmios Grammy, além de estar na lista dos mais vendidos pela revista *Billboard*, naquele ano. Já havia se apresentado no Brasil, em 1980, no Rio Monterey Festival, possuía alguns de seus discos disponíveis no mercado nacional e tocara com Naná Vasconcelos por dois anos. Era, portanto, a grande revelação da nova geração influenciada pelo *jazz*. Como ele mesmo disse, nasceu em meio à parafernália eletrônica e descobriu a guitarra colocando uma tomada no interruptor. Natural, então, que seu som navegasse por outras dimensões musicais que iam desde o *jazz*, passando pelo *rock*, até a utilização de sintetizadores.

Logo depois do Free Jazz, Metheny gravou no disco “Encontros e Despedidas” de Milton Nascimento, por quem o músico tem enorme admiração.

É interessante notar que, sendo, excepcionalmente, maioria neste primeiro Free Jazz Paulista, os músicos brasileiros foram os mais atacados pela mídia. Com exceção do grupo Pau Brasil, que mereceu destaque por sua releitura de *Bye Bye Brasil* de Chico Buarque, além de ser considerado por João Marcos Coelho, crítico da *Folha*, como referência entre os músicos brasileiros. Bem à vontade no palco, o grupo apresentou uma mistura de baião com blues, chamada “Baionete”. Segundo Sion, saxofonista do grupo, a descoberta foi feita no Rio Grande do Norte quando, na segunda guerra, nordestinos e americanos se encontraram numa base militar instalada por lá.

O Grupo D’Alma, recém-chegado de uma turnê no Canadá, onde se apresentou nos festivais de *jazz* de Montreal, Quebec e Ottawa, mostrou um *show* mais maduro, ainda assim, João Marcos Coelho chegou a colocá-los na sua lista dos piores do festival, dizendo que o grupo foi vítima de seu produtor, que não providenciou um bom esquema de palco para eles.

O pianista Gilson Peranzetta ao lado do saxofonista e flautista Ricardo Pontes, também dividiu a crítica do evento. Ana Maria Ciccacio foi um *show* impecável, com um repertório que os brasileiros já estão habituados diante desses músicos, conforme João Marcos Coelho, crítico da *Folha*, e o *show* de Gilson e Ricardo murchou a plateia depois de Bobby McFerrin.

Com o Zimbo Trio parece ter acontecido o mesmo. Embora elogiado, principalmente pela versão de *Palco* de Gilberto Gil, que segundo João Marcos, significou a boa forma do

grupo, o Zimbo precisava de uma revisão em sua dinâmica. Ainda assim, o trio arrancou muitos aplausos da plateia mais cheia desta edição, com o Anhembi quase lotado.

Sivuca, que tocou na mesma noite, declarou: “não tem estrangeiro aqui que faça sombra aos brasileiros. Ninguém aqui é melhor que o Zimbo Trio.” (COURI, Norma. "Três noites mágicas no Anhembi". *In: Folha de São Paulo. Caderno de Cultura. 05/08/1985*).

O público gostou e aplaudiu de pé o trio que, neste ano, já estava há 21 fazendo boa MPB. Durante a apresentação alguém na plateia gritou: “Viva o Brasil!” Sivuca foi quem encerrou a segunda noite do festival, sem muito sucesso de crítica. Ao que tudo indica, sua banda era muito grande, com músicos inferiores ao que se esperava, embora Norma Couri, também da *Folha de S. Paulo*, tenha classificado como um *show* perfeito. Foi salvo, no entanto, ao dividir o palco com Toots Thielemans, com quem, neste ano, gravou no Rio de Janeiro o disco “Chico’s Bar”, que seria mixado na Suécia. Até João Marcos Coelho, que incluiu Sivuca entre os piores do festival, teve que se render a beleza do encontro, que chamou de simpática parceria.

Os *shows* de Egberto Gismonti e Toninho Horta, no entanto, foram bem menos elogiados. O primeiro por incluir diversos aparelhos eletrônicos em sua apresentação se perdeu no meio de tanta parafernália de sintetizadores. Teve uma única parte do *show* elogiada: quando tocou *Bachianas Brasileiras n° 5* de Villa Lobos. Talvez tenha agradado, porque o músico começou acompanhado somente do piano, para depois entrar com os sintetizadores, ou talvez tenha sido uma homenagem mais que procedente, como colocou Ana Maria Ciccacio.

Já Toninho Horta foi quem fechou a terceira noite do festival. Erro grave, segundo João Marcos Coelho: “Encerrar com grupos brasileiros – por melhores que sejam – é convidar a *plateia* a ir embora.” (COELHO, João Marcos. "Abaixo das expectativas". *In:Folha de S. Paulo. Caderno de Cultura. 06/08/1985*).

Começou sua apresentação com a música *Gershwin*, mas não convenceu a crítica em nenhum momento do *show*. Chegou a ser publicado na *Folha de S. Paulo*, em 13/08/1985, que faltou ensaio para o músico e sua banda. Ficou na lista dos piores, para João Marcos Coelho: “e de homenagem em homenagem e desencontros lamentáveis, sem arranjos pré-estabelecidos (guitarra, flauta e flugelhorn tocando em uníssono), foi trôpego até um final infinitamente tedioso.” (COELHO, João Marcos. "Abaixo das expectativas". *In:Folha de S. Paulo. Caderno de Cultura. 06/08/1985*).

Do 1º Free Jazz Festival destaca-se para análise da influência da mídia ‘impressa’ (*Folha de S. Paulo*) apenas duas fotos na capa desta edição. Ambas do mesmo tamanho, de

aproximadamente com 4 colunas x 12 cm de altura. Dois retângulos parecidos com assuntos tão distintos um do outro. O primeiro no alto da página exibe o presidente da República José Sarney, inspecionando o centésimo avião Tucano 7-27 fabricado pela Embraer, esperança de exportação brasileira num momento de desequilíbrio de sua balança econômica devido a alta dos juros e dos baixos investimentos do Governo em que o país negociava com os credores externos a inspeção do FMI em nossas contas para poder obter mais crédito e rolar a dívida.

No extremo inferior da página o cantor Bob McFerrin, com apenas um texto explicativo da foto, sem matéria anunciava a abertura do primeiro Free JazzFestival na noite anterior em São Paulo no Palácio das Convenções do Anhembi.

Na sua primeira edição o Free JazzFestival teve duas matérias de capa do jornal: a relatada na primeira página do jornal, na abertura do Festival e também no dia encerramento, além da matéria de capa do Caderno Ilustrada. Essa importância jamais havia sido creditada, anteriormente, a um evento musical. Manchetes de capa que citam o nome do Festival associado a grandes estrelas internacionais do Jazz conferiram um *status* até então jamais assistido no Brasil, como se pode constatar, a seguir.

Bancos vão renovar crédito ao Brasil



O presidente José Sarney impõe o interior do rebanho ao ministro Franco Jr., que faz uma visita ao exterior, em visita ao Lamer. (Foto: Anepagat, em São José dos Campos SP, junto com o governador Mário Moura e a presidente da Enbraer, Ed. Odete Silva - Pág. 1)

PAULO FRANCIS

Os banqueiros internacionais de Nova York vão prorrogar as condições comerciais e os depósitos interbancários para o Brasil, que esperam até 21 de agosto. Em troca, esperam que o governo Sarney finalize um acordo com o FMI segundo o qual os créditos do Brasil serão garantidos por ativos do país, o que inclui, no entanto, um déficit público, corte de subsídios e contenção alambicada da base monetária. Os banqueiros da Nova York declararam as condições comerciais e os depósitos interbancários para o Brasil, que esperam até 21 de agosto. Em troca, esperam que o governo Sarney finalize um acordo com o FMI segundo o qual os créditos do Brasil serão garantidos por ativos do país, o que inclui, no entanto, um déficit público, corte de subsídios e contenção alambicada da base monetária. Os banqueiros da Nova York declararam as condições comerciais e os depósitos interbancários para o Brasil, que esperam até 21 de agosto. Em troca, esperam que o governo Sarney finalize um acordo com o FMI segundo o qual os créditos do Brasil serão garantidos por ativos do país, o que inclui, no entanto, um déficit público, corte de subsídios e contenção alambicada da base monetária.

Analfabeto tem até o dia 6 para tirar título

Os cerca de 10 milhões de analfabetos brasileiros terão até o dia 6 de agosto para tirar o título de analfabeto. A exigência é do Conselho Nacional de Educação (CNE) para que os analfabetos possam participar de programas de educação profissional. O prazo é contado a partir da publicação da Portaria do Conselho Nacional de Educação, em 27 de julho.

Procuradoria determina inquérito contra Nusep

A Procuradoria da República em São Paulo determinou a abertura de inquérito contra a Nusep (Núcleo de Estudos e Pesquisas em Saúde) por suspeita de fraude em licitação para a compra de medicamentos.

Congresso da Bolívia escolhe o presidente

O Congresso da Bolívia escolheu hoje o presidente da república para o período 1985-1990. O vencedor foi o general Jaime Pacheco.

Conselho recusa-se a debater acordo USP-IBM

O Conselho Nacional de Educação recusa-se a debater o acordo entre a Universidade de São Paulo (USP) e a IBM para a criação de um curso de informática.

Joaquim Cruz volta às pistas com uma vitória

O jogador brasileiro Joaquim Cruz venceu o 100 metros rasos no Campeonato Mundial de Atletismo em Seul, Coreia do Sul.

Senna fica em 5º no treino em Surbarring

Ayrton Senna ficou em quinto lugar no treino de qualificação para o Grande Prêmio da Alemanha em Surbarring.

Em Primeira Leitura, a autonomia universitária

O Conselho Nacional de Educação aprovou em primeira leitura a autonomia universitária.

Piscicultura em áreas ociosas, uma alternativa

A piscicultura é considerada uma alternativa para o aproveitamento de áreas ociosas.

Brasileiro pode subir ao espaço em 88

Em setembro, um pesquisador do Instituto de Pesquisas Espaciais (Inpe) de São José dos Campos, no interior de São Paulo, poderá conseguir a ser treinado pela Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço dos Estados Unidos (Nasa) para participar de uma missão espacial tripulada em 1988.

Sob tensão, PDT escolhe candidato

Em clima tenso, o PDT realizou hoje a partir das 18h, na Assembleia Legislativa, em São Paulo, sua convenção para a escolha do candidato à Prefeitura paulistana. O 2.187 convenções —somadas 2.211 votos— poderão escolher entre duas chapas: a do presidente regional do partido, Ademar de Barros Filho Vitor, ex-deputado David Laverri, e a do deputado Jair Andreoni vice, empresário Francisco Edmario Queiroz. Demarcou de compra de votos de convenções por parte de Andreoni, ameaça de morte e apressada reunião entre partidários das duas chapas levaram a cúpula do partido a pedir refúgio no policiamento à Secretaria de Segurança.

EUA cortam toda ajuda aos peruanos

Os Estados Unidos suspenderam toda a ajuda econômica e militar ao Peru oficialmente, o motivo da suspensão foi o não pagamento de um crédito de 20 milhões de dólares, concedido para a compra de equipamentos militares e que venceu em 17 de julho do ano passado. A decisão não afetará os empréstimos em andamento, mas os Estados Unidos não enviarão mais dinheiro para o Peru.

Superávit de julho atinge US\$ 1,24 bi

O Brasil conseguiu em julho o quarto superávit de seu histórico no comércio exterior: US\$ 1,24 bilhões. De acordo com o diretor da Carteira de Comércio Exterior do Banco do Brasil (Caixa), Marcos Viana, agora basta obter um superávit mensal de US\$ 1 bilhão até dezembro, para que seja conseguida a meta de US\$ 12 bilhões estabelecida para este ano.



O cantor Luky McFerron foi um dos destaque do show de Free Jazz Festival, ontem à noite no Akemi, em São Paulo; o evento aconteceu hoje, tendo como atrações internacionais o guitarrista Toon Thielemans e o guitarrista Joe Pass, entrevistado pela Folha - Pág. 15

São Paulo quer Falcão, mas sem nenhum gasto

O São Paulo tem interesse na contratação do jogador Falcão, cujo contrato com o Botafogo, do Rio de Janeiro, está prestes a vencer. O clube já delegou poderes à agência de publicidade MPM para estabelecer contato com o jogador e negociar sua contratação.

Em Pernambuco, fraudes no INPS sobem a 7,8 bi

O superintendente regional do INPS em Pernambuco, Manoel Cavalcanti, afirmou ontem que as fraudes no INPS em Pernambuco chegaram a 7,8 bilhões de reais em 1984. Ele também afirmou que as fraudes em Pernambuco chegaram a 7,8 bilhões de reais em 1984.

Polícia solta padre jesuíta em Guibá

O padre jesuíta Rubens Leber, acusado de envolvimento em um caso de corrupção na Secretaria de Segurança de Mato Grosso, em Juiz de Fora, foi solto após 15 dias de prisão.

Prevenção da Aids chega aos presídios

Até agora não foi detectado nenhum caso de Aids (Síndrome de Imunodeficiência Adquirida) entre os presos dos presídios do Estado de São Paulo. Mesmo assim, as secretarias estaduais de Justiça e da Saúde iniciaram nos presídios uma campanha de prevenção e diagnóstico da doença.

Table with 2 columns: Location and Index. Locations include Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, etc.

Essa estratégia corporativa pareceria naquela época uma fórmula perfeita para outros produtores musicais seguiu o exemplo, o que serviu de impulso para a recém criada

indústria do *show business* receber novos investidores e incentivos nos anos seguintes, uma vez que o jornal é o meio de maior força para a formação de opinião.



PAT METHENY ENCERRA O FESTIVAL

O guitarrista norte-americano Pat Metheny fez ontem no Palácio, em São Paulo, o penúltimo espetáculo paulistano do Free Jazz Festival. Hoje ele volta ao mesmo local para mais uma apresentação. Com seus LP's gravados e três prêmios Grammy (uma espécie de Oscar do disco), Pat Metheny é considerado um dos

grandes nomes do jazz contemporâneo. Com quase trinta anos —que irá completar na semana que vem, na companhia de Milton Nascimento, com quem estará gravando— Pat se diz já de música brasileira: "É a única música pop no mundo que se pode comparar, em harmonia e sofisticação, ao jazz." PAG 29

Ilustrada



O guitarrista Toots Thielemans foi um dos pontos altos do Free Jazz Festival, emocionando a platéia no Anhembi, em São Paulo.



No rosto, todo o sentimento do guitarrista Joe Pass, que mostrou um jazz tranquilo, bem trabalhado e de alto nível.

Free Jazz Festival

Rio de Janeiro, a próxima parada

MIGUEL DE ALMEIDA

No Rio, o Free Jazz Festival começa hoje, às 20h30, no Teatro do Hotel Nacional, com os "homageados" Radamés Gnattali e Moacir Santos. O primeiro sempre classificado de "gêmeo" por Tom Jobim; o segundo, mora há vários anos nos Estados Unidos, onde músicos não pouparam elogios a seu trabalho. Lúcia Goldstein, empresária do vocalista Bobby McFerrin, diz na semana passada: "Os músicos adoraram. É uma espécie de Duke Ellington".

Em São Paulo, o Festival termina com Pat Metheny, acompanhado de seu grupo, no Palácio, em duas apresentações, hoje e amanhã às 21 horas. Ao contrário dos outros instrumentistas, que fixaram suas performances em quarenta minutos, o espetáculo de Metheny terá três horas de duração. E bom levar lanche e uma almofada.

Eram 21h15 de sexta-feira quando Bobby McFerrin entrou no palco do

Palácio das Convenções do Anhembi e surpreendeu cerca de duas mil pessoas. Estava aberto oficialmente o Free Jazz Festival por um intérprete incomum: por quarenta minutos, Bobby foi um contrabaixo, uma guitarra, um trompete e transformou seu corpo num instrumento de percussão.

Depois, com as apresentações de Gilson Peraznetta/Ricardo Pontes, Joe Pass e Egberto Gismonti, ficou o gosto de uma estréia cool, só para aficionados.

Durante as duas primeiras noites do festival, de organizadores, diante do pouco público, se perguntavam por que não estavam cheios todos os setores. Um funcionário da Paulistur, que administra o Palácio das Convenções, não titubeava: "Os ingressos estão caros, Cr\$ 80 mil não é preço a ser pago por qualquer pessoa. Veja, sempre saem duas pessoas e soma Cr\$ 160 mil, depois há um jantar. Quer dizer, não sai por menos de Cr\$ 250 mil. Quem tem todo

esse dinheiro?" Na lancheonete, uma moça desolada reclamava de que livrou de vender seu ingresso de sobra a um cambista pela metade do preço.

Tranquilidade

Nos bastidores do festival, extremamente tranquilos, surgiam algumas histórias e comentários interessantes. A segurança da festa, por exemplo, foi encomendada à Fonseca's Gang. "Estávamos aqui em quarenta homens. Não precisa de mais: público de jazz é gente fina, calma", dizia um dos seguranças.

Joe Pass, assim que desembarcou em São Paulo, disse enfaticamente: "O brasileiro ainda é o melhor instrumentista do mundo. Não pela técnica, mas pelo entusiasmo".

FREE JAZZ FESTIVAL - Em São Paulo, no Palácio (Av. das Javacas, 2115), de 21 horas. Pat Metheny Group: Ingressos: Cr\$ 40 a 80 mil (meios) e Cr\$ 100 a 120 mil (inteiro). No Rio de Janeiro, no Teatro do Hotel Nacional: Gilson Peraznetta e Moacir Santos, no Teatro do Hotel Nacional: Ingressos: a partir de Cr\$ 80 mil.

Três noites mágicas no Anhembi

NORMA COURI

Foi uma chance de perceber que o público paulistano de jazz cresceu, amadureceu, aprendeu os meandros da música instrumental: o Anhembi viveu três dias de curtição e toca, com gigantes atirando maravilhas sonoras do palco e uma platéia silenciosa de 30 anos em média recebendo os presentes.

Rolou magia da cartola de Bobby McFerrin conduzindo o som de toda a platéia, brincando com a câmera de TV que o perseguiu no palco, mostrando o jeito leve de viver a vida não como um ser humano, mas como um instrumento musical. Isso ficou de suas excelentes apresentações de sexta e domingo — nada de peso e tristeza para quem reverteu sua própria condição no mundo. Foi uma surpresa. Para a platéia, que quase não o deixou sair do próprio McFerrin: "não esperava encontrar um público assim", disse.

Essa magia de McFerrin vai permanecer no ar coberto de maresia do Rio de Janeiro e continuar encantando o tempo em que outro americano, Joe Pass, agarra sua guitarra com a firmeza de um mestre e quieto, silencioso, tranquilo, emitir seus sons do nirvana. Enquanto Pass dava seu show Bobby McFerrin acelerava suas entrevistas para não perder o espetáculo e o guitarrista belga Toots

Thielemans tremia um pouco: "Imagine, entrar num palco depois de Joe Pass".

Thielemans entrou. "Sabe como é", declarava nos bastidores, "essa maturidade musical você só adquire com o tempo." Pass tem 56 anos, Thielemans 63. Pass tem um passado negro de envolvimento com tóxicos e internações. Thielemans uma vida tensa que o conduziu a uma paralisia parcial do corpo durante dois anos. "Viu?", prosseguia Thielemans, "chegamos a isso. Meio egotista, Pass e eu: só tocamos o que queremos e gostamos, nenhuma concessão, e fazemos as pessoas chorar. Pass me faz chorar. E isso que importa na música. Essa energia que arpeja a pele. Aliás, na música e na vida. O resto não interessa."

Quando Thielemans entrou no palco do Anhembi seus parceiros já haviam entediado a atmosfera e era só embarcar com calma e jeito. Como o gaiteiro bem sabe. Esse instrumento, nada nobre, que ele garante tê-lo escolhido primeiro ("eu era um professor de Matemática mas percebi que para mim um mais um era igual a 'blues' e dez vezes um era dez vezes 'blues'"), toca a estrutura da música nas mãos de Thielemans. E ele, improvisando, fazendo com seus músicos (a "fera" Joey Baron na bateria, Fred Heresch no piano, Mike Johnson no baixo) o que chama de "uma conversa a quatro", marcou o

Festival paulistano. Se ele repetir no Rio seus encantamentos com o Brasil — "país que produziu a maravilhosa coscoada da melodia com harmonia" —, vai tocar Ivan Lins, Eliana Elias e dedicar uns minutos a Elis Regina (e também a seu amigo Bill Evans). "Quería 'Sophisticated Lady' para ela, mas acabei tocando 'Blue and Green' para ela e Evans".

Como disse Sivuca, emocionado, a Thielemans, "você parece vinho, cada vez melhor". Sivuca, que acaba de gravar um disco com Thielemans no Rio de Janeiro, a ser mixado na Suécia, deu um show perfeito e não cansava de repetir: "não tem estrangeiro aqui que faça sombra aos brasileiros. Ninguém aqui é melhor do que o Zimbo Trio". De qualquer maneira foi a Toots Thielemans que ele chamou do palco. Juntos, sanfoneiro e gaiteiro, tocaram "Vai Passar" de Chico Buarque, e "Luz do Sol" de Caetano Veloso. Na noite de sábado, fechou. Nem o afilado gaiteiro Aloisio Becker, paulista de 23 anos que irrompeu no palco para tocar no microfone de Sivuca, estragou o momento. Becker foi arrancado do palco pelos seguranças da Fonseca's Gang, e Sivuca, mesmo furioso com a intromissão, não cansava de repetir: "O som da harmonia foi feito para tocar 'Luz do Sol'". E embora as gravadoras prefiram tocar rock, vão reconhecer que isso aqui virou festa."

Jazz/Dropes

* Ao saírem do palco, os artistas eram acompanhados até os camarins pelas câmeras de televisão. De todos, apenas Bobby McFerrin inovou: foi cantando pelos corredores, como se ainda estivesse em público.

* A maior audiência de público aconteceu durante a apresentação de Gilson Peraznetta e Ricardo Pontes. A lancheonete ficou lotada.

* Egberto Gismonti sentia-se a encarnação de Deus na terra. Falando de seu próximo disco, que sairá no final de setembro, disse: "Quem idéias? Ok, eu as mando. Sempre foi assim". Seu LP, pela Odeon, chama-se "Villa Lobos". "Só eu pra conseguir autorização dos parentes e gravar com total liberdade para improvisação e uso de instrumentos elétricos. Bem diferente de gravar utilizando de cravo, flauta..."

* Na tarde de ontem uma performance inesperada: Joe Pass encontrou-se na rua do Choro com Heraldo do Monte. Trocaram cordas.

* Para os ouvintes comuns mortais, o show de Joe Pass foi mágico. Para os dele, uma tragédia: o guitarrista saiu do palco reclamando do som do Anhembi, e parecia muito irritado.

* Egberto Gismonti também teve seu momento de fúria acústica: terminou o show da sexta-feira vociferando contra os técnicos que, segundo ele, esqueceram de balancear o sintetizador. O troço foi no bis. Quando voltou ao palco, já todo forçado e responsável pelo som a



Egberto Gismonti vai gravar um disco com o nome de "Villa-Lobos"

mezer nas chaves, tocou as Bacchianas para Villa Lobos senão botar defeito.

* Muita calma e sobriedade nas roupas e no comportamento do público que circulou entre a cafeteria e o bar nos intervalos Free Jazz. Perfeita oposição aos metalheiros pesados do Festival que assolou o país, o Rock in Rio.

1986

Em 1986, mais do que divulgar os *shows* do Free Jazz, a mídia impressa paulistana começou a discussão sobre os purismos no *jazz*, a partir de novas correntes musicais que o festival abraçava, como no caso do saxofonista David Sanborn e do guitarrista Larry Carlton, que iam além do *jazz*, ao incorporar elementos do *pop* e do *rock* em suas músicas. Paralelo a isso, o crescimento do público foi notável. Três das cinco noites tiveram ingressos esgotados mais de uma semana antes de seu início na capital paulista, no dia 27 de agosto de 1986. Duas dentre as noites contavam com Ray Charles na programação.

Como já era conhecido, devido a três outras vindas ao Brasil, torna-se fácil associar sua presença à venda notável de ingressos. A questão sobre os purismos já começa antes mesmo do festival, quando Matinas Suzuki Jr., na matéria: “Festival para saciar ouvidos com apetite de *jazz* internacional”, publica na primeira página da *Ilustrada* no dia de abertura do evento:

O *jazz* não é mais o mesmo. Anos de convulsão e interferência, além do uso indiscriminado da etiqueta, levaram a uma ampliação tão abrangente do conceito de *jazz* que, nas suas fronteiras mais generosas, abriga fenômenos musicais inclusive antagônicos. Os festivais de *jazz* tornaram-se uma das instâncias que permitiram a desterritorialização deste tipo de existencialismo musical, os promotores do esvaziamento da ideia original. Para encher sua programação, do Newport a Montreux, vale Dizzie Gillespie até Elba Ramalho. ‘*All is jazz*’, nada é *jazz*. (SUZUKI JR, Matinas. “Festival para saciar ouvidos com apetite de *jazz* internacional”. In: Folha de São Paulo. *Ilustrada*. 27/08/1986, pág. 1).

No ano anterior tal questão não foi abordada, muito provavelmente devido à presença exclusiva de músicos instrumentais no festival. Mesmo McFerrin, considerado o único cantor do evento, não ficou tão dissonante do restante dos artistas, visto que fez de seu próprio corpo instrumento para improvisação.

Além disso, a novidade proposta pelo festival tinha mais valor noticioso do que a discussão do *jazz* no Brasil, uma vez que o intenso fluxo de tal presença estava ainda em seu começo. A partir de 1986, a discussão se torna bem mais aparente. Matinas Suzuki Jr., na mesma matéria citada acima, continua a explicação:

Os festivais passaram a se comportar também como feiras turísticas. Eles estão ligados à grande crise de criatividade atual do *jazz*. Este é o estágio onde pode-se vislumbrar claramente as críticas do musicólogo e pensador alemão Theodor W. Adorno ao gênero. Os improvisos, que despontaram como a marca de um fluxo livre das paixões, estão automatizados. Haja sacos para aguentar as longas sessões de improviso que hoje, anos 80, apresentam-se mais como o fluir da padronização do que da espontaneidade. (SUZUKI JR, Matinas. “Festival para saciar ouvidos com apetite de *jazz* internacional”. In: *Folha de S. Paulo*. *Ilustrada*. 27/08/1986, pág. 1).

Embora aberto para artistas que fundiam *jazz* com outros gêneros musicais, o Free Jazz Festival de 1986 permanecia ainda bem mais voltado ao *jazz* do que a qualquer outro estilo musical. As atividades paralelas também continuaram neste ano, mas agora tanto no Rio quanto em São Paulo, com *workshops* dos músicos internacionais e uma conferência com Leonard Feather, famoso crítico de *jazz*. O festival foi gravado e exibido pela rede Manchete.

Na sexta-feira de 29 de agosto de 1986, Carlos Calado da *Folha de S. Paulo* assim se referia ao festival na manchete de sua matéria: “Na primeira noite, o *jazz* andou na corda bamba”. (CALADO, Carlos. “Larry Carlton e Wynton Marsalis, atrações de hoje”. *In: Folha de São Paulo*. Ilustrada. 27/08/1986, p. 1)

Calado não comungava com essa linha crítica dos puristas, mas apontava para os problemas desta primeira noite. O último a se apresentar nesta quarta-feira foi Wynton Marsalis, um trompetista de apenas 24 anos que já carregava consigo o prêmio de melhor trompetista e músico de *jazz*, pelos leitores da *Downbeat* de 1982, além de ser o único músico a conquistar dois Grammy em áreas opostas: música erudita e *jazz*. Quando menino estudou música clássica, o que lhe rendeu uma sólida formação musical, de forma a aproximar o seu *jazz* da música erudita.

Depois de ouvir Clifford Brown e Charlie Parker, ficou apaixonado pelo *jazz* e aí fez uma carreira de sucesso. Tocou com o baterista Art Blekey e seus *JazzMessengers* e também com a antiga sessão rítmica de Miles Davis, composta por Herbie Hancock no piano, Ron Carter no baixo e Tony Williams na bateria. Já havia gravado cinco discos à frente de sua nova banda, nem todos disponíveis nas prateleiras brasileiras.

O garoto prodígio do trompete veio para este Free Jazz trazendo de sua banda original somente o baterista Jeff Watts. Os outros eram: Vernon Hammond no sax, Marcus Robert no piano e Robert Hurst no baixo. Calado sentiu falta do irmão de Wynton, o saxofonista Brandford Marsalis, mais aberto para diferentes sonoridades. O grupo tocou poucos *standards*, embora tenham apresentado uma versão mais acelerada de *April in Paris*, terminando o *show* com um *blues*. O *show* mais sóbrio de *jazz*, neste festival, ficou por conta deste garoto revelação. Mas isso só percebeu quem ficou até o final e conseguiu escutar o *jazz* mais genuíno desta abertura.

Os *shows* foram longos. Quando Marsalis entrou já passava de uma da manhã e a maioria do público já estava cansada. A noite começou com o violinista brasileiro, Turíbio Santos. O músico fez uma homenagem a Villa-Lobos, mas não convenceu a crítica quando chamou quatro integrantes da orquestra de violões do Rio de Janeiro para a execução de

Trenzinho Caipira. Para Carlos Calado, os cinco violonistas soaram desconjuntados, como se não tivessem ensaiado.

Larry Carlton foi a segunda apresentação da noite. Fez sua vida profissional transitando com maior frequência pela música *pop*, tanto que, como músico de estúdio tocou com Quincy Jones, Michael Jackson e até Ray Charles, músicos expoentes da música *pop* norte-americana. Dentro de um festival de *jazz* e no Brasil, a presença de tal estilo não era bem vista pela crítica que chegou a classificar o guitarrista como preguiçoso, produto da indústria cultural: “é um desses produtos de supermercado que as gravadoras têm nas prateleiras para agradar a certo tipo de ouvinte pouco exigente.” (CALADO, Carlos. “Larry Carlton e Wynton Marsalis, atrações de hoje”. In: *Folha de S. Paulo*. Ilustrada. 27/08/1986, pág. 1).

Carlos Calado relatou que, embora o alto volume de sua apresentação tenha esquentado a *plateia* do Anhembi, o *fusion* apresentado pelo guitarrista exibiu poucas doses de *jazz*, valorizando mais o *rock* e o *pop*, embora o *swing funk* tenha aparecido no som do baixista John Pena, e no solo frenético do percussionista Alex Acunã que caracterizou o momento menos pasteurizado da apresentação. A banda tocou temas do último disco do guitarrista, “*Alone, but never alone*” (gravado em 1986), como: *Smiles and Smiles to Go* e *High Steppin*, além do *blues I’ve Gotta Right to Love my Woman* que, segundo Calado, foi tratada de forma semelhante ao restante do repertório, fato que demonstra a falta de *feeling* do *blues*, pelo músico.

Depois de Carlton foi a vez de João Donato, pianista brasileiro que teve seu nome associado ao *jazz* por praticar o estilo durante os quatorze anos em que morou nos EUA. Um fato irônico caracterizou a apresentação do músico: ele estava nitidamente bêbado quando subiu ao palco e, por isso, cometeu diversas gafes durante sua apresentação. A mais estranha delas foi quando Donato anunciou uma de suas músicas mais conhecidas, *A Rã*, e tocou *Speak Low* (Kurt Weill/Ogden Nash), deixando a banda que o acompanhava sem entender nada. Aliás, para Calado, o *show* só conseguiu chegar até o fim graças à competência dos músicos acompanhantes: Mauro Senise (sax e flauta), Luis Alves (contrabaixo) e Robertinho Silva (bateria), que conseguiram segurar a apresentação, sem interrompê-la antes do fim.

Na segunda noite do festival, a grande estrela foi, sem dúvida, o guitarrista Stanley Jordan. O rapaz, com apenas 27 anos, começou tocando piano e transpassou a técnica para a guitarra. Dispensava a palheta e utilizava todos os dedos das mãos para tocar seu instrumento. Dessa maneira parecia tocar duas guitarras ao mesmo tempo. Em 1984 ainda tocava nas ruas de Nova York para garantir sua subsistência, mas depois de participar do *Kool Jazz Festival*

se tornou uma das novas descobertas do *jazz*. Com o disco “*Magic Touch*” bateu recorde de permanência no primeiro lugar entre os mais vendidos pela revista Billboard. Neste Free Jazz foi comparado a Bobby McFerrin, não somente porque ambos começaram como pianistas, nem tampouco por transitarem entre *standards* do *jazz*, baladas, música *pop* até clássicos do *rock* como os Beatles. Na verdade, tanto McFerrin quanto Jordan foram revelações apresentadas pelo Free Jazz.

Revelações que mostravam maneiras verdadeiramente originais de tocar seus instrumentos (McFerrin com seu corpo e Jordan com a guitarra). E tocaram sozinhos no palco. Jordan começou com *Stolen Moments*, passou para *All the Children* e aí bastava fechar os olhos para ouvir as duas guitarras. O som do instrumento não parou nem para os aplausos, foi passeando por várias músicas dentre as quais, *Georgia on My Mind* (um *hit* de Ray Charles), *Autumn Leaves* (de Joseph Kosma), *My One and Only Love*, *All Blues* (de Miles Davis) dentre outras. No bis a música escolhida levou a outro bis: *Stairway To Heaven*, de Led Zeppelin.

Atendendo aos apelos da crítica do ano anterior, nenhum músico brasileiro fechou as noites do festival em 1986. Nesta quinta-feira, a abertura da noite ficou por conta do tecladista brasileiro, Marcos Ariel. Com um repertório de músicas brasileiras numa estética *fusion*, demonstrou sintonia com a banda, alternando sons mais pesados com a leveza de um solo de piano acústico, ofereceu ao público melodia original, mas teve bem menos espaço na crítica jornalística, visto que o foco midiático estava sobre as grandes estrelas internacionais.

Para terminar, o saxofonista David Samborn, alvo das críticas que precediam o festival. Fez um *show* que surpreendeu, principalmente pelo guitarrista que o acompanhou, Hiram Bullock. Samborn faz parte daquela turma de músicos que transita entre vários estilos. Já tocou com Stevie Wonder, James Taylor, David Bowie, Paul Simon e até Rolling Stones. Ou seja, certo caráter *pop* faz parte do seu repertório e isso criava uma aversão a críticos de *jazz*. Seu guitarrista, no entanto, agradou pela presença de palco: exibia sua guitarra sem fio caminhando entre os músicos de forma debochada. Dançou e sentou na beira do palco para tocar *Bluesete* (de Thielemans) misturada com Samba de Uma Nota Só. A extravagância do músico foi destaque da crítica, embora relutante com Samborn e seu tratamento *funk* para o repertório do *show*.

O primeiro *show* da sexta-feira, 29/08/1986, seria o de Keith Jarret, referência no improvisado com piano, mas devido a exigências que não puderam ser resolvidas pelo festival, como a de um piano Steinway Hamburgo D, foi substituído pelo grupo vocal, Manhattan Transfer. Criado em Nova York em 1972, o grupo era formado por quatro vocalistas: Tim

Hauser, Janis Siegel, Alan Paul e Cheryl Bentyne, que exibiam durante suas apresentações não somente o canto, como pequenos *happenings*.

Foram escolhidos para vir ao festival, provavelmente devido ao recém-lançamento (na época) do disco “Vocalese”, onde o grupo mostrava novas versões de clássicos do *bep-bop*, recriando com a voz os solos originais. Fizeram um *show* surpreendente, principalmente pela perfeita execução de arranjos complexos de clássicos jazzísticos que iam desde o *swing* até o *bop*, sem deixar as canções *pop* de fora. De acordo com Calado, ouvi-los ao vivo, sem as estratégias de estúdio, revelava a alta qualidade do trabalho do grupo.

Paulo Moura, compositor, arranjador, saxofonista e clarinetista brasileiro, foi quem fez o segundo *show* desta noite, com mais oito músicos no palco. Já velho conhecido do público paulistano devido a sua constante presença nas noites da cidade, quer em gafieiras ou concertos eruditos, foi sucesso, talvez pela sua capacidade de transitar entre diversos estilos musicais. Ainda assim, não teve tanto espaço na mídia, possivelmente por ser um músico já conhecido dos brasileiros. Moura esquentou o palco para que entrasse o também saxofonista, Gerry Mulligan.

Mulligan, assim como Marsalis, também envergou para a música erudita, ambos caminham pelas trilhas mais clássicas do *jazz* moderno e trazem como núcleo central do trabalho as referências dos anos de 1950. Representaram, então, a parte mais sóbria do festival. Com apenas um disco lançado no Brasil até então (o “*Summit*”, gravado com Astor Piazzolla), o saxofonista não foi exatamente apresentado aos brasileiros pelo Free Jazz, pois já estivera presente no Brasil em 1978. Foi um inovador na história do *jazz* quando, na década de 50, formou um quarteto que dispensava o piano; além disso, junto com Miles Davis, elaborou o nascimento do *cool jazz*. Para seu *show* no Free Jazz trouxe Bill Mays ao piano, Michael Formanek ao baixo e Richard de Rosa na bateria. No Rio de Janeiro ainda teve tempo para um passeio no Jardim Botânico, junto com seu amigo, Tom Jobim.

No sábado, em 30/08/1986, quem abriu a noite foi Ricardo Siveira, guitarrista carioca, juntamente com o seu grupo, *High Life*. Fizeram um *show* baseado no *fusion*. Nesta noite, mais uma vez tocou Stanley Jordan, para depois subir ao palco o músico mais esperado deste festival, o grande Ray Charles. Ele dispensa apresentações. Os ingressos para os dias em que ia se apresentar foram os primeiros a acabar e seu *show* foi sucesso não apenas de público, como também de crítica. Carismático, o rei transitou por todos os tipos da música negra norteamericana, *blues*, *country*, *rhythm and blues*, sem esquecer o *jazz*.

Veio com uma *big band* de 28 músicos, incluindo as *back vocals*, mais conhecidas como *Raelettes*. Ganhou o público quando fez um gesto característico de sua apresentação,

levantando-se do piano e abraçando o ar, como quem abraça toda a plateia. Mas a sensação de receber tal abraço é algo indescritível e dessa forma, só quem esteve presente pode lembrar.

A última noite do festival começou com o *Dirty Dozen Brass Band*. Grupo de metais composto por: Greg Tate e Efreem Towns nos trompetes, Kevin Harris no sax-tenor, Roger Lewis no sax-barítono e soprano, Charles Joseph no trombone, Kirk Joseph na tuba, Jenell Marshall no tarol e vocais e Benny Jones no bumbo e pratos. Com uma formação típica das bandas de desfile de New Orleans, fizeram um *show* animado que trouxe boas surpresas para o público brasileiro, uma vez que a banda não possuía nem um disco lançado no Brasil.

Os músicos animaram a plateia que se divertiu com um *fusion* de *jazz* e *funk*, mas também de *jazz* e ritmos latinos. A energia alegre da *Dirty Dozen Brass Band* contagiou o Anhembi e deixou o público quente para que então entrasse o pianista brasileiro César Camargo Mariano e depois, mais uma vez, Ray Charles.

Desta 2ª edição do Free JazzFestival destaca-se para análise da influência da mídia 'impressa' (*Folha de S. Paulo*) que o mesmo estilo de manchete se repete na edição do dia 27, abertura do festival. Fotos retangulares, desta vez na vertical, com aproximadamente 2col x 20 cm de altura. No canto superior, à esquerda, um político no plenário do Congresso Nacional em que um grande partido da época debatia a redução de juros e no canto inferior à direita da página uma foto do cantor 'Wynton Marsalis' se apresentando na primeira noite do festival.

Com relação à influência da mídia impressa para o crescimento da indústria do *Show Business* no Brasil, observa-se que não houve manchete, mas essa foto na capa do jornal do trompetista Wynton Marsalis, cuja legenda o anunciava como uma das estrelas da noite de abertura do Free JazzFestival tem um peso grande, uma vez que ela dividia a capa apenas com outra foto do mesmo tamanho, o que credita uma importância de primeira grandeza ao Festival junto aos demais acontecimentos no país.

FOLHA DE S. PAULO



Dirtor de Redação: Otavio Fria Filho • São Paulo, quarta-feira, 27 de agosto de 1986 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 66 • N.º 25.965 • Al. Barão de Limeira, 425 • Cid 3.00

Sunab fixa novos preços de hortifrúteis e retifica seu listão

PÁGS. 27 e 28



PMDB QUER REDUÇÃO DOS JURUS

O 1º Congresso Nacional do PMDB, que começou ontem em Brasília e se encerra amanhã, poderá abrigar a primeira crítica pública de economistas do partido à ação de governo na área econômica...

Ermírio chama Maluf de corrupto e Maluf devolve com canalha

O candidato do PTB ao governo de São Paulo, Antônio Ermírio de Moraes, afirmou ontem que "chama a boca de enterradores definitivamente esse corrupto, semi-vergonha, care-de-pena. Ele não merece o respeito de nenhum cidadão brasileiro ou paulista...

Técnico aponta contradições no projeto nuclear argentino

O engenheiro nuclear argentino Jorge Cosentino, 52, acha difícil explicar por que a Argentina produz urânio enriquecido, enquanto suas usinas nucleares trabalham só com urânio natural...

Classifolha 10 páginas

O Classifolha também trouxe hoje mais duas colunas, para total de 10 páginas...

Opinião da Folha

Lati, na pág. 2 de editorial: "Alcance da campanha eleitoral..."

Bancos dos EUA cortam "prime rate" para 7,5%

A maioria dos grandes bancos norte-americanos informou ontem que vão reduzir sua taxa "prime rate"...

Já são 1.534 os mortos na tragédia de Camarões

A OMS informou hoje que a taxa de mortalidade de hoje em Camarões é a mais alta em 25 anos...

Micro deve imitar casos mentais, diz especialista

Está ocorrendo o mesmo fenômeno entre os primatas e o homem: a capacidade de reconhecer as diferenças...

Estado prevê greve geral de servidores

Os servidores estaduais preparam uma greve geral para o dia 10 de setembro...

Pode duplicar a reserva de nióbio no país

As reservas brasileiras de nióbio podem ser duas vezes superiores ao volume que consta nos dados oficiais do governo...

Situação de hospital deve ser apurada

O secretário adjunto de Administração de Estado, Marcel Antinori, solicitou ontem ao superintendente do Hospital de P.E.I., Sérgio Trevisan...

Censura corta 16 minutos do filme 'Cobra'

O filme "Cobra", com Sylvester Stallone, que está sendo exibido em telas brasileiras...

AIEA alerta para riscos em Angra 1

Um relatório de divulgação enviada pela Agência Internacional de Energia Atômica (AIEA)...



O triquetra José Maria Maranhão e uma das estrelas da abertura do Free Jazz Festival, hoje, no Palácio das Congonhas do Anhembi - Pág. 33

Sai hoje 1º finalista do Campeonato

Palmeiras e Corinthians decidem hoje o título, no Morumbi (zona sul de São Paulo)...

Já a diagramação diferenciada da capa do Caderno Ilustrada em que o título Free Jazz Festival posicionado no cabeçalho da página ganhou uma importância gigantesca porque o logo do Caderno Ilustrada ficou no centro da página dividindo a página em duas matérias sobre o festival. Essa importância dada pelo jornal ao evento representa o início de uma

quebra de barreiras entre a redação e a publicidade de marca. O que foi preponderante nesse apoio da mídia foi a importância de São Paulo estar recebendo um evento deste porte, portanto a marca (Cia. Souza Cruz) que teve a coragem de realizá-lo estaria tendo o mérito reconhecido pela imprensa mesmo que disfarçado por traz do estilo Free, sendo esta uma tendência internacional desse gênero musical.

FOLHA DE S. PAULO

Quarta-feira, 27 de agosto de 1987 — 31

FREE JAZZ FESTIVAL

Começa hoje, às 21h, no Palácio das Convenções do Anhembi em São Paulo e prossegue até domingo

Do Redução do Falso

Com a presença de nomes de primeira linha, o Free Jazz Festival começa hoje, às 21h, no Palácio das Convenções do Anhembi em São Paulo.

Oliveiro Pontes, líder do grupo de São Paulo, será o primeiro a tocar, às 21h, com o grupo de músicos brasileiros que se apresentará no dia seguinte. De seguida, às 22h, o grupo de músicos brasileiros que se apresentará no dia seguinte. De seguida, às 22h, o grupo de músicos brasileiros que se apresentará no dia seguinte.

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87



Festival para saciar ouvidos com apetite de jazz internacional

MATINHA E NOITE

O festival para saciar o apetite de jazz internacional começa hoje, às 21h, no Palácio das Convenções do Anhembi em São Paulo. O festival para saciar o apetite de jazz internacional começa hoje, às 21h, no Palácio das Convenções do Anhembi em São Paulo.

Larry Carlton e Wynton Marsalis, atrações de hoje

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87



Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

Os músicos experimentais ficam para 87

1987

No ano de 1987, o *fusion* apareceu com mais força na programação do festival. A partir daqui se torna mais evidente as diversas posturas críticas: de um lado os puristas,

caracterizando a opção mercadológica do festival, os instrumentos eletrônicos e os adeptos do *fusion*, como prejudicial à elaboração da música de alta qualidade; por outro, uma postura crítica mais aberta para a discussão em torno das novas influências no *jazz*, determinando caminhos que podem funcionar, embora nem sempre apostando em tais novidades.

Neste ano houve apenas um artista brasileiro fechando a penúltima noite neste 3º Free Jazz, o multi-instrumentista Hermeto Pascoal, também conhecido como bruxo, que já vinha sendo aclamado pela crítica como presença necessária ao festival, desde 1985. O músico já tinha se apresentado no Festival Internacional de *Jazz* de São Paulo em 1978 e também no Festival de Montreux, na Suíça, em 1979. Depois disso, fez diversas apresentações pela Europa e tocou até no Japão. Referência da música instrumental brasileira no mundo teve um espaço privilegiado neste festival, principalmente devido ao sucesso adquirido no exterior. Seu reconhecimento no cenário da música internacional levou o festival a colocá-lo como última apresentação na noite de sábado, encerrando a penúltima noite do Free Jazz, onde ainda tocaram Chick Corea e Bill Evans.

A primeira noite do festival vinha sendo anunciada como a mais clássica do evento, principalmente devido à presença de Laurindo de Almeida, homenageado nesta edição (anunciado como Laurindo de Oliveira, por uma voz em *off* que o chamou ao palco). Prometeu tocar Debussy, Villa-Lobos e Mozart. O violonista brasileiro quase desconhecido no Brasil, visto que morou por mais de 40 anos nos EUA, foi premiado com um Oscar, cinco Grammys, além de mais de 120 discos gravados por lá, nenhum lançado no Brasil até então. Chegou para o festival com a promessa de um *show* mais erudito e, dizem, falando português com sotaque de americano. Não agradou aos mais xenófobos, que o consideravam um produto da indústria cultural norte-americana.

Petrucciani, que tocou logo em seguida, também demonstrou sua tendência para os clássicos, mas os clássicos jazzísticos. Um pequeno notável do piano, na época com 24 anos e apenas um metro de altura devido a uma doença rara que impedia seu crescimento, se considerava um tradicionalista; anunciou seus mestres: Bill Evans, Oscar Peterson e Herbie Hancock. Neste ano estava há 20 tocando piano e já preparava seu 16º disco. Para o festival, tocou acompanhado do guitarrista Jim Hall e juntos foram a revelação apresentada pelo Free Jazz neste ano. Durante o *show*, demonstraram perfeição na arte do improvisado. Hall mais contido e Petrucciani invadindo seu piano com o pequeno corpo. No repertório muitos standards do *jazz* como: *Lover Man* e *All the Things You Are*.

O grande destaque desta noite ficou, entretanto, com o assim chamado “Verdi da era eletrônica”, Philip Glass. Considerado por Giron como o não-*jazz* dessa abertura do festival,

fez uma música em que o maestro, Dan Dryden, era o responsável pela mixagem de som ao vivo. Com uma banda que incluía três sintetizadores (tocados por Glass, Michael Riesman e Martin Goldray), além da vocalista Dora Ohrenstein que também controlava o coro gravado digitalmente em um *sampler* emulador, e do trio de metais Jon Gibson (sax-soprano e flauta), Jack Kripl (sax-soprano e flauta) e Richard Peck (sax-soprano, tenor e alto); o grupo causou uma sensação de hipnose no Anhembi, que enfeitiçou todo o público, já que manteve a intensidade do som sempre igual, com várias repetições de estruturas musicais, durante toda a apresentação. Rotulado como músico minimalista pela mídia (título que não agrada ao músico), tocou trechos de suas óperas, como: *Einstein On the Beach* (que fez junto com o diretor teatral, Bob Wilson), *Satyagraha* e *Akhnaten*, além de trilhas de filme como a de *Koyaanisqatsi*. Falou em português com a plateia e teve uma recepção carismática por parte da mídia, que destacou o caráter evolutivo e inventivo presente em sua obra.

Desta 3ª edição do Free JazzFestival destaca-se para análise da influência da mídia 'impressa' (*Folha de S.Paulo*) a manchete que pode ser considerada a mais significativa na história do Free JazzFestival, não apenas por ser uma das primeiras a exaltarem a importância do evento, mas principalmente por seu conteúdo, esteticamente perfeito para a aparição da marca 'Free' de cigarros da 'Cia. Souza Cruz', com um tom dinâmico do saxofonista a frente do pano de fundo estampado com o logo do Free JazzFestival, o mesmo usado nas embalagens da marca do cigarro 'Free', acrescido apenas do desenho de um saxofone sobreposto a ele. Com sorte ocupou espaço na foto exatamente proporcional ao de uma embalagem dos cigarros 'Free'.



Essa manchete da *Folha de S. Paulo* evidencia o apoio aberto do jornal à iniciativa cultural privada mais brilhante, que se manifestou até aquele momento. A cidade de São Paulo vivia pela primeira vez um grande festival internacional produzido dentro dos melhores gabaritos dessa atividade como não havia sido feito antes, e que tinha a aura de ter vindo para ficar. E ficou mesmo. Sua cronologia se prolongaria por mais de dez anos.

Esta imagem sensibilizou não só o leitor pela beleza impactante de uma foto de mais ou menos 4 col. x 30 cm de altura, posicionada logo abaixo do logo da *Folha de S. Paulo*.

Os leitores são os próprios formadores de opinião, e também os investidores em patrocínio. Os empresários passavam gradualmente a enxergar a força que o *show business* estava ganhando com o Free Jazz Festival; e esse tipo de opinião é muito boa de ser formada por um grande jornal, no caso a *Folha de S. Paulo*, sempre atento à importância do entretenimento cultural, fortalecendo dessa forma uma indústria importante para o desenvolvimento sócio econômico do país e principalmente das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Portanto, pode-se observar que a opinião do jornal possui uma ligação positiva nessa linha de raciocínio. Um grande acontecimento como o Free Jazz Festival, fazendo circular artistas, técnicos, produtores e outros personagens internacionais na vida noturna da cidade e sem dúvida um acontecimento bem vindo principalmente para o turismo. A cidade ganhava

um presente e o jornal tinha indiscutivelmente que exaltar sua importância. Essa manchete marcou e eternizou o Free Jazz Festival no imaginário dos leitores da *Folha de S. Paulo*, sem dúvida por seu posicionamento de destaque, no topo da página como manchete principal na edição de 14/09/1987.

1988

Em 1988, Miles Davis foi a grande promessa do festival. E, embora tenha sido o mais noticiado pela mídia, não pôde comparecer devido a um diagnóstico de pneumonia que o impossibilitou de tocar. Para resolver a ausência de sua maior estrela, o festival organizou às pressas uma *jam session* com alguns de seus convidados estrangeiros: Nina Simone, Michael Brecker, Oscar Castro Neves, The Lounge Lizards, Tonny Williams, Yellow Jackets, Diane Schuur e Courtney Pine, mas como conta Carlos Calado, o que o festival chamou de *jam session*, “acabou sendo uma espécie de sessão de cinema com vários *trailers* de *shows*” (CALADO, Carlos. “Festival aumenta seu público mas ainda não é ‘free’”. In: *Folha de S. Paulo*. Caderno de Cultura. 13/09/1988).

Ainda assim, o festival foi tão noticiado neste ano que Moacir Galo, gerente de produção da Souza Cruz, declarou que dentre os três festivais patrocinados pela empresa (além do Free Jazz, ainda patrocinavam o Carlton Dance e o Hollywood *Rock*), era no Free Jazz que conseguia um maior retorno de mídia espontânea em jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão. Duas transmitiram o evento, neste ano: a Rede Globo e a TV Cultura, ao vivo, pelo programa MetrÓpole. Além disso, uma semana antes do festival começar, a *Folha de S. Paulo* publicou um enorme Guia do Festival que, além de apresentar as atrações e divulgar a programação de *shows* e workshops, incluía no roteiro uma história do *jazz* e sua presença em filmes e livros.

Dedicava, assim, um enorme espaço para a ampliação e veiculação do evento, fato que comprova o crescente número de espectadores e consumidores que o Free Jazz atingia à medida que os anos se passavam. Ainda assim, continuava com a proposta de se produzir um festival em que o *jazz* pedia todos os holofotes.

O time de representantes da *mainstream* neste ano estava recheado de grandes feras. Eram eles: Ron Carter e Tony Williams trio, Modern Jazz Quartet, Stephane Grapelli e o mais novo da turma, o saxofonista britânico, Courtney Pine (isso sem contar a promessa de Miles Davis). Também trouxe Nina Simone que, embora considerada uma estrela *pop* por alguns críticos, teve uma carreira de sucesso no universo do *jazz*, do *blues*, do *gospel*, do *folk* e da

soul music, e nesta época contava mais de 50 discos gravados. Foi perseguida nos Estados Unidos por abraçar publicamente o combate a todo tipo de racismo e neste ano voltava às rádios com um grande sucesso, *My Baby Just Cares for Me*. O festival também apresentou Diane Schuur, revelação na época recente, do canto jazzístico, devido à potência e grande extensão de sua voz; e também, os Lounge Lizards, banda da vanguarda *pop* nova-iorquina, que só teriam discos lanços no Brasil, depois de sua confirmação para o festival. Trouxe o saxofonista Michael Brecker, famoso como músico de estúdio (gravou com Frank Zappa e Frank Sinatra), que havia montado sua própria banda recentemente. Apresentaram-se no Anhembi na quinta à noite e domingo, no parque Ibirapuera. O festival também incluiu o *fusion* do Yellow Jackets, fato que não agradou à crítica.

Os brasileiros foram representados pela Banda Zil que era composta por Ricardo Silveira na guitarra, Marcos Ariel nos teclados, Zé Nogueira no sax, João Batista no baixo, Jurim Moreira na bateria, Zé Renato e Cláudio Nucci nos vocais. Além dela, contou com a presença do tecladista Antônio Adolfo, que acompanhou Elis Regina na era “o fino da bossa” e compôs, ao lado de Tibério Gaspar, *hits* como Sá Marina e Teletema. Também gravou temas de Ernesto Nazareth e Sinhô, de forma a se aproximar da música tradicional brasileira. A terceira noite do festival foi aberta pelo saxofonista brasileiro Léo Gandelman, bastante requisitado em gravações de estúdio. E abriu com Pixinga a noite que traria Nina Simone. O baixista mostrou sua *fusion* com samba: o funk brasileiro.

Teve lugar até para Almir Sater mostrar o seu regionalismo e para Oscar Castro Neves matar as saudades do Brasil.

A presença marcante do Free Jazz nas manchetes dos cadernos de cultura possibilitava um prolongamento sobre as discussões do *jazz* no Brasil; mas visto a enxurrada de atrações que demarcavam uma ampla gama de diversidade musical para o evento, torna-se inevitável o surgimento das diversas vozes críticas, cada qual apontando direções diversas.

Neste ano, os três primeiros dias concentraram diz-se, a nata do *jazz*. E aí os puristas puderam se deliciar, primeiro com o Ron Carter e Tony Williams Trio. Carter no contrabaixo, Williams na bateria e Mulgrew Miller no piano.

Fizeram um *show* elegante e polido, propondo um *jazz* moderno, mas que não abandonava a tradição; precisos, inventivos e virtuosos. O baixista e o baterista já haviam feito parte de um dos quintetos de Miles Davis, e neste *show* para o Free Jazz apresentaram Miller, que foi considerado a grande revelação do evento.

A segunda noite foi considerada como a mais erudita por Luís Antônio Giron. A começar por Antônio Adolfo que, junto de sua banda, apresentou ótimos arranjos para um

repertório exclusivamente nacional. Depois foi a vez do violinista francês Stephane Grappelli que, junto de John Burr (baixo) e Marc Fosset (guitarra), apresentaram o *show* mais romântico do festival.

E foi a grande atração desta quarta-feira ao apresentar no seu repertório *As Times Goes By*, da trilha de Casablanca, *Chattanooga Choo Choo* de Glenn Miller, *Someone to Watch Over Me* de Jerome Kern, *I Got Rhythm* de George Gershwin, dentre outras que reestabeleceram o elo do sentimentalismo, fazendo a plateia suspirar.

Na época com 36 anos de trajetória, o grupo composto por Milt Jackson no vibrafone, Percy Heath no baixo, Connie Kay na bateria e John Lewis no piano, se mostrou lírico, racionalista e tradicional. Todos passaram por uma formação clássica rigorosa, embora tenham adotado o *jazz* como prática inventiva. Dessa forma elaboravam um *jazz* onde o procedimento da prática erudita estava sempre presente. A ideia era que o público não soubesse quando estavam improvisando ou não. Para o programa do Free Jazz escolheram um repertório que começou com *The Golden Striker*, para depois adentrar o universo de Duke Ellington, homenageado no último disco gravado pelo grupo nesta época, "*For Ellington*". Começaram por *Koko* e *Prelude to a Kiss* e depois por mais oito temas, deixando as 2.700 pessoas, que encheram o Anhembi, extasiadas.

A terceira noite foi dedicada aos saxmaníacos. E se o som do *jazz* moderno, como conta Joachim Ernest Berendt, vem do sax, torna-se fácil entender porque esta foi uma das noites mais concorridas na procura de ingressos.

Começou pelo saxofonista brasileiro Léo Gandelman que acabava de ter o seu segundo disco, "Ocidente", lançado pela Polygram. Esquentou o palco para que então entrasse uma das revelações trazidas pelo festival neste ano, Courtney Pine. O saxofonista britânico, aos 24 anos, veio para mostrar que a tradição no *jazz* continuava viva e prosperando como nunca. Influenciado por músicos das décadas de 1950 e 60 como John Coltrane, Sonny Rollins e Wyne Shorter, o músico arrancou gritos eufóricos em sua apresentação. Ele e seu trio, formado por Delbert Felix no baixo e Mark Mondesir na bateria, tocaram *Giant Steps* de Coltrane, *Misty* de Erroll Garner e também a balada de Gershwin, *I Can't Get Started*. Valorizando o improviso quer com mais velocidade ou com o ritmo mais lento, o grupo apresentou somente seis canções que foram suficientes para deixar a todos boquiabertos.

Quem fechou esta terceira noite foi Michael Brecker. Mais conhecido por sua participação em gravações de discos (além dos Frank Sinatra e Zappa, também gravou com John Lennon, Charles Mingus, Paul Simon, Eric Clapton, Chick Corea, James Taylor, para citar só alguns), foi considerado como o saxofonista de maior influência nesta década, por

Carlos Calado. Seu primeiro disco, no entanto, só havia sido gravado no ano anterior, 1987. Veio acompanhado do guitarrista Mike Stern, do baixista Jeff Andrews, do baterista Dennis Chambers e do pianista Joseph Calderazzo. Por sua aproximação com o *Rock*, mas também por utilizar um sintetizador, não obteve tantos elogios da crítica.

A partir de sua quarta noite, o festival começava a apresentar seus convidados mais *fusion*. Ainda assim, Nina Simone foi a grande estrela desta noite, aberta pelo baixista brasileiro, Pixinga. Ele já havia acompanhado Gal Costa, Evandro Mesquita e Angela Rô Rô e veio para o Free Jazz apresentar seu trabalho individual, acompanhado pela banda PAVIO Curto. Depois dele foi a vez de Nina, presença temida pela mídia devido a sua inconstância temperamental, mas amada pelo público, que fez da sua noite a mais concorrida por ingressos.

A cantora, com sua postura altiva, seduziu o público, que a recebeu de pé no Anhembi. A recompensa foi um *show* carregado de emoção. Nina se levantou do piano, dançou e pediu para que o público cantasse. Tocou grandes sucessos como: *Young, Gifted and Black; Mississipi Goddam; Here Comes The Sun*; dentre outros... Em algumas canções acentuava as palavras, de forma a ressaltar o discurso a favor da causa negra. Embora passeando também por seu repertório mais *pop*, Nina mergulha nas raízes negra e spiritual de sua história, de forma a resgatar o sentimento originário do *jazz*. É possível que esteja neste fato a enorme popularidade conquistada pela cantora.

Certas presenças, no entanto, despertaram a ira dos críticos. No caso de Diane Schuur, parece não ter convencido devido à inconstância das interpretações e do repertório, mas mostrou que pela potência e extensão de sua voz, continua no páreo para diva do *jazz*. Já os *Yellow Jackets*, embora com um *Grammy* no setor de *Rhythm & blues* e oito anos de estrada, não foram bem recebidos, foram classificados como monótonos devido à falta de variação rítmica e dinâmica no *show*. O *fusion* de *rock-blues-jazz* parece não ter soado bem aos ouvidos da crítica.

Os Lounge Lizards tiveram menos sorte. Antes mesmo de chegarem ao Brasil, já era destaque nos jornais a fama de *fakejazz* que haviam recebido da crítica norteamericana, talvez por isso a mistura de *jazz-pop* do grupo, liderado pelo saxofonista John Lurie, parece ter cansado os ouvidos do público. Com a crítica cada vez mais agressiva diante desta reunião de tendências musicais nem sempre ligadas ao *jazz* e com a ênfase dada a tais artistas dentro da mídia, foi Carlos Calado, na Folha, quem amenizou a questão:

Por mais que os puristas reclamem, crucificando o festival ao trazer roqueiros e praticantes da *fusion*, fica mais uma vez provado que a subsistência do evento passa por essa opção mercadológica. De que adiantaria uma edição exclusivamente constituída por nomes do *jazz* mais estrito, assistida apenas por algumas centenas de pessoas se no ano seguinte talvez o festival falisse? (CALADO, Carlos. "Festival

umenta seu público mas ainda não é 'free'". In: *Folha de S. Paulo*. Caderno de Cultura. 13/09/1988)

Com uma apresentação performática, eles experimentavam uma grande mistura de sons e ritmos com arranjos que exploravam o cromatismo. Talvez não tenham desenvolvido bem a ideia proposta, talvez a música apresentada fosse muito diferente de tudo o que apareceu no Brasil neste ano.

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observa-se que esta edição do Free Jazz Festival foi a que recebeu mais manchetes de capa. Nina Simone teve duas capas trazendo fotos suas em espaços maiores que os principais acontecimentos.

O Caderno Ilustrada dedicou páginas todas as noites às manchetes de capa. O saxofonista inglês Kurtney Pine também foi manchete de capa. Essa edição frustrou um pouco o público e a crítica pela ausência da tão esperada apresentação de Miles Davis em território Nacional, mas isso não fez com que a audiência do festival decaísse, nem tampouco a consideração da *Folha de S. Paulo* que exaltou tudo de forma magnífica e extraordinariamente.



Nina Simone diz que é perseguida nos EUA

FERNANDO MOLICA

O distante e o "black power" (poder negro) dos anos 60 foi reavaliado ontem, no Rio, na entrevista coletiva da cantora e pianista norte-americana Nina Simone, 51. As críticas à sociedade e aos governos dos Estados Unidos se constituíram no ponto central da entrevista desta veterana militante dos direitos civis, que, hoje à noite, encerra a fase carioca do Free Jazz Festival, no próximo dia 8 se apresenta em São Paulo.

A entrevista começou morna, com uma visivelmente estafada e apenada Nina Simone respondendo quase que burocraticamente às perguntas dos jornalistas (que assistiam com atenção sua entrada na sala de coletiva do Free Jazz). Com um vestido preto de alças esboçadas com babado e com detalhes em bordado, Nina Simone chegou fumando ao local da coletiva.

Nesta primeira parte da entrevista, decepções são que a vêem com uma espécie de musa do dor-de-cabeça. "Não chore quando sinto e não levo nada a ver com o fato de pessoas chorarem durante meus shows. Prefiro que todos fiquem alegres, que dançam até. Pessoas chorando atrapalham minha concentração", disse. Em seguida, porém, disse que "Strange Fruit" há mais de 20 anos porque temo chorar no meio da música, que é sobre o caso de um negro enforcado no sul dos Estados Unidos.

Foi também neste início de entrevista que ela deu um de seus poucos sorrisos. Falava sobre a autobiografia que está escrevendo, em que pretende relatar fatos como o período em que morou na África e contar alguns de seus casos amorosos ("com homens", disse). "Fizem muitas", quis saber uma repórter. "O suficiente", respondeu a cantora. O primeiro sinal de preocupação social surgiu quando ela falou do Carnaval carioca, que celebra sua década de 60: "Me disseram que hoje o Carnaval é só para os ricos. Onde está o Carnaval de ontem?"

Nina pergunta sobre sua militância. Ela responde que a velha estória de passagens modas e tom da entrevista. Ao admitir, tom de voz mais elevado, Nina disse que esteve encoberta na luta pelos direitos dos negros durante quase toda a sua vida. "Tive de sair dos Estados Unidos porque não me queriam lá. Foi então que fui para a Guiné e para a Libéria" (país da costa ocidental da África cuja população foi formada, basicamente, por ex-escravos levados dos EUA).

Nina afirma ter sido, na década de 60, a única cantora a se envolver diretamente na luta pelos direitos. "Cheguei a compor de 15 a 20 canções de protesto que hoje são esquecidas", disse. A cantora afirmou que a participação do pastor Jesse Jackson no processo eleitoral norte-americano deveria fazer com que melhor a situação dos negros nos EUA. "Mas isso não mudou nada", disse, porém,



A cantora norte-americana Nina Simone, ontem, durante entrevista na Rádio Nacional, no Rio, encerra hoje à noite a fase carioca do Free Jazz e se apresenta em São Paulo na próxima sexta-feira.

com que a cantora volte a cantar no país em que nasceu. Desde muito cedo que ela mora na Inglaterra, apesar de manter um apartamento em Hollywood (subúrbio de Los Angeles, costa oeste dos EUA). "Continuo a ser perseguida nos EUA. Eles não permitem. Fazem isto com qualquer um que defende uma causa justa. O governo é 'hard' (fêreo). Os impostos são pesadíssimos. Não me dão o tratamento nem o respeito que mereço", afirmou, enfática, chegando a atropelar as falas da tradutora. Ainda neste bloco, disse acreditar que, pelo menos nos EUA, o grupo de Paul Simon de gravar com grupos sul-africanos, repercutiu favoravelmente na luta "anti-apartheid".

Nina Simone continuou a protestar. Disse ter gravado 57 LPs e que os gravadores, com o apoio do governo, deixam de lançar suas discos ou, quando o fazem, não recebem seus direitos de latrês por os de compositores. "Robaram todos os meus direitos", exclamou. Neste momento, seu guitarrista e diretor musical, Al Schakman, disse

que o público deveria comprar apenas os discos mais recentes de Nina, sobre os quais ela tem maior controle.

O sucesso, nos EUA, da nova versão sua de um antigo sucesso "My Baby Just Cares For Me", também foi relativizado por Nina, que frisou ser esta uma canção

romântica, e não de protesto (a canção chegou a ser utilizada num comercial de perfumes Chanel nº 5). No finalzinho, já de pé, ela adiantou algumas das músicas que pretende cantar hoje à noite: "No Me Quitte Pas", "Here Comes the Sun", "Mississippi Goddam" e o quase hino pessoal "Young, Gifted and Black" (Jovens, talentosa e negra).



Produtores ainda pensam em Miles Davis para 1989

Do Secret do Rio
Dentro de duas semanas, os produtores do Free Jazz Festival, Montique e Sylvia Gardberg, partem para os Estados Unidos para empreenderem pessoalmente os primeiros contatos com as atrações da próxima edição do evento. Os artistas são negociados com muita antecedência. Foi absolutamente por sorte que conseguiram trazer este ano a Nina Simone para substituir o Chuck Berry", disse Montique. Ela revela o nome de apenas dois artistas que estão sendo cotados para vir ao Brasil no próximo ano: o saxofonista John Zorn e o trompetista Miles Davis, que cancelou sua vinda para o Free Jazz III na última hora, derrotado por uma pneumonia.

Para Sylvia, o cancelamento de Miles Davis foi o "pior golpe que apareceu em quatro meses de festival". Apesar de todos os prejuízos, decorrentes do desfalca de estadia dos artistas até sexta em São Paulo, as duas consideram que a saída de reunir em um só dia todas as atrações internacionais foi a melhor opção. "Chegamos a receber um OK de Al Jarreau, mas não havia tempo hábil para providenciar toda a população necessária", disse Montique.

Ron Carter abre hoje o festival em São Paulo

SERGIO AUGUSTO
Apesar de hoje, a primeira rodada do Free Jazz no Palácio das Convenções, o craque do contrabaixo fecha as malhas e parte para uma série de shows em Los Angeles. Seu parceiro, o baterista Tom Williams, não só fica para o dia-dia de sábado como prometeu tocar seus tambores durante 30 minutos, para exercitar os punhos com que desenvolveram o som de suas primeiras batidas.

Na noite de hoje, o pianista Mulgrew Miller, o mais grata surpresa do quarteto Free Jazz, embarca com Carter. É hoje, portanto, sua única chance de ouvir este músico extraordinário, com razão considerado um dos três melhores do ramo atualmente. A Banda 21, que precede a apresentação do trio liderado por Ron Carter, é de formação recente e teve boa recepção crítica na imprensa carioca. Com dois vocalistas do rescaldo Livre 124 Renato e Claudio Nucci e cinco instrumentistas (entre os quais

destacam o guitarrista Ricardo Silveira e o baixista Marcos Azeite), erguem-se de "condição rítmica de maneira bem brasileira", mas dilata o público a abertura de Free Jazz para o mesmo período com que a Orquestra de Música Brasileira inaugurou a mesma maratona jazzística no Rio, quinta-feira passada.

Quem estiver preocupado em formar mais cedo pode ficar tranquilo: Diane Schuur não vive o sacrifício de um plantão "round midnight". O vocal festivo número um do festival deste ano é a cantora Elaine Wayman, mais conhecida como Nina Simone, que hoje encerra a fase carioca do festival e na sexta-feira chega ao paulista. Para seu gosto pessoal, a diva de protesto Free Jazz serviu a inglesa Cleo Laine. Ela, segundo uma reportagem do "Jornal de Brasília", é vocal com mais bloco, entre os cariocas, para o ano que vem é o cantor Milt Yerrell. Que os músicos e a Varg o tragam. A julgar pelas suas últimas discos e por suas apresentações nos festivais

FREE JAZZ FESTIVAL		O QUE É JAZZ	
Programação em São Paulo		Artistas e atrações	
Bandas	Artistas	Bandas	Artistas
Banda 21 Ron Carter e Tony Williams Trio Diane Schuur	Berte Philipe Nina Simone	Clare Castro Neves Yellow Jackets The Lounge Lizards	Diane Schuur, 21, cantora: "É tudo que vem do coração".
Amazôni Anthony Adams Stephane Grappelli Madeline Jay Gould	Silêncio Alvin Serer Jon Sessoms com Nina Simone, Stephanie Grappelli, The Lounge Lizards, Yellow Jackets e outros	Will Kennedy, baterista do Yellowjackets: "É bom lembrar, além que consigo não se esquecer, com os seus cantos de trabalho".	Russell Ferrante, 31, baixista do Yellowjackets: "Vou passar. Amadriço eu respeito".
Orquestra John Goodenough Courtney Pine Band Michael Brecker Band			Matt Ryan, 21, saxofonista do Yellowjackets: "É bom lembrar, além que consigo não se esquecer, com os seus cantos de trabalho".

Ilustrada

Quinta-feira, 8 de setembro de 1988 — E - 1

FOLHA DE S. PAULO

Festival faz hoje a festa do sax explícito

SÉRGIO AUGUSTO
Repórter do *Sucesso* do Rio

Hoje é a noite do sax-appeal no Free Jazz. O quase sequicêntrico instrumento inventado pelo belga Adolphe Sax aparecerá no palco do Anhembi, logo mais, em suas várias formas acústicas (alto, tenor, soprano, barítono) e também metamorfoseado numa porrinhola eletrônica chamada EWI (Electronic Wind Instrument), que mais parece uma flauta de plástico de criança e produz uma gama de timbres capaz de encantar todas as serpentes da Médusa. Conhecido ainda como sax-intelectual, o EWI foi, segundo consta, introduzido no Festival de Jazz de Montreux (Suíça) de 1987 pelo americano Michael Brecker, 39, o último sopro desta noite.

Domingo passado, no Free Jazz carioca, a engenheira de Michael Pilon, obrigando o irmão mais esperto do trompetista Randy Brecker, a substituir na bucha o eletrônico "Original Hays" pelo meio acústico "Quapone" (que apesar dos nomes não é música, e não instrumentos musicais). O inglês-jamaicano Courtney Pine, 29, teve mais sorte ao exibir-se com o seu fole computadorizado. Cauteloso, optou por um standard para todos os paladares: "I Can't Get Started" — e deixou os jazzmaníacos da velha guarda com a impressão de estar ouvindo um Bunny Berigan marciano.

Como aconteceu no Rio, Pine e Brecker dividem o mesmo programa, precedidos de um saxofonista nativo. Para a platéia paulistana reservaram o discípulo mais aplicado que o sacerdote pop-jazz de David Sanborn fusionou entre nós: Leo Gandelman. Tão versátil quanto Brecker (que além de sax, toca flauta, bateria e piano), Gandelman é um heterosaxual convicto (transa os quatro numa noite) e ainda brinca com flauta e teclado. Não seria exagero dizer que é o músico mais tocado de todos os Free Jazz, já que o prefixo musical do festival saiu de sua pauta. Com formação clássica (estudou no Berklee College de Boston e sentou praça na Orquestra Sinfônica Brasileira), acha de ter seu segundo disco ("Ocidente") lançado pela Polygram. De cujas faixas, certamente, deverá extrair o seu blueseiro dançante repertório de logo mais.

Por subir e descer escalas com um azeque, Brecker rompeu uma veia do pescoço e se apresentará com uma bandagem que mais

parece um colarinho de sacerdote protestante. Nem por isso deixará de percorrer alucinadamente todas as chaves dos seus dois saxos (tenor e soprano), e, mesmo que em sua porrinhola eletrônica novamente dê chabu, a missão estoura-timpanos estará garantida com a guitarra apocalíptica de Mike Stern, que faz poses de Peter Dinklage e zoeira de John McLaughlin. Quando a porrocora sonora dá um descanso, quem tem chance de brilhar é o pianista Joey Calderazzo, um McCoy Tyner de última geração e a segunda mais grala surpresa deste quarto Free Jazz. A primeira, não custa repetir, foi Mulgrew Miller, o extraordinário pianista do trio liderado por Ron Carter e Tony Williams.

Courtney Pine só não divide as honras dessa lista porque já era conhecido de fama e por um LP ("Destiny's Song + The Image of Puritanism"), o segundo de sua meteórica carreira, recém-lançado no Brasil pela WEA. Ele começou cedo, buidando um clarinete, adotando de repente o sax e trocando o reggae e o funk pelo jazz. O responsável pela segunda mudança foi o LP "Way Out West" do sax-tenor Sonny Rollins. Pine pirou. E foi direto à fonte beber todas as águas bentas pelo sopro de John Coltrane (1926-1967) e Lester Young (1909-1959). Com ele, a história do jazz inglês inicia um novo capítulo, deixando para trás os seus três saxos mais notáveis: Johnny Dankworth, Tubby Hayes e Ronnie Scott.

Durante certa época, Pine estudava oito horas por dia. Haja pálinko; haja beijo. No tempo vago, tocava na big band de Charlie Watts. Empenhado até a carapinha em expandir o prestígio do jazz, na Inglaterra e de lá conferir um status de música afro-erudita, fundou há quatro anos The Abibi Jazz Arts e formou um quarteto de saxos (T.T. Williams First Saxophone Pose). Quando seu primeiro LP ("Journey To the Urge Within") chegou às lojas, para bater o recorde de vendas na velha Albion um crítico londrino qualificou-o de "o Hegel do jazz". Pelas mil citações (inclusive de "Top-Gun no Pub") que costuma fazer em suas músicas, merece mais ser chamado de "o Paulo Francis do sax".

LEO GANDELMAN, COURTNEY PINE E MICHAEL BRECKER - Apresentação dos três saxofonistas hoje à noite das 21h no Palácio das Convenções do Anhembi (av. Olimp. Faria, 1.209, tel. 561-7172, como noite de São Paulo), no Free Jazz Festival. Ingressos de C\$ 2.000,00 e C\$ 6.000,00.



O saxofonista inglês Courtney Pine durante apresentação no Rio; ele faz o segundo show de hoje, no Free Jazz, em SP

FREE JAZZ FESTIVAL

Programação em São Paulo

NOIX

Leo Gandelman
Courtney Pine Band
Michael Brecker Band

AMANHÃ

Peung
Nina Simone

SÁBADO

Alvin Siper
Jam Session com Nina Simone, Stephen Grappoli, The Lounge Lizards, Yellowjackets e outros

DOMINGO

Oscar Castro Neves
Yellowjackets
The Lounge Lizards

QUE É JAZZ

MICHAEL BRECKER 37 saxofonista. No sentido tradicional, o saxofone é sempre ligado com a música jazz. É construído em madeira, tem o corpo de madeira e a membrana de couro. Tem muitas formas. Tem muito de instrumento de sopro.

COURTNEY PINE 29 saxofonista. É o músico mais novo que participou. Está sempre dando aulas para os colegas. Está sempre representando o músico brasileiro. Se você quiser um músico de jazz, é melhor ir para o Rio de Janeiro. Lá tem um músico de jazz que é muito bom. Lá tem um músico de jazz que é muito bom. Lá tem um músico de jazz que é muito bom.

SAX QUELES USAM

Courtney Pine - Selmer "Mark 4" Tenor e Yamaha "Courved Soprano YAS2".

John Lurie - Selmer "Balanced Action", 1960. "Eu comprei há oito anos, em uma loja de instrumentos antigos na rua 48, em Nova York. Vi na vitrine o folei apaixonado. Paguei US\$ 1.700,00 na época e já me derreeram o dobro".

Leo Gandelman - Usa quatro saxofones da marca Selmer: um soprano (boquilha Selmer F e palheta La Ver Medium), um tenor (boquilha Dukoff M8 e palheta Rico Royal 2 1/2), um alto (boquilha Dukoff D8 e palheta La Ver Medium) e um barítono (boquilha Brillard e palheta Rico Royal 2 1/2).

Michael Brecker - Selmer Tenor, boquilha Guardala e palheta Reeds.

Diane Schuur segue a trilha das deusas

Do Reportagem Local

A apresentação da cantora Diane Schuur na noite de abertura do Free Jazz em São Paulo, antecedem, repetiu rigorosamente o programa da edição carioca do festival. Cinco das treze canções de seu show foram retiradas do seu primeiro LP, "Deedles", lançado há quatro anos por sua mecenas, o compositor e maestro Dave Grusin (autor das trilhas de "Tootsie" e "Rebelião em Milegro"). Impulso mercadológico? Pode ser. "Deedles" acabou de chegar às lojas pela gravadora CBS.

Sarah Vaughan
É certo que seu primeiro disco tem repertório mais balanceado para consumo imediato. Vai de uma balada como "Teach me Tonight" (sexta canção da noite) ao inflamado discurso "soul" da faixa "Reverend Lee" de Eugene McDaniels, em que Schuur se submete a uma corrida de uulzinhos num "scat" francamente inspirado em Sarah Vaughan (mas ainda longe dela, evoque-se). Schuur está a milhas de distância da morada das deusas (Ella, Billie e Bessie).

Não quer dizer que Diane Schuur seja uma cantora descartável. Lenge disso. Sua interpretação de "Amazing Grace" foi comovida e "The Very Thought of You" só não saiu melhor que a gravação porque no disco havia uma orquestra sob a direção de Grusin no lugar do trio que a acompanhou no Free Jazz. Ainda assim, uma carreira para ser seguida de perto. For sure.

(Antonio Gonçalves Filho)

Leia mais informações sobre o 4º Free Jazz Festival no p. 14



A cantora Diane Schuur na abertura do Free Jazz Festival antontem em SP

Indifolha

AS MAIORES BILHETERIAS DO ANEMBI

(última semana de agosto; em milhões)

Alô, Alô, Favelado 4	Young Guns	Die Hard	A Faithful Heart	Exatidão
12,6	5,0	4,5	4,4	4,0

Fonte: "New York Times"

FOLHA DE S. PAULO

Diretor de Redação: Otávio Frias Filho • São Paulo, sexta-feira, 9 de setembro de 1988 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 68 • N.º 21.709 • Al. Barão de Limeira, 425 • Cr\$ 120,00

Cai intervenção na Transbrasil Bolsa suspende ações da Engesa Para bancos, 12% são inflacionários

A intervenção decretada pelo presidente José Sarney na Transbrasil durou menos de um dia. Entrou em vigor ontem de manhã, com a publicação do decreto nº 96.693 pelo "Diário Oficial" da União, e foi suspensa à tarde, por liminar da Justiça. Ana Maria Pimentel, da 3ª

Vara de Brasília. O acionista majoritário da Transbrasil, Omar Fontana, que pediu a suspensão da intervenção, disse que a empresa precisa atuar com liberdade na ação ordinária que move contra o governo, por perdas que teria sofrido durante o Plano Cruzado. PAG. E-3

A Bovespa suspendeu as negociações com ações da Engesa porque até ontem a empresa não havia respondido se tem conhecimento de fatos que justifiquem "as significativas oscilações" nas cotações nos últimos pregões. Além de rumores sobre a venda de 400 tanques Osório à

Arábia Saudita, no valor de US\$ 2,5 bilhões, há versões sobre eventual operação de conversão de dívida para saneamento financeiro da empresa. A Comissão de Valores Mobiliários poderá investigar se houve uso de informações privilegiadas. Leia no Painel Econômico. PAG. B-2

A Federação Brasileira das Associações de Bancos (Fabraban) afirma em documento que o labelamento da taxa real dos juros em 12% ao ano, aprovado pelo Congresso constituinte, poderá elevar as taxas de inflação a "níveis explosivos". O texto, enviado ao Banco Central, avalia

que, se a União seguir a medida e lautar os juros, o setor público terá dificuldade para atrair aplicadores para seus títulos. A partir daí, segundo a Fabraban, a alternativa para o governo seria emitir moeda "em quantidade intolerável", estimulando a inflação. PAG. B-7

Salários opõem Aureliano ao Planalto

Nina Simone é a voz da noite no Free Jazz

A cantora e pianista Nina Simone, 55 — que diz ter 48 —, é a principal atração da noite de hoje no Free Jazz Festival, em São Paulo. Em entrevista exclusiva à Folha, ela diz que gostaria de ter sido pianista clássica, mas a necessidade de se apresentar em clubes noturnos para sustentar a família acabou impossibilitando a realização de seu projeto. O saxofonista John Lurie, que se apresenta amanhã com o grupo Lounge Lizards, afirmou que não gosta do festival de jazz. Para ele, coisa assim não tem "perdição no tempo".

Na noite de ontem, 95% dos presentes classificaram o concerto do violonista francês Stephane Grappelli como "ótimo", segundo pesquisa do Datafolha. Na ilustrada, a crítica de moda Custáncia Paetzel aponta as tendências predominantes entre os frequentadores: a mistura de estilos do passado e do presente cria o "look contemporâneo". A objetivo do fotógrafo Bob Walforsen focava hoje o violonista Stephane Grappelli acompanhado por Monique Gardenberg, produtora do Free Jazz. PAGS. E-1 e E-3



Em São Paulo, onde se apresenta hoje, Nina Simone disse à Folha que gostaria de ter se dedicado à música clássica.

Programa de TV será visto em 10 países

Des países participam amanhã da transmissão ao vivo e simultânea do programa de TV "Wrap Around the World" (Envolva o Mundo), organizado pelo papa da vídeo-arte, Nam June Paik. O programa deverá ir ao ar no Brasil, via satélite, às 11h (em São Paulo, pela TV Cultura). Ele tem como objetivo celebrar o espírito de confraternização dos Jogos Olímpicos de Seul, que começam dia 17. Hans Berman, criador das vinhetas e aberturas da Rede Globo, representa o país no evento. PAG. E-14

O ministro das Minas e Energia, Aureliano Chaves, está em rota de colisão com o Palácio do Planalto por não ter seguido a orientação do governo nas negociações salariais da Petrobrás. "Lá tomei a decisão e posto final. O ministro (Sarney) não fez qualquer restrição", disse o ministro. A Petrobrás, conforme determinação de Aureliano, deu entrada ontem no Tribunal Superior do Trabalho (TST) com um pedido de dissídio coletivo. Os petroleiros reivindicam reposição salarial de 200%. O Planalto só aceita a reposição da inflação oficial menos as antecipações de US\$ 2 e outras benefi-

cias, o que dá um índice de 63,37%. "Quem vai resolver a questão da Petrobrás é a Justiça", afirmou Aureliano. As atitudes do ministro contrariam o que o governo enviou por Sarney aos membros do governo no dia 21 passado. Não, o presidente ordena que sejam cumpridas as determinações e decretos-leis existentes sobre os salários nas estatais. O Banco do Brasil concederá um reajuste salarial de 120,42% para os seus funcionários, que estão em dissídio coletivo. É uma tentativa do banco de esvaziar a greve associada para quarta-feira próxima. PAG. B-1

Orçamento das estatais desprezeta meta fixada

O orçamento das estatais, que está sendo elaborado pela Joplan, prevê um déficit superior aos 0,5% do Produto Interno Bruto (PIB) fixados para estas empresas no Orçamento Geral

da União. A primeira versão, discutida na semana passada, continha uma previsão superior a 2% do PIB. Os cortes feitos a partir daí ainda não conseguiram assegurar os 0,5%. PAG. B-1

Genro de Brejnev afirma que "abusou" do poder

O genro de Leonid Brejnev, Yuri Churbanov, admitiu ontem ter "abusado do poder" quando foi vice-ministro do Interior (71 a 84). A confissão foi na Suprema Corte, em Moscou, no quarto

dia do julgamento de nove ex-membros do governo de Brejnev (84 a 92) acusados de corrupção. Churbanov negou ter desviado US\$ 1,1 milhão dos cofres públicos do Urbequ Coast. PAG. A-9

Caso Soyuz tem debate na televisão soviética

O drama da Soyuz TMS pode ter sido causado por um erro da base espacial de Baikonur. A hipótese foi levantada por especialistas durante o programa de maior audiência da televisão

soviética. Segundo eles, foi utilizado para a aterrissagem o mesmo programa usado há dois meses no pouso de outra nave do tipo Soyuz, com tripulação da URSS e da Bulgária. PAG. C-6

Ilustrada

FOLHA DE S. PAULO

Sexta-feira, 9 de setembro de 1982 - E-1

Nina Simone, a pantera do jazz, promete se render ao comercial

Público acha que vale lutar contra o sono

Do Reportagem Local

ANTONIO GONÇALVES FILHO
De Reportagem Local

Dona Eunice Kathleen Wayman, 55 (filiz para todo mundo que tem 40), conhecida como a cantora Nina Simone, é simpática como uma pastora fanática. Deve odiar jornalista. Gostou em particular. A repórter não é vendadora. A entrevista acabou que convenceu — e esse é o verbo que ela mais detesta — antes, no hotel Macknood Plaza, em São Paulo, reuniu um batalhão de repórteres. Ela não falou nada além das dez minutos que havia prometido.

Antes, porém, escolheu dois jornais para uma entrevista exclusiva, a Folha e "O Globo". Ainda assim deixou claro que não falaria mais de que 15 minutos cotizados no relógio por seu empresário Raymond. Com seu vendedor de fundo de cenário, Nina seguiu que tinha treze horas de café e um pedaço de banana quando estava na pia e, reatada como o diabo, disse que não seguiria carreira de pianista clássica porque idiotas colocaram farinha no seu arroz.

Temas como religião e política passaram pelo estúdio como comidas e bebidas de baraca negra. "Sou religiosa, mas não quero discutir minha religião. Acredito em todos e sou a favor de tudo o que funciona, que traz paz às pessoas". Reclamou que está trabalhando demais, gravando como nunca antes no estúdio, em outubro, como convidada de Peter Townsend, e termina de registrar as canções de seu próximo LP. Mas está disposta a voltar ao Brasil para uma turnê, condicionando esse retorno ao lançamento do disco "My Baby Just Cares For Me", que a gravadora deve colocar brevemente no mercado.

A canção foi usada num comercial de perfume Chanel e é Marilyn Monroe "vestiu" duas garças d'ele para dançar. Nina deve ter fatiado uma nota pesada na transação comercial. Além, é claro, de um blá-blá-blá Chanel que ela está desfilando. Faz parte do conjunto um vídeo de nudez com dicite gurgure e diábetes em movimento. Ela usará para ir às compras. "Essa canção, 'My Baby', me tornou popular em todo o mundo. Gravei essa música há 23 anos e acabei de fazer um videoclip. Não acho curioso o fato dela estar fazendo sucesso também agora, mas maravilhoso".

Reconhecendo quando uma repórter, na coletiva, pergunta qual a sua opinião sobre os movimentos para os direitos civis dos negros, Nina respondeu que "nos Estados Unidos, pelo menos, a situação parece estar melhorando por causa de Jackson". Está falando e corre-



A cantora Nina Simone, que se apresentou hoje à noite no Free Jazz, durante entrevista concedida ontem em um escritório no hotel Macknood Plaza.

gendo em suas costas todo o tamanho do mundo, Nina Stiffelmeier estava pronta para cantar "Go to Hell". Aháim, a entrevista encimou.

Falha - Você está escrevendo sua biografia, "Between the Keys" (entre chaves), que tanto pode significar "Entre Chaves" como "Entre Notas"? O que estará e o que não estará no livro?

Nina Simone - Muitas aventuras e casos amorosos. Vivi na África por algum tempo. Passei cinco anos na Líbéria, três anos em Barbados e um ano na Guiné.

Falha - E como será seu novo disco? Terá canções de composição de música pop como as de Bob Dylan, que você já gravou?

Nina Simone - Meu próximo LP será um álbum comercial com composições minhas na maioria das faixas e provavelmente será distribuído pela EMI ou qualquer outra grande empresa. Tenho feito coisas comerciais há algum tempo. Foi, por

exemplo, "Sugar in My Bowl" para um comercial da colônia Old Spice, e "My Baby Just Cares For Me" foi usada na publicidade do Chanel nº 5. E agora estou gravando com Peter Townsend, do conjunto Who.

Falha - Você não tem ter seu nome vinculado a produtos, decepção de seu público? Seus fãs podem rejeitar esse disco comercial, não?

Nina Simone - Eu tenho 27 discos gravados e muitos deles são comerciais. Não creio que isso possa alienar meu público. De resto, só cinco discos foram lançados no Brasil. Talvez não lancem os mais comerciais.

Falha - O que você conhece do Brasil, da situação política e econômica do país?

Nina Simone - Não conheço coisa alguma.

Falha - Você estudou piano clássico e chegou a fazer cursos no Juilliard School e no Curtis Institute com Vladimir Sokoloff. Por que não seguiu a carreira de intérprete credita?

Nina Simone - Sim, estudei piano clássico por 22 longos anos e teria seguido carreira se tivesse dinheiro para isso. Acordou que era pobre e foi rejeitada pela Curtis Institute of Music de Filadélfia. Então, não tive outra alternativa além de cantar em clubes noturnos para ganhar a vida e sustentar a família (o pai de Nina era empregado doméstico e o pai biológico com oito pirilhos para criar).

Falha - É verdade que era nome artístico, Nina Simone, foi adotado para esconder a verdadeira identidade de Eunice Wayman dos pais de seus alunos de piano nessa época?

Nina Simone - Sim, é verdade. Eu admito que nome porque cantava em clubes noturnos e as pessoas tinham preconceito. Nina foi inspirado na palavra espanhola "nina", porque por essa época eu cantava de canto com um percu-ri-pumba. Acrescentei Simone porque soava bem.

Falha - Quais foram suas impressões sobre a plateia do Free Jazz no

Rio de Janeiro? Haverá alguma alteração no programa de hoje à noite de sua apresentação em São Paulo?

Nina Simone - O público era bom, o plano está. Quanto ao programa ainda não decidi o que devo cantar em São Paulo.

Falha - Por que suas canções que prestam tributo a pessoas e a causas políticas não lhe trizes? Você nunca considerou a possibilidade de escrever algo sobre a mulheragem a elas?

Nina Simone - Elas são tristes? Não sei (pele um cigarro a Raymond). Talvez. Pode ser, porque elas são antigas e as situações eram tristes.

Falha - É verdade que você já vendeu canções para viver? Disse que você saiu dos Estados Unidos para marcar na Holanda porque o governo e as companhias de disco dificultavam sua vida por causa de sua militância política.

Nina Simone - Nunca vendi canções, tenho minha própria editora. Quanto ao resto é verdade.

Se comparado com as edições anteriores, o 4º Free Jazz Festival está pompando muitas noites mal dormidas e dias vividos como sonhos aos seus espectadores. Ao contrário do ano passado, que teve a sua noite mais longa com o show de Hermínio Pagnoni — que acabou com a nascer do dia —, a abertura da parte paulista acabou inesperadamente cedo por volta de 10h30 da madrugada de quarta-feira a quarta-feira. Já a noite de quarta-feira, que teve a cantora Diane Schuur eram apenas agradáveis sugestões de um travesso falfo e brevíssimo momento.

O cantor da Zena, Guilherme Iznard, 31, durante o primeiro intervalo de terça-feira, prometeu compensar todos os dias da abertura da primeira noite, disse que a banda Zil e surpreendeu "superlegal, eles arrebitaram". Mesmo achando ótimo a cantora Diane Schuur, Iznard saiu antes do fim de sua apresentação, movido por um cansaço que cria sobre a maioria dos espectadores com a mesma força com que a pneumonia de Miles Davis agiu sobre os organizadores do festival.

A pesar das elogia de Iznard para a dupla de cantores da banda Zil, houve opiniões discordantes. O engenheiro Carlos Clara, 36, um frequentador de todas as edições do festival, não gostou dos "vô... não... não... não... de 24 Renato e dos "insólita, doré pará... de Cláudio Nucci. "Quando não tinha os vocalistas ficava legal", disse Clara. Clara está interessado para que os shows virem a madrugada, pois acredita que assim valorizará o investimento feito na compra dos ingressos. O "day after" não é incomum para ele, basta uma dose de guaraná bem forte de manhã para encarar o trabalho.

Admiradora do violonista francês Stéphane Grappelli, "efe é um sonho, quando foi fazer a seleção dos shows ele teve disparado na lista", a apresentadora de TV Marília Gabriela disse que acredita chegar até o fim das noites mas acha que os shows poderiam terminar mais cedo se não fosse a reação muito "maliciosa" do público, aplicando a tempo todo e provocando o alongamento das apresentações.

Entre os frequentadores de cartório (ou melhor, credenciado) está o guitarrista do Freemeditando e Breco, Manga, 22, que considera a seleção do artista desde sua homenagem mais fraca. Ouve integrando de tempo do Préméd, o flautista e saxofonista Claus Petersen, 36, apresentava o festival para ver todos os satisfatória. Para Claus, o Brasil vive uma deserto cultural tão grande que é obrigatório atravessar esta maratona. (FP)

Indífolha

OS DISCOS LASER MAIS VENDIDOS NA INGLATERRA



O violonista francês Stéphane Grappelli, quando tocava a canção "Somewhere in France" em sua apresentação de ontem.



O pianista Milt Jackson toca em seu instrumento durante a primeira noite do festival no Macknood Plaza.

Ilustrada

FOLHA DE S. PAULO

Sábado, 10 de setembro de 1988 — E. 1

Nove shows substituem Miles Davis na noite mais longa do Free Jazz

Promessa de "jam" vira marmelada

CARLOS CALADO

A edição paulista do Free Jazz mostra hoje sua noite mais longa e variada. Esse foi o efeito colateral da pneumonia que impediu Miles Davis de vir ao Brasil: quem possui ingresso para hoje recebe em troca do carnê de ingresso um show com nove atrações, erradamente chamadas de "Free Jam Session" (leia texto ao lado). Setecentos interessados ainda podem comprar ingressos para esta noite —devoluções por motivos frustrados— a partir das 10h.

Quem sobe primeiro ao palco do Aclimatis, por volta das 20h, é o metagroswesse Almir Safer. Tão estranho no nicho do jazz quanto o santoneiro garcho Borgehillho (que acabou muito aplaudido no Rio), o violão que já acompanhou a cantora Teri Kaplinski pode surpreender, mesmo improvisando, com ritmos do Pastoral. Se, ao contrário, não conseguir aquecer a plateia, nenhum problema. Os fãs de "black diva" Nina Simone já estarão preparados para aplaudir a de pé, logo que ela entrar em cena. Se repetir seu programa do Rio, ela abre com "Here Comes the Sun" de George Harrison e encerra "Young, Gifted and Black" e "Mistralip Goddam".

O volume aumenta bastante no próximo bloco, logo ele "babele". Sem seu ENI (o saxofonista), Michael Brecker, ao sax tenor, faz o maior esforço para reduzir as longas improvisações de sua banda ao restrito tempo. Trens providos: "Noblist Personal". A noite seguinte deve incluir ingredientes de Bossa Nova, já que a violonista Oscar Castro Neves foi um de seus precursores. Ele vem dos EUA com uma banda de "babele all stars": Ernie Watts (sax), Don Grusin (teclado), Abe Laboriel (bateria), Alex Acuña (guitarra), Phil Perry (vocal) e o "new age" Paul Winter. Segue o "take pop jazz" dos Lounge Lizards, além das gracinhas "blues" de John Lurie, "Big Heat" e "Hair Street" não-diferem quase certos.

Vinte minutos de solo de bateria com Tony Williams (já sem os parceiros Ron Carter e Mulligrew Miller) é garantia de impacto no próximo bloco. Pois que seguido pela excelente "babele" dos lá-lá Yellowjackets. Melhor para a cantora Diane Schuur, que tem sua última chance para apagar uma certa frustração deixada por suas performances ainda silibeanas. Mas vale a ter esperado pelo "gran funk" Courtney Pine, a maior revelação do festival, destrói mais algumas melodias com seu sax. Quem pedir "Misty" ou "I Can't Get Started" não se arrependerá do seu pedfio.



O saxofonista Courtney Pine, considerado a maior revelação do festival



A cantora Nina Simone é a segunda atração de hoje à noite, no Free Jazz



O pianista Oscar Castro Neves, em seu momento de maior expressão



Michael Brecker, ao sax tenor, faz o maior esforço para reduzir as longas improvisações de sua banda ao restrito tempo

Do Redução
"Jam session" significa originalmente uma sessão em que músicos se encontram para improvisar, sem ensaios. Em inglês, "jam" tanto tem a acepção de "partida", como serve de abreviação para "jazz after midnight" (jazz depois da meia noite). A noite da última segunda-feira no Free Jazz carioca prova que o nome "Free Jam Session" era literalmente marmelada. Ninguém saiu de seu roteiro pré-estabelecido e se juntou a outros músicos para improvisar alguns temas não-convencionais, nem mesmo depois da meia-noite. Tudo seguiu muito certinho, numa série de mudanças sutis. Dificilmente esse esquema será quebrado hoje, no Aclimatis.

O produtor de discos e gerente de palco do festival Festival Schmidt sente a falta das "jam sessions", comuns no Festival Internacional de Jazz de São Paulo, em 79 e 80. "Aqueles festivais eram mais autênticos. Acho que aquela geração ainda estava ligada ao rebelião dos anos 60, enquanto a de agora já veio para o 90, onde tudo é muito acomodado", diz Max Ochs que as "canções devem falar livremente, sem histórias marcadas" (opinião dividida com Massimo Gnakberg, produtora do festival, que diz ter "muita vontade" de que "jams" voltem a acontecer, como no 1º Free Jazz, em 81. FCC).

FREE JAZZ FESTIVAL
Programação em São Paulo

HOJE
21:00 - Almir Safer
21:30 - Nina Simone
22:00 - Michael Brecker Band
22:30 - Oscar Castro Neves
23:00 - The Lounge Lizards
23:30 - Tony Williams
00:00 - Yellowjackets
00:30 - Diane Schuur
1:00 - Courtney Pine Band
Local: Palácio das Convenções do Aclimatis

AMANHÃ
14:00 - Michael Brecker
Local: Praça da Pôr Jacques Bongarato
aven. sul de São Paulo
Ingressos: entrada franca

21:00 - Oscar Castro Neves
22:00 - Yellowjackets
22:30 - The Lounge Lizards
Local: Palácio das Convenções do Aclimatis
Ingressos: à venda no Palácio das Convenções do Aclimatis, no Heli-Plano (Shopping Iguatemi) e no Maknoon Plaza Hotel
Preço de C\$ 3.000,00 e C\$ 4.000,00
(doze noites) (cheques não cartões de crédito)

Obs.: Os horários de cada show são aproximados.

Indifolha

Os livros não ficam em capa dura mais vendidos nos EUA
(edições de R.N. e I.A.N.)

... de J. J. ...
... de J. J. ...
... de J. J. ...

Lounge Lizards tocam no Aeroanta

Do Reportagem Local
Aproveitando uma das noites que antecedem seu show em São Paulo, marcado para amanhã, os Lounge Lizards, uma das atrações mais esperadas do Free Jazz Festival, deram uma "caçula" antecursora no Aeroanta, em Pinheiros, zona oeste da cidade. O show contou com a participação completa do grupo, menos o do seu líder —o saxofonista John Lurie—, e do Gueto, banda que fazia um show no local.

Lurie mais uma vez mostrou-se diferente: foi ao Aeroanta com seus companheiros do grupo, voltando logo depois para o hotel. A performance musical dos Lizards começou com uma apresentação de 15 minutos, com improvisações de vários dos seus componentes. Em seguida eles saíram do palco —que foi ocupado pelo Gueto— e foram para o bar. O Gueto permaneceu e Urie Lizards —o saxofonista Roy Halderson, o trombanista Curtis Fowlkes e o guitarrista Marc Ribot— voltaram ao palco para encerrar, junto com a banda paulistana, "Lady Don't Mind", dos Talking Heads, cantada por João César.



J. J. ... (reportagem), performance dos Lizards, antecursora do Aeroanta

ARTESIA
PARA INDUSTRIA
REVISTA ORGANIZADA

FOLHA DE S. PAULO

Diretor de Redação: Otávio Frias Filho • São Paulo, sábado, 10 de setembro de 1989 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 68 • N.º 21.710 • Al. Barão de Limeira, 425 • C\$ 120,00

Com oito shows, 'Free Jam' substitui Miles Davis



A noite mais longa do 4º Free Jazz Festival começa hoje, às 21h, com a apresentação do violino Almir Sater, e termina depois de outros oito pequenos shows, é a "Free Jam Session", espetáculo que substituirá o concerto de Miles Davis, impedido de comparecer ao Brasil.

Em 'Livros', o surrealismo segundo Foucault

"Isto Não É Um Cachimbo", uma incursão do filósofo francês Michel Foucault ao universo surrealista da arte de Magritte, é um dos destaques do encarte Livros. Também na área de

'Pravda' já considera Trotsky líder em 1917



JOSÉ ARIEX

Pela primeira vez desde a década de 20, o PC da URSS reconheceu ontem o papel de Leon Trotsky na revolução de 1917. Em artigo de quase uma página, o "Pravda" comemora o livro "Trótski e Trótski", de Dimitri Volkogonov, do Instituto de História Militar, sobre a luta pelo poder entre Trótski e Josef Stalin. Segundo o artigo, Trotsky era o líder revolucionário mais popular depois de Lênin. "Ele não era um insigne do socialismo, mas era inimigo de Stalin", diz o texto. PAG. A-11

O saxofonista John Lurie, que se apresenta esta noite na "Free Jam Session" per estar com pneumonia. O saxofonista e ator John Lurie participa da maratona de hoje à noite, fazendo sua estreia para o público paulistano. Ontem, o grupo The Lounge Lizards, sem a presença de John Lurie, deu uma "canja" na casa noturna Aeroária. PÁGS. E-1, E-3 e E-4

artes plásticas, está chegando ao mercado brasileiro a coletânea "Teorias da Arte Moderna", que reúne textos e depoimentos de diversos artistas, de Cézanne a Giacometti. PAG. H-1

1989

Nesta quinta edição do Free Jazz, algumas mudanças marcaram o crescimento e o amadurecimento do festival. A começar pelo local onde aconteciam os *shows*, que passou do Anhembi para o Palace, criando um ambiente mais intimista do que o anterior. Os *workshops* com músicos trazidos pelo evento continuaram, mas além deles, realizou-se, também como atividade paralela, uma mostra de filmes históricos sobre o *jazz*. Arriscando um pouco mais na programação, pela primeira vez o festival soou *free* ao apresentar um expoente do estilo surgido em meados da década de 1960 quando procedimentos atonais foram introduzidos no *jazz*, aqui representado pelo pianista Cecil Taylor. Pode-se dizer ainda que as noites foram temáticas, embora tal afirmativa seja, aqui, apenas o embrião de uma ideia que ganharia muito mais força na década seguinte.

Quem sugeriu a divisão temática foi Carlos Calado quando, num pequeno guia sobre o festival, publicado em 22 de agosto de 1989 para a *Folha de S. Paulo*, declarou que a primeira noite seria a do *swing*, a segunda a da vanguarda, a terceira a do bebop, a quarta a do *fusion*, a quinta a do *blues* e a última a do ecletismo.

Apresentava, dessa forma, a melhor estruturação dos programas dentro do festival.

O *swing* abriu a temporada em São Paulo. Na verdade, Nana Caymmi foi a primeira atração. A diva do vozeirão, que faz as pessoas chorar, foi considerada como uma intérprete jazzística brasileira e teve o apoio da mídia em sua apresentação para o Free Jazz. Mas, depois dela, o público pode *swingar* ao som da *Count Basie Orchestra*. Embora sem o líder que

morreu em 1984, mas neste ano dirigida pelo saxofonista, Frank Foster, a *big band* agradou aos ouvidos mais saudosistas do Palace.

A história da orquestra de Basie é longa. Em 1989 já tinha mais de 50 anos de estrada e junto com a orquestra de Duke Ellington formavam as mais populares e importantes *big bands* da história do *jazz*. Fica comprovado pelo extenso número de talentos que por ela passou: teve Lester Young no saxofone, Freddie Green na guitarra e os vocais de Billie Holiday, Jimmy Rushing e Joe Williams que, aliás, se apresentou logo após a orquestra, mas acompanhado por ela. Para o *show* do Free Jazz trouxeram os vocais de Carmen Bradford para acompanhar nas composições do então recém-lançado álbum do grupo, “*The Legend. The Legacy – The Count Basie Orchestra Directed by Frank Foster*”, que saiu pela Denon Records nos E.U.A.

Foster foi o segundo substituto de Basie na direção da orquestra. Entrou para o grupo na década de 1950, ficou até 1964, quando saiu para formar o próprio conjunto. Além de compor para a orquestra de Basie e depois para o seu grupo, também fez arranjos para George Benson, Frank Sinatra, Tonny Bennet, Diane Shuur, dentre outros. Voltou para dirigir o grupo em 1986, depois da morte de Thad Jones, primeiro substituto de Basie.

A orquestra se manteve no palco para acompanhar seu ex-crooner, Joe Williams, conhecido pelo seu vozeirão grave, cantor tanto de baladas românticas quanto do mais puro *swing*, mas que deixava a todos boquiabertos quando cantava o *blues*. Antes de trabalhar com Basie cantou na banda de Coleman Hawkins, depois na de Lionel Hampton quando fez parceria com Dinah Washington. Ficou com Basie de 1954 até 1961, quando resolveu seguir carreira solo, apoiado pelo mestre. Foi eleito cinco vezes consecutivas, como o melhor cantor de *blues*, pelos leitores da revista americana, *Downbeat*. Veio para o festival tocar músicas de seu, na época, mais recente álbum, “*In Good Company*”, lançado pela Verve Records.

A noite da vanguarda não teve o mesmo sucesso de público, mas rendeu boas matérias para os jornais. O estilo de Cecil Taylor, por exemplo, até então era vetado ao público brasileiro tanto em discos como em *shows*, devido ao caráter anticomercail de sua música. Sua presença no Free Jazz revelou, portanto, um importante capítulo na história do *jazz* no Brasil. Quem abriu a noite foi a banda brasileira Aquilo Del Nisso, para depois entrar John Zorn e sua banda Naked City. Com arranjos criativos que uniam elementos como *surf music* e *bebop*, a banda fez um *show* onde a música aparecia como uma colagem de vários estilos. Chegaram a rasgar um *country* com intervenções pesadas e pontuaram o espetáculo com temas de filmes. A forma incomum de arranjar sua música, fez de Zorn uma figura

emblemática neste festival. Alguns acharam que ele queria apenas agradar aos ouvidos jovens da plateia, outros o enxergaram como um músico de vanguarda.

Inventividade, no entanto, foi com Taylor, uma das grandes sensações midiáticas. Tanto pelo seu ineditismo no país, como por seu caráter realmente *free*. Gravou com Coltrane em 1958, e disse trazer em sua música elementos da terra e da natureza. Apocalíptico em seu *show*, algumas pessoas saíram antes do fim, talvez assustados com as cotoveladas e toques com punhos fechados que o músico fazia em seu piano. Ele e seu quarteto começaram a apresentação na penumbra, tocando instrumentos de percussão misturados aos gritos de Cecil que lembravam as línguas afroindígenas e a partir daí apresentaram atonalismos e intensidade, fecharam de forma arrebatadora esta noite de vanguarda.

Ainda assim, energia é a palavra que descreve a terceira noite do evento que trouxe o sexteto de Horace Silver e o quarteto de Max Roach. Silver, junto com Art Blakey, foi um dos introdutores do *hard bop*, estilo que resgata as raízes *bluesísticas* do *jazz*. Tocou na primeira formação dos *JazzMessengers* de Blakey e depois juntou-se ao quinteto de Miles Davis. Seu currículo no *jazz* era suficiente para demonstrar a importância de sua presença no festival. Max Roach carregava uma importância similar: a partir do *bebop* foi um dos líderes da revolução rítmica, quando então, instrumentos não melódicos ganharam o direito de solar. Trabalhou não só com Miles Davis, como Thelonious Monk e o próprio Cecil Taylor. Começou o *show* com um longo solo de bateria demonstrando elegância e vigor na sua forma de tocar. No quarteto que trouxe, todos improvisaram com igualdade de condições. Os músicos eram: Odean Pope (sax-tenor), Cecil Bridgewater (trompete) e Tyrone Brown (baixo). Foi uma noite para satisfazer os ouvintes de *jazz*. Luiz Antônio Giron chegou a caracterizá-la como a melhor apresentação dentre os cinco anos de Free Jazz.

Na noite seguinte, de segunda-feira, era George Benson o grande esperado. Ele surgiu nos meios jazzísticos e tocou com Miles Davis, Herbie Hancock e Ron Carter. A partir da segunda metade da década de 1970, no entanto, se enveredou para o universo do *pop* e não parou mais de produzir *hits* como *Breezin*, *On Broadway* e *This Mascarade*. A crítica esperava que ele se comportasse mais jazzisticamente neste festival de *jazz*, mas aqui o *show* foi só sucesso, com lugar para todos os *hits* e poucos solos de guitarra, chamado de “glacê *pop*” por Carlos Calado. Ao que tudo indica, o que salvou a noite foi a apresentação dos brasileiros: Gilson Peranzetta (piano) e Sebastião Tapajós (violão), que juntos apresentaram ótimos arranjos para músicas brasileiras. A terça-feira foi toda do *blues*. O sucesso de público foi tão estrondoso que chegou a preocupar certos críticos, como Luís Antônio Giron, que associou a plateia lotada à simplicidade e emotividade do *blues*. Não há como negar, o

público que superlotou o Palace, nesta noite, dançou e cantou como em nenhum outro. John Lee Hooker, tido como o pai do *blues*, fez mistério.

Primeiro entrou sua banda, a Coast to Coast *Blues Band*, que tocou dois números com a vocalista Vala Cupp, para depois entrar o *bluesman* de terno, chapéu e óculos escuros. Foi do *blues* dor-de-cotovelo até o *blues* swingado que fez todo mundo dançar. Depois dele, foi a vez de John Mayall. Ele fez parte daquela leva de músicos brancos ingleses que tiraram o *blues* da obscuridade, sendo um discípulo direto de bluseiros como Hooker. Neste Free Jazz tocou gaita, teclados e guitarra, e manteve o clima quente depois do mestre. Seu guitarrista, Coco Montoya com seus solos arrebatadores foram, no entanto, a menina dos olhos da crítica.

A última noite de festival trouxe John Scofield Trio e Branford Marsalis, o Marsalis do saxofone. Mais eclético do que seu irmão, além de tocar música erudita, também trabalhou com Sting e fez parte dos *JazzMessengers* de Art Blakey em 1981, quando sua carreira decolou. Neste Free Jazz veio acompanhado de Kenny Kirkland nos teclados, Bob Hurst no contrabaixo e Jeff Watts na bateria. Fez um *show* sem concessões, onde preferiu tocar composições próprias e longos improvisos ao invés de *standards*, demonstrando dessa forma, seu estilo pessoal mais jazzístico do que *pop*. Antes dele, Scofield optou por antigas canções rearranjadas por seu estilo próprio e eletrificado.

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, pode-se observar que as reportagens abaixo referentes à edição de 89 do Free JazzFestival tiveram uma importância enorme para a valorização do evento pois somente os melhores espetáculos recebem uma reportagem de capa do Caderno Ilustrada.

Durante os três dias a Ilustrada reservou as capas para enaltecer os astros do *jazz* clássico como Joe Willians, John Zorn e Neville Brothers que figuraram nesta edição do festival. Acredita-se que por esta razão, do clássico e público mais restrito, o jornal não tenha dado manchete de capa para o evento, compensando com seguidas reportagens de capa da Ilustrada, que certamente fizeram brilhar os olhos de outros produtores musicais e empresas interessadas em investir no *marketing* cultural do *show business* vislumbrando a possibilidade de atingir um pouco do sucesso que esse evento estava obtendo.

O Palace era o local ideal para receber uma programação com mais atrações do *Jazz* em seus variados estilos, por ser um local médio, mais intimista que uma grande casa, além de conservar a imagem de uma casa mais sofisticada por suas instalações e privilegiada localização na zona sul, próximo ao parque do Ibirapuera. Talvez pela sofisticada programação a *Folha de S. Paulo* não tenha dado uma chamada de capa do jornal

restringindo-se à capa da Ilustrada que naquela época tinha uma diagramação mais leve que em anos anteriores. A capa dos cadernos usava um cabeçario com dois ou três módulos de aproximadamente 2col x 10 cm de altura com os principais assuntos e dependendo da importância do assunto principal a totalidade da página era destinada a ela.

Nessa edição foi dedicada a capa do Ilustrada inteira com o título “*Começa hoje a maratona do Jazz em São Paulo*” com uma foto única do lendário saxofonista Joe Willians, na época com 79 anos e uma das principais atrações dessa edição do festival. Essa matéria não tinha o propósito de falar do Festival e de sua organização, apenas do músico, seus discos, sua importância, etc.

O que de certa forma demonstraria uma distância das coberturas anteriores que ressaltavam mais a marca. Também não há aí nenhum logo criado pelo jornal para o Festival. Uma matéria comum que poderia ser dada pela Ilustrada sem a existência do Festival. Essa postura pode ser considerada como uma mudança de posição na forma de fazer a cobertura, mais retraída e sem valorizar tanto marcas apoiadoras dos eventos musicais como uma espécie de freio desta tendência crescente no mercado de *show business*.

Naquele momento histórico do país, vivia-se num cenário de incerteza econômica e política, com alta de juros, inflação incontrolável e às vésperas da eleição presidencial com a disputa entre Brizola e Collor para substituir Sarney, mas isso não impedia o investimento da Cia. Souza Cruz, claro que com um orçamento menor, mas estrategicamente direcionado para a elite cultural formadora de opinião, público alvo da marca de cigarros *Free*.

A divulgação através da mídia televisiva era apenas uma forma de campanha publicitária diferenciada daqueles maravilhosos e caros que a Cia. Souza Cruz bancava para outras marcas, então as notícias tinham o papel principal de criar o boca a boca essencial nesse modelo de entretenimento e uma experiência diferenciada para um produto de consumo de massa.

ilustrada

FOLHA DE S. PAULO

Sexto-feira, 25 de agosto de 1989 - F. 1

Começa hoje a maratona do jazz em SP

ANA CARMEIN FOSCHINI
De Reportagem Local

Em 1975 - há aproximadamente 14 anos - Count Basie gravou o disco "Code" com o Count Basie Orchestra. Na época, ele estava em São Paulo para uma apresentação no teatro.

Começa hoje em São Paulo a quinta edição do Free Jazz Festival, maratona de talentos que apresenta até a próxima quarta cerca de 27 horas de estilos jazzísticos variados. São 11 atrações internacionais e seis brasileiras. Realizam-se hoje no Palace duas legendas do jazz, o cantor Joe Williams, 70 e o Count Basie Orchestra, dirigida pelo saxofonista Frank Foster, 60. A cantora Nana Caymmi sobe a noite.

Após desembarcar em São Paulo na manhã de ontem, Williams diz à Folha que são raras as oportunidades de cantar com o Count Basie Orchestra. "A última vez foi em Junho, no Carnegie Hall. Sempre foi a minha favorita, mesmo quando eu cantava com outras orquestras", diz Williams. Ele considera encontrada a era das "big bands". "Não há mais tantos salões de dança. Mas sempre vai haver lugar para um bom cantor".

Joe Williams cantou com a orquestra de "Code" Basie de 33 a 41. Conheciam-se em 50, quando Williams ganhava a vida como vendedor de comêdicos. Somente em 55 veio o convite de Basie para integrar sua orquestra. "Disse que fui eu quem coloquei a Count Basie Orchestra novamente nas paradas é um ponto de vista individual", diz Williams no aerecete. "Não é o meu. Eu gostava muito de cantar com eles, é isso".

Em 55, Williams tinha a difícil tarefa de substituir Jimmy Rushing, que cantava com Basie desde a criação da "big band", em 35. "É verdade que Basie veio me perguntar se eu sabia cantar músicas do repertório de Rushing", confirmou o cantor. "Ele foi de propósito que eu respondi que não sabia".

"Bridges", a "Travessia" de Milton Nascimento que Williams

Palace ainda tem ingressos

De Reportagem Local

Ainda restam ingressos para as noites de amanhã e domingo na etapa paulista do Free Jazz. Eles estão à venda somente na bilheteria do Palace (al. dos Jamaris, 211, tel. 531-6300). Infoma, uma sala, das 13h30 às 22h, e custam NCS\$ 50,00 (salão) e NCS\$ 80,00 (terrace).

Amanhã estão programadas as apresentações de Aquilo Del Nião, Cecil Taylor e John Zorn. No domingo é a vez de Alemão, Max Roach e Horace Silver.

cantou no 150 Night Club em 83, não faz parte de seu repertório no Free Jazz. "Vou cantar músicas de meu novo LP, "In Good Company", lançado pela Verve Records", diz. "Vou cantar o de sempre, vocês já ouvem música brasileira demais".

Além de acompanhar a apresentação de Williams, o Count Basie Orchestra terá os vocais de Carmen Bradford nas composições do álbum "The Legend, The Legacy - The Count Basie Orchestra Directed by Frank Foster", recém-lançado nos EUA pela Denon Records.

Frank Foster dirige a Count Basie Orchestra, formada por 16 músicos, desde 86. "Simplicidade e swing", segundo ele, são os elementos que se mantêm. O filho de Basie, Aaron Woodard, 42, é o empresário da Orquestra. Segundo Woodard, que não toca nenhum instrumento, há cerca de três anos a orquestra passou a ser mais requilibrada. "Quando Basie morreu em 84, os negócios caíram um pouco. Alguns são especiais como músicos, Basie era especial como band-leader", diz.



Joe Williams, cantor e ex-integrante da Count Basie Orchestra, durante entrevista concedida antes em São Paulo

Gravações do 'crooner' são raras no país

SÉRGIO AUGUSTO
De Jornal do Rio

No mínimo por sua dimensão física, Joe Williams merecia ser chamado de "Big" (grande). Mas, como antes dele houve um cantor de blues chamado "Big" Joe Williams, o grandalhão "crooner" que hoje se apresenta no Rio Jazz Club e amanhã no carioca teve de abrir mão do apelido. Para a maioria dos críticos, seu antecessor na banda de Count Basie, Jimmy Rushing (1903-1973), é que era grande. Em todos os sentidos: vertical, horizontal e vocal.

Além de mais volume (seu apelido era "Mr. Five By Five"), Rushing teve mais sorte, pagando a orquestra no seu apogeu. Williams foi incorporado à banda em sua fase (1935-1960) menos criativa e mais bem-sucedida comercialmente. Como as realizações de Basie, entre nós, têm obsolecido ao critério de expressividade — o que, vale dizer que praticamente só se encontram gravações dos anos 30 e 40 —, a voz de Williams continua sendo raridade fora das praças dos importados. Mas, até agora, ao menos no Rio, a histórica "Everyday I Have the Blues", maior sucesso popular de Basie, já se tornou uma raridade.

O crítico francês André Hodeir acha que Williams possui um grave defeito: ser previsível em suas interpretações. Ou seja, ele sempre cantava "Everyday I Have the Blues" do mesmo jeito, sem alterar uma nota. Há um certo exagero nessa observação, como talvez haja nas opiniões daqueles que o consideram o maior cantor de jazz vivo. De blues entendiado certamente é.

No meu "pick-up" afetivo, Mel Tormé e Billy Eckstine ainda disputam, entre os vivos, a "pole position". O vencedor quente e viril de Williams me entusiasma mas não me emocionou tanto quanto o balanço avulso de Tormé e Eckstine. Isso, porém, não me impedia de lhe pedir um autógrafo, 15 anos atrás, num "night-club" de Redondo Beach, perto de Los Angeles, recebendo em troca um esparto e, muito depois, um hambrile pedido de desculpas. Junto veio o autógrafo. Que, por sinal, nem era para mim, mas para Ivan Lessa, um de seus fãs número um.

Quem foi o Count Basie

De Reportagem Local

O nome de Count Basie (1904-1984) é sinônimo de "swing". Aluno de Fats Waller, Basie entrou no mundo das orquestras em 1928, tocando para Walter Page. Sua orquestra entrou no Reno Club de Kansas City em 1935. O conjunto de Basie contemporâneo, juntamente com o de Benny Goodman, no histórico concerto de 1938 no Carnegie Hall de Nova York. O jazz era reconhecido pelo "establishment" cultural dos EUA. A orquestra de Count Basie é uma instituição dentro da história do jazz. Por ela passaram os saxofonistas Lester Young e Buddy Tate, e os vocalistas Billie Holiday e Joe Williams.

DISCOS DISPONÍVEIS

De Reportagem Local

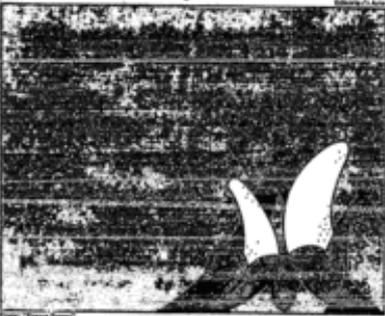
Não existe nenhum disco de Joe Williams no catálogo das gravadoras brasileiras. De Count Basie e sua orquestra foram relançados os volumes 1 e 2 de "The Essential Count Basie" (CBS, 1987, preço médio: NCS\$ 25,00). A Hi-Fi do shopping Igatemi tem ainda "Paradise Square" (NCS\$ 33,00).

A Musical Box (r. Armando Freixo, 1, tel. 66-7701, Higienópolis, região central) tem os seguintes compact-disco importados de Count Basie: "High Voltage", "Sing Along With Basie", "Basie and the Kansas City Eight Back Together", "LP! Of Genovese's Basie", "Fancy Pants", "Count Basie in London", "Gatch and Josh

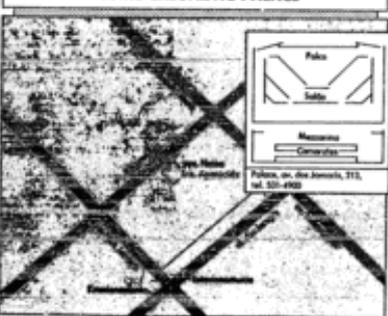
Again" (com Oscar Peterson), "Count Basie Jam/Montreux 77", "Count Basie Compact Jazz" e "Count Basie and Friends". Há ainda o LP "Incorporated" (com Billy Eckstine).

De Joe Williams há os CDs "Every Night" e "Having the Blues Under the European Sky" e os LPs "In Good Company" e "Pinetop Blues". Os CDs custam NCS\$ 130,00 e os LPs, NCS\$ 90,00. O Museu do Disco da r. Conselheiro Crispiniano (311, tel. 223-3988) só tem CDs de Count Basie: "Basie Basie", "A Classic Pair" (com Ella Fitzgerald) e "Perfect Jazz" (NCS\$ 150,00). A Hi-Fi da r. Augusta (2,194, tel. 881-3964) tem o CD "The Best of Count Basie" (NCS\$ 185,00).

Indifolia



COMO CHEGAR AO PALACE



'Workshops' de SP abrem dia 23

De Reportagem Local

Mantendo a praxe, a edição deste ano do Free Jazz Festival oferece três "workshops" (sala demonstrativa), a partir de segunda-feira, sempre às 14h, no Clube 150 do hotel Makoand Plaza (al. Campinas, 150, tel. 231-2233, região central).

Os artistas agendados são o pianista de "bebop" Horace Silver (segunda, 28), o saxofonista de "hard bop" Branford Marsalis (terça, 29) e o guitarrista John Scofield (quarta, 30), ex-integrante da banda do trompetista Miles Davis, mais ligado à música eletrificada e ao pop. Os ingressos custam NCS\$ 5,00. Os músicos sindicalizados pagam NCS\$ 4,00.

Benson - O guitarrista chegou ao Rio ontem, às 8h45. Ele falou aos jornalistas antes do "sound check" no hotel Nacional, e disse que incluiu músicas de Ivan Lins no repertório das apresentações.

Sivuca - O baterista Max Roach e o pianista Cecil Taylor antecederam um show de Sivuca antecroem no Rio Jazz Club. Eles são convidados para o palco.

ilustrada

FOLHA DE S. PAULO

Sábado, 26 de agosto de 1989 - F. 1

Zorn e banda injetam ruído no festival

MARCOS SHIRKOFF
Especialista de Arte e Cultura

JOHN ZORN E BAND CITY - Apresentação de novidade para o jazz brasileiro. O músico John Zorn, acompanhado de sua banda Band City, veio de Nova York para o festival de jazz em São Paulo. Zorn, 53 anos, é um dos mais importantes compositores e músicos do jazz contemporâneo. Sua música é caracterizada por uma linguagem extremamente diversificada, abrangendo desde o jazz tradicional até o rock, o punk e o experimentalismo. Zorn é conhecido por sua abordagem inovadora e sua capacidade de desafiar as convenções musicais estabelecidas.

A noite de hoje no Free Jazz Festival é a noite da mistura e da ruptura, e do privilégio do ruído. O veterano Cecil Taylor fica com a ruptura com as possibilidades de organização do jazz; mas é o saxofonista John Zorn, 53, junco com a banda "all stars" Naked City, que mostra para São Paulo a música mais avessa ao rótulo jazz que o festival trouxe até aqui. Ontem à tarde, pouco depois de chegar do Rio, Zorn falou à Folha sobre sua mistura particular de sons.

No Rio, o formato "hard" do repertório escolhido por Zorn incomodou o público. "Eles foram bravos. Mas chegou um ponto em que disseram 'já ouvimos muito disso, não queremos ouvir mais'", disse Zorn, com ironia. Sua reação mais rápida foi com alguma da platéia que começou a pedir Keny G (saxofonista de estilo "fusion"). O pedido entrou no campo de defesa.

Ele desconfia que venha a ser recebido também com algum desprezo seu novo LP, "Spy vs. Spy" (nome de personagens da revista "Mad"), que deve sair em uma semana em Nova York. O disco traz interpretações de Zorn para temas do pai do "free jazz", Ornette Coleman. "Ele provavelmente vai gostar", pondera. Seu outro projeto de gravação é o registro da banda Naked City, grupo capaz de conceber diferentes facetas de seu trabalho como compositor. O disco está programado para janeiro de 90.

As músicas do show de hoje vão ser escolhidas de uma lista de 65 encastadas pelo grupo, e não devem seguir o mesmo roteiro da apresentação carioca. As composições de Zorn dividem a coleção com seus arranjos de temas de trilhas sonoras para

cinema, por autores como John Barry. Mas desta vez, nada de Bert Bacharach, um de seus ídolos.

Ele concorda que seu tipo de leitura de temas cinematográficos reverte na sugestão de imagens e climas bastante diversos da ilustração que tais músicas faziam em sua forma original. Aponta que sua reinterpretação é uma soma de impressões provocadas pelas cenas dos filmes e pelas próprias partituras. Suas experiências em compor especificamente para cinema se limitam ainda a filmes de curta metragem e de distribuição alternativa. Pouco antes, na entrevista coletiva, disse que já teve propostas de Lisa Wertmüller e Robert Altman. Mas exige total liberdade sobre a concepção sonora, coisa que não vê acontecer o atual esquema de produção do cinema norte-americano.

Se suas peças amarram influências muito diversas que teve durante sua carreira, Zorn observa outras formas de colagem sonora com alguma distíncão. Mais envolvido no momento com uma expressão agressiva e ao mesmo tempo suntuosa, ele acha interessante o jêto "selvagem" com que o hip hop trata os sons. Indica entre seus prediletos no gênero Erik S., Kool Moe Dee e o Public Enemy, "mesmo que eles sejam anti-semitas". O "acid" traz um problema mais imperceptível, embutido na batida "disona": "É uma das coisas mais chatas que já ouvi". O sampler (instrumento que grava e reproduz qualquer som via teclado), motor do pop atual, não entra em seus arranjos com status de maravilha tecnológica, e sim como "mais um entre muitos sons, um outro instrumento entre outros".

Da mesma maneira, a presença de músicos de alta estirpe entra a crítica (ele tem cento e tantas páginas) participando da banda não influencia diretamente no material composto por Zorn. Ele reforça que a banda executa suas composições. A forma e a disponibilidade com que as peças são tocadas evidenciam a equipe.

Além do próprio Zorn, as atenções da crítica norte-americana e europeia se voltaram principalmente para o guitarrista Bill Frisell. Crítico na escolha de repertório — toca tanto com conjuntos que orbitam o pop quanto com músicos de jazz como Paul



O compositor e saxofonista John Zorn, que hoje lidera a Naked City em sua segunda show dentro do Free Jazz Festival

Para Taylor, público não escutou nada

CARLOS CALADO
Enviado especial da Folha

O pianista Cecil Taylor, que fecha o programa de hoje do Free Jazz, não parecia muito preocupado com a grande descrença do público antes do final de seu show no Rio. No dia seguinte, na tarde de quarta-feira, ele falou à Folha sobre sua primeira apresentação no Brasil, enquanto tomava um sorvete no restaurante do Hotel Nacional.

"Eles não ouviram, não escutaram nada", disse o decano do "free jazz", ao ouvir que muitas pessoas reclamavam da falta de momentos mais calmos em sua performance de 45 minutos. "Explori diferentes níveis de intensidade", justificou. "Havia elementos bem diferentes no piano. Era um duo percussivo tocado de modo bastante diverso. Você tinha um contrabaixo também tocado de forma diferente, além de mim. Cada músico estava envolvido em funções bem específicas. E ainda tinha as vozes e os cantos. Acho que essas pessoas deviam estar mais atentas", completou.

Após se preparar para cada uma de suas performances, Taylor se preocupa com vários detalhes. "Um deles é o envolvimento físico com o instrumento. Depois, deve haver uma pesquisa do material de leitura. Então você define o que deve materializar em seu instrumento musical. Finalmente você decide como organizar todas as coisas. Se você está num lugar que nunca viu antes, como eu, também deve olhar tudo que está em volta, a arquitetura, o mar, o céu. Todas essas coisas acabam entrando na performance", explica.

Taylor diz que se o ouvinte de sua apresentação "não se permitiu entender ao aspecto sonoro, ele estará desaproveitando e aí não vai ver ou ouvir mais nada". Para o pianista, "a música também está ligada à habilidade de se vê-la". Essa é uma das razões por que Taylor não gosta muito de falar sobre sua música, embora também tenha dito que está preparando um livro sobre ela. E apesar da polêmica toda causada por seu primeiro show, pouco ter gostado. "Foi uma performance maravilhosa, apesar do piano não estar muito bom. Me senti muito à vontade".

Saxofonista compõe para supergrupo

De Redação

A banda que impulsiona hoje as quase vinhetas de John Zorn (é que traz o nome de uma série policial dos anos 60, "Cidade Nova") pode ser entendido como uma constelação dos músicos mais criativos baseados atualmente em Nova York. É também um tipo de "tribuna": todos já trocaram participações em discos ou shows — solos ou de outros instrumentistas ligados ao mesmo círculo.

Além do próprio Zorn, as atenções da crítica norte-americana e europeia se voltaram principalmente para o guitarrista Bill Frisell. Crítico na escolha de repertório — toca tanto com conjuntos que orbitam o pop quanto com músicos de jazz como Paul

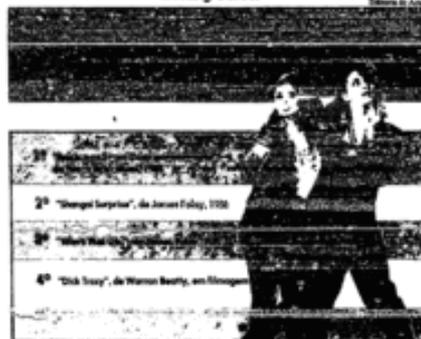
Modiano —, Frisell traz na bagagem tanto estudos de clarinete como uma graduação em guitarra pela Berklee College of Music, de Boston. É um mestre nas alterações bruscas e dinâmicas, passando de "jazz chords" hereditários à suavidade de seu ídolo Jim Hall de um compasso para outro.

Outro gládio da guitarra veio tocando baixo — o inglês Fred Frith, que começou sua fama ainda aos anos 70, no radical grupo progressivo Henry Cow. Durante a entrevista, Zorn disse não ouvir comento entre seus trabalhos de compositor e o de Frith, mas este também é estimulado pelas mudanças rápidas, se concentrando na polifonia e na complexa relação de temas sob diferentes timbres. A exploração

de maneiras alternativas de tocar guitarra e a improvisação fazem parte de seu estilo pessoal.

Além das tentativas está Wayne Horvitz, que de certa forma divide as atenções de Frith a respeito de ruído a partir do que é possível tirar das pentas e brancos. Horvitz já pôde ser ouvido no Brasil a partir do LP "This New Generation", lançado pela WEA no ano passado — que trazia entre os músicos Frisell e o guitarrista/baixista Elliot Sharp. O baterista Joey Baron, que já acompanha Zorn há algum tempo, não só aparece nos discos dos Ambitious Lovers como também moveu suas baquetas em "Estrangeiro", o mais recente LP de Caetano Veloso, produzido pela dupla Arto Lindsay/Peter Scherer.

Indifolia



LP é um clássico do "free jazz"

FLÁVIO MARCHI JR.
Especialista para o Brasil

SOFT STRUCTURES - LP de Cecil Taylor, gravado em 1966. Edição: Noneson, 1988.

A energia criativa dos grandes jazzistas sempre serviu de incha para mudanças de linguagem. No final da década de 50, Cecil Taylor já se mostrava inquieto em relação à cristalização do jazz, e ao lado de Ornette Coleman e John Coltrane tornou-se um dos mais importantes nomes do que viria a seguir: o "free jazz".

A mudança fez-se absolutamente radical. Ampliaram-se com tamanha rapidez os conceitos musicais (harmonia, ritmo, melodia, timbre, improvisação)

que o jazz pagou o preço de se ver privado da possibilidade do ouvinte em troca de liberdade de experimentação. E por liberdade não se entendia caos, Cecil Taylor procura a expressão de sua alma dramática com palavras que até então não tinham necessidade de serem inventadas. Para um novo sentimento é necessária uma nova expressão.

"Soft Structures", gravado em 66, é dos mais felizes exemplos dessa forma de expressão. O excelente grupo de músicos que dele participa faz desse disco quase um dicionário dessa linguagem. "Tales (8 Whips)" deve ser a primeira palavra a ser consultada. Feita em trio (piano, contrabaixo e bateria), deu (piano e bateria) e piano solo,

descende de Theodosius Spandok.

O título de "Enter, Evolving (Soft Line Structure)" contém delicadas linhas melódicas com uma sensibilidade que surpreenderá os que pensam que o "free jazz" é feito apenas de "clusters" (grupo de notas tocadas ao acaso). Em "Steps" e "United Structure (As Of a New Section)" o grupo toca a liberdade de comentar o outro, intervir, propor, criar texturas simbólicas, desmorilar hierarquias, e achar enfim um outro "swing".

Anos atrás Cecil Taylor disse que o homem é sua própria academia. É importante que ele conheça as outras, mas que continue sendo sua própria.

FLÁVIO MARCHI JR. é colaborador da Folha de São Paulo e do Jornal da Manhã.

Sem ingresso - O baixista William Parker, do trio de Cecil Taylor, e o saxofonista John Zorn não conseguiram a entrada de suas convidadas para o show de Sessas no Hotel Nacional.

Max Roach - O baterista comprou ontem nam shopping carioca algumas meias, uma camisa da Richard e calças de bombom de cêco da Copenhagen

LASER & VIDEO DISCOS
Argente e Shopping Ipanema
Rua...
Tel: ...

1990

No ano de 1990, pela primeira vez, o festival perdeu o patrocínio e não aconteceu. Em 1991, no entanto, retomou sua regularidade, patrocinado apenas pela Souza Cruz embora, no ano seguinte, também pelo Banco Nacional, ambos de forma prioritária. A partir daqui, percebe-se que cada vez mais o festival expande as fronteiras do *jazz*, de forma a aumentar o seu público e garantir o patrocínio tão necessário à sua perpetuação, ainda que sem abrir mão do *jazz* mais estrito.

Assim, se confirma como um dos mais importantes festivais de *jazz* no mundo. A década de 1990 marca o retorno de algumas estrelas consagradas nos Free Jazz anteriores e evidencia a importância do festival para o estabelecimento de uma crítica polifônica e divergente no país, onde há espaço para puristas e não puristas, para críticos de música popular, de música erudita e até de música eletrônica.

1991

Dizzy Gillespie, trompetista norte-americano conheceu quase todos os estilos de *jazz*, visto que nascido em 1917. Foi o grande par de Charlie Parker e juntos se transformaram em figuras expoentes do movimento *bebop* no *jazz* moderno. Dizzy era carismático e famoso pela sua forma de cantar e tocar com as bochechas inchadas seu trompete recurvo, essa talvez seja sua imagem mais conhecida. Na década de 1940, foi responsável pelo movimento afrocubano da música jazzística, ao incorporar elementos africanos e latinos no *jazz*. Para sua apresentação no Free Jazz trouxe diversos músicos que seguiam essa tendência. Foi o caso dos saxofonistas, Paquito D’Rivera de Cuba e Mário Rivera da República Dominicana; mas também do pianista do Panamá, Danilo Perez; do percussionista porto riquenho, Giovanni Hidalgo (que nesta apresentação veio substituindo a brasilidade de Airto Moreira); e do brasileiro, Cláudio Roditi no trompete. Embora neste ano Dizzy estivesse já mais velho e sem tanto vigor, caprichou nos solos econômicos e mostrou que na sua orquestra ninguém brinca em serviço. Vieram promover o disco “*Live at the Royal Festival Hall*”, e só receberam elogios da crítica. Afinal, quem ousaria ir contra um dos maiores jazzistas do século XX?

Ainda assim, a Orquestra de Música Brasileira teve mais espaço nos jornais. Com músicos abusando do poder performático em apresentações ao vivo, apareceram fantasiados no palco do Palace e fizeram todo mundo dançar ao som de maxixes, sambas, baiões e bossa-nova, ressaltando a música brasileira e seus maiores compositores como Pixinguinha, Ary

Barroso, Radamés Gnatalli e Tom Jobim. Um prato cheio para o público brasileiro, que terminou de pé, aplaudindo os 40 músicos da orquestra e seu maestro, Roberto Gnatalli.

Christopher Hollyday, na época com apenas 21 anos, veio mostrar como estava a nova leva de jazzistas norte-americanos. Com os olhos no passado e carregado de influência *bebop*, provou que o retorno aos padrões instrumentais tradicionais também levam ao futuro. O jovem saxofonista mostrou que sabe fazer música cheia de personalidade, como exige o *jazz*, apresentando composições próprias e *standards* jazzísticos, sempre com uma tendência para a estética do grito e um vigor vibrante. Apresentou-se com um trio também jovem que contava com pianista Bradford Mihldou, o baixista John Webber e o baterista Roland Savage. No bis, o grupo voltou ao palco para tocar um *blues* e assim comprovar a proximidade entre o *jazz* e a música criada nos campos de plantação norte-americanos. Para Carlos Calado, “o sax de Hollyday prova que o novo nem sempre é o que está na moda” (CALADO, Carlos. “Som acústico domina hoje”. In: Folha de São Paulo. Ilustrada. 18/09/1991).

O grupo vocal Take Six, no entanto, foi o que agradou a gregos e troianos. Superlotou o Palace e teve o carinho da crítica, que não poupou elogios ao grupo que louva a Deus em suas apresentações. Não sei se por sorte ou azar, a cantora Carmen McRae não pode vir ao festival, fato que garantiu mais uma noite aos seis vocalistas e mais uma plateia cheia para o Free Jazz. Com um repertório religioso de *gospel* e espiritual, o grupo comprovou que mesmo sem o acompanhamento de instrumentos, pode reunir o *beat* do *funk* e do *rap* no canto do amor divino e, assim, deixar a plateia em transe. Para os críticos, o sucesso do grupo comprova que o retorno ao tradicional em tempos de eletrificação, também é garantia de sucesso.

Neste ano também teve Zawinul Syndicate. Liderado pelo tecladista austríaco, Joe Zawinul, o grupo composto por Robert Thomas Jr. (percussão), Randall Bensen (guitarra e vocal), Michael Baker (bateria) e Gerald Veasley (baixo), mostrou um *jazzfusion*, com destaque para os sintetizadores de Joe. O tecladista, que trabalhou com Miles Davis nos discos: “*In a Silent Way*” e “*Bitches Brew*”, foi também idealizador de um dos grupos mais importantes de *electricjazz*, o Weather Report que contou com o percussionista brasileiro, Airto Moreira, com o baixista Jaco Pastorius e o saxofonista Wayne Shorter, dentre outros. Representaram neste festival a linha *fusion* e as novas possibilidades musicais a partir de instrumentos eletrônicos. Joe teve alguns problemas com seus teclados no começo do *show*, mas logo comandou o grupo por uma viagem sonora. Teve espaço até para os cinco músicos solarem ao mesmo tempo, alcançando voos de completa liberdade. Ainda assim, como instrumentos eletrônicos eram ainda difíceis de serem aceitos em um festival de *jazz* no

Brasil, receberam críticas que apontavam para a sonoridade que não funcionava sem os aparelhos eletrônicos, fato que demonstrava uma deficiência do grupo. Outros disseram que tais instrumentos deixavam sua música sempre parecida umas com as outras. De todo modo, o que se viu foi uma apresentação com um dos maiores representantes deste tipo de fusão.

Na sexta-feira, 20 de setembro de 1991, foi a noite da tradição. Quem abriu foram os brasileiros do Hard Bop & Café com seu *neo-bop*. Depois subiram ao palco o organista Jimmy Smith e o guitarrista Kenny Burrell, que ganharam o público logo no primeiro número. Mesmo com seu órgão elétrico, Jimmy mostrou uma sonoridade carregada de *blues* e *swing*. O auge foi quando tocaram hits como *Got My Mojo Working*, onde o órgão ágil e a voz rouca de Smith causaram arrepios na plateia. A dupla funcionou bem, e levou o clima dos pequenos clubes de *jazz* para o Palace. Deixaram o palco quente para receber o quarteto de Ahmad Jamal. E aí a espiritualidade foi forte, tanto que em uma manchete para a Folha, foi publicado: “Jamal recebe caboclo Bud Powell no Rio” (AUGUSTO, Sérgio. “Jamal recebe caboclo Bud Powell no Rio”. In: Folha de São Paulo. Ilustrada. 20/09/1991).

Marsalis enfrenta a velha guarda na noite mais longa do Free Jazz

O trompetista divide o palco do Palace com Ahmad Jamal, Jimmy Smith e Kenny Burrell

CARLOS CALADO

Das gerações têm um encontro marcado hoje, na noite mais longa e jazzística deste Free Jazz. De um lado, Wynton Marsalis, 29, "starling" do mercado fonográfico na última década. Do outro, os veteranos Jimmy Smith, Kenny Burrell e Ahmad Jamal, estrelas reveladas nos anos 50, antes mesmo que Wynton nascesse.

A disputa promete. Se o jovem trompetista está no auge da forma e fama, tocando e vendendo discos como nunca, os três mestres da velha guarda continuam exibindo toda a experiência acumulada em quatro décadas.

Na verdade, a briga é mais entre egos do que musical. Foi nos discos de jazz dos anos 50 — antes de tudo do "hard bop" e do "cool" de Miles Davis — que Wynton formou seu universo caótico (próximo ao do saxista paulista Hard Bop & Café, que abre a noite do Palace).

Hoje, o trompetista do Wynton se volta mais ainda para o passado, revisitando o jazz tradicional de mestres como Duke Ellington com as antenas dos anos 90. Em seus shows — prometeu, em entrevistas — devem entrar produtos recentes desse "back to the future" — as origens expressivas do jazz, incluídas na trilogia "Soul Gostares in Southern Blues".

Claro que a técnica de Wynton está acima de qualquer suspeita. Mas o que os velhos banditas não esperam mesmo é a propensão reativa que a mídia tem conferido ao garoto. "Ele não é um Miles Davis ou um Dizzy Gillespie", afirmou Jimmy Smith, antes de embarcar para o Brasil.

Só a platéia paulista vai ter a chance de ver esse embate de estilos jazzísticos clássicos e grandes egos numa mesma noite. Pela previsão carioca (leia texto abaixo), esta tem tudo para ser a melhor noite do festival.

LEIA MAIS
leia o Free Jazz p. 94.



O trompetista norte-americano Wynton Marsalis, durante apresentação no Free Jazz de 86, no Anhembi, em São Paulo

Jamal recebe caboclo Bud Powell no Rio

SÉRGIO AUGUSTO

O que se previa aconteceu: a terceira noite do Free Jazz foi a mais soft de todas. E, por motivos nada misteriosos, a melhor, graças ao afinado e inspiradíssimo quarteto de Ahmad Jamal.

Tudo de branco, Jamal parecia ser pai-de-santo. Nele baixou o caboclo Bud Powell. E também o caboclo Erroll Garner. Sempre acontece isso quando ele senta ao piano. Límpido, preciso, enérgico, elegante, Jamal mostrou pela segunda vez a uma platéia brasileira (a primeira foi há 14 anos) por que Miles Davis tanto se encostou com o seu estilo; ou melhor, com a "sofisticação da sua simplicidade".

Ele não fica criando notas e lúctas no teclado como Joe Zawinul e outros escravos da eletrônica. Seus "strides" e arpegjos nada têm de estibocionistas. E tão pouco é para chamar atenção que ele, volta e meia, se levanta para arredondar um acorde ou dar uma fuga ao piano. Seus lendários passos se explicam pela importância que ele sempre atribuiu à percussão, suporte fundamental do seu jazz, rico em repertários tonais e contrastes rítmicos.

Com um repertório encimado por temas longos ("Acora", "Belows", "Cycles") e uma dupla de acompanhantes fera de série (o baixista James Carmack e o baterista David Bowler), Jamal deu aula de "vau-faite" e modernismo sem afiação.

O organista Jimmy Smith e o guitarrista Kenny Burrell, a dupla que abriu a noite, já fizeram parceria em 15 discos. Não são muito chegado a órgão, mas temo de reconhecer que a bela sonoridade da guitarra de Burrell sempre cativou o que de melhor Smith tem encoberto ao seu velho Hammond. Como se estivessem em um clube noturno, este amigos e "cognocenti", os dois se deliciaram em repassar antigos complexidades, como "Organ Grinder Swing", "All They Long" e o blues funk "Back at the Chicken Shack", seguidas de alguns sucessos pessoais de Smith ("Midnight Special" e "Jumping The Blues") e três solos de Burrell no violão (aos dois quais, "Minha", de Francis Hime). A música brasileira, mai-

to apreciada pelo guitarrista, esteve ainda representada por Tom Jobim ("Corcovado", vulgo "Quiet Nights").

Coube a Smith roubar a cena com uma interpretação azáfama de "Laura". Pegando as notas de abertura pelas aristas e acomodando-se aos poucos às harmonias originais de David Baker, Smith passou em revista quase todos os estilos orgânicos das últimas cinco décadas (de Wild Bill Davis a Earl Grant, passando por Kate Smith e Kay Winding) e ainda arrumou um jeito de contrabandar algumas notas de "Clare De Lune", de Debussy. De repente, todo mundo se sentiu de volta aos intervalos dos cinemas da sua infância.



PERSONAGEM

McCartney é tema de filme de Lester

O ex-Beatle Paul McCartney, 48, esteve presente em um encontro em Hamburgo (Alemanha), para a estreia mundial do filme "Get Back" (nome de uma canção do LP "Let It Be"), dirigido por Beatles, de Richard Lester. O filme trata da turnê internacional do cantor em 1969, quando passou por 14 países, entre os quais o Brasil. À época, McCartney levou 2,8 milhões de pessoas a 102 shows.

A FRASE



Atualmente, se há um boato que um ator tem o HIV, ele não consegue manter sua base... Ele não trabalha.

Ele ator Brad Pitt — foto, no filme "Quente" —, morto aos 33 anos em Los Angeles, em 1993. Desde alguns anos, vive em alguns meses de vida, que a jornal "Los Angeles Times" publicou na semana passada.

INDIFOLHA

"NOVAS TENDÊNCIAS" DA 89 FM LANÇOU MAIS GRUPOS EM 1986

110 1985	122 1989	126 1987	139 1990	156 1986
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

BLUE NOTES

Uma greve de Infaero anunciou o embargo do Take Six para São Paulo. Enquanto os manifestantes gritavam slogans políticos, os rapazes, pensando se tratar do ano feio, quase deram um show à parte. Acabaram avisados a tempo que a situação era outra.

No primeiro show do grupo Take Six no Palace, quarta-feira, o vocalista Alvin Ches liberou a participação da platéia. "Podem bater palmas, que vocês estão aqui para se divertir. Vocês pagaram — e caro. O Free Jazz não é nada 'free' (grátis)".

Groover Washington Jr., desistiu da "jam session" que faria acontecer no Jazzmania, Rio. A Jam contou com seus músicos e os de Jimmy Smith.

A cantora Adyel era a tite mais fervorosa entre a congregação de Rio do Take Six, no Palace. A seu lado, na primeira fila, estavam André Christovam, Tássia Carmago, César Conney Mariano e Wilson Sisonal.

O saxofonista Christopher Hollyday mostrava preocupação com o encarte de injeção que tomou o palco durante sua apresentação no Palace, na noite quente de antecâmara. Em sua primeira visita à América, parecia receoso de ser contaminado com alguma doença tropical.

O pianista Ahmad Jamal comprou os assentos de jazz a Van Gogh, em coletiva no Rio: "já depois de morto ele foi reconhecido", disse.

PROGRAMAÇÃO DE HOJE EM SP

21h: Hard Bop & Café
22h: Jimmy Smith & Kenny Burrell
23h: Ahmad Jamal
0h:30: Wynton Marsalis Septet

Palace (ru. dos Juncos, 213, tel. 531-4900, Moema, sala sul de São Paulo). Ingressos: Cr\$ 15 mil (meio) e Cr\$ 21 mil (completo).

O NÚMERO

17

...por conta. É o número dos entrevistados pelo Instituto de Pesquisa Gallup na Hungria que discutiram assistir filmes pornográficos, exibidos pela TV estatal húngara desde meados de junho. A pesquisa revela que "Bismarck", com Sylvia Kristel, foi assistido por 1,3 milhão de telespectadores.

O fato de entrar vestido todo de branco e fazer uma música simples, porém energética e elegante, onde há espaço para a pausa e a percussão sempre marcante na sua

maneira de tocar, trouxe leveza e beleza para os ouvintes da noite e talvez esteja nesse ponto a proximidade que certos críticos encontraram entre a música do grupo e a espiritualidade. Bem entrosados e combinando elegância, técnica e improvisos frenéticos, com diversas fragmentações rítmicas, o grupo conquistou todos os presentes. Depois deles, foi a vez de Wynton Marsalis, que se apresentava pela segunda vez no festival (a primeira foi em 1986). O septeto mergulhou nas origens de New Orleans e abusou do efeito de sopros com surdinas, riffs e contrapontos. Foram aplaudidíssimos, principalmente quando o guitarrista, Kenny Burrell subiu ao palco para uma canja. Tocaram um *blues* e estenderam a pequena *jam* por mais dois números. Esta foi a noite mais longa, porém mais apreciada pelos críticos dos jornais. Uma noite para elevar os espíritos.

O *blues* apareceu na noite seguinte, e foi representado pelo brasileiro Arthur Maia, pelo guitarrista norteamericano Albert Collins e pelo, também norteamericano, o pianista Dr. John. Este último, vencedor de um Grammy pelo disco lançado em 1989, “*In a Sentimental Mood*”, deu o que falar na mídia devido a sua aparência exótica. Apareceu para a entrevista coletiva com uma bengala cheia de penas e penduricalhos, um brinco enorme na orelha direita e chapéu. Falou de sua aproximação com a religião Vodou e, assim, preparou o público para sua apresentação que incluiu velas acesas sobre o piano e levou os críticos a chamá-lo de curandeiro e a temer espíritos obsessores durante a apresentação. Fez um *show* longo, de quase duas horas de apresentação, onde ofereceu uma síntese de sua carreira. Albert Collins ficou prejudicado por ter duas cordas quebradas durante o *show*, passou dois números trocando as cordas e apelou para uma descida à plateia, com sua guitarra demoníaca, para reconquistar a simpatia do público.

A última noite do evento trouxe Grover Washington Jr., a promessa de garantir o público mais jovem para o festival, mas que perdeu em popularidade para os vocais do Take Six. O saxofonista norteamericano, embora já tivesse tocado com Ron Carter e Herbie Hancock, acabou se enveredando para o *groove funk* e foi, por isso, cotado como o mais popular deste ano. Ressaltou o *jazz* em apenas duas músicas durante o *show*, *In a Sentimental Mood* e *Blues For D.P.*, mas sua aproximação com o *pop* criou certo ranço na crítica.

Neste ano, o Free Jazz se ressentiu de atrações mais próximas da vanguarda e se manteve mais conservador se comparado à edição de 1989. Ainda assim, foi nesta edição que a mídia destacou com maior visibilidade a aproximação entre o *jazz* e o caráter espiritual da música.

Take Six leva seus 'spirituals' ao Palace

O sexteto vocal é a atração de hoje no Free Jazz, que também destaca o saxofonista Christopher Hollyday

EVA JOORY
Da Secarati do Rio

Atração de hoje e amanhã em São Paulo, o grupo vocal Take Six chegou ao Rio antecorrendo. Seus seis integrantes cantam "a capella" (às vezes, sem instrumentos), numa mistura de elementos de jazz, funk e música religiosa negra.



Com dois discos lançados também no Brasil (o primeiro já vendeu um milhão de cópias, no exterior), o grupo acabou de gravar o terceiro, só com músicas de Natal. O líder do grupo, Claude McKnight, falou com exclusividade à Folha.

Folha - Como foi reunir seis músicos num conjunto vocal?
Claude McKnight - O Take Six foi formado em 80. Frequentávamos a mesma escola, em Huntsville, no Alabama. Todos tocavam um instrumento, mas optamos por algo diferente: transpor para os vocais os arranjos que fazíamos com os instrumentos.

Folha - O que fez vocês optarem pelas "spirituals"?
McKnight - Nasceram e fomos criados pelos métodos da igreja. Quando crescemos, simplesmente decidimos continuar a usar as nossas vozes e o nosso talento para glorificar o Senhor. Colocamos isso na nossa música.

Folha - Quais foram as suas principais influências?
McKnight - Muita coisa nos influenciou: o jazz, o gospel, o blues. Ouvimos uma grande va-

riedade de estilos, que vai do Yellow Jackets ao Earth Wind and Fire, passando por Duke Ellington. Num grupo de seis, as influências são infinitas.

Folha - Como vocês combinam essas misturas de influências? Juntá-las não é difícil?
McKnight - Não muito. O importante é saber respeitar os gêneros e as influências de cada um. Normalmente, debatemos as ideias e, no final, fazemos um amálgama de tudo.

Folha - Qual é para você o seu melhor disco?

McKnight - O nosso novo álbum ("Glee In Christmas") é definitivamente o que prefiro. É aquele que melhor representa o talento de todos os integrantes do grupo. Os dois primeiros não foram tão bem explorados.

Folha - Vocês sentiram alguma dificuldade em introduzir a música ao público mais variado?

McKnight - Muita gente pensa que isso fosse ser difícil, inclusive a nossa gravadora. Pensaram que venderíamos entre 30 mil e 40 mil cópias do nosso primeiro álbum. Só que as vendas desse disco já atingiram até agora um milhão de cópias. Foi uma surpresa para todos nós.

Folha - O que você achou do Take Six ter sido incluído na trilha sonora do filme de Spike Lee, "Fuga a Toda Custo"?

McKnight - Gostamos de fazer coisas bastante diferentes. Cada um de nós trabalha também fora do Take Six, com outros grupos. Já cantamos com Joe Sample, Johnny Mathis e até gravamos uma música de Ivan Lins com Quincy Jones. Gostamos de aceitar novos desafios.



O trompetista Dizzy Gillespie durante seu show do Free Jazz, no Rio, antecorrendo à noite

Som acústico domina hoje

CARLOS CALADO

Não é de graça que os shows do Take Six estão sendo os mais procurados pelo público do 6º Free Jazz. O sexteto negro vai certamente confirmar, hoje e amanhã no Palace, que é a grande novidade dos últimos anos na música vocal.

Essa escopula de eletrificação muitas vezes escurbidia, a música "a capella" (sem acompanhamento instrumental) do Take Six pode surpreender um ouvinte desavisado. É o efeito de ouvi-lo ao vivo, só com os microfones na mão, sem qualquer traço de estúdio, é mais encantador ainda.

Com seu repertório religioso de "gospel music" e seculares "spirituals", o grupo consegue fundir com muito brilho o tradicional e o moderno. Ao injetar elementos do pop negro (soul, funk, disco-soul) e do jazz (swing, bebop), revitaliza essa tradição e, com ela, a própria música de hoje.

Mais jovens ainda do que os vocalistas do Take Six, o saxofonista Christopher Hollyday, 21, também se volta para o passado com os olhos no futuro. Sua inclinação ao bebop de Charlie "Bird" Parker lhe rendeu um modelo estético rigoroso, mas sempre vibrante.

Seu último disco, "The Natural Moment" (resquício pelo BMG, que preferiu lançar aqui o anterior "On Course") indica que o garoto começou a encontrar voz e sonoridade próprias, incluindo composições originais. O sar de Hollyday prova que o novo nem sempre é o que está na moda.

Completando o elenco de hoje, o pianista Maranhão Roffa, 35, tem a chance de se firmar frente ao público de sua cidade natal, já que desde 84 atua no Rio. Resgatando seu passado de músico erudito, ele leva ao Palace uma formação inusitada. Mistura um septeto de jazz (incluindo quatro sopros) com uma pequena orquestra de cordas. Pode ser a surpresa da noite.

Dizzy dança e brinca com a platéia no Rio

SÉRGIO AUGUSTO

A abertura carolosa do sexto Free Jazz Festival, no auditório do Hotel Nacional, não contou com a exibição da Orquestra de Música Brasileira, mas com o consertório jazz tropical do Assis Brasil Quarteto. Como era de se esperar, João Carlos Assis Brasil passou em revista o legado musical que seu irmão plêneo, Vitor, guardara aos boi e há pouco reedita um belo CD, "Self Portrait", lançado pela Knarup. O que Vitor deixou é uma das provas de que o baiano e o xaxado de Luis Gongaga se escuraram nas raízes do jazz moderno. É o que o quarteto do seu irmão está fazendo: é música de Príncipe

Mando. Principalmente quando Paulo Sérgio Santos sopra o seu sax e a sua clarinete.

Dizzy Gillespie e a United Nations Orchestra, as maiores atrações da abertura, fecharam a noite fazendo a mesma coisa. Ou seja, propondo o último disco gravado, "Live At the Royal Festival Hall", com o arduo de um standard francês engarrafado na América, "Autumn Leaves", introduzido pela dupla James Moody (sax) e Slide Hampton (trombone). Dois marcos da grande linha: Dizzy ("Mancuca") e "Tis Tin Tin", ambos compostos de parceria com Chano Pozo) abriram o show, colocando em destaque uma estrela (o saxofonista cubano Paquito D'Rivera) e um esplêndido re-

gru-três: o percussionista porto-riquenho Giovanni Hidalgo, que substituiu o senno Alvin Mizeria e somou conta das despedidas com uma exibição de virtuosismo comparável à de Steve Turre, que, a certa altura, tirou som de quatro ou cinco conchas, naturalmente inferior ao que costuma extrair do seu trombone. George Antheil teria adorado.

Numa joqueta azul, razoavelmente espalhafatosa e que nas costas recomendava "Live the Future" (viva o futuro), Dizzy dançou, brincou com a platéia, sericou na percussão e preferiu tocar o seu periscópio Schlika em surdina. Quem em sua banda brilha na boquilha de um trompete é o brasileiro Cláudio Roditi, que com o acetate dueto um dos

melhores álbuns, "And Then She Stopped", rumou com muitos cromossomos de bossa-nova.

O grande mistério do Free Jazz foi afinal desfilado: o cantor Little Jimmy Scott, ausente de todas as enciclopédias e de todos os catálogos de discos, não passa de um "break" jazzístico. Tem voz de fútsite, andar de marionete, ruído de música e se veste como um lanternista de cinema ou um acessório de hotel de luxo. A meu ver, não conta, faz baracada, escandindo as letras de "All of Me", "Time After Time", "Imagination", "Day By Day" e outros clássicos, como se estivesse ensaiando inglês à platéia. Ficaria melhor num filme de Fellini (ou naquele sinistro bar de "O Iluminado", de Kubrick) do que no Free Jazz.

A PROGRAMAÇÃO DE HOJE EM SP



21h: Maranhão Roffa
22h: Christopher Hollyday
23h: Take Six

Palace (av. dos Juncos, 213, tel. 521-4900. Moens, soto sul de São Paulo). Ingressos: Cr\$ 15 mil (mesa) e Cr\$ 21 mil (comortel).

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da Folha de S. Paulo, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do Show Business no Brasil, pode-se observar que Dizzy Gillespie obviamente arrancaria da crítica da Folha elogios e simpatia. Essa figura lendária e pioneira do Jazz tradicional trazia para o festival seu carisma garantindo audiência a qualquer notícia. Sendo assim a abertura da matéria de Eva Joory sequenciada pela de Sérgio Augusto apresentam um logo capitular do Free Jazz para dar o devido e merecido destaque a este dia em que o Caderno Ilustrada veio recheado de matérias musicais.

A matéria de capa da Ilustrada na edição de sexta feira reunia dois importantes críticos de música do jornal à época, Carlos Calado e Sérgio Augusto para ressaltar o

importante acontecimento ocorrido no palco do Palace: Wynton Marsalis, considerado uma revelação tocando junto com grandes nomes da velha guarda do Jazz.

Mais uma vez o logo estilizado como letra capitular abriria a matéria do festival numa demonstração explícita da importância do Festival para o veículo e seus leitores, ou melhor, para a cidade de São Paulo.

O Free Jazz Festival mais uma vez ocupava o posto de maior evento de música do país e porque não dizer do mundo, uma vez que a própria imprensa internacional assim reconheceu aquele momento histórico do país. Nosso Free Jazz não deixava nada a comparar com o Festival de Jazz de Montreux.

1992

Em 1992, algumas mudanças foram marcantes para o festival. Teve uma noite dedicada exclusivamente à música brasileira, outra para homenagens e ainda outra para apresentar novas estrelas do *jazz* atual. Em seu encerramento, o festival rememorou os grandes nomes do *jazz*. A abertura na noite das homenagens ficou por conta do pianista brasileiro, Wagner Tiso, que aproveitou o evento para divulgar seu último disco na época, “Profissão Músico”. As homenagens surgiram na sequência, com o *show* do clarinetista Eddie Daniels e do vibrafonista Gary Burton que, juntos, rememoraram Benny Goodman, o rei do *swing*. Para completar a equipe, trouxeram Martin Richards na bateria, Mugrew Miller no piano e Marc Johnson no baixo. Vieram também para divulgar o disco, “Benny Rides Again”, mas a grande surpresa foi o toque moderno que Eddie e Gary deram para antigas canções do bandleader. O grupo conseguiu reelaborar as exatas composições de Goodman, mas com novos arranjos, demonstrando, assim, a contínua evolução do *jazz*.

O tributo a Miles Davis não podia ser feito por qualquer um e por isso mesmo só vieram os grandes: Herbie Hancock no piano, Wayne Shorter no saxofone, Ron Carter no contrabaixo, Tony Williams na bateria e Wallace Roney no trompete. A celebração ao grande trompetista chegou a ser considerada como a apresentação do melhor *jazz* do mundo, talvez por fincar seus pés no passado, revitalizar a antiga atmosfera do *jazz*, seus grandes mestres e a satisfação dos críticos mais saudosistas. Todos da banda eram músicos consagrados e já haviam trabalhado com Miles, fato que deve ter emocionado os músicos durante o *show*, visto que o grande mestre morrera no ano anterior. Para a crítica, rememorar um Miles *pre-fusion*, foi a certeza de uma homenagem necessária e providencial.

A noite brasileira não teve menos prestígio nos jornais. Com Toots Thielemans no papel de mestre de cerimônia nacional, os modernos músicos brasileiros deram o ar da graça no festival. O gaitista belga, por ter gravado neste ano o disco “The Brasil Project”, para o qual convidou músicos brasileiros para gravarem repertório nacional, fez um trabalho parecido no palco do Free Jazz ao subir com a nata da MPB para uma noite dedicada à produção musical nacional.

Recebeu no Palace: Gilberto Gil, Edu Lobo, Chico Buarque, Ivan Lins, Eliane Elias e Oscar Castro Neves. Marina Lima também deveria participar e, embora o festival tenha publicado que ela estava doente, nos bastidores foi dito que sua ausência ocorreu devido a uma briga que teve com Toots. Foi a noite com menos venda de ingressos antecipados, devido à divulgação tardia dos músicos convidados. O *show* foi uma grande confraternização entre amigos, com Thielemans feliz, brincalhão e carinhoso com seus convidados.

Chico chegou de muletas devido a um acidente no jogo de futebol, mas emocionou a plateia ao cantar a música Beatriz junto com Edu Lobo. Oscar Castro Neves e o mestre de cerimônia fizeram uma ótima versão para Manhã de Carnaval e Gilberto Gil exibiu seu *swing* inigualável quando, em duo com Chico, apresentaram Baticum. No final, todos juntos, apresentaram a música de Thielemans, *Bluesette*. A alegria do encontro fez todo mundo sair com um sorriso no rosto.

Na segunda feira, 21 de setembro de 1992, foi a vez de estreiar a noite dedicada à nova geração do *jazz*. O festival apresentou para o público brasileiro o pianista e compositor dominicano, Michel Camilo; o trompetista, compositor, arranjador e bandleader norteamericano, Terence Blanchard, e o pianista, também norteamericano, Marcus Roberts, que abriu esta sexta noite do evento. O pianista cego, que tocou por muitos anos com Wynton Marsalis, abriu a noite acompanhado somente de seu piano e apresentou o som seminal de New Orleans com seu stride piano (estilo de piano jazzístico que se desenvolveu a partir do ragtime). Iniciou com a música imortalizada por Charlie Parker, Cherokee, tocou composições próprias e fechou com uma homenagem ao grande representante do *stride*, James P. Johnson. Revelou-se um excelente improvisador e compositor, deixando o público com sede de *jazz*. Aí veio o quinteto liderado por Blanchard, que passou pelo *bebop* e pelas baladas jazzísticas de Miles Davis dos anos de 1950, dando continuidade à história do *jazz*. Para a surpresa do público, subiu ao palco Oscar Castro Neves e juntos fizeram uma homenagem a Noel Rosa, ao tocarem uma de suas composições, Feitiço da Vila. O Michel Camilo trio veio depois como representante do moderno latin *jazz*, que nos anos de 1940 foi representado pela orquestra de Dizzy Gillespie. Um virtuose do piano que transita com

habilidade tanto pela música clássica, quanto pelo *jazz*, quanto pela música latina. Trouxe Cliff Almond para comandar a bateria e Edward Mann no baixo. O trio mostrou uma versão moderna para a música centroamericana, como parte de uma nova revolução estética para esta música. Embora com um Palace vazio, deixaram os poucos ouvintes boquiabertos. A crítica elegeu esta noite como a grande surpresa do festival, mas a produtora do evento, Monique Gardenberg, achou muito arriscado dar continuidade à noite do new generation, a não ser que ela fosse “apadrinhada” por algum músico conhecido, de forma a garantir sala cheia.

Kenny G, ao contrário, deixou o Palace cheio, embora pouco cotado pela crítica. O saxofonista norteamericano não se aproxima tanto do *jazz*, faz uma música mais próxima do *rhythm'n'blues* e prefere as baladas românticas aos criativos improvisos.

No mais, os grandes encontros deram o tom neste Free Jazz. A menina dos olhos foi, mais uma vez, Bobby McFerrin e sua inusitada forma de fazer música. Se destacou tanto na *jam*, quanto em sua apresentação solo e acompanhado pela voicestra, uma orquestra de vozes. O vocalista optou por um repertório novo, com músicas de seu então mais recente disco, “*Medicine Music*”. Terminaram o *show* reverenciando o Brasil ao cantarem Samba de Uma Nota Só.

O *show* de Dianne, no entanto, aconteceu efetivamente, no dia seguinte. Sua participação na noite de abertura, apenas aumentou a fome dos que desejavam saborear a música dessa revelação apresentada pelo Free Jazz, que já chegava elogiadíssima do Festival de *Jazz* de Monterey, onde cantou com a orquestra do cubano Tito Puente. A contralto mostrou influências africanas, passou pelo *jazz* tradicional e cantou onomatopaicas frases melódicas. Reforçou o clima de encontros deste Free Jazz. Foi considerada a grande musa do festival. A Duke Ellington Orchestra, embora tenha rememorado antigas canções de seu original *bandleader*, também apresentou Jorge Ben, numa animada versão para ‘Mas que Nada’.

A noite do *blues* teve menos repercussão neste ano. Abriu com a cantora Cássia Eller, que veio acompanhada do guitarrista Victor Biglione. Também trouxe Albert King, um dos maiores guitarristas do estilo, ao lado de B.B. King, John Lee Hooker, Albert Collins e Freddie King. Mais elogiado do que King foi o *show* de Robben Ford. Com um *power* trio formado por Ford na guitarra, Roscoe Beck no baixo e Tom Brechtlein na bateria, tocaram músicas do disco “Robben Ford & The *Blues* Line”, mas também clássicos como *Ain't got Nothing but the Blues*. O grupo fez um *show* animado, onde conseguiram transmitir toda a vivacidade do *blues*.

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da Folha de S. Paulo, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, o destaque que se observa na manchete de capa na abertura do Free Jazz Festival em 1992 é que a importância do Festival ainda continuava viva. A manchete no topo da capa do jornal é um sinal de que o evento mantém o prestígio de anos anteriores. É uma manchete espetacular que sem dúvida impulsionou o mercado de grandes eventos musicais. Observa-se a formação de opinião de mais uma notícia que enaltece o nome do evento associado a um acontecimento musical importante.

FOLHA DE S. PAULO ilustrada Terça-Feira, 22 de setembro de 1992 4-5

Toots se diverte em show com brasileiros

O gaitista belga teve Caetano e Chico, entre outros, como convidados no Rio; São Paulo vê a apresentação hoje



Caetano (da esq. para dir.), Toots e Chico, no Free Jazz

LUIZ CAVERSAN
Diretor da Sucursal do Rio

O comentário antes do show era o seguinte: ou vai ser muito bacana, ou muito chato. Não foi uma coisa nem outra, mas apenas morno, o encontro musical do gaitista belga Toots Thielemans com uma respeitável turma de brasileiros no Free Jazz. Quem mais curtiu o encontro —ocorrido ontem no Rio e que se repete hoje em São Paulo— foi o próprio Thielemans.

Oscar Castro-Neves, Eliane Elias (ambos radicados nos EUA), Ivan Lins, Edu Lobo, Chico Buarque de Hollanda e Caetano Veloso foram os convidados do gaitista. O acompanhamento esteve a cargo de Gilson Peranzetta, Jamil Joanes e Téó Lima. A ausência da noite ficou por conta da que seria a única voz feminina do grupo: a cantora Marina Lima se desentendeu com Thielemans no ensaio que precedeu a apresentação e fez "forfait".

Toots Thielemans é velho ami-

PROGRAMAÇÃO DE HOJE

SÃO PAULO

Toots Thielemans - O gaitista belga recebe seus convidados brasileiros:
Marina - Pode cantar com ele "Pseudo Blues" e "Mida";
Eliane Elias - Toca "Retrato em Branco e Preto" e "Momento";
Ivan Lins - Canta "Começar de Novo" e "Luminoso";
Oscar Castro-Neves - Toca "Felícia e Blanca" e "More Than Yesterday";
Edu Lobo - Canta "Casa Forte" e "Choro Bandido";
Chico Buarque - Canta "Joana Francesa" e "Futebol";
Gilberto Gil - Canta "Preciso Aprender a Ser Sô".

RIO DE JANEIRO

Marcus Roberts - Ex-pianista de Wynton Marsalis, Roberts tem visitado ultimamente o jazz tradicional de mestres como Fats Waller, Duke Ellington e Jelly Roll Morton.
Terence Blanchard - Depois de tocar no Free Jazz de 87 com Art Blakey, o trompetista americano volta com seu quinteto. Seu jazz, baseado no bebop, tem frequentado os filmes de Spike Lee.
Michel Camilo - O pianista e compositor da República Dominicana traz seu trio, com um repertório que funde o jazz a ritmos afro-caribenhos, como a salsa, a toca e o songo.

BLUE NOTES

Até a tarde de ontem, Marina ainda não tinha confirmado sua presença no show de hoje, com Toots Thielemans, no Palace. Segundo uma nota distribuída à imprensa no domingo, o motivo foi "febre".

Com uma "jam session" de três horas, a Voicestra festejou domingo seu último dia no país, pouco antes de embarcar para Los Angeles. O pontapé inicial foi o percussionista Munyungo Jackson (Dianne Reeves).

Como o trio de gaita, piano e violão (com Eliane e Oscar) para "Samba de uma Nota Só", o trio com Chico Buarque, ele cantando a lindíssima "Joana Francesa", e ainda "Coração Vagabundo", com Caetano.

Se tivesse ocorrido nos EUA ou na Europa, essa amostra irregular de música brasileira adotada pela gaita de Toots Thielemans teria sido um enorme sucesso.

ACONTECE



FOLHA DE S. PAULO



Diretor de Redação: Osvaldo Frias Filho • São Paulo, terça-feira, 22 de setembro de 1992 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 72 • Nº 25.183 • Al. Barão de Limeira, 425 • Cr\$ 3.500,00

Cai plantio de milho; soja cresce

Agrofolha PÁG. 5-3

SOJA AVANÇA NO CAMPO	
Previsão de plantio, em mil ha	
Julho 1992	Julho 1993
SOJA	4.012
MILHO	5.495
ALGODÃO	5.270

Toots toca em SP no Free Jazz

Ilustrada PÁG. 4-5



Carros a álcool se recuperam

Dinheiro PÁG. 2-1



Collor manobra para adiar votação

Câmara deve negar pedido de novas investigações incluído na defesa do presidente; Planalto vai ao STF

PLACAR DO IMPEACHMENT	
Posição declarada dos senadores	Posição declarada dos deputados
A FAVOR	366
64	36
CONTRA	36
6	101
EM BILHADO NULO	11



José Sarney Filho e Ulysses Guimarães discutem a estratégia da oposição para conseguir votos pré-impeachment - Pág. 1-9

O governo federal prepara um novo recurso judicial para tentar empurrar a votação da abertura do processo de impeachment para depois das eleições municipais do dia 3. O presidente Collor encaminha hoje à Câmara sua defesa. No documento, seu advogado pede novas investigações e depoimentos. "Não conhecemos as provas e não sabemos se não foram falsificadas", disse Gilmar Mendes, assessor jurídico da Presidência. Nelson Jobim (PMDB-RS), relator da Comissão Especial da Câmara que analisa o pedido de impeachment, admitiu que não vai aceitar o recurso — argumenta

que cabe à Câmara apenar autorizar ou não a abertura do processo. Os advogados do Planalto já redigem recurso ao Supremo Tribunal Federal. Jobim antecipou de quinta para amanhã a apresentação de seu parecer sobre o impeachment. A Comissão terá prazo de 24 horas para apreciá-lo e votá-lo.

O ministro Célio Berra (Justiça) avalia que a "capacidade de administrar a governabilidade se reduza a cada dia". Para ele, "a decisão sobre o processo de impeachment não deve se arrastar". **Brasil**

A mãe do presidente, Leila Collor de Mello, 56, vive a "fase crítica" de sua doença, informou hoje um dos médicos. **PÁG. 1-4**

'Bruxelas não vai nos controlar a identidade'

JOHN MAJOR
Especialista e "Evening Standard"

Os eleitores franceses disseram ontem "sim" ao tratado de Maastricht. Em razão da agitação nas últimas semanas, não ficou surpresa que a votação fosse tão apertada. Um debate tem tomado conta da Europa sobre o futuro da Comunidade. Inclusive em manter novos ideais. Não queremos ser controlados por Bruxelas.

Leia a imagem de sergo do pessoal brasileiro sobre o tratado europeu. **PÁG. 2-10**

PM contrata empresa sob investigação em S. Paulo

FREDERICO VÁSCONCELOS
Editor do *Palmeira 504*

A PM de São Paulo vai firmar um contrato de Cr\$ 9,5 bilhões com a Traco Trading para manutenção do sistema de radiocomunicação. A empresa responde a processos por evasão de dividas em importações de equipamentos de Israel durante o governo Collor. O capitão da Polícia Militar José Roberto Dias diz que "não consta nenhum uso condenatório contra a Traco". **PÁG. 1-13**

Ex-Interventor aponta fisiologia na Fundação BB

O interventor provisório da Fundação Banco do Brasil, empossado pela Justiça na sexta e destinado no sábado, confirmou o uso político da instituição. Segundo Paulo Hermandes, a atuação do presidente do Banco do Brasil, Lafaiete Coutinho, justifica a extinção da fundação. O interventor en-

via à Justiça documentos que comprovam a liberação de verbas para parlamentares pré-governo. Parecer técnico do TCU recomenda o afastamento temporário de Lafaiete. O parecer foi entregue ao relator do processo, que deve defender a segunda arrembã em plenário. **PÁG. 1-5 e 1-6**

Depoimento de auxiliar liga Rosane a PC Farias

A secretária de Rosane Collor, Maria Isabel Teixeira, afirmou que parte do dinheiro que recebeu do empresário Paulo César Farias foi usado para custear despesas da primeira-dama. Com esse depoimento à Polícia Federal, ela envolveu Rosane no inquérito do Collorgate, no qual será investigada por corrupção passiva. A CPI do caso PC completa que Isabel recebeu US\$ 965 mil de "fantasmas". Segundo Rosane, Isabel Teixeira negou ter a acusação de usar o dinheiro. **PÁG. 1-10**

Direção da Caixa será investigada pela polícia

A Procuradoria Geral da República determinou à Polícia Federal a abertura de inquérito para apurar o uso irregular de recursos da Caixa Econômica Federal na operação anti-impeachment. A CEF pagou o transporte dos taxistas que participaram de uma manifestação de apoio a Collor no último dia 13 de agosto. A Procuradoria pede que seja ouvido o presidente da CEF, Álvaro Mendonça. Pode pedir ainda o ressarcimento das verbas liberadas e o afastamento de Mendonça. **PÁG. 1-7**

BOA NOTÍCIA

Fome atinge menos gente hoje

O número de pessoas que passam fome no planeta diminuiu em 155 milhões nos últimos 30 anos, segundo a FAO (Organização de Alimentação e Agricultura das Nações Unidas). No começo dos anos 60, 36% da população mundial passava fome. Hoje, há cerca de 20% de famintos, de acordo com documento apresentado no encontro. **PÁG. 2-9**

brasil

Opinião da Folha

Leia na pág. 1-2 os editoriais "Ceticismo inevitável", acerca da defesa do Collor; "Passo vacilante", sobre o novo gabinete; e "Tentativa de barganha", analisando plebiscito francês.

Marchezan se prepara para deixar o governo

O secretário Nacional de Comunicação comunicou ao Planalto que seu dia no governo está no final. **PÁG. 1-12**

O TEMPO EM SÃO PAULO

Parlamento nublado

Pluviómetro previsto	16°	Pluviómetro previsto	29°
Chuva: 16,7"	14 em ago: 13,2"	Chuva: 21,7"	16 em ago: 15,2"

Previsão completa do tempo pág. 1-14

mundo

Bush diz que a ONU deve ampliar sua ação pela paz

O presidente norte-americano evitou compromissos flutuantes em discurso na Assembleia Geral. **PÁG. 3-9**

agrofolha

Serra da Mantiqueira tem criação de salmão

A fazenda Campo Verde, em Delfino Moreira (sul de Minas), cria o "Salmão-do-Atlixoré". **PÁG. 5-4**



A americana Katrina, ouro em Seul e que atua na Espanha, arremessa em jogo do Mundial Interclubes de SP - Pág. 3-5

ilustrada

Banda de rock Ramones toca hoje em São Paulo

O grupo se apresenta amanhã no Rio. No último dia, a 1500 começou a vender o disco "Live Live", gravado em Barcelona. **PÁG. 4-3**

cotidiano

SENA Concurso 236

05	08	09	24	29	30
----	----	----	----	----	----

Veja resultado de teste com candidatos - Pág. 3-4

classifolha

O leitor circula hoje com 16 páginas.

Seções

1 Brasil	esporte
2 dinheiro	4 ilustrada
3 cotidiano	5 agrofolha
6 classifolha	7 mundo

Esta edição tem 60 páginas, 6 de Agrofolha, 16 de Classifolha e 485.674 exemplares.

Hoje em dia por mais importante que possa ser, o jornal não posiciona uma notícia em sua capa citando dessa forma o nome do evento. A manchete de capa do Caderno Ilustrada também traz o logo do festival estilizado pelo jornal na abertura da matéria, de uma forma que jamais aconteceria nos dias atuais. O *Rock in Rio*, por exemplo, recebe um tratamento formal apenas citado pelo nome. Não há ilustrações e logos desse tipo. O Free Jazz Festival detinha um espaço nobre na imprensa àquela época. Isso era evidente.

1993

A noite das homenagens rendeu bons frutos e continuou neste 8º Free Jazz, com uma noite homenageando John Coltrane e outra, Tom Jobim. Dessa forma, voltou as atenções do público e da mídia para as origens do estilo e seus grandes mestres, fato que deixou a crítica em êxtase. Ainda assim, teve espaço para o *rock'n'roll*, o *rhythm& blues*, passando pelo experimentalismo de Ornette Coleman, pelo cool de Gerry Mulligan e pelo retorno eletrônico de Pat Metheny.

A venda de ingressos para os dias, 25 (sábado) e 29.09 (quarta-feira), em que se apresentaram, respectivamente, Pat Metheny e Chuck Berry & Little Richards, se esgotaram tão rapidamente que o festival produziu duas sessões extras, a primeira no Palace, no mesmo dia (sábado), só que mais cedo, às 18h e a segunda no Estádio do Pacaembu, no dia 30.09 (quinta-feira).

A primeira noite seria aquela dedicada ao *blues*, que neste ano estava mais para a *soul music*. Começou com Ed Mota, representante da *soul* brasileira, para depois entrar o multiinstrumentista, Clarence Brown, com a banda Gate's Express. O bluseiro texano, dizem, é movido a Jack Daniels e, além de transitar pelo *blues*, também avança para o *rhythm'n'blues*. Por isso pode-se dizer que a base *swingada* deu o tom para as duas primeiras atrações. Mas o *blues* apareceu de forma mais marcante com Bo Diddley, que se apresentou com a Debby Hasting Band, para fechar a abertura deste Free Jazz.

E foi neste clima dos primórdios do *rock*, que se encerrou o Free Jazz. Chuck Berry, primeira atração da noite, foi anunciado como o grande inspirador de todos os guitarristas do *rock*. Depois dele, foi a vez de Little Richard, também um desbravador do *rock*, principalmente por algumas atitudes irreverentes, como a de rasgar as roupas no palco, ou pular em cima do piano. Misturou boogie-woogie, *rhythm'n'blues* e música gospel, tornando-se um precursor da *soul music* contemporânea. Fez um *show* animadíssimo para o Free Jazz e,

além de tocar seus grandes sucessos, também homenageou os Stones ao apresentar uma versão para a música, *It's Only Rock'n'Roll*.

E se a Bossa Nova foi rejeitada pelos críticos brasileiros quando surgiu, neste festival ninguém mais se lembrava disso. A homenagem a Tom Jobim teve a maior plateia, neste ano, e a bossa se mostrou uma influenciadora do *jazz* ao contar com o pianista Herbie Hancock na coordenação do evento, Ron Carter no baixo e Harvey Manson na bateria. Como disse Ruy Castro em matéria para a *Folha de S. Paulo* em 29.09.1993, o que se ouviu nesta noite foi amor. Amor que pode ser percebido já no *medley* de abertura: 'Inútil Paisagem', 'Triste e Esperança Perdida'. Depois, com Rubalcaba, houve uma emocionante versão para 'Olha, Maria' e 'Água de Beber'. Joe Henderson se destacou em 'O Grande Amor' e 'Chovendo na Roseira' e o cantor Jon Hendricks trouxe o bom humor quando tentou cantar em português 'Desafinado' e 'Chega de Saudade' e foi ajudado pelo coro da plateia. Shirley Horn veio para cantar 'Corcovado', 'Garota de Ipanema' e 'O Amor em Paz', mas foi Gal Costa quem conquistou a plateia quando, em duo com Herbie Hancock, cantou 'A Felicidade', emendou em 'Se Todos Fossem Iguais a Você' e foi responsável pelo clímax da noite, ao chamar 'Tom Jobim' para o palco. O grande homenageado começou com 'Luiza', depois tocou 'Dindi', 'Caminhos Cruzados' e 'Wave'. No final, todos juntos tocaram, mais uma vez, 'Garota de Ipanema'.

Depois das quase duas horas e meia de *show*, a plateia deixou o Palace com ares de quem vivenciava um momento histórico no festival. A crítica só não entendeu bem o porquê de a produção convidar Léo Gandelman e Carlinhos Brown para o *show* de abertura, que carregaram na fusão baiana de *reggae* e samba e trouxeram as levadas da *axé music* para a abertura da homenagem.

Outra homenagem bastante procedente para o festival foi a que lembrou John Coltrane. Embora não tenham feito uma homenagem direta à Coltrane, é inegável a influência do mestre sobre Henderson, que começa por tocar o mesmo instrumento. Além dele, o festival trouxe, nesta noite, dois outros músicos que tocaram, na década de 1960, no quarteto de Coltrane: o pianista McCoy Tyner e o baterista Elvin Jones.

Para o *show* no Brasil, cada um trouxe sua própria banda. Tyner não gosta da ideia de tributos, por achá-la muito nostálgica, mas garantiu que sua presença já era uma forma de homenagem. Elvin Jones foi menos aversivo à comemoração e fez um *show* memorável. A noite de domingo, que precedeu a homenagem a Tom Jobim, foi a mais procurada pelos amantes do *jazz* e deixou a crítica mais purista com sorriso no rosto.

O título de grande dama, no entanto, foi para Betty Carter com seu estilo bebop. Antes dela, quem se apresentou foi o duo Assad, formado pelos irmãos Sérgio e Odair, junto com a irmã e cantora, Badi Assad. Para fechar a segunda noite do festival, Gerry Mulligan. O saxofonista veio acompanhado por dez músicos e apresentaram canções do disco “Rebirth of the Cool”, lançado no ano anterior.

Neste ano, o festival ainda trouxe Pat Metheny com seus nove músicos, além dos instrumentos eletrônicos. Fizeram uma apresentação extra, por esgotarem os ingressos em menos de 24 horas, após iniciarem as vendas. Ainda assim, foi com Delfeayo Marsalis que a crítica se deleitou. Quem abriu a noite foi o brasileiro Jaques Morelenbaum com seu Cello Samba Trio. Mostraram uma interessante colisão entre popular e erudito.

A experimentação apareceu no penúltimo dia do festival com o World Saxophone Quartet, Ornette Coleman e Hermeto Pascoal com Duofel. Ornette Coleman foi um dos fundadores do movimento Free Jazz. Querido pela crítica, o saxofonista fez um *show* inspirado, neste Free Jazz. Hermeto Pascoal veio acompanhado pelo Duofel, dupla de violonistas paulista e fizeram um *show* inovador como cabe a Hermeto.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que a edição de 1993 do Free Jazz Festival não recebeu tanto destaque quanto as anteriores, não porque sua programação musical que trazia o saxofonista Jerry Mulligan e o blues Bo Didley fosse inferior a anos anteriores, mas sim porque Michel Jackson e Madonna preparavam-se para fazer seus *shows* no Brasil e isso mobilizou mais o interesse da imprensa. O que estava acontecendo é que o mercado já estava aquecido justamente pela motivação gerada pelo sucesso desses eventos em anos anteriores.

A maior cobertura de peso desse festival restringiu-se à essa matéria do Caderno Ilustrada, mas ainda com um toque especial do logo estilizado do festival para a abertura das matérias subsequentes escritas por renomados críticos musicais do jornal à época.

Mulligan defende clássico sem purismos

O saxofonista se apresenta hoje no Rio e amanhã em São Paulo, em noite que terá também Betty Carter

CARLOS CALADO
Ilustração: Antônio Carlos

Atração de hoje na segunda noite do Free Jazz Festival carioca, o saxofonista norte-americano Gerry Mulligan desafiou oentes, em entrevista exclusiva, sua concepção de jazz clássico sem ser purista. Por sinal, foi com esse mesmo ponto de vista que, no final dos anos 40, Mulligan sintetizou junto com Miles Davis (1926-1991) um novo estilo, calcado em uma sonoridade mais próxima da música erudita, o chamado "cool jazz".



Hoje, e provavelmente continuará a ser assim no futuro, o jazz continua para ser categorizado em diferentes formas e estilos", sob o signo de uma liberdade que Mulligan não vê qualquer problema em tocar de novo os arranjos que fundaram o "cool jazz", do mesmo modo que já os regravou no álbum "The Birth of Cool" (que a BMG acaba de lançar no Brasil). Seria isso uma tradição ao imitador Miles, que jamais deixou de investigar novos estilos e fusões jazzísticas?

"Não, eu não acho que isso seja uma deslealdade com Miles, só porque ele se envolveu com o rock, nos anos 60. O rock pode até ser discutido, mas para mim é diverso sempre esteve em outro lugar. Também não acho que Miles tenha sido distraid por ter se envolvido com o rock", retrucou Mulligan.

Paralelo da sonoridade suave de seu sax barítono, Mulligan lembra que, nesse aspecto, uma de suas principais influências foram aprendidas com Charlie Parker, durante uma apresentação com ele, nos anos 50, no Apollo Theater, em Nova York. "Ficava que ele tinha um som muito belo e redondo, mesmo tocando forte. Dava para sentir o som do saxofone dele batendo na parede e voltando. Aprendi com Parker que você pode tocar alto e forte sem soar desagradável".

O jornalista Carlos Calado vive à esquerda de Antônio Carlos.



O saxofonista norte-americano Gerry Mulligan ontem, no Rio, em entrevista à imprensa

Festival tem shows extras

Da Redação

A organização do Free Jazz anuncia outros shows programação do show extra, paralelo ao festival.

O músico norte-americano Pat Metheny com o seu Secret Story Show, se apresentará no dia 23 em Copacabana no Puchá, às 22h. Metheny dará uma outra "noite" em São Paulo no dia 25, às 18h, no Palace. Os ingressos já estão à venda nos locais.

Os cantores Chuck Berry e Little Richard darão um concerto no telhado do estádio do Pacarembu no dia 30 às 21h. Os ingressos estão à venda no Shopping Iguatemi (zona oeste de São Paulo) e no Banco Nacional, agência Paulista (zona central). Vendas para entrega à domicílio estão sendo feitas pelo tel. 011-577-9751.

Bo Diddley e Clarence Brown tocam em São Paulo

EDSON FRANCO PINTO
Da Banca de Dados

A série de blues do edição-93 do Free Jazz Festival, hoje em São Paulo, vai ser a mesma clássica dos últimos anos. Apesar de não segurar a infidelidade do blues, Bo Diddley, 64, e Clarence "Gatemouth" Brown, 69, seguem do adjetivo de bluesmen.

Diddley diz que esse não é o tipo de música que o alimenta. "O rock'n'roll é a coisa mais divertida com uma nota de dólar que conheço", disse em entrevista à imprensa em São Paulo. Já Brown, preferiu ser rotulado apenas como músico, pois diz que seu amor aos estilos inclui rap-rock, funk e o blues. "Muitas principais influências são o country, o cajon e o músico crooner", afirma o guitarrista de Louisiana.

Essa é a segunda vez que Bo Diddley está no Brasil. A primeira foi no Blues Festival de 1990. Ele não acha estranho ser convidado

para um festival de blues e no outro para um de jazz. "Os organizadores desses festivais não sabem como me rotular", diz. Segundo Diddley ele consegue cultivar tanto os fãs de jazz quanto os de blues com sua música.

Diddley afirma que o que mais o marcou em sua visita ao Brasil foi a voz e o "swing" de Ed Motta. "Eu já vi muita coisa erudita, mas nunca vi ninguém fazer a coisa como ele faz, tão profissionalmente". Apesar de intimamente ligado com o nome de Motta, não existe nenhuma possibilidade de Diddley dividir o palco.

Bo Diddley se apresenta no Free Jazz com uma banda de cinco músicos, liderada pelo baixista Debbie Hastings, que acompanha o cantor há nove anos. "Não parece que estou há tanto tempo com Diddley. Ele é um músico extremamente criativo que consegue ser funk e rock'n'roll ao mesmo tempo", afirma.



Cantor e guitarrista Bo Diddley ontem em São Paulo, no hotel Maknuf Plaza

FREE JAZZ HOJE

- São Paulo**
- Ed Potts
 - Clarence "Gatemouth" Brown with Galt's Express
 - Bo Diddley and The Debbie Hastings Band
- Rio de Janeiro**
- Duo Assaf com a participação de Bill Amad
 - Betty Carter
 - Gerry Mulligan Tenet "Birth of the Cool"

1994

No ano de 1994, o Free Jazz Festival abre de vez o espaço que vinha oferecendo para outros estilos musicais e assume a *fusion* como uma vertente jazzística. O festival já tentava oferecer as noites temáticas, quer dedicadas ao *blues*, ou às homenagens, mas foi neste ano que efetivamente batizou cada uma delas. Carlos Calado explicitou bem cada uma: "Além da já tradicional noite do *blues*, o programa amarra as restantes com os títulos de "Acoustic & Vocal", "Crossover", "Mainstream", "Rhythm & Soul" e "AcidJazz". Melhor para o público, que pode escolher seus estilos favoritos" (CALADO, Carlos. "Free Jazz promete sua edição mais polêmica". In: *Folha de São Paulo*. Revista da Folha. 16/10/1994, p.60).

Esse abrir para várias correntes foi a grande discussão crítica, neste ano, principalmente no que se refere à noite do "acid jazz".

A primeira noite, denominada, "Acoustic & Vocal", traria Mel Tormé como atração principal, porém, dois dias antes do início deste Free Jazz, foi divulgado seu cancelamento devido a problemas de saúde. A produção do festival foi em busca de uma alternativa para

substituí-lo e como Carlos Calado, crítico da Folha, havia acompanhado o Montreux Jazz Festival, na Suíça, recorreram a ele. Por sugestão do jornalista, convidaram uma das grandes revelações no festival suíço, a cantora norte-americana, Cassandra Wilson.

Quem esquentou o palco do Palace para Cassandra foi a cantora, compositora e atriz, Abbey Lincoln, que veio para o festival mostrar sua sensibilidade para o canto. Influenciada por Billie Holiday, chegou a ser comparada a musa.

O mesmo não aconteceu com Cristóvão Bastos, responsável pelo primeiro *show* deste Free Jazz. O pianista brasileiro apresentou ritmos do Brasil como samba, baião e choro, mas pareceu um tanto distante do público, principalmente quando tocou Lamento, de Pixinguinha, em um recital solo de piano. Para Carlos Calado, a presença de outro instrumentista poderia ter deixado o *show* mais animado.

Ainda assim, animação não faltou à noite do *blues* que trouxe, além de Etta James, um dos maiores representantes do estilo, B.B. King. A intensa procura por ingressos para esta noite levou o festival a produzir mais uma sessão extra para os *bluesmaníacos*.

Carlos Calado chegou a comparar seu *show* a um culto religioso, que durou cerca de 90 minutos. A voz grave e marcante e o som inconfundível da guitarra fez com que todos se emocionassem logo nos primeiros minutos do *show*. E continuou quando o rei tocou clássicos do *blues* como Caledonia, *Rock me Baby*, *I'm a Bluesman* e *Thrill is Gone*.

O *jazz* mesmo, só apareceu na terceira noite, como frisou Luís Antônio Giron, em matéria para Folha. Não com o brasileiro Guinga que, na opinião do crítico, tropeçou em suas harmonias complexas. Mas, sim no *show* de Marcus Miller, que surpreendeu a todos. Neste festival, Miller foi o responsável por reabilitar o *fusion*, tão massacrado pela crítica. O pianista Joe Sample, que começou sua carreira tocando hard bop e na era do *fusion* passou para o instrumento eletrônico, completou o time desta noite, apresentando um *fusion* onde a liberdade da improvisação jazzística se sobrepunha aos outros elementos musicais.

A turma do *mainstream* veio para satisfazer os ouvidos mais tradicionais, com a noite mais longa do festival com pouco mais de quatro horas de duração. Quem abriu a noite foi o mais novo dentre as atrações principais. Joshua Redman, de apenas 25 anos, veio para mostrar que nem só por *fusion* se interessavam os mais novos talentos jazzísticos. Depois dele, em trajes norteafricanos, subiu ao palco um veterano do saxofone. Jackie Mclean provou que vigor para fazer música não é coisa só para jovens.

No melhor do estilo *hard bop* acrescido da malemolência latina, fez o *show* mais longo da noite. Tocou clássicos como *Round Midnight*. Para fechar a noite, J.J. Johnson, o trombonista que se consagrou por adaptar a sonoridade de seu instrumento para o estilo

bebop, com toques rápidos e desenvoltos, subiu ao palco do Palace fazendo piada: “Sei que vocês têm que trabalhar amanhã de manhã, mas nós temos que trabalhar agora.” (AUGUSTO, Sérgio. “*Mainstream* mostra sua força”. In: *Folha de S. Paulo*. Ilustrada. 26/10/1994). Fez um *show* com 75 minutos de duração onde desenvolveu oito temas, dentre eles: Kenya e Why Indianopolis, Why Not Indianopolis, esta última em homenagem a sua cidade natal.

A noite do “*Acid Jazz*” foi, entretanto, a grande polêmica deste ano. Veio para apresentar ao público uma nova vertente, que combina elementos do *hip-hop*, do *funk*, da *soul music* e também do *jazz*. Neste *show*, o problema relatado pela crítica foi a falta de espaço concedida aos músicos jazzistas. A segunda atração foi a banda Us3. Valorizaram a música ao vivo, uma vez que toda a sonoridade do *show* foi feita com instrumentos de verdade. Não deram espaço para músicas pré-gravadas e dispensaram DJs.

Exibiram uma fusão mais enriquecedora, por valorizar todos os estilos propostos pela banda. Dignable Planets, responsável pelo último *show* da noite, ficou no meio do caminho entre as duas primeiras atrações, isso porque, além de utilizar uma sessão rítmica ao vivo, não dispensou os *samples*, responsáveis por incluir uma sessão de metais *bebop* ao *show*. Esta penúltima noite gerou polêmicas por apresentar um *jazz* diluído e subutilizado, mas, de acordo com Monique Gardemberg, produtora do evento, ela também poderia contribuir para despertar o interesse dos jovens pelo *jazz* mais tradicional.

Ainda assim, a noite mais massacrada pela crítica deste ano foi a última, que trazia como maior atração, James Brown. Isso porque o *show* se enveredou mais para o espetáculo do que para a musicalidade. Na tentativa de recriar o ambiente dos anos de 1960, quando Brown estava no auge de sua carreira, o *show* foi considerado como um kitsch, por Luis Antônio Giron. O pai do rap tocou todos os seus hits históricos e satisfez os fãs incondicionais. Ainda assim, foi o responsável por mais um *show* extra oferecido pelo festival, no Velódromo da USP, no dia seguinte.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, é claro que o cantor americano James Brown dando esmola em uma esquina qualquer de São Paulo ou de qualquer outra cidade do mundo seria um bom motivo, um motivo espetacular para uma manchete de jornal. Mas, porque ele estaria fazendo isso? Bem, essa indagação ficaria no imaginário dos leitores, o fato é que ele estava em São Paulo para finalizar o Free Jazz de 94.

A matéria tentava mostrar o lado humano de um mito agindo como uma pessoa normal, que tem emoções e virtudes sendo solidário como qualquer boa pessoa moradora da

cidade que já vivenciou uma experiência desse tipo. Essa forma de exhibir o artista quer dizer que ele é uma boa pessoa e que se integra bem com a cidade.

Nesse imaginário dos leitores a satisfação súbita dessa cena faz crescer uma certeza de que esse evento é o máximo por estar proporcionando essa experiência na vida deles de poder observar uma cena bela, comovente e comum na vida da maioria dos habitantes da cidade, pessoas comuns, mas a questão é que esse cidadão comum é James Brown, uma das maiores estrelas da musica internacional.



FOLHA DE S. PAULO



Director de Redação: Otavio Fruz Filho • São Paulo, sexta-feira, 28 de outubro de 1994 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 74 • N. 21.949 • Al. Barão de Limeira, 1.125 • R\$ 1,00

ATLAS

N.º 6 traz Ásia e Oceania

O fascículo número seis da coleção Atlas Folha traz a Ásia e a Oceania. O conteúdo inclui:

- Mapas de hoje
- Mapas de ontem
- Mapas de amanhã
- Mapas de sempre
- Mapas de sempre

O fascículo número seis da coleção Atlas Folha traz a Ásia e a Oceania. O conteúdo inclui:

- Mapas de hoje
- Mapas de ontem
- Mapas de amanhã
- Mapas de sempre
- Mapas de sempre

AMANHÃ

Banca terá capa do 'Aurélio'

Novo Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa

VEJA NO DICIONÁRIO

- Mais de 70 mil verbetes
- Lista de abreviaturas usadas
- Neologismos e brasileirismos
- Exemplos que esclarecem as palavras
- Normatização gramatical brasileira

Governo abre exceção a arrocho

Equipe libera fundos de bancos estaduais de compulsório de 15% e desiste de meta de emissão de reais



Sob a frase "Trabalho liberta", colossais pelos nazistas no 2.º Governo, FHC deixa campo de concentração em Tevezin, na República Tcheca; ele chega amanhã ao Brasil - Pág. 1-4

O governo começou a relaxar o arrocho ao crédito. Os empréstimos feitos por fundos de bancos estaduais e os financiamentos de táxis e linhas telefônicas foram excluídos do prazo máximo de três meses e do compulsório de 15%.

O Banco Central estuda novas exceções para tentar não comprometer setores em que não haja consumo considerado excessivo, como os condôminos de automóveis mais caros.

Demorou o pagamento de impostos no fim de ano devido a dificuldades financeiras. O governo desistiu de cumprir a meta de emissão de moeda no trimestre e elevou o seu teto em 70% em nova medida provisória do real. Pág. 1-5

Leia trecho do livro do papa, que sai segunda

A Folha publica hoje com exclusividade trechos do livro do papa João Paulo 2.º, "Cruzando o Limiar da Esperança". A obra foi lançada há 20 dias em mais de 30 países. Deve chegar ao Brasil nesta segunda-feira, ao preço de R\$ 15. No texto, editado em forma de entrevista, João Paulo 2.º reafirma sua condição de "vigário de Cristo". Pág. 2-10

Fipe prevê inflação de até 3,5% este mês

A taxa de inflação deu novo salto na terceira quadrimestral de outubro. No período de 30 dias iniciado em 23 de setembro, os preços sobiram em média 2,68%, 0,69 ponto mais que a quadrimestral anterior. Os dados da Fipe (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) projetam inflação de até 3,5% este mês, contra 3% previstos anteriormente. Pág. 1-8

OAB quer colocar Rio sob estado de defesa

A Ordem dos Advogados do Brasil no Rio recomendará ao governo federal decretação de estado de defesa — meio de manter a ordem que restringe direitos dos cidadãos. O Ministério Público Federal enviou ao Ministério da Justiça pedido de intervenção na Polícia Federal do Rio. FHC negou intenção de transferir o governo para o Rio. Pág. 3-2

PF notifica 23 ambientalistas do Greenpeace

A Polícia Federal notificou a entidade ambientalista Greenpeace para que os 23 estrangeiros que estão em seu navio na Amazônia deixem o país em 24 dias. Outros cerca de 30 ativistas invadiram navio oceanográfico para protestar contra o corte legal de rios. Pág. 3-4

DOMINGO

Estréia coluna de Telê Santana

O técnico são-paulino Telê Santana, 63, estréia neste domingo coluna semanal na Folha. Bicampeão mundial de clubes e ex-treinador da seleção, ele já havia escrito para o jornal na Copa do Mundo.



Ins. Paula treina em Itaipavira da Serra para a partida de hoje contra o Japão, às 16h no Itaipavira (sem TV), que o diretor vaga aos semifinais do Mundial de Vôlei - Pág. 4-1

Morto executivo com 15 tiros em assalto

O executivo da Gillete Nilson de Souza Mincio foi assassinado na zona norte do Rio com 15 tiros em assalto. A adolescente Érica Gomes, 15, morreu com bala perdida durante ação da PM. Pág. 3-1

Decretada prisão de um candidato

A juíza Elisabeth Gregory, do 4.º Tribunal do Rio, decretou prisão preventiva do candidato a deputado estadual Sotero Cunha (PPR). É o primeiro candidato acusado de fraude eleitoral a ter prisão decretada. Pág. 1-8

Mais crianças trabalham no setor calçadista

Aumento 25% em três meses o número de crianças até 14 anos que fazem calçados em Franca (SP). O sindicato dos sapateiros diz que há de 4.000 a 5.000 menores empregados. Empresas negam irregularidades. Os EUA estudam boicote vendas brasileiras. Pág. 3-3

FIM-DE-SEMANA

CINEMA

- O Especialista
- O Estranho Mundo de Jack
- A Pena

FOLHA INFORMAÇÕES

SHOW

- Rainaldos
- Daniela Mercury
- Blasid

ARTES PLÁSTICAS

Das 10h às 22h na: R. Augusta, 1.125

ORIENTE-SE

OPINIÃO DA FOLHA

BOA NOTÍCIA

FORÇAS ARMADAS NOTAM MÉDICAS

Seções

Conheça infância na África do Sul

Curiosamente a Manchete abaixo publicada na Ilustrada durante o Free Jazz 94 anuncia que o evento de aniversário que aconteceria na edição seguinte de 95 reuniria a melhor seleção de artistas segundo os produtores do festival. Essa notícia era na prática uma consagração do Festival, bradada pelo jornal como um evento próprio da cidade, ou seja permanente no calendário da cidade. A Folha dava dessa fôrma, mais uma vez, um grande impulso ao Free Jazz consagrando-o como um os principais eventos da cidade.

FOLHA DE S. PAULO ilustrada Sexta-Feira, 28 de outubro de 1994 5-3

Free Jazz festeja dez anos com maratona

O festival promete trazer ao país suas melhores atrações para a edição comemorativa que acontece em 95

Noite de rap virá festa dançante

Especial para a Folha

"Sei que vocês pagaram um bom dinheiro pelas mesas, mas vão sair que se levantar". Com esse convite, que mais sons como uma ordem, o rapper Guru abriu a penúltima noite do 9º Free Jazz Festival, aconteceu, em São Paulo.

Durante mais de quatro horas de música, os shows de Guru, Us3 e Digable Planets transformaram a noite em uma grande festa dançante, que tem mesmo as características musicais do Palace conseguindo impedir.

Para quem se interessa pelos caminhos do jazz e da música popular contemporânea, foi também uma noite bastante didática. Cada ato a seu modo, as três bandas revelaram a quem ouvia a polêmica fundo do jazz com o rap e o hip hop.

Mesmo cultuando os grandes mestres do jazz em suas letras ("Jazz Thing", último número do show, funciona como um manifesto), Guru mostrou que sua fórmula de "hip hop jazz" ainda é parcial. Não, o rap não acontece sozinho.

Reverente ao extremo, o rapper nova-iorquino elogia, abraça e chega até a ensaiar o suor de suor dos jantares Donald Byrd (saxofone) e Derrick Davis (bateria). Porém, não permite que eles exorcizem mais que uma função decorativa em sua música, estranhando sobre os velhos



CARLOS CALADO
Especial para a Folha

Uma maratona musical com dez horas de duração. Essa será uma das novidades do Free Jazz em 95, quando o festival pretende completar seus décimo aniversários com uma programação comemorativa.

"Vai ser uma edição totalmente especial", avisa a produtora Monique Gardenberg. "Vamos fazer um Free Jazz diferente. Todos os artistas terão um caráter de celebração dos dez anos do festival."

Embora ainda não fale em nome de amplexos, Monique admite que uma parte do elenco será baseado no que o festival trouxe de melhor até hoje no país.

"Além das seis noites tradicionais, a gente pretende organizar um evento especial, uma maratona de dez horas, em um grande local, com o melhor do Free Jazz", promete a produtora.

O formato atual, com noites planejadas em torno de uma tradição musical, foi aprovado pela direção do evento. "Essa ideia se mostrou viável. Assim, o público sabe exatamente o que vai ver em cada noite", analisa o assessor artístico Zelta Hornem de Melo.

Já nas próximas semanas, a direção do festival se reúne para definir as comissões musicais que vão montar a programação de 95. Uma delas, em pauta já há alguns anos,

será uma noite de jazz latino, admite Monique.

Principais novidades desta edição, aprovada tanto pelos produtores do evento como pelo público, outra tradição com grandes chances de continuar no programa do Free Jazz é a do "acid jazz".

"Essa mistura do jazz com o rap e o hip hop é uma necessidade de renovação sentida pela nova geração do jazz", observa Monique. "Acrescido que daqui a alguns meses, um ano, já teremos novas coisas nessa tradição."

"Um grupo que a gente sente pena de já não ter entrado na programação deste ano foi o Brand New Heavens, que tem uma canção maravilhosa que já gravou com o Guru e fez shows com o Us3", lembra Monique.

Com a noite de "acid jazz" e os trabalhos de Joshua Redman e Cassandra Wilson, a edição deste ano do Free Jazz revelou novas esperanças de renovação para o jazz, acredita a produtora.

"Este festival trouxe a esperança não só de que o jazz mais puro vai sobreviver, mas também a de que ele vai continuar se transformando", afirma Monique.

Último show
O Free Jazz termina hoje com o show extra do cantor James Brown e do trio Digable Planets, no Velódromo da USP, às 21h.

Até a manhã de ontem, 800 ingressos ainda estavam à venda. Custam R\$ 30 e podem ser adquiridos no portão 2 do velódromo. Informações: (11) 818-3554.

TELEVISÃO

A Folha de S.Paulo deu grande destaque ao Free Jazz nessa edição de 94. A capa do jornal exibiu o músico James Brown na favela da Rocinha sendo beijado por uma criança com texto sob a foto anunciando sua apresentação no dia seguinte em São Paulo na Universidade de São Paulo.

O material principal do Caderno Ilustrada exibe três matérias na mesma página dos principais críticos do jornal Sergio Augusto, Carlos Calado e Luis Antonio Giron, este último sempre muito exigente com os artistas, falando muito bem das atrações do Festival.

Ilustração

Guru traz Donald Byrd para a noite de jazz

O rapper e o campurinado jazz são atrações de hoje no festival, que também destaca U3 e Digable Planets

Manter a mostra sua força

...mas não se trata de um jazz tradicional. É um jazz que se apresenta hoje no festival, que também destaca U3 e Digable Planets. O rapper Guru traz para a noite de jazz o trompetista Donald Byrd em sua banda.

Um dos pioneiros das fusões do jazz com o funk e o pop ainda aos 60, Donald Byrd também participou do álbum "Jazzmatazz", que Guru lançou no ano passado pela EMI.

Em entrevista à Folha, Guru afirmou que seu show será baseado em faixas desse álbum, além de novidades que devem entrar no "Jazzmatazz 2", com lançamento previsto para abril de 95.

"Não gosto de rótulos, mas o conceito do jazz rap me agrada, acho que é uma forma de unir gêneros diferentes, pessoas com as mais diversas bagagens musicais", explicou o rapper.

Até Donald Byrd não chega a es-



O rapper Guru, que se apresenta hoje e amanhã no festival

GARDOS CALADO

...mas não se trata de um jazz tradicional. É um jazz que se apresenta hoje no festival, que também destaca U3 e Digable Planets. O rapper Guru traz para a noite de jazz o trompetista Donald Byrd em sua banda.

Um dos pioneiros das fusões do jazz com o funk e o pop ainda aos 60, Donald Byrd também participou do álbum "Jazzmatazz", que Guru lançou no ano passado pela EMI.

Em entrevista à Folha, Guru afirmou que seu show será baseado em faixas desse álbum, além de novidades que devem entrar no "Jazzmatazz 2", com lançamento previsto para abril de 95.

"Não gosto de rótulos, mas o conceito do jazz rap me agrada, acho que é uma forma de unir gêneros diferentes, pessoas com as mais diversas bagagens musicais", explicou o rapper.

Até Donald Byrd não chega a es-

Ainda há ingressos para Brown na USP

Da Redação

O Free Jazz Festival apresenta amanhã uma das suas principais atrações: o cantor norte-americano James Brown, criador do funk, que faz show na mesma noite dos brasileiros Lenine & Suzano. Os ingressos para essa noite se encontram esgotados.

Para quem perder a chance do show de amanhã à noite, restam ainda alguns ingressos para a apresentação no Vôleirão da USP, na sexta-feira. As entradas podem ser adquiridas, por R\$ 20, no Shopping Iguatemi e na agência Paulista do Banco Nacional (av. Paulista, 2.165).

HOJE QUARTA-FEIRA NO CINEMA DIA DE 50% DE DESCONTO NO INGRESSO

1995

Em seu 10º aniversário, o Free Jazz expande e chega até Porto Alegre. Aumentou sua área de atuação, mas teve seu jazz reduzido a 1/3 do programa. A produtora Mônica Garderberg explicou que:

O jazz está passando por uma fase de transição, após a morte de seus grandes ídolos. Por isso, como outros festivais pelo mundo o Free Jazz tem que se tornar mais híbrido para poder manter o nível de sucesso que pretendemos" (CALADO, Carlos. "Festival procura novo formato para próximo ano". In: *Folha de S. Paulo*. Ilustrada. 23/10/1995, p.5).

Carlos Calado, que no ano anterior parecia tranquilo com a maior abertura que o festival dava para outros estilos musicais, pareceu um tanto preocupado com os caminhos futuros a partir deste Free Jazz: "com uma dose de jazz muito menor do que em edições anteriores, o festival completou 10 anos numa encruzilhada: se não redefinir suas salas de

espetáculo e programação, corre o risco de se descaracterizar” (CALADO, Carlos. “*Show de Stevie Wonder provoca lágrimas*”. In: *Folha de S. Paulo*. Ilustrada. 23/10/1995, p.5).

Talvez a melhor mudança incorporada ao festival, neste ano, se encontre logo na abertura, com a estreia da noite latina. Quem abriu foram os brasileiros da *big band Brasil All Star*, formada especialmente para o Free Jazz, que contava com vinte e três instrumentistas brasileiros. Depois deles, entrou Tito Puente e sua orquestra. Americano de origem porto-riquenha, Puente foi o responsável por incorporar improvisação jazzística em ritmos latinos e dentre os grandes convidados que já havia recebido em sua orquestra podemos citar Dizzy Gillespie e Mongo Santamaria.

Carlos Calado, em matéria para a Folha, não deixou de caracterizar a *performance* de Tito, como se o músico estivesse possuído. Eles continuaram no palco para apresentarem junto com a sua ex-crooner, Célia Cruz, que foi recebida de pé pela plateia que encheu o Palace, sendo Caetano Veloso seu convidado especial. Esta foi, sem dúvida, a noite mais elogiada pela crítica, neste ano.

O segundo dia começou com o *jazz* clássico de Roy Hargrove Quintet, passou pelo *jazz* pop de Rachele Ferrell e George Duke e terminou com o gospel soul de All Green. Hargrove foi anunciado como um dos seguidores na linha dos clássicos como Wynton Marsalis e por isso foi eleito como única estrela rigorosamente jazzística nesta edição de aniversário do Free Jazz. O *show* foi elogiado de forma unânime pela crítica, fato que não aconteceu com a atração seguinte. Rachele Ferrell era conhecida apenas por sua extensão vocal incomum, capaz de perpassar tons graves e agudos altíssimos, mas era uma estreante no Brasil. Como neste *show* se apresentou com o pianista Duke, voltaram-se mais para o pop do que para o *jazz*.

Carlos Calado não perdoou Duke e também sentiu que faltava direcionamento para o repertório da garota, mas admitiu seu talento, tanto que a única ressalva que fez para a apresentação foi quando Rachele interpretou sozinha ao piano a canção, *Peace on Earth*. Já All Green veio cantar amor, carnal e espiritual, e aí ficou todo mundo seduzido. Não deixou de apresentar seus grandes hits como *Love and Happiness*, *Let's Stay Together* e *Amazing Grace*. Fez um *show* vibrante e alegre, distribuiu flores para a plateia e encerrou sem bis com a canção, *Sitting on the Dock of the Bay*.

A noite do acid *jazz*, neste ano, se transformou em noite dançante, com mais de três mil pessoas dentro do Palace, despido de cadeiras e mesas. A primeira atração foi Vernon Reid com o grupo, *Masque*. Com uma música essencialmente instrumental, a banda tocou uma mistura de *rock* com hip-hop. Contaram com a participação do rapper, Beans, que depois

da última música, *Mistake Identity*, se jogou do palco para o público, numa atitude irreverente, deixando a *plateia* em êxtase para que então entrasse o Brand New Heavies com sua música inspirada no funk dos anos de 1970. O grupo inglês fez todo mundo dançar, colocou globo espelhado para caracterizar o cenário e se tornou o favorito do público.

Branford Marsalis e seu Buckshot LeFonque fecharam a noite. Bem mais discretos do que a banda anterior, mas também no clima dançante, apresentaram uma nova proposta musical que assimilava mixagens do DJ Apollo com solos dos músicos. Embora com um *show* sofisticado, demonstraram poucas ideias realmente inventivas, de acordo com Carlos Calado. Fizeram um *show* para priorizar o gosto do grande público, isso porque o seu líder, Branford, embora herdeiro da longa tradição jazzística da família Marsalis, sempre esteve aberto para outras influências, transitando bem entre o *jazz* mais tradicional e o universo da cultura pop mercadológica.

O *jazz* mais restrito ainda pôde ser ouvido neste festival. Depois de Hargrove ele reapareceu, porém em trajes de New Orleans. A noite dedicada ao estilo foi aberta com um clássico de Duke Ellington, *Things Ain't What They Used to Be*, tocada pelo trompetista Leroy Jones. Entre solos de trompete, caretas e passos de dança, Jones exibiu seu lado cantor e mostrou, assim, que sua maior inspiração vem do grande mestre Louis Armstrong. A semelhança foi tanta que chegou a ser noticiada como excessiva, pelo crítico da Folha, Carlos Calado. A Rebirth Brass Band, um octeto que usa seis sopros, baixo e percussão, veio na sequência e fez o *show* mais elogiado da noite. Para terminar, Harry Connick Jr. e sua Funk Band. O líder cantou, dançou e fez piadas no palco, de forma a não agradar nenhum crítico; salvou-se ao final, quando convidou as duas atrações anteriores de volta ao palco para uma animada *jam session*, responsável pela melhor parte de seu *show*.

Stevie Wonder não faz *jazz*, mas o melhor da *soul music*. Sua popularidade era tanta que, naquele ano, levou cerca de duas mil pessoas ao Palace. O músico, já consagrado pela mídia mundial, fez o público chorar ao som de hits como: *Overjoyed* e *Ribbon in the Sky*. Ao final de sua apresentação de sábado, no Palace, convidou os músicos da banda Sounds of Blackness para retornarem ao palco de forma a promover uma *jam* com os nove cantores do grupo vocal negro, responsáveis pela abertura da noite. No *show* de domingo, no Ibirapuera, Wonder fez parecido. No final de sua apresentação, chamou Gilberto Gil de volta ao palco.

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que no ano de 1995, naturalmente, a importância do Free Jazz Festival foi

se diluindo com o tempo devido ao desenvolvimento e ao aquecimento do mercado proporcionado por sua própria influência.

No caso dessas matérias, do Caderno Ilustrada, ainda há, no entanto, uma atenção especial do jornal, que agora não coloca mais o logo estilizado mas mantém um ícone de texto com *underline* sob o nome do festival abrindo a matéria antes do título do festival, dando-lhe uma importância diga-se de subseção do caderno sobre um determinado assunto. Na matéria de capa da Ilustrada "Free Jazz faz panorama da música negra" a intimidade e simpatia com o festival ficam claras, dando-lhe uma grande importância no aspecto cultural ao proferir uma frase de cunho eclético e racial como esta.

5
quinto caderno
FOLHA DE SÃO PAULO

ilustrada

Terça-Feira, 17 de outubro de 1995

Free Jazz faz panorama da música negra

Começa hoje festival que completa dez anos: programação tem soul, funk, spirituals, gospel e hip hop

ONDE COMPRAR INGRESSOS

INDIFOLHA
SIDNEY SHELTON
VENDE MAIS RÁPIDO
Banco de Rodovias, Rodovias e
Rodovias Rodovias

VEJA A PROGRAMAÇÃO DO 10º FREE JAZZ EM SP

<p>19h30</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brazil All-Stars • The Power & His Latin Orchestra • Celia Cruz (participação especial Castano Veloso) 	<p>20h30</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ray Hargrove Quintet • Rachelle Ferrell & George Duke • Kai Green 	<p>21h30</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vernon Reid e banda Rage • The Brand New Heavies • Buckshot LeFonque • Bradford Marsalis (participação especial Dionne Ferris)
--	---	---

Da Reportagem Local

Começa hoje a maratona do Free Jazz Festival, que completa dez anos este ano. Cada vez mais heterodoxa, a programação deste ano pode ser classificada com um panorama da música negra e de suas influências, nos EUA e no Brasil (veja programação ao lado). Spirituals, blues, soul funk, hip hop, ritmos africanos e latinos, música brasileira de todas as cores e, como não, jazz vão fazer a festa em São Paulo, Rio e também em Porto Alegre, em uma versão reduzida para três dias.

Quem dormia no posto, tem alguma chance: só o fechamento

De 17 a 21, a partir das 21h
-Palace (av. dos Jangadeiros, 213, Moema, zona sul, tel. 531-4900)
Dia 22, a partir das 20h
-Complexo Desportivo Birapuera, pista de atletismo

19h30

- Leroy Jones
- Redlich Brass Band
- Harry Connick Jr. & His Funk Band

20h30

- Sounds of Blackness
- Stevie Wonder

21h30

- Dionne Ferris
- Stevie Wonder

19h30

O show de Stevie Wonder e Gilberto Gil, no Ibirapuera, que tem ingressos mais baratos (entre R\$ 20 e R\$ 70), ainda tinha 70% dos ingressos disponíveis.

Faça com o seu gerente atual a difícil? Abrir uma conta no seu próximo banco é muito fácil.

BANCON
CORRENTES PARA PESSOAS FÍSICAS
595-0101

Seu próximo Banco. Funcionando 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Todas as tampinhas valem até o final da promoção.

PEPSIGOL

Do De
Cartão Preto
6
Quadrante Sul

Pênalti do dia 16/10/95
Informações: 0800-122477

De 4 Terça-Feira, 17 de outubro de 1995 **ilustrada** FOLHA DE S. PAULO

FREE JAZZ

Al Green se reconverte ao soul e ao ritmo

O cantor diz que sabe que o público brasileiro gosta de dança e que isso não falta quando está no palco

EDSON FRANCO
De Reportagem Local

Vale a pena esperar. Após cerca de 15 anos gravando gospel, o cantor e reverendo Al Green se apresenta no Free Jazz Festival reconvertido à soul music e em outra forma.

No show que faz amanhã em São Paulo, que ainda tem ingressos disponíveis, Green promete fazer uma grande retrospectiva das sucessões que diminuíram a distância entre sua voz e a imortalidade.

É a primeira vez que o músico se apresenta em palcos brasileiros. Nasceu em Forest City, Arkansas. Green começou a cantar profissionalmente bem cedo. Ainda criança, ele acompanhava as taradas de seu pai, Robert.

Seu primeiro grupo foi formado com seus irmãos e chamava Green Brothers (Albert Greene é o nome real do cantor).

Quando conheceu o trompetista Willi Mitchell em 1968, deu aquela que seria a grande virada de sua carreira.

Passou a executar rhythm & blues acelerados e viciados, que arrebatarem nos shows, ao lado de músicas cantadas de forma mais suave, que escalavam impetuosamente as paradas de sucesso.

Fatando por telefone à Folha, de um quarto de hotel em Nova York, o cantor garante que hits como



O cantor Al Green, que se apresenta no festival amanhã

"Let's Stay Together" e "I Can't Get Next To You" têm presença garantida nos seus shows.

"O resto do repertório eu vou tirar do CD 'Don't Look Back' (disco lançado no ano passado e que marca a volta do cantor à soul music). Vou tocar durante uma hora e meia", adianta.

Além disso, Green diz que pode tocar algumas músicas de "Your Heart's in the Good Hands", trabalho que vai em novembro no mercado norte-americano.

Ames de "Don't Look Back", o cantor já havia tentado dois retornos sem sucesso à soul music.

O primeiro aconteceu em 87 com o disco "Soul Survivors". Dois anos depois, Green fez nova tentativa com o álbum "I Get Joy". Em ambos os casos, o excesso de sintetizadores foi o responsável pelo fracasso.

Segundo o cantor, esse problema não acontece mais.

"Agora só me apresento com músicos que tocam instrumentos de verdade. Para os shows no Brasil, por exemplo, estou levando

essa banda com 17 músicos."

A troca do gospel pela soul music vem resultando dividendos ao cantor sem que ele perca crédito na igreja Full Gospel Tabernacle (em Memphis), da qual é líder.

Sua entrada na igreja se deu em 1974 e aconteceu de forma trágica.

Uma ex-namorada tentou assassiná-lo jogando mingau de aveia sobre ele. Depois disso, ela se suicidou. Green prefere não relembrar esse episódio.

"O pessoal da igreja me incentivava a fazer o tipo de música que canto hoje. Tudo o que eles dizem: 'Vá em frente e faça um grande trabalho'."

Se depender do aspecto financeiro, o cantor vai continuar cantando soul music.

"Hoje meus shows estão bem mais lotados e meus discos estão vendendo muito mais."

Dizendo não ter a mínima noção de como é uma platéia constituída por brasileiros, Green aposta que vai conseguir uma boa dose de empatia durante os seus shows.

"Já ouvi grupos brasileiros como o do Sérgio Mendes e sei que os brasileiros gostam muito de dança e ritmo. E essas coisas não faltam quando estou no palco."

Antes de encerrar a conversa, Green pede para deixar sua mensagem para os brasileiros.

"Diga a eles que eu desejo amor, felicidade, paz e divertimento para todos. E esperem por mim. Vocês não vão se arrepender."

NETVOX

Festival cyberspace

MARIA ERILIA
De Reportagem Local

"Johnny Manzone" abriu a temporada oficial de filmes sobre computadores. Péssima inauguração —para começar, Klaus Krievens achou que tinha de agir como um robô para fazer jus a seu implante de silício.

A idéia original, do um conto de William Gibson, até que era interessante: um mundo totalmente conectado por uma Internet tridimensional, operada com níveis de realidade virtual, o meio mais seguro de transmitir dados é usando caracóis nos meandros de carne e osso.

De resto, ficamos sabendo que temo cinema e gravata vai ser moda em 2027 e que ainda haverá pontos com magalhões esquisitos. Os guarda-costas serão assaltados e os hackers serão...

Se não vou entrar mais das poucas surpresas do filme.

Se der prejuízo de ir ao cinema, confira a página na Web (<http://www.sony.com>).

mo (1999) em que empresas vendem experiências diretamente copiadas do código cerebral de seres humanos, numa espécie de realidade virtual real.

A página de "Strange Days" na Web (<http://www.strangedays.com>), porém, é uma coisa incompreensível. Tem umas imagens encorajadas com nomes como "Vetinho minimal" e não explica a que veio nem dá um pingão de informação sobre o filme. Originalidade tem limite.

"Hackers" (<http://www.mgm.com/>) é o filme adolescente da safra, na linha "como é cool ser jovem e controlador de computadores". É aquele cego páginas na Web ficam deturpadas por hackers de verdade.

Esses são só os primeiros filmes do "hype" Internet. Ano que vem tem coisa melhor: o próximo filme de Stanley Kubrick será sobre inteligência artificial.

1996

Em sua 11ª edição, o festival aumenta o número de artistas convidados, mas diminui seu tempo de duração, muda-se para o ambiente rústico do Galpão Fábrica, e renova sua estrutura para melhor adaptar os diferentes estilos que já faziam parte do cardápio do Free Jazz. Os quatro palcos, ao mesmo tempo que indicavam a diversidade, acomodavam melhor as 22 atrações que se apresentaram por apenas três dias, neste ano.

O 'Palco Main Stage' com capacidade para 1600 pessoas sentadas ou o dobro em pé, tinha o pé mais no pop do que no jazz. O animado *show* mostrou o que, para Hancock, seriam os novos *standards* do jazz, de Beatles, passando por Stevie Wonder, fazendo até Prince e os roqueiros da banda, Nirvana, soarem como jazz. Atraente mercadologicamente, por apresentar canções com forte presença na mídia, porém inventivo por acrescentar a estética jazzística, capaz de reinventar cada melodia original, o repertório de "The New Standard", na época o mais recente disco de Hancock, fez deste *show* a grande revelação na estréia do *Main Stage*.

Pelo palco também passou, na noite seguinte, o malinês Salif Keita e sua música tribal africana com levada funk. O músico passou pelo reggae e pela juju music, sem dispensar a improvisação e ainda recebeu o cantor brasileiro, Chico César, para que juntos cantassem a música, África. Esquentaram a *plateia* para que entrasse Isaac Hayes, compositor de grandes *hits da soul music* como Soul Man, teve que readaptar o seu *show* de forma a

torná-lo menos dançante para o público que, nesta noite, estava sentado. O músico preferiu, então, priorizar as baladas românticas. Na última noite deste Free Jazz, o Main Stage estava com lotação máxima e sem cadeiras no salão.

Trouxe sua maior estrela, a cantora Börk. Antes dela, porém, o grupo 808 State promoveu uma *rave* abusando dos instrumentos eletrônicos. Quando a cantora islandesa subiu no palco, o público foi ao delírio. Börk estava no auge de sua carreira e vinha sendo noticiada de forma exaustiva pelos jornais. Seu *show* estridente foi sucesso de público e crítica, talvez porque como disse Pedro Sanches para Folha, sua vinda ao Brasil significou a inauguração da era da música globalizada, no país do samba.

O ‘Palco New Directions’ como o próprio nome indica, foi responsável por apresentar os mais novos músicos de *jazz*, representantes da nova revitalização do estilo. Como novas tendências nem sempre lotam grandes espaços, o palco era cercado por uma arquibancada com cerca de 400 lugares para o público. Na noite de sua estréia, trouxe dois jovens músicos que resgataram antigas tradições do *jazz*, sem soar antiquados. Christian McBride, com apenas 24 anos, abriu a primeira noite e mostrou que em tempos de eletrificação dos instrumentos, o baixo acústico ainda tem muito a dizer.

Depois dele veio Nicholas Payton, um ano mais novo, que já era revelação no trompete jazzístico. À frente de um jovem quarteto, trouxeram para o Free Jazz, clássicos como *Whoopin’ Blues*, mas principalmente repertório de seu recém-lançado disco, “*Gumbo Nouveau*”. Com arranjos sofisticados, eles demonstraram que o neobop continua em constante evolução.

A noite seguinte foi ainda mais radical, com James Carter como atração principal. O furioso saxofonista fez um *show* bem mais polêmico, em que o que valeu foi explorar os limites da improvisação. Foi do bebop ao free, num *show* de aproximadamente 90 minutos, onde gastou 20, apenas em seu primeiro solo. Demonstrando certa repulsa pelo excesso de virtuosismo, muitas pessoas saíram antes que sua apresentação se encerrasse. É possível que o público tenha se identificado mais com o trabalho apresentado pelo carioca Zé Nogueira, que na abertura desta noite revigorou o samba e o choro, ao apresentar canções de Severino de Araújo, Jacob do Bandolim e Paulinho da Viola. Os últimos *shows* apresentados neste palco foram Mark Whitfield e John Pizzarelli. De acordo com Edson Franco, crítico da *Folha de S. Paulo*, o que se viu nesta noite foi um duelo entre os dois guitarristas *norteamericanos*, o primeiro negro, mostrou ser adepto de grandes guitarristas negros como Wes Montgomery e Grant Green; o segundo, branco, mostrou um repertório tradicional, com standards jazzísticos. Um duelo entre negro e branco.

O ‘Palco Free Jazz Club’ o mais intimista dos palcos foi administrado pelo *Bourbon Street Club* e contava com garçons para atender as cerca de 250 pessoas que a sala comportava. Pretendendo resgatar o clima dos antigos clubes de *jazz*, o ambiente era esfumaçado e os músicos tocaram bem próximos do público, de forma a valorizar a escuta das obras, mais voltadas para o *jazz* tradicional.

Em sua noite de abertura contou com Johnny Alf e Clark Terry. Depois dele, o trompetista, Terry, veio mostrar os clássicos dos anos dourados do *jazz*. Ele já passou pelos maiores representantes do *swing*, trabalhou com Count Basie e liderou o naipe de trompetes de Duke Ellington. Fez todo mundo suspirar com novos arranjos para velhas músicas. A estreia do Palco Club contemplou os saudosistas.

Os ingressos para a segunda noite deste palco acabaram bem antes do início do festival. Isso porque apresentava o patriarca da família Marsalis, o pianista Ellis Marsalis. O músico foi discreto em sua apresentação, com nenhum excesso de virtuosismo, alterando composições próprias e *standards* do *jazz*. Sua opção por suavizar contrastes e diminuir recursos dramáticos, deixou alguns ouvintes decepcionados.

Antes dele, Edu Lobo mostrou-se menos discreto. Passou por grandes sucessos de sua carreira e fez uma apresentação animada ao contar com excelentes instrumentistas brasileiros. Juntos mostraram a enriquecedora influência jazzística para a música brasileira.

Os últimos a pisarem neste palco foram o brasileiro Paulinho Trompete e Earl Klugh. O primeiro foi considerado o mais jazzístico entre as atrações brasileiras, por já ter tocado ao lado de grandes mestres do estilo como John Coltrane e Charles Mingus, além dos brasileiros Gilberto Gil e Leny Andrade. Seu *show* mostrou a mescla de estilos de forma brilhante. O segundo veio mostrar a delicadeza de seu estilo dedilhado para tocar violão.

O ‘Palco Groove’, para quem não quis ficar sentado em momento algum do festival, foi a melhor opção com capacidade para 2000 pessoas e responsável por trazer ritmos dançantes, além de dois DJs para esquentarem o público antes das apresentações. O ‘Palco Groove’, diferentemente dos outros três, só abriu suas portas por dois dias (11 e 12.10.96) e já começou com ingressos esgotados para os *shows* do James Taylor Quartet e Incognito, expoentes do *acid jazz*.

No segundo e último dia, subiram no ‘Palco Groove’ a cantora e multi-instrumentista, Me’Shell Ndegéocello, descoberta por Madonna que logo a levou para o seu selo, Maverick. Me’Shell esquentou o palco para que então entrasse George Clinton, o mais esperado da noite. Ele só apareceu depois de uma longa *jam session* entre seus músicos, envolto por um lençol negro e usando apenas ceroulas, cantou One Nation Under a Groove,

ajudado pelo coro da *plateia*. Com músicas longas, de aproximadamente 15 minutos de duração, o *show* foi noticiado como cansativo, fazendo com que o público saísse antes do fim.

Entre as quatro salas, o ponto de encontro para a convivência do diversificado público, era o 'Free Village', reservado não só para bares, administrados também pelo Bourbon, como para *stands* das gravadoras e exposições de fotos, esculturas e *vídeo-wall*, privilegiando a diversidade já assumida pelo festival.

Ainda assim, o mais noticiado pelos jornais foi a falta de cuidado, por parte da produção, com o novo local escolhido para o Free Jazz. Em oposição ao cronograma super planejado e as notícias referentes ao festival que antecedem em meses seu início, a desatenção com a estrutura mais importante, que é a acústica, foi notável. Todos os *shows* parecem ter sido prejudicados quer pelo barulho da chuva, quer pelo som abafado do local, que muitas vezes os tornavam incompreensíveis. Além disso, algumas telhas expostas foram responsáveis por goteiras nos palcos e no público. No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil pode-se observar conforme mencionado pelo jornalista Pedro Alexandre Sanches, da *Folha de S. Paulo*, que o maior compromisso do festival foi com a publicidade e não com a música, seu carro chefe.

1997

Não há como negar que a diversidade de palcos adotada no ano anterior foi uma ótima solução para que o festival, cada vez mais abrangente, continuasse a trazer as revelações da música instrumental, sem ter a necessidade de encher grandes salas. No entanto, o fracasso acústico do Galpão Fábrica, não conseguiu ser resolvido, obrigando a produção do Free Jazz a retornar ao Palace, embora adotando o espaço do Bourbon Street Club, como sala alternativa para os *shows* mais intimistas.

Dessa maneira, durante os quatro dias de evento, de 9 a 12 de Outubro de 1997, a divisão ficou, assim, estabelecida: O 'Palco Main Stage' aconteceu no Palace, sempre às 21h30. O 'New Directions', sempre às 19h com exceção do último dia, às 20h, no Bourbon Street, assim como o 'Palco Club', mas este começava sempre à meia-noite, com exceção também do último dia, às 23h. O 'Palco Groove' não apareceu neste ano, muito provavelmente porque os três palcos já adaptavam muito bem as vinte atrações internacionais contra apenas duas brasileiras que faziam parte do programa deste ano, em São Paulo.

A novidade desta edição estava em apresentar uma nova tendência musical iniciada na cena *underground* de Londres no início dos anos de 1990, o *drum'n'bass*. Com poucos elementos jazzísticos, esse estilo faz uma mistura de *ragga*, *hip-hop*, *acid house*, *dub* e outros diversos estilos. Descendente da música eletrônica, nele predomina a base rítmica da bateria e do baixo, gerando um som forte e grave. Esse ritmo veio para o Free Jazz representado por Goldie.

O festival também promoveu uma mostra de filmes sobre música, que aconteceu paralelamente aos *shows*, no Museu da Imagem e do Som. E também foi transmitido ao vivo pelo canal Multishow e pela MTV, para privilegiar aquela parte da população que não se animou a sair de casa, ou não conseguiu ingressos. Perdeu a sala de convivência que unia o público dos diferentes palcos, mas trouxe boas dosagens de *jazz* que permeou por todos os dias do festival.

Quem abriu este Free Jazz foi Virgínia Rodrigues com um ponto de *candomblé* para Exu, orixá da comunicação, mensageiro entre o mundo carnal e espiritual, que é quem abre os caminhos para que tal comunicação aconteça. E foi assim que Virgínia, a baiana ex-integrante do Olodum, descoberta por Caetano Veloso, abriu os trabalhos para que se iniciasse o Free Jazz. E só depois disto, e também do *show* de Natacha Atlas, a belga descendente de árabes e judeus que mostrou o pop do Oriente Médio, com canções de influência árabe e batida de *rock*, que o *jazz* tradicional pode ser ouvido.

O 'Palco Main Stage', no Palace, recebeu depois dessa miscigenada abertura, o pianista Marcus Roberts acompanhado da Orchestra Rhapsody in Blue e a Mingus Band acompanhado por Elvis Costello. Roberts já havia tocado com Wynton Marsalis além de ter feito trabalhos homenageando Duke Ellington, Thelonious Monk e George Gershwin. Foi responsável por um dos momentos mais brilhantes deste Free Jazz, com uma banda de dez músicos de sopros. A Mingus Band, formada pela viúva de Charles Mingus, veio para revitalizar a música de um dos maiores baixistas da história do *jazz*.

Recebeu a participação de Elvis Costello, como cantor em quatro canções, duas no início e duas ao final da apresentação. A homenagem aos grandes nomes do *jazz* continuou à meia noite no Bourbon, 'Palco Club', com Dee Dee Bridgewater. A segunda noite chegou a ser noticiada como a noite da bela e da fera, por Cassiano Elek Machado da *Folha de S. Paulo*. Isso por apresentar, no mesmo dia, *jazz* e música eletrônica, o pop do momento. Enquanto o Main Stage ficou responsável pela divulgação do estilo *drum'n'bass*, o Bourbon apresentou Diana Krall Trio e Cyrus Chestnut Trio, no New Directions e Art Farmer Quartet no Club. Diana era, neste momento, a voz mais querida do *jazz*, sendo indicada ao Grammy

na categoria de melhor vocalista de *jazz*. E o piano continuou no palco para que entrasse Cyrus Chestnut acompanhado de baixo e bateria. À meia noite foi a vez de Art Farmer, o inventor do *flumpet*, uma mistura de flugelhorn e trompete.

O terceiro dia de festival trouxe a maior revelação pop deste período, o grupo Jamiroquai que foi responsável pela maior bilheteria deste Free Jazz. Contrariando a presença excessiva do grupo na mídia, a crítica preferiu mostrá-lo como populista descendente da cultura *pop* do *rock'n'roll*. Erykah Badu, atração que abriu a noite com velas, incensos, exaltação de um símbolo religioso egípcio e gestante, foi considerada excêntrica, porém competente na arte do canto. Nesta mesma noite, o Bourbon abriu o Free Jazz com Donald Harrison Quartet que trouxe a sonoridade do saxofone e mostrou que o *jazz* pode ser tradicional e inovador, sempre que bem feito.

Depois dele foi a vez do pianista Danilo Perez. A latinidade de seu nome se encontra, também, na sua música. Veio para o Free Jazz apresentar a percussividade latino-americana de sua música, que lhe rendeu elogios a perder de vista. Pharoah Sanders, estrela do 'Palco Club' nesta noite, encerrou o penúltimo dia do Free Jazz. Foi aguardado pela crítica como um dos maiores expoentes do atonalismo surgido em meados da década de 1960, com o Free Jazz. Iconoclastas à parte, fez um *show* mais sóbrio e conciso nesta apresentação, frustrando, assim, os que esperavam ouvir sua ousadia *free*.

O *blues* abriu o palco principal do Palace em sua última noite. E para mostrar que o *blues*, a música e o amor são de todas as cores e englobam todas as pessoas, Ronnie Earl, chegou ao Free Jazz para tocar "Colour of Love", seu então mais recente disco. Jimmie Vaughan fechou a noite privilegiando suas canções mais conhecidas e demonstrou que merece entrar para a lista dos mais expressivos nomes do *blues* atual. O veterano guitarrista Otis Rush, pela primeira vez no Brasil, subiu ao palco depois de sua banda tocar duas músicas, plugou sua guitarra e tocou clássicos do estilo como Homework e I Got My Mojo Working. Acreditamos que o mais interessante da noite bluseira, que garante sua presença sempre no palco principal, seja a importância que os músicos dão ao canto e à resposta que exigem do público. Em todos os *shows* desta noite a indispensável interação palco plateia foi garantia de frisson entre os ouvintes.

Ainda nesta última noite o 'Palco New Directions' trouxe o grupo brasileiro, O Trio, formado por Pedro Amorim (violão e bandolim), Paulo Sérgio Santos (sax e clarinete) e Maurício Carrilho (violão), que fez releituras de chorinhos, além de uma procedente homenagem a Pixinguinha. Abriu para Kenny Garret, eleito no ano anterior pelos leitores da Downbeat como o melhor saxofonista do ano.

No mesmo Bourbon, porém no ‘Palco Club’, quem encerrou o 12º Free Jazz foi o saxofonista Lee Konitz. Konitz interagiu diversas vezes com o público e, ao final, foi pego de surpresa por Zuza Homem de Mello que subiu ao palco com um bolo e velas para comemorar o 70º aniversário do saxofonista. Quando Lee Konitz apagou as velinhas já era madrugada de 13 de Outubro, data do seu aniversário.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que nesta edição, o Free JazzFestival nitidamente perde importância para o jornal diante da Mostra Internacional de Cinema que ganha maior destaque. Não houve nenhuma manchete de capa e nem reportagens principais do Caderno Ilustrada como em anos anteriores.

Nesse ano a redação trabalhava com boxes de destaque na capa do Caderno Ilustrada para todas as noites seguidas de matérias; as de página inteira encontravam-se no interior do caderno. Isso demonstra um ligeiro desinteresse pelo Festival em detrimento aos anos anteriores, talvez pela qualidade artística da programação com artistas de menor peso.

FREE JAZZ

Festival reforça sua dose de... jazz

CARLOS CALADO especial para a Folha

Planistas e cantos melancólicos por jazz devem estar ornamentados à 12ª edição do Free Jazz Festival que começa hoje e a mais de 10 mil de seguidores assistirão.

Neste ano, a programação inclui o grupo de vanguarda do saxofonista Pharoah Sanders e o trio de Charles Mingus. O festival também contará com a participação de artistas como o pianista George Herlihy, o saxofonista Kenny Garrett e o trompetista Art Farmer.

O festival também contará com a participação de artistas como o pianista George Herlihy, o saxofonista Kenny Garrett e o trompetista Art Farmer.

O festival também contará com a participação de artistas como o pianista George Herlihy, o saxofonista Kenny Garrett e o trompetista Art Farmer.

que não conseguiram lotar um teatro de 2.000 lugares, mas não por isso deixam de ser essenciais para o evento como esse.

No que toca ao jazz, as atrações desta edição formam um equilíbrio pautado em estilos.

O espectro é amplo vai dos spirituais, recriados com requinte pelo pianista Cyrus Chestnut, até o free jazz de vanguarda, cultivado desde os anos 60 pelo saxofonista Pharoah Sanders.

O extenso bebop e o intimista cool são comandados as inovações do verão jazzístico entre os anos 40 e 50, tem no saxofonista Lee Konitz e no trompetista Art Farmer dois históricos representantes.

Estudados no idioma moderno do bebop, os saxofonistas Kenny Garrett e o trompetista Art Farmer são tipos de seus contemporâneos no que diz respeito a relacionamentos.

Pharoah Sanders, da nova geração e líder do quarteto Parallel Four, que explorou a fusão de bebop e jazz, também por meio da obra de Thelonious Monk.

A música espiritual do jazz também está bem representada. Durante duas noites, Marcus Roberts, a vozista Ella Fitzgerald em Blue Note, o passado por meio das influências eruditas e das canções populares de George Gershwin.

A Mingus Big Band não se mantém viva como projeto para o futuro, mas expressa a mistura de Charles Mingus — radical mestre do jazz, admirado até por rockistas como Elvis Costello — que é convulso da banda dos shows.

Os jazz vocal também podem aparecer dos estilos de divertidos, influenciados por Nat King Cole e o quarteto por excelência.

Na exuberante norte-americana Pee Wee Herrewater, apesar de não se preocupar com standards, sua música moderna. Suas versões para o funk jazz de Horace Silver são arrasadoras. Enfim, um Free Jazz para quem gosta de jazz.

Vendagem rende prêmio a Jamiroquai

ISABEL FLORES especial para a Folha em Miami

Mais de dois dias e o teatro na América do Sul, americano Jay Kros, vocalista do Jamiroquai, durante o show em Buenos Aires, Florida, EUA, deu a última apresentação do grupo antes de voltar ao Brasil.

No final da música "Space Cowboy", Jay Kros fez o tradicional de

dedo de "legalizar", em referência ao consumo de maconha.

A passagem do Jamiroquai pela Florida deu ao grupo mais um souvenir para sua coleção. A gravadora Nones entregou a banda um prêmio pela venda de 100 mil cópias do álbum "Traveling without Moving" no na América Latina, sendo que cerca de 40 mil foram vendidas apenas no Brasil.

Multishow exhibe evento ao vivo na TV

da Reportagem Local

O Multishow — Net Multishow transmite pela segunda vez o espetáculo "Free Jazz" A programação vai ao ar de hoje a domingo a partir das 21h.

No final da música "Space Cowboy", Jay Kros fez o tradicional de

MAMI, onde Zeca Camargo vai entreter os músicos.

Os principais shows serão transmitidos na íntegra de São Paulo. Nos intervalos será exibida uma série de "Multishow News", com um resumo das atrações. A partir de hoje a 25ª canal vai exibir espetáculos sobre o Free Jazz deste ano.

Programação em São Paulo

- Hoje**
 - Main Stage - 21h30
 - Quantos: R\$ 60 e R\$ 80
 - Marcus Roberts & Orquestra Rhapsody in Blue
 - Cego desde os 5 anos, o pianista norte-americano transita de standards à George Gershwin (que homenageou no disco "Portraits in Blue") até o bebop inspirado em Thelonious Monk (jazz ganhou o Prêmio Thelonious Monk Jazz em 1987).
 - Mingus Big Band com Elvis Costello
 - A orquestra foi formada em 1991 por Sue Graham, viúva de Charles Mingus (1922-79). O repertório da banda é todo baseado no músico, considerado um dos maiores babilistas da história. O ex-punk Elvis Costello faz participação especial.
 - New Directions - 19h
 - Quantos: de R\$ 25 a R\$ 35
 - Virginia Rodrigues
 - Descoberta por Caetano Veloso, a ex-manicure e ex-empregada doméstica baiana canta, em registro mezzo-soprano, sambas, temas de bossa nova e spirituais, gênero de origem religiosa — Rodrigues começou a cantar em igrejas.
 - Natasha Atlas
 - Belga, de origem meio-judia, meio-muçulmana, Atlas é considerada a diva da música étnica atual. A cantora acrescenta em suas músicas desde elementos como o clarinete macedônio até temperos latinos.
 - Cyrus Chestnut Trio
 - Aos 7 anos, Chestnut começou a tocar em uma igreja batista. Os sons dos gigantes do jazz continuam ressoando em sua música, que transpõe o gospel para o jazz. Admirador de João Gilberto, o pianista pode tocar bossa nova no Brasil.
 - Dee Dee Bridgewater
 - A cantora norte-americana, que já se apresentou ao lado de nomes como Dizzy Gillespie e Chick Corea, traz ao festival canções que já apresentou em tributo a Ella Fitzgerald. Tom Jobim e Ivan Lins podem aparecer no repertório.
 - Club - 24h
 - Quantos: de R\$ 35 a R\$ 75
 - Dee Dee Bridgewater
 - A cantora norte-americana, que já se apresentou ao lado de nomes como Dizzy Gillespie e Chick Corea, traz ao festival canções que já apresentou em tributo a Ella Fitzgerald. Tom Jobim e Ivan Lins podem aparecer no repertório.
 - Amanhã**
 - Main Stage - 21h30
 - Quantos: R\$ 30 e R\$ 80
 - Neneh Cherry
 - Sueca de nascimento, a cantora foi criada pelo trompetista de vanguarda Don Cherry. Neneh (pronuncia-se néna) já cruzou com o punk, o funk, o jazz e o dance, ritmo predominante em seu repertório.
 - Adam F.
 - Um dos grandes nomes do drum'n'bass, variação sincopada da música eletrônica, Adam F. começou com o funk e passou pelo gospel — em caso que fazia backing vocal para Barry Manilow — antes de conquistar casas noturnas do maior íntero.
 - Goldie & Metalheads DJs
 - Pioneiro do jungle, drum'n'bass mais melódico, Goldie — sedentes da frente do duo — foi comparado pelo "Melody Maker" a Jimi Hendrix. Na bagagem, o britânico de 31 anos traz ao Brasil uma música que homenageia Chico Science.
 - New Directions - 19h
 - Quantos: de R\$ 25 a R\$ 35
 - Diana Krall Trio
 - A bela pianista e cantora canadense foi descoberta pelo legendário baixista Ray Brown, acompanhante de Oscar Peterson, aos 19 anos. A revista "Down Beat" lhe deu o título de a melhor cantora de jazz de 1996.
 - Danilo Perez
 - Discípulo de Thelonious Monk, o pianista panamenho começou a tocar aos três anos. Hoje, aos 31, contabiliza passagens pela United Nations Orchestra, de Gillespie, e pela Havana/New York Music Ensemble, de Paquito D'Rivera.
 - Club - 24h
 - Quantos: de R\$ 35 a R\$ 75
 - Dee Dee Bridgewater
 - A cantora norte-americana, que já se apresentou ao lado de nomes como Dizzy Gillespie e Chick Corea, traz ao festival canções que já apresentou em tributo a Ella Fitzgerald. Tom Jobim e Ivan Lins podem aparecer no repertório.

- Art Farmer Quartet
 - Inventor do flugelhorn e o trompete, Farmer já acompanhou nomes como Clifford Brown, Horace Silver e Gerry Mulligan. Com 68 anos, o músico transita pelo cool, pelo funk e pelo hardbop.
- Pharoah Sanders Quartet
 - Grande nome do free jazz, estilo em que os improvisos fogem dos padrões tradicionais. Sanders se projetou na década de seu mestre, John Coltrane. Sanders traz ao Brasil suas pegadas vanguardistas de ritmos africanos.
- Main Stage - 21h30
 - Quantos: R\$ 60 e R\$ 80
 - Ronnie Earl & The Broadcasters
 - A "noite blues" do festival começa com o prenheido guitarista Ronnie Earl, vencedor de um W.C. Handy (Grammy do setor) do ano passado. Assim como Robben Ford, Earl é cobiçado pela facilidade com que transita entre o blues e o jazz.
 - Otis Rush
 - Um dos pioneiros do blues elétrico de Chicago, Rush já tocou com e compôs para todos os grandes nomes do blues, como Muddy Waters, Willie Dixon e Eric Clapton. Traz ao Brasil um repertório recheado de clássicos do blues.
 - Jimmie Vaughan
 - Imão e primeiro mestre de Stevie Ray, o maior fenômeno do blues dos últimos anos (morreu em 1990 em acidente de helicóptero). Jimmie promete blues texano com 90% de inspiração e 10% de trabalho.
 - New Directions - 20h
 - Quantos: de R\$ 25 a R\$ 35
 - O Trio
 - Formado por Peter Anorin, Sérgio Santos e Marcelo Camargo, o grupo defende a bandeira do choro. Para o trio, o ritmo está em
- Segunda-feira**
 - 19h - Roberto Flach & Renato Borghetti
 - Dee Dee Bridgewater
 - 21h30 - Otis Rush
 - Jimmie Vaughan
 - Terça-feira
 - 19h - Lee Konitz Trio
 - Art Farmer Quartet
 - 21h30 - Jamiroquai
 - Onde:
 - A versão porto-alegrense do Free Jazz será no teatro do Sesi (av. Assis Brasil, 8.787, tel. 051/347-8700).

permanente (jazzista) Zeca Camargo, qual eles misturam funk com Scott Joplin, o rei do ragtime

■ Kenny Garrett

- Garrett já passou pelo funk de James Brown e pelo jazz de John Coltrane. Em 1989, o saxofonista trabalhou com Miles Davis e encaminhou o trompetista ao blues. Em 1996, Garrett foi eleito pelo "Down Beat" o sax-alto do ano.

- Club - 23h
- Quantos: de R\$ 35 a R\$ 75
- Lee Konitz Trio
 - Beboper de primeiro time, o saxofonista Konitz entrou para a história do jazz como símbolo de sofisticação. Sua maior influência é o pianista Lenie Tristano (1919-1978), com quem gravou o paradigmático "Subconscious Lee".
- Onde
 - Os espetáculos do Main Stage, palco principal em inglês, são no Palace (av. dos Jarmaris, 213, Moema, região sudoeste, tel. 011/541-4900). Dentro dessa festa estão as grandes atrações, com espaço para chegar aos shows New Directions — nos dias de Club — e Club — clube — no Bourbon Street (r. dos Chaves, 127, Moema, região sudoeste, tel. 011/542-1927). As duas são incorporam os shows mais intimistas do festival.

Hoje

- 19h - Diana Krall Trio
- 21h30 - Ronnie Earl & The Broadcasters
- 21h30 - Otis Rush
- 21h30 - Jimmie Vaughan
- 21h30 - O Trio
- 21h30 - Art Farmer Quartet

Amanhã

- 19h - Virginia Rodrigues
- 21h30 - Marcus Roberts & Orquestra Rhapsody in Blue
- 21h30 - Mingus Big Band com Elvis Costello
- 21h30 - Armando
- 21h30 - Dee Dee Bridgewater

Sábado

- 19h - Cascabão
- 21h30 - Neneh Cherry
- 21h30 - Adam F.
- 21h30 - Goldie & Metalheads: Dis
- 21h30 - Raul Mascarenhas & Mauro Senise
- 21h30 - Lee Konitz Trio

Domingo

- 18h - Donald Harrison Quartet
- 20h30 - Erykah Badu
- 21h30 - Carlos Malta
- 21h30 - Pharoah Sanders Quartet

Segunda-feira

- 19h - Roberto Flach & Renato Borghetti
- Dee Dee Bridgewater
- 21h30 - Otis Rush
- Jimmie Vaughan

Terça-feira

- 19h - Lee Konitz Trio
- Art Farmer Quartet
- 21h30 - Jamiroquai

Onde:

- A versão porto-alegrense do Free Jazz será no teatro do Sesi (av. Assis Brasil, 8.787, tel. 051/347-8700).

Venda de ingressos:

Em São Paulo, os ingressos para o festival só estão sendo vendidos no Palace e no Bourbon Street. A bilheteria do Palace, que só vende ingressos para os shows da casa, funciona diariamente das 13h às 22h. O Palace tem serviço de entrega em domicílio pelo tel. 011/531-0999, das 9h às 18h. Aceita todos os cartões de crédito, mas apenas por telefone. O Bourbon também só vende ingressos para os próprios espetáculos. A bilheteria funciona de segunda a sábado, das 10h às 18h. O serviço de entregas em domicílio funciona pelo tel. 011/274-7626. A casa aceita apenas American Express. No Rio de Janeiro, os ingressos estão sendo vendidos em oito lojas da rede Select, dos postos Shell, como na av. Borges de Medeiros, 3.219, Lagoa. Bilhetes também podem ser comprados no Shopping Rio Sul (com ingressos mais baratos para estudantes). O teatro do Sesi e o Praia de Belas Shopping vendem ingressos em Porto Alegre.

Censura:

Em todos os espetáculos existe censura para menores de 18 anos.

Programação de filmes:

- Onde:
 - Museu da Imagem e do Som (av. Europa, 158, Jardim Europa, região sudoeste, tel. 011/852-9197)
 - Quantos: entrada franca
- Hoje
 - 18h - "Texas Tenor: The Illinois Jacquet Story", de Arthur Elgort
 - 20h - "Saxophone Colossus", de Robert Muggo
 - 22h30 - "The Return of Reuben Blades", de Robert Muggo
- Amanhã
 - 18h - "Last Date: Eric Dolphy", de Hans Hyklema
 - 20h - "Sun Ra: A Joyful Noise", de Robert Muggo
 - 22h30 - "Os Doces Bárbaros", de Tom Jobt Anzlay
- Sábado
 - 18h - "Land of Look Behind", de Alan Greenberg
 - 20h - "Kodiak: Heartbeat Drummers of Japan e "Jaju Music", de Jacques Holender
 - 22h30 - "From Son to Saba", de Roberto Lopez
- Domingo
 - 18h - "Art Blakey: The Jazz Messenger", de Dick Fontaine e Pat Hartley
 - 20h - "Musicians in Exile", de Jacques Holender
 - 22h30 - "One Hand Don't Clap", de Kevory Duita

Folha Informações Ilustrada

0800-78-0311

Digitale a opção 6 para saber mais sobre o Free Jazz

Zuza Homem de Mello e Carlos Calado comentam as atrações.

Na sexta e na sexta-feira, de 19h às 21h30, no teatro do Sesi (av. Assis Brasil, 8.787, tel. 051/347-8700).

Onde estacionar:

- O Bourbon Street tem serviço de manobristas. Os carros ficam estacionados nas proximidades da casa.
- A manobrista custa R\$ 6
- O Palace não tem manobristas, mas a região tem muitos estacionamento, que cobram, em média, R\$ 15 o período dos shows

O telefone:

- O festival tem este ano uma central de esclarecimento de dúvidas sobre horários e ingressos. O Free Jazz Line funciona no tel. 080021223 de segunda a sexta, das 8h às 17h

Na televisão:

- O canal Multishow (Net/Multicanal) transmite o evento ao vivo de hoje a domingo, a partir das 19h

FREE JAZZ Uma das estrelas da música eletrônica desta década, produtor e DJ inglês encerra noite de hoje do evento

Goldie leva ao Palace sua filosofia de rua

FRANZ PALOMINO
do Folha de São Paulo

Goldie é o nome de uma das estrelas da música eletrônica desta década, produtor e DJ inglês encerra noite de hoje do evento

Goldie é o nome de uma das estrelas da música eletrônica desta década, produtor e DJ inglês encerra noite de hoje do evento

Goldie é o nome de uma das estrelas da música eletrônica desta década, produtor e DJ inglês encerra noite de hoje do evento

Goldie se chama Goldie não por sua seis dentes são de ouro - ele usou o tempo todo das óbvias alças. Na noite de quinta, ele chamou a atenção de todos os presentes com sua música eletrônica, com uma mistura de estilos, com uma abordagem única. Mantendo o ritmo, ele não mudou seu segundo nome, o apelido "Natty".

Recebeu o apelido de Natty, mas trouxe um som muito sofisticado e sofisticado. Ele usou o apelido de Natty e fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul. Ele fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul.

Ele fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul. Ele fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul.

Era a trilha oficial dos negros das ruas de Londres e sua originalidade foi o destaque.

Seus modos, pode-se dizer que ele se comportava numle foi se destacando, subindo a bateria durante o show. Assim como os outros artistas, Goldie também produziu sua própria música.

De lá para cá, o estilo se tornou um dos mais importantes do pop de Danza. Ele fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul.

Ele fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul. Ele fez um som que é um mix de drum'n'bass, funk e soul.



O produtor inglês Goldie, que encerra com o Metalheadz a noite de hoje no palco do Palace, em São Paulo

Veja os principais lançamentos do gênero

Goldie lançou seu primeiro álbum de estúdio, "Timeless", em 1995. O álbum foi produzido por Goldie e lançado pela gravadora Metalheadz. O álbum foi um sucesso comercial e crítico, estabelecendo Goldie como um dos principais nomes do drum'n'bass.

Outros lançamentos importantes incluem "Black & White" e "Timeless".

Goldie lançou seu primeiro álbum de estúdio, "Timeless", em 1995. O álbum foi produzido por Goldie e lançado pela gravadora Metalheadz. O álbum foi um sucesso comercial e crítico, estabelecendo Goldie como um dos principais nomes do drum'n'bass.

Goldie lançou seu primeiro álbum de estúdio, "Timeless", em 1995. O álbum foi produzido por Goldie e lançado pela gravadora Metalheadz. O álbum foi um sucesso comercial e crítico, estabelecendo Goldie como um dos principais nomes do drum'n'bass.

Adam F. quer misturar tudo ao minimalismo do drum'n'bass

Adam F. é um dos nomes da nova geração do drum'n'bass. Ele lançou seu primeiro álbum de estúdio, "The End of the World", em 1995. O álbum foi produzido por Adam F. e lançado pela gravadora Metalheadz. O álbum foi um sucesso comercial e crítico, estabelecendo Adam F. como um dos principais nomes do drum'n'bass.

Adam F. é um dos nomes da nova geração do drum'n'bass. Ele lançou seu primeiro álbum de estúdio, "The End of the World", em 1995. O álbum foi produzido por Adam F. e lançado pela gravadora Metalheadz. O álbum foi um sucesso comercial e crítico, estabelecendo Adam F. como um dos principais nomes do drum'n'bass.



O inglês Adam F., 25, um dos nomes da nova geração do drum'n'bass



A cantora e compositora Neneh Cherry abre a noite de hoje no Palace, em São Paulo, dentro do Free Jazz

Neneh Cherry canta sexo e feminismo com atitude cool

Neneh Cherry abre a noite de hoje no Palace, num dos mais aguardados shows da programação do Free Jazz.

Nascida na Suécia, crescida em Londres, Cherry é uma espécie de diva do pop dos anos 90. Super-cool, 33 anos, passeia entre o soul, o rock e a música eletrônica com elegância e personalidade.

Sua sexy versão de "I've Got You Under My Skin" é um dos momentos mais significativos da década de 80, celebrizado pelo clipe do diretor Jean Baptiste Mondino para o CD "Red Hot and Dance". Foi o que a propôs para o chamado, para

além da cena dance onde ela já reinava desde "Buffalo Stance", do álbum de estreia, "Raw Like Sushi" (89).

Ali ela já se firmava como um dos pilares do chamado feminismo na dance music, posicionando-se em uma nova atitude no pop que ajudou a definir o período.

E ela continua. Em setembro último, por exemplo, participou de campanha sobre o câncer de mama junto com outras cantoras, que também vai virar um CD.

A mesma orientação também aparece em seu "Homebrew" (lançado no fim de 92), talvez seu melhor trabalho.

Depois de ficar quatro anos sem

gravar, Cherry lançou "Man" (uma homenagem clara a seu pai, o jazzista Don Cherry, forte influência em seu trabalho).

O disco tem caráter mais introspectivo e intimista. Fala sobre amor, sexo, vida e morte, em palavras da própria cantora. "Man" é influenciado também por sua vida superdoméstica, com as três filhas.

Mais acústico e com mais elementos do rock, as faixas de "Man" devem dar um bom show. O trilhão "Woman" é a resposta mais que feminista a "It's a Man's World". Mais desencanada, "Koochi" é Neneh Cherry sexy como nunca. Vai ser uma delícia. (EP)

FREE JAZZ FESTIVAL

Jamiroquai estrela a terceira noite do evento

Um dos grandes destaques do Free Jazz Festival de São Paulo, que acontece nos dias 10, 11 e 12 de outubro, é a terceira noite do evento, que acontece no sábado (11), às 21h30, no Palácio das Convenções, em São Paulo. A noite é estrelada por Jamiroquai, a banda inglesa de funk, soul e hip-hop, que se apresenta às 21h30. O show tem ingressos esgotados em 48 horas.

Após o sucesso da primeira e segunda noites, a terceira noite do festival também promete ser um sucesso. Além de Jamiroquai, a noite contará com a participação de outros artistas, como o pianista panamenho Danilo Perez, o saxofonista Pharoah Sanders e o cantor Edson José.

Abaixo e à dir., Jason Kay, vocalista do Jamiroquai, maior estrela da terceira noite do evento, cujo show teve seus ingressos esgotados em 48 horas



O pianista panamenho Danilo Perez, atração de hoje no Free Jazz em São Paulo

O saxofonista Pharoah Sanders, que encerra a noite de hoje do festival

Após o sucesso da primeira e segunda noites, a terceira noite do festival também promete ser um sucesso. Além de Jamiroquai, a noite contará com a participação de outros artistas, como o pianista panamenho Danilo Perez, o saxofonista Pharoah Sanders e o cantor Edson José.

O Free Jazz hoje

Programação em SP

Main Stage

21h30 - Erykah Badu
Comparada pelo "The New York Times" à diva do jazz Billie Holiday, é compositora da maior parte das músicas que canta

23h - Jamiroquai
Primeiro ato cujo ingresso esgotaram, a banda mistura dance, funk, soul e hip-hop

Quanto: R\$ 40 e R\$ 100

New Directions

19h - Donald Harrison Quartet
As matizes do saxofonista são o clássico Louis Armstrong, o cool Gerry Mulligan e o funky James Brown

20h30 - Danilo Perez
Discípulo de Thelonious Monk, o pianista panamenho contabiliza passagem pela United Nations Orchestra, de Gillespie

Quanto: de R\$ 25 a R\$ 35

Clube

24h - Pharoah Sanders Quartet
Grande nome do free jazz, estilo em que os improvisos fogem dos padrões tradicionais, Sanders se projetou na banda de seu mestre, John Coltrane

Quanto: de R\$ 35 a R\$ 75

Programação de filmes

18h - "Land of Look Behind", de Alan Greenberg

20h - "Kodo: Heartbeat Drummers of Japan" e "Juzu Music", de Jacques

Onde estacionar:

O Bourbon Street tem serviço de manobrista. A manobra custa R\$ 6. O Palácio não tem manobristas, mas a região tem muitos estacionamentos

O telefone:

O festival tem neste ano uma central de esclarecimento de dúvidas sobre horários e ingressos. O Free Jazz Line funciona no tel. 0800-212223 de segunda a sexta, das 8h às 17h.

Na televisão:

O canal Multishow (Net/Multicanal) transmite o evento ao vivo de hoje a domingo, a partir das 19h. A MTV também vai transmitir ao vivo o show de Jamiroquai

Programação no Rio

19h - Cascabulho e Kenny Garret

21h30 - Neneh Cherry, Adam F. e Goldie & Metalheadz DJs

23h30 - Raul Mascarenhas & Mauro Senise e Lee Konitz Trio



Yolanda Souza: "enigmática"



Edson José: "E alguma doença?"

Banda inglesa vira 'jamiroquem' em SP

da Redação

"Jamiroquai é uma palavra enigmática. Lembra coisa astral, parte terra, parte anjos."

O palpite é da advogada e professora Yolanda Andrade Souza Araújo, 50, que como dezenas de pessoas entrevistadas pela Folha não conhecia a banda de origem inglesa, maior atração do Free Jazz Festival.

Assim como muitos dos entrevistados, abordados em locais tão distintos quanto o shopping Iguatemi e a praça da Sé, a advogada disse acreditar que Jamiroquai seria referência a "algo do céu".

Para o modelo Lourenço Alvaranga, 20, que disse não ter idéia do que significava a palavra, o nome do grupo teria relação com "extraterrestres".

"E o ET de Varginha?", retrucou o vendedor de anúncios José Santos, 28, para emendar: "É música, é de comer, espanta mosquito".

Quando soube que Jamiroquai é uma banda estrangeira, Santos justificou: "A Bahia é que é o berço da música", disse o baiano.

Sentindo em frente à igreja da Sé, o desempregado reagiu a pergunta

com outra questão: "E alguma doença?". Alguns metros na frente, apoiado no muro do Zé da cidade, o Irenista Wilson Ferreira, 60, disse não ter "melhor ideia".

O vendedor de cachorros quen-tes Izalas Leal, 31, apostou que Jamiroquai fosse algo ligado ao seu ramo. Ele diz que adora música em especial rock, mas disse que o nome da banda "pode ser até nome de comida".

Muitos não acertaram mais chegaram próximos ao alvo. A estudante Vanessa Santos, 17, que estava sentada na praça Sílvio Romero, no Tatuapé (zona sudeste de São Paulo), falou que a palavra "lembra reggae".

O ritmo jamaicano não está entre os principais ingredientes do conjunto inglês —apesar de terem gravado "Drifting Alone" nesse registro.

Jamiroquai, e isso sabia a estudante Maria Paula Pessoa Wanderley, 14, dona de um CD do grupo, não é o cantor e líder do grupo, Jason Kay, mas o nome da banda, que resulta da junção do termo jazzístico "jam" com o nome de uma tribo de índios dos Estados Unidos, os Iroquois.



José Santos: "ET de Varginha?"



Izalas Leal: "pode ser comida"

Foto: Ana Tullia Imagens

Foto: Enzo Bracco, Tullia Imagens

1998

Ao passar para o Jockey Club de São Paulo, a 13ª edição do Free Jazz apresentou-se bem próxima do modelo adotado pelo tradicional festival de *jazz* de New Orleans. Embora com os palcos menores do que em anos anteriores, teve recorde de bilheteria, com venda de quase todos os ingressos antes mesmo do seu início. Sem a mostra de filmes sobre *jazz*, compensou o desfalque com a inclusão de uma exposição fotográfica com imagens em preto-e-branco de artistas consagrados no universo jazzístico, como Billie Holiday, Miles Davis, Count Basie, Charlie Parker, dentre outros que foram fotografados por Herman Leonard durante a década de 1940 e início de 50. O fotógrafo, então com 75 anos, esteve no evento para fazer a abertura de sua exposição.

Herman Leonard ficou famoso por construir um imaginário fotográfico para o *jazz*. Pelas imagens de Leonard conseguia-se visualizar as diversas características que por muito tempo definiram os ambientes jazzísticos, como o forte contraste entre luz e sombra, a fumaça sempre excessiva e o refinamento de seus artistas. Além de conter essa necessária exposição, o Free Village incluía em seu espaço: telão para exibir vídeos musicais, bares, restaurantes, livros e discos. E pôde ser frequentado inclusive por quem não conseguiu ingresso para os *shows*.

Mais intimista em sua nova estrutura, porém mais agressivo em sua visualidade, o festival, neste ano, já era pauta meses antes de sua estreia, com direito a longas entrevistas com os artistas, divulgação de novos lançamentos jazzísticos no Brasil e guia completo para identificar todas as atrações, local e hora de suas apresentações, que eram, também, exibidas por canais de tevê.

O sucesso de público era tão certo que fez o festival se expandir para Curitiba, somando-se mais uma cidade às outras três já dominadas por ele, Rio de Janeiro, Porto Alegre e São Paulo.

O 'Palco Main Stage', como sempre, sou bastante diverso. Apresentou uma vertente da música eletrônica, astros consagrados no *jazz* e no *rock*, mas também os mais novos destaques da tradição musical norte americana. Harper foi bastante esperado e o publicou cantou junto quase todas as canções de seu repertório que mistura *rock*, soul, *blues* e country. Harper teve seu *show* considerado pelos críticos com sendo superior ao da atração seguinte, Dave Matthews Band.

A segunda noite do 'Palco Main Stage' trouxe, novamente, música eletrônica. Quem abriu foram os germânicos do Kraftwerk, cuja música é feita somente com aparelhos

eletrônicos sonoros, aliada a imagens exibidas em um telão enorme no fundo do palco, e levaram o público para uma atmosfera futurística. A surpresa foi tanta que quando a mais conhecida, Massive Attack, subiu ao palco, houve certa decepção. Embora tenham sido um dos responsáveis pela popularização do obscuro trip-hop (uma das vertentes da música eletrônica), optaram por um *show* menos eletrônico com um formato mais convencional de bateria acústica, baixo e guitarra.

O *jazz* só apareceu no ‘Palco Main Stage’ em sua última noite e, mesmo assim, abriu para o *rock*. Wayne Shorter é um daqueles lendários jazzistas, transitou pelo hard bop de Horace Silver, e disse na coletiva: “o mais importante no *jazz* é o combate e não a perfeição” (CALADO, Carlos. “Wayne Shorter chega a exagerar da discrição”. In: *Folha de S. Paulo*. Ilustrada. 20/10/1998).

Mas ao que indica Calado, o saxofonista, neste *show*, priorizou mais o seu lado compositor, deixando os improvisos para os músicos que o acompanharam. Depois dele veio o guitarrista britânico, Jeff Beck. Seu *rock* soou bem diferente daquele apresentado por Dave Matthews, na abertura deste mesmo palco.

O ‘Palco Club’, bem mais intimista, seduzia facilmente os ouvidos mais puristas. E para não romper com a tradição, era o último a abrir suas portas, às 23h.

Confirmava, assim, aquela velha relação entre o *jazz* e a noite. Como atrações da primeira noite deste Free Jazz, as orquestras chegaram com força total. O ‘Palco Club’ recebeu a Banda Mantiqueira com repertório nacional e sonoridade cheia de energia. Maria Schneider também trouxe sua orquestra, mas tocaram no New Directions. A regente trabalhou com Gil Evans e chegou carregada por elogios da mídia norte americana, além de duas indicações ao Grammy, pelo seu primeiro disco, *Evanescence* (1993). Conquistou a crítica pela delicadeza de seus arranjos que determinaram um contraponto com o pianista Marc Cary, responsável pela abertura desta primeira noite no ‘Palco New Directions’, onde apresentou um *jazz* eletrificado, com forte influência dos anos de 1970. Já a Mantiqueira, abriu para o saxofonista Johnny Griffin, outra lenda do *jazz*. Um *show* de Griffin prova que embora standartizada, a música no *jazz* se torna sempre uma nova música.

Em sua segunda noite o ‘Palco New Directions’ trouxe Mahalia Jackson, Mavis Staples, que embora conhecida por seu canto gospel, priorizou para o Free Jazz um repertório voltado para a *soul music* e fez todo mundo dançar, cantar e bater palmas durante sua apresentação. Quem abriu a noite para ela foi o novíssimo saxofonista, Antonio Hart. Keb’Mo’ tocou no mesmo palco, porém no último dia do festival. Único representante do

blues neste ano fez um *show* somente com voz e violão e conseguiu passar por diversos estilos de música negra norte-americana como o *gospel* e o *country*.

No Club ainda tivemos a veterana saxofonista, Jane Ira Bloom que abriu para nosso bruxo, Hermeto Pascoal e no último dia, Antúlio Madureira que dentre as várias excentricidades que apresentou, tocar Ave Maria, de Schubert, com um serrote, foi a mais surpreendente. Abriu a noite para que depois entrasse Howard Johnson e sua orquestra de tubas. Os arranjos refinados criados por Jonhson provaram que a tuba também pode soar leve e bastante musical.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que esta edição do Free Jazz Festival foi marcado por uma constelação de estrelas (Kraftwerk, Jeff Back, Jamiroquai), mesmo assim a cobertura não foi como de anos anteriores, a *Folha de S. Paulo* já havia substituído o cabeçalho que antes, vez ou outra alardeava o melhor da programação cultural da cidade no final de semana para posicionar no rodapé as notícias de entretenimento, o que parece uma tendência irreversível do jornal a partir dessa época até os dias atuais.

Parece que o assunto deixou de ter o *status* de outrora, mas a valorização do festival com reportagens de página inteira continuava a copiar os anos anteriores, informando o leitor e mantendo a energia positiva do festival. Apesar de outros patrocinadores ainda não se beneficiarem dessa ampla divulgação, outras marcas orbitavam o festival sem ter um comprometimento claro com a mídia e vice-versa.

O profissionalismo focado em ações de *branding* estava apenas começando, e a *Folha de S. Paulo*, naquele momento, passava a dar uma importância média, mas que naturalmente era pouco percebida pelos leitores porque o Free Jazz Festival parecia uma propriedade do veículo, ou seja, uma propriedade por não haver tantos eventos musicais importantes naquela época, e aqueles festivais possuíam as melhores características para um evento desses obter sucesso de público e na mídia: eram tecnicamente impecáveis, apesar das dificuldades técnicas encontradas no Brasil, e trouxeram corajosamente o que havia de melhor no meio musical.



FOLHA DE S. PAULO

São Paulo, sexta-feira, 18 de outubro de 1998
DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRÍAS FILHO ••• UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL • ALMEDA BARÃO DE LIMEIRA, 415 • ANO 78 • Nº 25.398 • R\$ 1,00

Nova York sobe 4,15%, e Bovespa tem alta de 6,64%, impulsionada também pela decisão norte-americana de liberar verba para o FMI

Juro cai nos EUA e Bolsas disparam

Na folha de capa pode se observar, no canto inferior direito uma nota em 'chamada' para o Free Jazz Festival:



SINCRONIZADOS Cerca de 10 mil praticantes de artes marciais realizam uma exibição na praça Tiananmen (Paz Celestial), em Pequim; foi a primeira vez, desde 49, que o Partido Comunista da China deu permissão para manifestação dessa gênero no local, cenário do massacre de estudantes durante protestos pró-democracia, em 89

EUA pedem reforma em 12 mil aviões

A FAA (Administração Federal de Aviação), que regula as companhias aéreas nos EUA, recomenda a troca dos isolantes térmicos e acústicos dos cerca de 12 mil jatos comerciais do país. Segundo a FAA, o atual sistema ajuda a propagar fogo. O pedido pode ter sido influenciado pela queda de um MD-11 da Swissair. Pág. 1-11

AMOSTRA Pág. 3-12

Previsão do tempo

12°C Média 24°C
18°C Máx 20°C
10°C Mín 23°C

Previsão do tempo

12°C Média 24°C
18°C Máx 20°C
10°C Mín 23°C

Previsão do tempo

12°C Média 24°C
18°C Máx 20°C
10°C Mín 23°C

ÍNDICE

Brasil	12
Estados Unidos	11
Europa	10
África	9
América Latina	8
Ásia	7
Oceania	6
Índice de Desenvolvimento Humano	5
Índice de Paz Global	4
Índice de Confiança do Consumidor	3
Índice de Sentimento do Consumidor	2
Índice de Expectativas do Consumidor	1

<http://www.folha.com.br>

GUIA DA FOLHA

HAMBURGIA 51
PARIS 56
BRUXELAS 57

186 71

Fim-de-semana

Parque do Ibirapuera

Parque do Ibirapuera

Free Jazz abre hoje em SP

O Free Jazz Festival começa hoje em São Paulo com uma noite marcada pelos shows de Ben Harper e da Dave Matthews Band, que tocarão ontem no Rio.

O Guia da Folha traz toda a programação da Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. Pág. 3-2 e 4-9

Supergames Folha

A partir de 17/10, todo sábado nas bancas.

FOLHA

FREE JAZZ no

Kraftwerk continua em busca do futuro



A partir da esq., Vowles, Marshall e Del Naja, do Massive Attack

Massive Attack fecha noite carioca

Trio tocará o repertório de "Mezzanine"

de emissão ao Rio

Os criadores do trip hop de Bristol (Inglaterra) — o trio Massive Attack — fecham hoje, com o Kraftwerk, o segundo dia do Free Jazz, no MAM-Rio, com a turnê de "Mezzanine". Em cima do repertório desse disco, Robert Del Naja, Grant Marshall e Andrew Vowles conduzirão o show desta noite, apoiados pelo vocal de Deborah Miller e de Hovav Avny.

Em entrevista realizada on-line na cidade, os músicos disseram que o que mais os in-

teressou no Brasil foi o futebol e por que o Cristo Redentor fica em cima da montanha.

Questionado sobre se o Massive Attack faz dance music, Del Naja respondeu: "Nunca fomos uma faixa que fosse feita para a pista de dança, queremos que as pessoas ouçam".

Amanhã o Massive Attack toca, também com o Kraftwerk, no Jockey Club, em São Paulo.

"Kraftwerk é uma influência importante para todos que fazem música. Gostamos muito deles desde o álbum 'Autobahn'", afirmou Marshall. (F0)

PATRICIA DECIA
especial para o Rio

A "Elektronikvolksmusik" está no Brasil. E subirá hoje, no Rio, ao palco do Free Jazz (pela primeira vez no Brasil), no MAM-Rio, no mesmo tempo suas criadoras e criaturas.

A expressão em alemão é emblemática. Para boa parte do público brasileiro, seus estranhos muito semelhantes à provocação pelo techno. No entanto, revela o conceito de música popular eletrônica, "a nova música, linguagem universal deste e do próximo século".

Quem assim a qualifica é Ralf Hutter, um de seus criadores, há 30 anos, parte da primeira geração de uma Alemanha pós-guerra devastada culturalmente. É sua banda Kraftwerk — uma das maiores influências da música contemporânea no mundo — continua ainda em busca do futuro.

É "visionário" o adjetivo que se aceita para falar de seu próximo álbum — que deve ser lançado em 99, após um hiato de mais de uma década —, durante entrevista concedida à Folha, em setembro, no Rio.

Folha - O Kraftwerk se considera mais do que um grupo pop?

Ralf Hutter - Sim. Somos operários musicais. Inventamos a semana de 168 horas, não há separação entre trabalho e tempo livre. Há tantas coisas a fazer: música, programar computadores, imagens, filmes, letras, palestras, discursos, entrevistas, viagens, esportes.

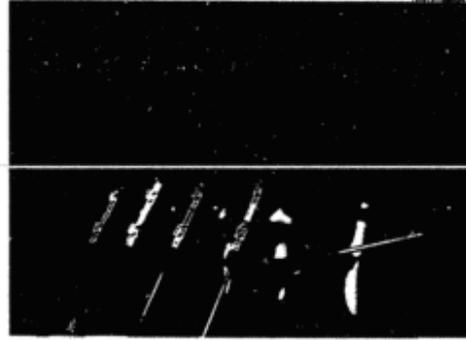
Folha - O que mais o interessa?

Hutter - A vida cotidiana.

Folha - Na Alemanha?

Hutter - Sim, só podemos falar do nosso dia-a-dia, ou seja, predominantemente o contexto industrial alemão em Düsseldorf, Colônia. Mas também estamos perto da fronteira, área pan-europeia.

Folha - Nesse momento a Alemanha



A banda alemã Kraftwerk, que toca hoje no Rio e amanhã em São Paulo, no palco principal do Free Jazz

passa por mudanças políticas.

Hutter - Sim, mas isso é só administração. Acho que não tem nada a ver com arte, música ou pensamento. Quem se importa com o governo? Não acho que burocratas possam influenciar a cultura.

Folha - E quem pode?

Hutter - Bem, as pessoas fazem cultura, os cineastas, os escritores, os matemáticos, os cientistas, os artistas. Essas são pessoas interessantes, não os burocratas.

Folha - E o cotidiano?

Hutter - As invenções influenciam a vida cotidiana, como o gravador, a câmera digital, o sintetizador. Há cem anos, para criar um grande som, era preciso de uma centena de pessoas, então era necessário de um rei ou um rico empresário industrial. Hoje, com um computador e caixa de som, há todo um novo princípio de criação autônoma, que transforma os governos e a burocracia em redundantes. E com a Internet e outros

canais de comunicação, há diferentes autonomias de discurso.

Folha - O que acha do "taga-voed-memo" com os computadores na música? É do resultado?

Hutter - É como haríamos previsto nos anos 70. Éramos a primeira geração do pós-guerra na Alemanha, quando não apenas as casas foram bombardeadas, mas havia uma desorientação na cultura alemã. Mas foi uma grande oportunidade, porque começamos do zero, não havia tradição comunal. Tínhamos essa ideia de criar a "Elektronikvolksmusik", como o "Volksvagen" (carro popular). Agora está em todo lugar, no mainstream, Acoustica.

Folha - Em 1977, você disse que "todo mundo busca o transe na vida, e as máquinas produzem um transe absolutamente perfeito". Continua achando?

Hutter - Sim. Nós tocamos as máquinas e algumas vezes elas nos tocam, é um diálogo. Kraftwerk é o

homem-máquina ("man-machine"). Algumas pessoas atingem o transe com a exatidão física, tomando drogas ou 30 xícaras de café. Nós o fazemos pela música.

Folha - Há uma hierarquia na música eletrônica?

Hutter - Não. Algumas vezes, na música, o fator humano é superestimado. E com Kraftwerk nós levamos o fator mecânico ao mesmo nível, à igualdade. Se você trata suas máquinas musicais da mesma forma que seus amigos ou a si mesmo, achará um feedback positivo.

Folha - Primeiro foi o mecânico, o carro, o trem nos álbuns "Autobahn" e "Trans-Europe Express", depois o computador (em "Computer World", agora há a Internet. A música antecipa essas etapas ou os retrata?

Hutter - Algumas vezes ela é simultânea, mas a música pode ser muito visionária.

Folha - O que é visionário hoje?

Hutter - Nosso próximo disco.

FREE JAZZ SÃO PAULO

Noite 'sem jazz' vem com rock, folk e blues

de Reportagem Local

"Jazz free" (em português, sem jazz) seria um nome mais apropriado para a noite de estréia do festival Free Jazz 98, hoje, em São Paulo, mas porque estamos dividindo o palco com representantes bastante distantes do estilo: as atrações norte-americanas Ben Harper e Dave Matthews Band.

Eles fazem as honras do evento, incluídas na mesma programação que já alguns anos resume o festival: trazer ao país novos talentos conhecidos no exterior, mas que ainda não são populares por aqui. Formado no início dos anos 90, o grupo de rock Dave Matthews Band lançou em 93 o disco inde-

pendente de estréia, "Remember Two Things", que gerou um contrato com a RCA.

Mas foi com o quarto álbum (descontando um ao vivo), "Before These Crowded Streets", que o grupo teve o seu maior mérito comercial: alcançou a trilha de "Titanic" do primeiro lugar da parada da "Billboard".

Na apresentação de hoje o público deve enfrentar cerca de uma hora de violão elétrico misturado com o violão sem final de Dave Matthews, cantando seus hits "Santitas" e "Ain't Marching". Um pouco mais tranquilo, embasado no blues e no folk, o californiano Ben Harper estréia hoje o Main Stage no Jockey Club. Festivais de



Ben Harper, que toca hoje em SP

Jazz não são novidade para Harper, que participou da edição deste ano do festival de Montreal. Seu repertório traz faixas de seus três discos, principalmente do último, "The Will to Live". (F1)

Schneider promete som denso com improviso

CARLOS CALADO
especial para a Folha

Primeira atração do Free Jazz paulista, no palco New Directions, o quinteto do pianista-revelação Marc Cary promete fazer a platéia dançar, com composições rítmicas que incluem no violão elemento do bebop influências africanas, cubanas e brasileiras.

Na sequência do programa, a Maria Schneider Jazz Orchestra chega ao original e densas composições da norte-americana — considerada a grande novidade do jazz orquestral nesta década.

Sólistas de talento, como o saxofonista Rick Margitza e o saxo-

fonista Rick Margitza e Rich Perry, garantem a alta temperatura das improvisações. O repertório da "big band" também deve incluir alguma homenagem ao maestro e arranjador canadense Elvin Jones (1912-1988), influência maior na música de Schneider.

Já na sala Club, além da paulista Banda Mantiqueira (leia texto abaixo), o programa destaca o sax tenor de Johnny Griffin, 70, lendário jazzista de Chicago, que vive na Europa desde os anos 60.

Um dos últimos romancescentes da primeira geração do bebop, Griffin segue bastante fiel ao estilo gerado nos anos 40, tanto em composições próprias, como nas recriações de vilões "standards".



A arranjadora Maria Schneider

Especialista em baladas, sempre tratadas com sofisticação e dramaticidade, Griffin vem acompanhado por seu quarteto, que destaca Michael Weiss (piano) e John Webber (contrabaixo).

Mantiqueira presta tributos

especial para a Folha

Os compositores João Bosco e Galvão serão alguns dos vários músicos homenageados pela Banda Mantiqueira, em sua apresentação de hoje, na sala Club.

"Vamos aproveitar a ocasião para mostrar arranjos que fazem parte de nosso próximo CD. A gravadora acenou ao fim do ano", afirma o arranjador e saxofonista Nelson "Provéria" Azevedo.

Desses novos números, o maestro cita "Prés-a-Parier de Taletá" (de João Bosco) e "Baile de Lacaen" (Galvão). Outra novidade é um "medley" de corcudas melodias de Cartola e Nelson Cavalcanti, arranjadas pelo contrabaixista Edson Alves.

"Tocar no Free Jazz é um momento de época para qualquer músico brasileiro", diz Provéria, convencido de que a indicação do CD da Mantiqueira para o prêmio Grammy influencia a inclusão da banda nesta edição do festival.

Para assistir aos shows do Free Jazz

Programação

Quarta pelo 0900-11-2246:

- 19h30 - House of Jade, com Wayne Shorter e "Jazz Workshop", com Ben Harper
- 20h30 - "Nice and Easy", com Johnny Griffin

SP Jockey Club

- 19h30 - New Directions** (19h30 - Main Stage)
- 20h30 - New Directions** (20h30 - Main Stage)
- 21h30 - New Directions** (21h30 - Main Stage)
- 22h30 - New Directions** (22h30 - Main Stage)
- 23h30 - New Directions** (23h30 - Main Stage)
- 24h30 - New Directions** (24h30 - Main Stage)

17h - MAM (17h30 - Main Stage)

19h30 - MAM (19h30 - Main Stage)

21h30 - MAM (21h30 - Main Stage)

23h30 - MAM (23h30 - Main Stage)

25h30 - MAM (25h30 - Main Stage)

27h30 - MAM (27h30 - Main Stage)

29h30 - MAM (29h30 - Main Stage)

31h30 - MAM (31h30 - Main Stage)

33h30 - MAM (33h30 - Main Stage)

35h30 - MAM (35h30 - Main Stage)

37h30 - MAM (37h30 - Main Stage)

39h30 - MAM (39h30 - Main Stage)

41h30 - MAM (41h30 - Main Stage)

43h30 - MAM (43h30 - Main Stage)

45h30 - MAM (45h30 - Main Stage)

47h30 - MAM (47h30 - Main Stage)

49h30 - MAM (49h30 - Main Stage)

51h30 - MAM (51h30 - Main Stage)

53h30 - MAM (53h30 - Main Stage)

55h30 - MAM (55h30 - Main Stage)

57h30 - MAM (57h30 - Main Stage)

59h30 - MAM (59h30 - Main Stage)

61h30 - MAM (61h30 - Main Stage)

63h30 - MAM (63h30 - Main Stage)

65h30 - MAM (65h30 - Main Stage)

67h30 - MAM (67h30 - Main Stage)

69h30 - MAM (69h30 - Main Stage)

71h30 - MAM (71h30 - Main Stage)

73h30 - MAM (73h30 - Main Stage)

75h30 - MAM (75h30 - Main Stage)

77h30 - MAM (77h30 - Main Stage)

79h30 - MAM (79h30 - Main Stage)

81h30 - MAM (81h30 - Main Stage)

83h30 - MAM (83h30 - Main Stage)

85h30 - MAM (85h30 - Main Stage)

87h30 - MAM (87h30 - Main Stage)

89h30 - MAM (89h30 - Main Stage)

91h30 - MAM (91h30 - Main Stage)

93h30 - MAM (93h30 - Main Stage)

95h30 - MAM (95h30 - Main Stage)

97h30 - MAM (97h30 - Main Stage)

99h30 - MAM (99h30 - Main Stage)

01h30 - MAM (01h30 - Main Stage)

03h30 - MAM (03h30 - Main Stage)

05h30 - MAM (05h30 - Main Stage)

07h30 - MAM (07h30 - Main Stage)

09h30 - MAM (09h30 - Main Stage)

11h30 - MAM (11h30 - Main Stage)

13h30 - MAM (13h30 - Main Stage)

15h30 - MAM (15h30 - Main Stage)

17h30 - MAM (17h30 - Main Stage)

19h30 - MAM (19h30 - Main Stage)

21h30 - MAM (21h30 - Main Stage)

23h30 - MAM (23h30 - Main Stage)

25h30 - MAM (25h30 - Main Stage)

27h30 - MAM (27h30 - Main Stage)

29h30 - MAM (29h30 - Main Stage)

31h30 - MAM (31h30 - Main Stage)

33h30 - MAM (33h30 - Main Stage)

35h30 - MAM (35h30 - Main Stage)

37h30 - MAM (37h30 - Main Stage)

39h30 - MAM (39h30 - Main Stage)

41h30 - MAM (41h30 - Main Stage)

43h30 - MAM (43h30 - Main Stage)

45h30 - MAM (45h30 - Main Stage)

47h30 - MAM (47h30 - Main Stage)

49h30 - MAM (49h30 - Main Stage)

51h30 - MAM (51h30 - Main Stage)

53h30 - MAM (53h30 - Main Stage)

55h30 - MAM (55h30 - Main Stage)

57h30 - MAM (57h30 - Main Stage)

59h30 - MAM (59h30 - Main Stage)

61h30 - MAM (61h30 - Main Stage)

63h30 - MAM (63h30 - Main Stage)

65h30 - MAM (65h30 - Main Stage)

67h30 - MAM (67h30 - Main Stage)

69h30 - MAM (69h30 - Main Stage)

71h30 - MAM (71h30 - Main Stage)

73h30 - MAM (73h30 - Main Stage)

75h30 - MAM (75h30 - Main Stage)

77h30 - MAM (77h30 - Main Stage)

79h30 - MAM (79h30 - Main Stage)

81h30 - MAM (81h30 - Main Stage)

83h30 - MAM (83h30 - Main Stage)

85h30 - MAM (85h30 - Main Stage)

87h30 - MAM (87h30 - Main Stage)

89h30 - MAM (89h30 - Main Stage)

91h30 - MAM (91h30 - Main Stage)

93h30 - MAM (93h30 - Main Stage)

95h30 - MAM (95h30 - Main Stage)

97h30 - MAM (97h30 - Main Stage)

99h30 - MAM (99h30 - Main Stage)

01h30 - MAM (01h30 - Main Stage)

03h30 - MAM (03h30 - Main Stage)

05h30 - MAM (05h30 - Main Stage)

07h30 - MAM (07h30 - Main Stage)

09h30 - MAM (09h30 - Main Stage)

11h30 - MAM (11h30 - Main Stage)

13h30 - MAM (13h30 - Main Stage)

15h30 - MAM (15h30 - Main Stage)

17h30 - MAM (17h30 - Main Stage)

19h30 - MAM (19h30 - Main Stage)

21h30 - MAM (21h30 - Main Stage)

23h30 - MAM (23h30 - Main Stage)

25h30 - MAM (25h30 - Main Stage)

27h30 - MAM (27h30 - Main Stage)

29h30 - MAM (29h30 - Main Stage)

31h30 - MAM (31h30 - Main Stage)

33h30 - MAM (33h30 - Main Stage)

35h30 - MAM (35h30 - Main Stage)

37h30 - MAM (37h30 - Main Stage)

39h30 - MAM (39h30 - Main Stage)

41h30 - MAM (41h30 - Main Stage)

43h30 - MAM (43h30 - Main Stage)

45h30 - MAM (45h30 - Main Stage)

47h30 - MAM (47h30 - Main Stage)

49h30 - MAM (49h30 - Main Stage)

51h30 - MAM (51h30 - Main Stage)

53h30 - MAM (53h30 - Main Stage)

55h30 - MAM (55h30 - Main Stage)

57h30 - MAM (57h30 - Main Stage)

59h30 - MAM (59h30 - Main Stage)

61h30 - MAM (61h30 - Main Stage)

63h30 - MAM (63h30 - Main Stage)

65h30 - MAM (65h30 - Main Stage)

67h30 - MAM (67h30 - Main Stage)

69h30 - MAM (69h30 - Main Stage)

71h30 - MAM (71h30 - Main Stage)

73h30 - MAM (73h30 - Main Stage)

75h30 - MAM (75h30 - Main Stage)

77h30 - MAM (77h30 - Main Stage)

79h30 - MAM (79h30 - Main Stage)

81h30 - MAM (81h30 - Main Stage)

83h30 - MAM (83h30 - Main Stage)

85h30 - MAM (85h30 - Main Stage)

87h30 - MAM (87h30 - Main Stage)

89h30 - MAM (89h30 - Main Stage)

91h30 - MAM (91h30 - Main Stage)

93h30 - MAM (93h30 - Main Stage)

95h30 - MAM (95h30 - Main Stage)

97h30 - MAM (97h30 - Main Stage)

99h30 - MAM (99h30 - Main Stage)

01h30 - MAM (01h30 - Main Stage)

03h30 - MAM (03h30 - Main Stage)

05h30 - MAM (05h30 - Main Stage)

07h30 - MAM (07h30 - Main Stage)

09h30 - MAM (09h30 - Main Stage)

11h30 - MAM (11h30 - Main Stage)

13h30 - MAM (13h30 - Main Stage)

15h30 - MAM (15h30 - Main Stage)

17h30 - MAM (17h30 - Main Stage)

19h30 - MAM (19h30 - Main Stage)

21h30 - MAM (21h30 - Main Stage)

23h30 - MAM (23h30 - Main Stage)

25h30 - MAM (25h30 - Main Stage)

27h30 - MAM (27h30 - Main Stage)

29h30 - MAM (29h30 - Main Stage)

31h30 - MAM (31h30 - Main Stage)

33h30 - MAM (33h30 - Main Stage)

35h30 - MAM (35h30 - Main Stage)

37h30 - MAM (37h30 - Main Stage)

39h30 - MAM (39h30 - Main Stage)

41h30 - MAM (41h30 - Main Stage)

43h30 - MAM (43h30 - Main Stage)

45h30 - MAM (45h30 - Main Stage)

47h30 - MAM (47h30 - Main Stage)

49h30 - MAM (49h30 - Main Stage)

51h30 - MAM (51h30 - Main Stage)

53h30 - MAM (53h30 - Main Stage)

55h30 - MAM (55h30 - Main Stage)

57h30 - MAM (57h30 - Main Stage)

59h30 - MAM (59h30 - Main Stage)

61h30 - MAM (61h30 - Main Stage)

63h30 - MAM (63h30 - Main Stage)

65h30 - MAM (65h30 - Main Stage)

67h30 - MAM (67h30 - Main Stage)

69h30 - MAM (69h30 - Main Stage)

71h30 - MAM (71h30 - Main Stage)

73h30 - MAM (73h30 - Main Stage)

75h30 - MAM (75h30 - Main Stage)

77h30 - MAM (77h30 - Main Stage)

79h30 - MAM (79h30 - Main Stage)

81h30 - MAM (81h30 - Main Stage)

83h30 - MAM (83h30 - Main Stage)

85h30 - MAM (85h30 - Main Stage)

87h30 - MAM (87h30 - Main Stage)

89h30 - MAM (89h30 - Main Stage)

91h30 - MAM (91h30 - Main Stage)

93h30 - MAM (93h30 - Main Stage)

95h30 - MAM (95h30 - Main Stage)

97h30 - MAM (97h30 - Main Stage)

99h30 - MAM (99h30 - Main Stage)

01h30 - MAM (01h30 - Main Stage)

03h30 - MAM (03h30 - Main Stage)

05h30 - MAM (05h30 - Main Stage)

07h30 - MAM (07h30 - Main Stage)

09h30 - MAM (09h30 - Main Stage)

11h30 - MAM (11h30 - Main Stage)

13h30 - MAM (13h30 - Main Stage)

15h30 - MAM (15h30 - Main Stage)

17h30 - MAM (17h30 - Main Stage)

19h30 - MAM (19h30 - Main Stage)

21h30 - MAM (21h30 - Main Stage)

23h30 - MAM (23h30 - Main Stage)

25h30 - MAM (25h30 - Main Stage)

27h30 - MAM (27h30 - Main Stage)

29h30 - MAM (29h30 - Main Stage)

31h30 - MAM (31h30 - Main Stage)

33h30 - MAM (33h30 - Main Stage)

35h30 - MAM (35h30 - Main Stage)

37h30 - MAM (37h30 - Main Stage)

39h30 - MAM (39h30 - Main Stage)

41h30 - MAM (41h30 - Main Stage)

43h30 - MAM (43h30 - Main Stage)

45h30 - MAM (45h30 - Main Stage)

47h30 - MAM (47h30 - Main Stage)

49h30 - MAM (49h30 - Main Stage)

51h30 - MAM (51h30 - Main Stage)

53h30 - MAM (53h30 - Main Stage)

55h30 - MAM (55h30 - Main Stage)

57h30 - MAM (57h30 - Main Stage)

59h30 - MAM (59h30 - Main Stage)

61h30 - MAM (61h30 - Main Stage)

63h30 - MAM (63h30 - Main Stage)

65h30 - MAM (65h30 - Main Stage)

67h30 - MAM (67h30 - Main Stage)

69h30 - MAM (69h30 - Main Stage)

71h30 - MAM (71h30 - Main Stage)

73h30 - MAM (73h30 - Main Stage)

75h30 - MAM (75h30 - Main Stage)

77h30 - MAM (77h30 - Main Stage)

79h30 - MAM (79h30 - Main Stage)

81h30 - MAM (81h30 - Main Stage)

83h30 - MAM (83h30 - Main Stage)

85h30 - MAM (85h30 - Main Stage)

87h30 - MAM (87h30 - Main Stage)

89h30 - MAM (89h30 - Main Stage)

91h30 - MAM (91h30 - Main Stage)

93h30 - MAM (93h30 - Main Stage)

95h30 - MAM (95h30 - Main Stage)

97h30 - MAM (97h30 - Main Stage)

99h30 - MAM (99h30 - Main Stage)

01h30 - MAM (01h30 - Main Stage)

03h30 - MAM (03h30 - Main Stage)

05h30 - MAM (05h30 - Main Stage)

07h30 - MAM (07h30 - Main Stage)

09h30 - MAM (09h30 - Main Stage)

11h30 - MAM (11h30 - Main Stage)

13h30 - MAM (13h30 - Main Stage)

15h30 - MAM (15h30 - Main Stage)

17h30 - MAM (17h30 - Main Stage)

19h30 - MAM (19h30 - Main Stage)

21h30 - MAM (21h30 - Main Stage)

23h30 - MAM (23h30 - Main Stage)

25h30 - MAM (25h30 - Main Stage)

27h30 - MAM (27h30 - Main Stage)

29h30 - MAM (29h30 - Main Stage)

31h30 - MAM (31h30 - Main Stage)

33h30 - MAM (33h30 - Main Stage)

35h30 - MAM (35h30 - Main Stage)

37h30 - MAM (37h30 - Main Stage)

39h30 - MAM (39h30 - Main Stage)

41h30 - MAM (41h30 - Main Stage)

43h30 - M

FREE JAZZ

Noite terá virtuosismo de Shorter e Beck

PATRICIA DECIA
edição especial ao Rio

Os curticulos do saxofonista Wayne Shorter e do guitarrista Jeff Beck prometem que hoje será a noite de maior virtuosismo instrumental do Free Jazz, no Rio. Os músicos se apresentarão no Main Stage (pavão principal), montado no MAM (Museu de Arte Moderna), a partir das 21h30.

Shorter, norte-americano, é a principal atração de jazz no festival. Com mais de 70 discos gravados desde os anos 50, ele já foi diretor musical dos Jazz Messengers de Art Blakey, participou do quinteto de Miles Davis, fendeu, nos anos 70, o Weather Report, e trabalhou com grupos latinos.

Em entrevista coletiva ontem, no Rio, o músico mostrou-se otimista com relação ao futuro do jazz. "Existem muitos músicos talentosos surgindo dos quais não temos notícia. Eles ainda estão brigando

com as gravadoras e com a manipulação dos meios de comunicação, mas vão chegar até nós.

Jeff Beck, britânico, é tido como um dos guitarristas mais influentes do mundo, passando por vários estilos, do fusion ao blues e, claro, o rock. Os ingressos para sua apresentação foram os primeiros a se esgotar no Rio, o que fez a organização do evento marcar um show extra para hoje, 17h, no MAM.

O guitarrista deve subir ao palco acompanhado de banda formada pela guitarrista Jennifer Butler, o baterista Steve Alexander e o baixista Randy Hoppe Taylor.

Depois de dizer que "Django Reinhardt é o maior guitarrista de todos os tempos", Beck afirmou, também em coletiva ontem, que os jovens aprendem a tocar muito mais rapidamente hoje em dia.

E completou: "Sou um dos instrumentistas que faz com que a guitarra continue a evoluir. Não quero deixar as coisas do techno

serem tudo apertando um botão".

Amambá, Beck e Shorter tocarão na versão paulistana do Free Jazz. Na quinta-feira, o Main Stage carioca foi "invasado" pelo californiano Ben Harper e pela Dave Matthews Band, os dois jovens candidatos a herdeiros da tradição musical americana.

Acompanhado da banda Criminals, Harper tocou 15 músicas, passando pela balada, o funk, o reggae e o hard rock.

Incluiu o bixio no violão com uma versão de "Sexual Healing", de Marvin Gaye, e encerrou-o com outra cover, "Voodoo Child".

A platéia se dispersou antes da entrada da Dave Matthews Band e não voltou a ficar lotada. Onze músicas preencheram as quase duas horas do show de Matthews, que em "Hip-Hip-Billyes", fez o público pular. Em outros (como de "Crush"), deixou-o sentado no chão.



O saxofonista Wayne Shorter, que se apresenta no Free Jazz hoje, no Rio de Janeiro

FREE JAZZ SÃO PAULO

Ironia: Kraftwerk levou o pop à ruína com ironia

PEDRO ALEXANDRE SANCHES
edição especial Local

É tarefa das mais complicadas tentar encontrar um lugar em que se encaixe a banda alemã Kraftwerk em 1998.

O provável que a história venha a registrar a como um paradoxo: Kraftwerk pode ser o primeiro produto musical inumano — ou desumano, ou sobre-humano —, mas também a última das bandas humanistas por criatividade. De quando o homem já era máquina, a máquina ainda era homem.

Kraftwerk nasceu como um broto — um tumor, talvez — da experiência progressiva da década dos 60 e dos 70. Sua existência excêntrica se destacou do organismo do rock progressivo e frutificou à medida que o organismo apreciava.

A medida que Kraftwerk alcançava seu auge criativo — entre "Autobahn" (74) e "Trans-Europe Express" (77), passando por "Radio-Activity" (75) —, os maníacos mais virtuosos e obsessivos pelo mais humano progresso se tornaram calculistas e da máquina.

Sua música branca — fria e sem qualquer porção constituinte — destrói a humanidade requirida, mas também a do músico negro de tantas variedades descontroladas neste século (jazz, blues, soul, funk...).

O confronto, em última instância, tornou-se a da transição europeia (e a da história do Kraftwerk) no humor satírico) versus as estratégias de sobrevivência afro-americana — um caso de Ve-

lho Mundo versus Novo Mundo.

É um embate que se trava até hoje. Herdeiro do calcilismo Kraftwerk, o techno luta pelo direito de existir, destituído de quadris como é, em meio ao calor dinâmico do rock, do black music, das MfW, do rap e do cruzeiro. Debustando-se para existir, os pós-Kraftwerk — em última análise o único tipo de música inovadora que os anos 90 produziram — empurram à derrocada gêneros de estabelecimento de Oasis e Carlinhos Brown. Agostante, o rock tenta coligações desideológicas — Pruvigilo, coisas assim.

É quem levou o pop à ruína foi, obviamente, o Rock'n'roll.

Como está a ironia? É que Kraftwerk era só ironia, Afinal não, série e avançados ironia. Era, no fundo, banda quase comunista, o exercício final de revolta contra os mundos imaginários por George Orwell, Aldous Huxley e Arthur Clarke — e já nos 70 quaresais.

Os exemplos se concentram em sua obra. O tom de canto usado em "Radio-Activity" faz os versos "radio-activity" está no ar para mim e para você/ radioatividade/ descubra por Madame Curie" (e "you and me" rima divinamente com "Madame Curie") se consumam em pura poesia.

Tudo gira entre a celebração e as mais cruéis constatações sobre a contemporaneidade. Pode-se pensar no Kraftwerk como o protótipo do homem arfado desastrosamente pelas possibilidades limitadas da eletônica. Mas há que admitir que tudo aquilo podia ser um mergulho descecelado no macabro.



Integrantes do Kraftwerk, que se apresenta no Free Jazz em SP hoje, no encarte de 'The Man Machine' (78).

Jazzistas preferem o som acústico

CARLOS CALADO
edição especial para a Folha

Na noite em que o pop eletrônico toma conta do palco maior do Free Jazz paulista, as salas New Directions e Club destacam atrações mais acústicas.

Alinda pouco conhecida no Brasil, a cantora norte-americana Mavis Staples, 56, promete ser a surpresa desta noite. Seus concertos em tributo à diva do gospel (e sua mentora musical) Mahalia Jackson arrancam lágrimas das platéias nos recentes festivais de Nova Orleans, Montreux e Umbria.

Ex-integrante do grupo vocal Staple Singers, Mavis formou-se na tradição religiosa do gospel, mas é também um excepcional cantora de soul music. O que levou o popstar Prince a produzir dois de

seus álbuns.

O repertório de Mavis costuma incluir clássicos da música religiosa afro-americana, como "Precious Lord" e "Nobody Knows the Trouble I've Seen", mas a formação da banda que a acompanha aqui indica que o soul e o blues terão mais espaço no concerto.

Outra atuação de hoje, no palco New Directions, o saxofonista e compositor Antonio Hart, 29, é um talentoso representante da nova geração do jazz. Depois de tocar com Art Blakey e Ray Charles, formou sua própria banda, em meados da década.

Em seu último álbum, "Here I Stand" (recentemente lançado no Brasil), Hart pratica um jazz moderno, baseado na tradição do bebop, mas aberto a influências da salsa, do reggae, do blues e até do hip hop. O

quarteto do saxofonista destaca Nathaniel Watts (bateria) e Steve Kirby (contrabaixo).

Já no palco Club, que também oferece nesta noite a música instrumental brasileira do "branco" Hermeto Pascoal, acontece o concerto da saxofonista norte-americana Jane Ira Bloom.

Nome frequente nas listas de melhores instrumentistas do jazz atual, nas categorias sax soprano, Bloom, 43, também toca ocasionalmente o sax alto, além de ser uma compositora bastante original e criativa.

Em seus shows e gravações, Bloom costuma utilizar recursos eletrônicos, mas promete tocar aqui com um quarteto acústico, que inclui o baterista Bobby Previte, o baixista Mark Dresser e o pianista Vincent Bourgeois.

Massive Attack nega rótulo

de edição ao Rio

"A música eletrônica só sobrevive se tiver um lado humano." A frase é de Robert Del Naja, o líder falante dos três britânicos que formam o Massive Attack, o trio de Bristol (Reino Unido), que veio ao Free Jazz anunciando que música eletrônica não é só para dançar.

"Usamos instrumentos mais convencionais do nosso último disco e nunca fizemos uma faixa deliberadamente dance", completou Del Naja durante entrevista coletiva concedida quinta, no Rio. Junto com a banda alemã Kraftwerk, eles tocarão ontem à noite no Rio e hoje em São Paulo.

Del Naja, Grant Marshall e Andrew Vowles sobem ao palco acompanhados de banda e dos vocalistas Horace Andy e Deborah Miller. Durante a entrevista, eles preferiram falar sobre *fabrics* e mostraram conhecimento considerável sobre os filmes do Brasil, "Tribos" e a canção do Fluminense "Mazzanine".

Mesmo assim, deixaram escapar algumas das opiniões por trás da concepção de álbuns como "Fabrics" e o recente "Mezzanine".

"O intervalo longo entre um disco e outro acontece porque pensar no concerto de um álbum leva tempo. Não somos como bandas que lançam três singles antes de um disco estar pronto", disse Marshall. Eles devem voltar ao estúdio em fevereiro, após o final da turnê de "Mezzanine".

Para finalizar, falaram sobre trip hop, o rótulo que os acompanha e do qual são normalmente considerados criadores: "Não chamamos nosso trabalho assim, mas já estamos cansados de nos irritar ou restar isso", disse Del Naja. 1998

Hermeto quer 'quebrar tudo'

CARLOS BOZZO JUNIOR
edição especial para a Folha

O multinstrumentista, compositor e arranjador Hermeto Pascoal, 62, apresenta-se com seu grupo hoje, às 21h, na segunda noite do Free Jazz, em São Paulo.

Leia a seguir trechos da entrevista que o músico alagoano concedeu à Folha por telefone, do Rio.

Folha - O que você preparou para o festival?
Hermeto Pascoal - Além das músicas que fazem parte do nosso repertório, vai ter a música de São Paulo, que é nova. Fiz assim: para cada lugar que vou tocar, escrevi um tema. Então, terá uma música "Rio", uma para São Paulo, chamada "São Paulo", e uma para Curitiba, chamada "Curitiba".

Folha - Como é "São Paulo"?
Hermeto - É uma melodia bonita, com efeitos que lembram a coisa misturada da metrópole. Então tem de tudo, do fôrrô ao jazz. Participo, na parte harmônica, do improviso e do final com o público, porque ela termina com o público cantando um refrão assim: "É amor, São Paulo. Éna, São Paulo".

Folha - Quais são os critérios para escolher um músico de seu grupo?
Hermeto - Tocar bem, amar a

música, não pensar primeiro em dinheiro. É difícil eu fazer esse festival, porque sempre quero receber um cachê de acordo com o que o pessoal que vem do exterior está recebendo. Meus músicos sabem que o dinheiro não é a coisa mais importante, mas temos que valorizar nosso trabalho.

Folha - Você vai apresentar algum instrumento novo?
Hermeto - Sempre falo que o que importa mesmo não é o instrumento, são as idéias. Vou apresentar um monte delas, e com isso usar umas coisas muito amalizadas, como boneca, frasco de perfume etc.

Folha - O que é jazz?
Hermeto - É um termo que os americanos inteligentemente usam para pegar um estilo de música e fazer o mundo todo tocar esse música. Só que a música é universal, sem rótulos, porque sofremos influências de tudo, fôrrô, caboclinho, maracatu, jazz, samba etc.

Folha - Qual é a importância desse evento?
Hermeto - Nós nos apresentamos para o público. Tínhamos que ter cadeia cativa, assim como Miles Davis e o Gil Evans tiveram nos EUA. Não houve festival lá em que não tivessem tocando. Aqui é mais difícil, mas estamos com um performance boa, e vamos quebrar tudo lá em São Paulo.

Para assistir aos shows do Free Jazz

SP Jockey Club
Ingressos: R\$ 10,00 / R\$ 15,00

São Paulo Village
Ingressos: R\$ 10,00 / R\$ 15,00

Club
Ingressos: R\$ 10,00 / R\$ 15,00

Free Jazz Live
0800-212223
(de 7h30 às 17h30)

Map includes locations: São Paulo Village, Club, SP Jockey Club, São Paulo Village, Club, Free Jazz Live, Free Village.

1999

O ‘Palco Main Stage’ mais eclético e mais popular do festival apresentou diversas tendências da música mundial, neste final de década. Na primeira noite trouxe o rapper brasileiro, MV Bill, cujo repertório privilegiou seu então mais recente álbum, “Traficando Informação”. Cantou com o The Roots, grupo norte-americano, que ainda se estendeu no palco para mostrar um *hip hop* que não necessita de DJ ou *sampler*, preferindo a instrumentação ao vivo. Era um dos principais nomes do hip hop mundial, principalmente depois de eleito pela revista Rolling Stones como a melhor banda de hip hop ao vivo. Transitaram pelo rap e pelo *jazz*, animando a plateia lotada do Jockey.

Depois veio Eagle Eye. Durante o *show*, cantou novas versões para músicas de Bob Marley e recebeu Naná Vasconcelos para uma participação especial. Quem fechou a primeira noite do Main Stage foi o cantor escocês Finley Quaye. Com um *show* mais voltado para o reggae, também homenageou Bob Marley, mas sem deixar de apresentar algumas pitadas de trip hop, característica de seu estilo. Chegou premiado no Brasil como melhor cantor pelo Brit Awards, uma espécie de Grammy britânico.

Em sua segunda noite, o ‘Palco Main Stage’ trouxe revelações da música eletrônica destacando os DJs convidados. Começou com The Crystal Method, duo de DJs *norteamericanos*, Scott Kirkland e Ken Jordan. A segunda apresentação foi do Orbital que exibiu mantras e músicas psicodélicas em formato de *techno music*, e fez o público entrar num universo ritualístico, presente na repetição de algumas batidas. A última apresentação desta noite ficou por conta do DJ inglês Darren Emerson, que deixou a pista quente quando trouxe sua *house music*, numa apresentação com cerca de duas horas de duração.

O *jazz* também marcou presença no palco principal, em sua última noite, dedicada à homenagem de veteranos mestres jazzistas. Começou pelo saxofonista Joshua Redman. Ele já havia participado do Free Jazz em 1994 e seu amadurecimento foi pauta na crítica de Carlos Calado, para a *Folha de S. Paulo*. Recente expoente da nova safra de jazzistas *norteamericanos*, mostrou que, mesmo quando toca *standards*, apresenta novos arranjos, de forma a reciclar os clássicos à moda contemporânea.

O segundo *show* era uma homenagem a Louis Armstrong, ainda assim, o também jovem trompetista Nicholas Payton, pareceu ter a mesma preocupação de Redman quando apresentou Armstrong em novas roupagens, de modo a não soar como cópia do mestre.

A terceira e última apresentação veio para homenagear Duke Ellington em comemoração ao seu centenário. E o líder deste tributo foi um representante da velha guarda,

o baterista, Louie Bellson, pupilo de Ellington, que veio acompanhado pela Duke Ellington Alumni. Os veteranos da orquestra transitaram por clássicos do maestro, deixando os mais nostálgicos em êxtase com aquela volta aos anos de 1920 e 30. A homenagem também incluiu o grupo de sapateadores, Williams Brothers Tap.

A primeira noite do ‘Palco New Directions’ apresentou Jacky Terrasson, que apresentou um *jazz* atmosférico, reforçado pelo pulso hipnótico do baixo e da bateria. O encerramento da noite ficou por conta do guitarrista Marc Ribot, respeitado músico vanguardista da cena novaiorquina. Veio acompanhado de amigos que formavam a banda Los Cubanos Postizos. Nenhum deles apresentava um histórico de ligação mais profunda com os ritmos cubanos e talvez por isso o *show* tenha deixado a dever à música centro-americana, como afirmou Carlos Calado, na *Folha de S. Paulo*.

Na sua segunda noite, a estreia do palco ficou com Pedro Luís e a Parede, os cariocas que misturaram *rock*, maracatu, funk, rap, dentre diversos outros estilos, elaborando um pop *fusion* brasileiro, de batucada marcante. Animaram o público para a entrada da última banda da noite, Cake. Eles estavam com diversas músicas tocando constantemente nas rádios brasileiras, fato que explica a forte participação do público, que cantou junto quase todas as músicas no *show*. Ao final, receberam Tom Zé para uma participação especial.

Em sua última noite, o ‘Palco New Directions’ recebeu Medeski, Martin & Wood. Também representantes da vanguarda novaiorquina, o *power* trio formado pelo tecladista John Medeski, o baterista Billy Martin e o baixista Chris Wood, extrapolavam as barreiras do *jazz*, somando a ele influências de várias tradições musicais modernas que ia do funk ao rap, sem deixar os ruídos de fora. A música do grupo não se baseia no improviso, mas se destaca por apresentar novas concepções estéticas de composição, e foi por isso bastante elogiado pela crítica. A última apresentação da noite ficou por conta de Jonny Lang que cantou clássicos do *blues*, como Lie to Me, passeou pelo *pop* e encerrou exibindo o vigor de um bom estreador.

O ‘Palco Club’ era o preferido dos jazzistas mais ortodoxos. Mais intimista, trazia no conforto da tradição a certeza de vida longa ao *jazz*. Neste ano, o primeiro a estrear no Club foi o de Roy Haynes. Quando subiu ao palco pediu para que abajassem a luz, de forma a estimular os ouvintes presentes a se atentarem para a conversa jazzística que, junto de seu grupo, apresentaram para o Free Jazz. Quem abriu para Haynes foi Leandro Braga, pianista e arranjador paulista que, depois de acompanhar diversas estrelas da MPB, apresentou para o Free Jazz seu trabalho solo, “Pé na Cozinha”.

A segunda noite foi aberta pelo Trio Madeira Brasil que presenteou o público com temas nacionais de Jacob do Bandolim, Ernesto Nazareth e Chico Buarque, passando também pelo ragtime de Scott Joplin, com lindas versões instrumentais. Depois foi a vez de outro veterano, George Shearing. O excesso de precisão foi assunto entre os críticos especializados, que sentiram falta de mais espaço para a liberdade jazzística do improvisado.

A Vittor Santos Orquestra subiu ao ‘Palco Club’ em sua última noite, como representante das orquestras brasileiras. O trombonista carioca dirigiu mais vinte músicos que tocaram além de composições próprias do maestro, clássicos da Bossa Nova e dos afro-sambas. Para fechar com ‘chave de ouro’, Charles Lloyd Quartet junto do guitarrista John Abercrombie, que neste festival lançou o novo disco, “*Voice in the Night*”, gravado com Abercrombie.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil pode-se dizer que este Free Jazz foi uma edição morna com pouca cobertura da *Folha de S. Paulo*. Essa, aliás, é a única matéria encontrada, uma espécie de serviço do festival que traz a programação, horários de *shows* e faz uma menção satírica do duo americano Crystal Method, em uma matéria do editor adjunto da Ilustrada à época, Lucio Ribeiro.

Claro que essa importância faz parte do apoio ao Festival, mas não se pode deixar de comparar aos anos de ouro anteriores com manchetes de capa e matérias mais importantes. Essa programação musical não foi tão expressiva. De qualquer forma o Festival registrou mais um ano de existência no cenário internacional do Jazz contribuindo com a história da Souza Cruz e de sua marca Free como pioneirismo em imagem de marca e *show business* no Brasil.

Telefone: (11) 3228-7042, Fax: (11) 3228-2284, E-mail: foz@foz.com.br • Serviço de atendimento ao assinante: (11) 3228-2280

FOLHA acontece

Atividade das Folhas e a partir de 1999 o Dia do Folhista e o Dia do Fanzineiro. @ Notícias @ Sem pretensão

Arquitetura cheapas
Ar-condicionado
Assentos confortáveis

Último dia de "Midnight Clowns" O espetáculo de improvisação de Crystal Method, nada contra os Chemical Brothers. Oito dias... Ovíliano uma vez, na Rádio One, quando tocamos na Inglaterra. Mas tudo bem. Já ouvi também na América que eles são os "Crystal Method inglês". Embora usemos muito as batidas, acho que somos dois grupos bem diferentes.

Folha - Vocês acabaram de tocar com o Orbital em uma longa turnê americana e vão se apresentar de novo agora no Brasil. Vocês curtem o Orbital?
Kirkland - Amo o Orbital. Tocamos juntos 18 vezes em 20 dias, em julho passado. Funcionamos bem na mesma lista de atrações, embora nosso som e o modo de se apresentar sejam bem diferentes. Vai ser excitante para o público conferir essas duas experimentações eletrônicas, posso assegurar.

Folha - O Method, recentemente, também fez shows relacionados a bandas de hard rock, na turnê Family Values. Agora vocês tocam em um festival de jazz. O que você acha disso?
Kirkland - Adoramos tocar desse modo, para vários públicos, em públicos diferentes do eletrônico. Mas no Brasil será a primeira vez que tocamos em um festival de jazz, embora nossa noite só tenha eletrônico.

Para assistir aos shows do Free Jazz 99
Em SP

Local
Jockey Club - av. Lincoln de Paula Machado, 1.263, Butantã, tel. (11) 3116-4011

Entrada
Só há ingressos para o Main Stage de hoje

Informações
São 700 vagas.
Acesso para o estacionamento dos shows do Main Stage é de R\$ 10,00. Armazenamento de Quênia, portão 1, e para os shows do Club, portão 3

É proibido
máquinas fotográficas, filmadoras, gravadores de som, lasers, garrafas e vidros

Reservas
120

Idade
18 anos

Programação

Main Stage - 20h
New Directions - 20h
Pedro Lutz e a Parade Cafe

Main Stage - 22h
The Crystal Method
Orbital
Darren Emerson (do Underworld)

Club - 23h
Tito Modesto Brasil
George Shearing Quartet

Main Stage - 20h
New Directions - 20h
Meredith Martin & Wood
Johny Lang

Main Stage - 22h
Classic American Song por Joshua Redman
The Nicholas Peyton - Louis Armstrong
Orchestral Celebration Duke Ellington's Centen

Club - 23h
Vitor Santos Orquestra
Charles Lloyd Quartet com John Abercrombie

Crystal Method
Os DJs Ken Jordan (esq.) e Scott Kirkland

Free Jazz Line
0800-312223
Informações sobre o festival

LÚCIO RIBEIRO
Editor-adjunto da Ilustrada

O Crystal Method, duo eletrônico bacana que toca hoje no Main Stage do Free Jazz paulistano, constitui-se numa banda legal de ser compreendida. Compõe-se com o Chemical Brothers, pelo big beat quebra-espinha versátil que produzem.

É, com um certo engarrafamento, comparada ainda com o grupo de hard rock Siade. O hino "Busy Child", do Method, poderia fácil se chamar "Cum on Feel the Beat", numa corruptela livre do "classico" "Cum on Feel the Noise", do Siade. Sim, isso mesmo: o Crystal Method pode ser tido de "o primeiro grupo eletrônico-farofa".

Com apenas um disco lançado ("Vegas", 1997) e dois megahits criados nos últimos dez anos, a dupla de DJs Scott Kirkland e Ken Jordan, oriundos de Las Vegas, toparam.

Os caras são performativos atrás das pias (Zé Pedro!), não perdem um coice da MTV americana para qualquer tipo de programa ou premiação, já apareceram inúmeras vezes no "Electric Circus" canadense, complexão para o máximo de tribas sonoras que podem, e viraram outro farofa, Tommy Lee (baterista do Modley Cruz e ex e agora atual da robusta Pamela Anderson) para compor algo para o novo disco, estão em videogames badalados e são "estrelas" do filme "Better Living through Chemistry", descolado longa sobre raves que passa segunda-feira na Mostra de SP sob o nome "Methor Viver Lógico".

A dupla faz de tudo, menos soltar de uma vez o aguardado segundo álbum, o sucessor de "Vegas". O DJ Scott Kirkland conta à Folha por quê, em entrevista concedida de Boston, EUA, antes de embarcarmos para tocar no Brasil.

Folha - O Crystal Method vai mostrar as músicas do tão esperado segundo álbum em um festival de jazz no Brasil. O show do Method no Free Jazz pode ser anunciado dessa maneira?
Scott Kirkland - Sim, claro. O que estiver pronto para o próximo disco vai ser tocado no Brasil, com certeza. Mas a maioria das músicas vai ser tirada do "Vegas". Será um show de coisas novas, coisas velhas e de tudo misturado.

Folha - Quando o álbum vai ser lançado? Já tem nome?
Kirkland - Na América estão falando muito nisso, que estamos trabalhando em um estúdio secreto gravando as músicas do novo disco. Mas ele está longe de estar pronto. Temos alguma coisa pronta, mas não é do nosso interesse apresentarmos as coisas só para botar um disco no mercado. Quando achamos que de está

blema com essa comparação?

Kirkland - Não gosto muito disso, porque não somos o Crystal Method. Nada contra os Chemical Brothers. Oito dias... Ovíliano uma vez, na Rádio One, quando tocamos na Inglaterra. Mas tudo bem. Já ouvi também na América que eles são os "Crystal Method inglês". Embora usemos muito as batidas, acho que somos dois grupos bem diferentes.

Folha - Vocês acabaram de tocar com o Orbital em uma longa turnê americana e vão se apresentar de novo agora no Brasil. Vocês curtem o Orbital?
Kirkland - Amo o Orbital. Tocamos juntos 18 vezes em 20 dias, em julho passado. Funcionamos bem na mesma lista de atrações, embora nosso som e o modo de se apresentar sejam bem diferentes. Vai ser excitante para o público conferir essas duas experimentações eletrônicas, posso assegurar.

Folha - O Method, recentemente, também fez shows relacionados a bandas de hard rock, na turnê Family Values. Agora vocês tocam em um festival de jazz. O que você acha disso?
Kirkland - Adoramos tocar desse modo, para vários públicos, em públicos diferentes do eletrônico. Mas no Brasil será a primeira vez que tocamos em um festival de jazz, embora nossa noite só tenha eletrônico.

2000

Com o mesmo formato dos últimos anos, o Free Jazz seguiu como divulgador e difusor de diferentes correntes musicais. A música eletrônica apareceu na segunda noite do 'Palco Main Stage', através das bandas Moloko e Leftfield. A primeira estava conhecida, neste ano, por compor a trilha da campanha publicitária da Lucky Strike com a música, Fun for Me. A música do duo se voltava para o *pop*, mas com base na *house music*, na *soul* e no *trip-hop*. Além deles, o Free Jazz preparou o Village para receber os modernos disc jóqueis, contemporaneamente conhecidos como *DJs*. O espaço de convivência do festival foi transformado em área para badalação, apresentando a nova safra de *DJs* voltados para a música eletrônica. Essa área, aliás, naquele ano, foi muito bem vista pela crítica musical.

Ainda assim, a grande novidade foi a vinda de representantes do *rock* indie, que agradava àquela parte dos jovens mais voltados para a cultura *punk* e *grunge*. *Indie* significa *independent* de forma contraída, um tipo de música alternativa à margem do mercado. O Free Jazz inovou ao trazer, pela primeira vez, grupos que já eram sucesso entre essa parcela da

juventude, como Sonic Youth, pela primeira vez na América Latina e Sean Lennon, filho de John Lennon, também pela primeira vez no Brasil. Ambos representantes daquela tão falada vanguarda nova-iorquina. Eles tocaram no ‘Palco Main Stage’ na primeira noite do festival, que teve ingressos esgotados logo que colocados à venda. Youth saiu como ótimo representante de uma elaborada cultura pop, Lennon não teve a mesma sorte dentro da crítica brasileira.

Femi Kuti Trouxe a tradição afrobeat africana para o festival, uma espécie de fusão entre *jazz*, *funk* e cantos tradicionais africanos veio para o Free Jazz dar continuidade às letras contestatórias do pai, Fela Kuti, mas somando ao tradicional afrobeat, elementos da *dance music*. Depois dele, em sua última noite, subiu D’Angelo. Ele chegou como a nova promessa do *soul* que em outros tempos era representada por Otis Redding, Marvin Gaye e Curtis Mayfield.

Também teve espaço para a música cubana, no mais intimista dos palcos, o ‘Palco Club’, que teve suas noites todas esgotadas antes do início do festival, na capital paulista. Chucho Valdés, um pianista cubano dos mais conceituados, além de compositor, arranjador e bandleader, chegou com dois Grammys na bagagem. Também era organizador do Havana International Jazz Festival. Trouxe para o festival brasileiro sua fusão de influências popular e erudita, com uma leitura jazzística-caribenha bastante elogiada. Tocou na mesma noite que João Donato e Ray Brown. Donato, que em anos anteriores subiu bêbado ao palco do Free Jazz, pareceu regenerado neste ano. Fez uma retrospectiva da carreira, tocando seus grandes *hits*, mas mostrou sua boa forma ao reformular de maneira criativa as antigas canções.

Ray Brawn, baixista que fechou a noite, fazia parte daquela leva de veteranos que definiram o *jazz* contemporâneo e que o festival trazia de forma a revisitar artistas amplamente consagrados. Ele já havia tocado com Dizzy Gillespie, com Ella Fitzgerald, depois com Oscar Peterson, Milt Jackson, Joe Pass, dentre muitos outros. A parte alta do *show* foi quando o trio fez um medley com as composições de Monk, Round Midnight e Well, You Needn’t.

Max Roach foi outro importante músico da velha guarda do *jazz* a se apresentar no ‘Palco Club’. O famoso baterista já estivera presente no Free Jazz de 1989 e voltou com o mesmo sorriso no rosto, mais evidente durante seus solos. Fazendo de sua bateria um instrumento melódico e em ótima sintonia com a banda, foi responsável por um dos *shows* mais elogiados. Antes dele tocou o bandolinista Hamilton de Holanda, que chegava como uma das grandes promessas da música instrumental brasileira, principalmente por ser finalista do 1º Prêmio Visa de Música Brasileira. Fez um *show* privilegiando o choro brasileiro, mas

com vigor e velocidade, característico da sua forma de tocar. Sua incrível habilidade e sonoridade enérgica, o tornou conhecido como bandolinista heavy metal, fato mal visto pelos críticos, que preferiram defender o choro desta forma agressiva de tocar. Na *Folha de S. Paulo* Bozzo escreveu que “o que Hamilton de Holanda faz é reflexo da esquizofrenia cultural por que passamos, em que tudo é rápido, fragmentado e tecnologicamente preciso. Sua sonoridade é enérgica, talvez até demais.” (JUNIOR. Carlos Bozzo. “Faltou choro no *show* de Hamilton de Holanda”. In: *Folha de São Paulo*. Ilustrada. 23/10/2000).

Outro menos elogiado foi Ravi Coltrane, filho de John Coltrane. Saxofonista como o pai, não conseguiu fugir das comparações sendo considerado como músico mediano pelos críticos. O contrário aconteceu com o Art Ensemble of Chicago e sua musicalidade *free*, que funde ritmos africanos, sonoridades orientais e livres improvisos de todos os músicos da banda, o *show* foi contagiante e transgressor, como bem gosta o *jazz*.

Os novos músicos de *jazz* também marcaram presença no ‘Palco New Directions’. O primeiro foi Irvin Mayfield. Sem se esquecer dos clássicos *standards*, também tocou, *Body and Soul* e *Giant Step*, rearranjadas como samba de forma a homenagear o Brasil. Aclamado pela crítica, mostrou que o sotaque de sua música vem de sua cidade natal, New Orleans. Greg Osby subiu ao palco logo depois de Mayfield, dando continuidade à nova safra de jazzistas.

Driblou o previsível e conquistou a crítica. Depois, trompetista e saxofonista subiram juntos para o bis. A *jam* promovida por eles foi ainda mais admirada, reflexo de que o espírito do *jazz* ainda continua vivo.

Moreno Veloso (violão), filho de Caetano, junto de Domenico Lancelotti (bateria eletrônica) e Alexandre Kassim (baixo eletroacústico), subiram ao palco para abrir a segunda noite do ‘Palco New Directions’. Depois deles foi a vez de Manu Chao, responsável pela voracidade na venda dos ingressos desta noite. Sucesso absoluto com um único disco intitulado, “Clandestino”, Manu Chao mostrou para o Free Jazz sua proposta de música globalizada, que funde diferentes culturas através da mistura de diversos ritmos e fez a *plateia* lotada do jockey cantar quase todas as canções.

Em sua última noite, o ‘Palco New Directions’ trouxe o cantor Jay-Jay Johanson e o percussionista, produtor e DJ inglês, Talvin Sing. O primeiro, pela primeira vez na América Latina, também transitou pela música eletrônica e mostrou, acompanhado por mais cinco músicos, seu trip hop influenciado por bandas como Massive Attack e Portishead. O segundo deixou os equipamentos eletrônicos em casa e fez um *show* basicamente percussivo com tablas e mais dois percussionistas. Fizeram um *show* ritmicamente transgressor. No bis,

Marcos Suzano, percussionista brasileiro que abriu a noite, voltou ao palco para uma tímida participação.

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que um jornal que tem como bandeira o pluralismo editorial dizer que o Free Jazz Festival exhibe a programação mais pluralista de todas as suas edições tem uma conotação otimista e muito vendedora do evento. Essa colocação forma de saída uma aura para o evento, de que este é bem sucedido o que evidentemente fortalece ainda mais o mercado interessado em promover eventos musicais.

O interesse da mídia é claro em utilizar esse sucesso para vender mais jornal. Afinal naquela época ainda eram inexistentes os Festivais. A indústria de discos que tinha um *lobby* editorial forte também trabalhava nos bastidores.

ESCALA DE AVALIAÇÃO
 ★★★★★ Ótimo
 ★★★★ Bom
 ★★★ Regular
 ★ Ruim
 ● Péssimo

FOLHA ILUSTRADA

Tel: (11) 324-1942
 E-mail: ilustrada@fol.com.br
 Fax: (11) 324-2284

Serviço de atendimento ao assinante
 (11) 324-1090

PÁGINA E 1 * SÃO PAULO, SEXTA-FEIRA, 20 DE OUTUBRO DE 2000

O rock do Sonic Youth e Sean Lennon e a bateria de Max Roach abrem festival em SP

Uma noite do barulho

FREE JAZZ INICIA HOJE UMA DE SUAS EDIÇÕES MAIS PLURALISTAS

→ LEIA MAIS sobre o Free Jazz às págs. E4 e E5

FOLHA DE S. PAULO

ILUSTRADA

terça-feira, 24 de outubro de 2000 E 5

FREE JAZZ FESTIVAL

6.2.00

Festival foi "free" como nunca



CARLOS CALADO
ESPECIAL PARA A FOLHA

PARA UM festival que utilizou durante 15 anos a marca Free Jazz, sem que isso tivesse a ver necessariamente com o estilo mais transgressivo deste gênero musical, a (provável) última noite do evento não poderia terminar de forma mais "free".

Com seus rocosos pistados, vates africanas e uma selva de tambores, gongos, apitos, buzinas e chochas, os músicos do Art Ensemble of Chicago tomaram o palco do Club, já na madrugada de ontem, pondo fim a um straso de quatro décadas.

O tema "Dreaming of the Masters" (de Joseph Jarman) serviu para abrir e fechar o ritual sonoro à base de ritmos africanos, sonoridades orientais e improvisos livres que o saxofonista Roscoe Mitchell, o baixista Malachi Favors e o percussionista Don Moye reciam desde os anos 60.

Os três do grupo certamente sentiram falta da irreverência de Lester Bowie (morto no ano passado) e da teatralidade de Jarman (que viveu morre burlista), mas entraram em transe com os improvisos de Mitchell (suma exibição ficção de respiração circular) e as texturas rítmicas de Moye e Favors.

Quem abriu a noite de domingo foi o quinteto do saxofonista Ravi Coltrane. O herdeiro de John Coltrane mostrou, de forma mais clara do que em suas gravações, não estar à altura de seu pai. Apenas um jazzista mediano influenciado por Wayne Shorter e Joe Henderson, Ravi acabou ofuscado pelo trompetista Jeremy Pelt, que revela mais garra e concisão.

Em seus improvisos coletivos, o grupo parece mais perdido, às vezes, do que decidido a formular algo novo. Os solos são horizontalizados, sem muita dinâmica. Sem falar na caricata versão de "Round Midnight", levada em ritmo latino para tentar agradar à plateia.

Silver não tenha sido intencional, mas o programa que reunia no sábado o cubano Chucho Valdés, o brasileiro João Donato e o norte-americano Ray Brown demonstrou mais uma vez que Cuba, Brasil e EUA fazem a melhor música popular do planeta.

Grande surpresa da noite, Valdés levantou literalmente a plateia com uma esturruante fusão de jazz e ritmos afro-cubanos. À frente de um quarteto vibrante, combinou virtuosismo e balanço, no show mais emocionante do sábado.

Na última companhia de Luiz Alves (piano) e Cláudio Slon (bateria), João Donato mostrou, em temas como "Velos Abertias", "Simples Carinho" e "A Ra", que beira rima com simplicidade. Mas poderia ter cantado mesmo, já que estava à frente de uma plateia afeta ao jazz.

Bem-humorado, Ray Brown parecia mesmo estar tocando num clube. A elegância de seu baixo faz um par perfeito com o piano de Larry Fuller. O trio abriu com a balada "Stella by Starlight", mostrando que uma única nota funciona, quase sempre, melhor do que muitas. E fez a plateia delirar com um "medley" montiano, que uniu "Round Midnight" (esta sim) e "Well, You Needn't". Outra bela certeira do "último" Free Jazz.

Art Ensemble of Chicago:

Ravi Coltrane: **
Chucho Valdés: ****
Ray Brown: ****

Roscoe Mitchell conduz o Art Ensemble of Chicago, no Rio

A frase "Free Jazz Foi Free Como Nunca" é um trocadilho que exalta a marca do festival que é mostrada intencionalmente no segundo plano da foto com o logo do festival estampado no pano de fundo do palco. A contribuição para a indústria do *show business* e mercado fonográfico fica evidente também quando algumas matérias citam a venda de cds deste ou daquele artista que está se apresentando.

FREE JAZZ FESTIVAL

FESTIVAL Choro, jazz e rock chegam revestidos de ousadia na noite mais norte-americana; só há ingressos para o domingo

Free Jazz começa celebrando inquietação

ISRAEL DO VALE

Quando Irvin Mayfield sussurra o palco New Directions do Free Jazz Festival, no Jockey Club paulista, a partir das 20h desta noite, estará sendo consagrada uma das edições mais plurais e "apudicadas" nos 15 anos do evento...

Nesta primeira noite (a mais norte-americana e a única em que o jazz ocupa o New Directions), o grupo Los Hombrés Calecticos esteve no Brasil este ano, junto do grupo Los Hombrés Calecticos...

Com o dobro de tempo de carreira que a idade de seu predecessor, o ativista Max Roach empunha as baquetas hoje mais em prol da causa do jazz que as do movimento negro...

PROGRAMAÇÃO DO 16º FREE JAZZ FESTIVAL EM SÃO PAULO

Table with 4 columns: Date (Hoje, Amanhã, Domingo), Stage (20h New Directions, 22h Gô, 23h00 Main Stage), Artist (Irvin Mayfield, Hamilton de Holanda, Sean Lennon), and Notes (Ingressos esgotados, etc.)

Moreno Veloso soma influências e estreia em CD

à profusão estilár com que sempre construiu: "Não queria ser músico. Estava vindo violão e violão e violão e violão, mas nunca com a intenção de ser profissional".

Alinda faço física, estou no curso desde 1992. Mas no mesmo tempo me dei um estúdio caseiro, que me serviu, no sentido de que eu já estava vivendo de música...



Veloso, Domenico e Kassir, que formam o trio Moreno + 2, lançam álbum e tocam no Free Jazz

Momentos em trio dão frescor ao álbum

Um trio de músicos católicos conhecidos se apresentam formalmente em "Máquina de Escriver Música". A primeira noite vai ser em 2000, o disco de Moreno Veloso...

O trio Moreno + 2 apresenta em "Máquina de Escriver Música" o primeiro trabalho de Moreno Veloso, o disco de Moreno Veloso...

—pois, de resto, há muito gosto com a atuação vocal/visível dele, sonando, lutando bravamente contra a insensibilidade vocal ("Eu Sou Melhor Que Voc", "Morbim", "A Vingança de Davian")...

PANORÂMICA

DANCE MUSIC São Paulo oferece opções "jazz free"

Há pelo menos duas boas opções para quem não gosta de jazz ou não conseguiu comprar os disputados ingressos para o festival que começa hoje em São Paulo...

SHOW

João Bosco faz do palco uma esquina

Jayme Morelenbaum é o maestro do CD "Na Esquina", o 20º na carreira do intérprete compositor João Bosco, e o segundo trabalho de uma série de CDs...

2001

Em 2001, os jornais pareciam sair em defesa do festival, agora anunciado como o mais esperado do ano. Com a nova lei proibindo o patrocínio de eventos culturais por empresas da indústria do tabaco, o fim do festival parecia cada vez mais evidente, já denunciado pelos jornais. O número de críticos especializados em música eletrônica, responsáveis por cobrir as pistas de dança do festival, já era o mesmo dos responsáveis pela cobertura do *jazz* e do *rock*. E estavam todos a favor da permanência do festival, já não mais tido como uma ameaça, mas como sinônimo de modernidade e globalização, visto que caminhava lado a lado com outros festivais de *jazz* pelo mundo.

A pista eletrônica que no ano 2000 aconteceu no Village, em 2001 consagrou-se palco e foi batizada como *Cream*, nome de um dos mais importantes clubes de música eletrônica de Liverpool, que foi quem promoveu a vinda de 13 DJs para o festival, destacando a 16ª edição do Free Jazz como a mais eletrônica de todas.

Neste ano, os DJs mais esperados eram: o alemão Timo Maas e o britânico Fatboy Slim que fez os ingressos para a última noite do *Cream* se esgotarem antes mesmo do começo do festival. O retorno dos disc jóqueis e a batida eletrônica eram, agora, apreciados nos jornais, por adequarem o festival à era da música eletrônica. Apareciam como sinônimos de modernidade e juventude para o festival. Tanto que o palco principal, 'Main Stage', dedicou uma noite só para a nova tendência da música mundial, na noite de sábado, quando trouxe o produtor e DJ Roni Size junto de sua banda, Reprazent.

A ideia foi apresentar as mixagens feitas por Size junto com músicos tocando ao vivo no palco. Apresentaram um *drum'n'bass* misturado com *hip hop* e *ragga*. Na mesma noite, o também DJ e produtor britânico, Aphex Twin, apresentou um set que fez todo mundo dançar usando apenas um lap top. Os brasileiros ficaram representados pela presença do pernambucano, DJ Dolores, que veio acompanhado pela Orquestra Santa Massa. Juntos mostraram o maracatu *n'bass* de Dolores junto com ritmos regionais nordestinos.

A universalidade proposta pelo festival ficava ainda mais aparente com a vinda de músicos de diferentes nacionalidades que não só brasileiros e norte-americanos.

Vieram os islandeses do Sigur Rós, com um *rock* que se fazia acompanhar também por violinos e violoncelos, de forma a aproximar-se da música erudita. Apresentaram-se na mesma noite que trouxe os escoceses do Belle & Sebastian, quando o 'Palco Main Stage' apresentou um *rock* mais novo, bastante *cool*, que seguia naquela linha do *indierock*, no ano anterior.

O ‘Palco New Directions’ também trouxe o senegalês Baaba Maal, que veio mostrar a música tradicional africana influenciada pelo *rhythm’n’blues* norte americano. Os Orishas, originário de Cuba que viviam em Paris, trouxeram o *swing* cubano aos brasileiros. A crescente e constante presença de músicos vindos do mundo todo mostrava, então, que nem só de dominação norte-americana se fazia um festival de *jazz*.

O *jazz*, claro, também apareceu na voz de Bill Henderson, na bateria de Chico Hamilton, no piano de Randy Weston e nos saxofones de Benny Golson e Phil Woods, todos com mais de 70 anos e carreira longa no *jazz*. A atração mais nova dentre os veteranos jazzistas, neste ano, era Pat Martino.

O trompetista Marlon Jordan fazia parte da nova geração do *jazz*. Antigo parceiro de Wynton Marsalis, trouxe a tônica da erudição para o New Directions em sua primeira noite. O mais interessante a se perceber, aqui, é que em 2001, diferentemente dos anos de 1980, os críticos já não tinham no *jazz* tradicional, como o de Wynton e Jordan, o exemplo a ser seguido pela nova geração. Ao contrário, criticavam o excesso de erudição presente em seus *shows*. Até mesmo a orquestra The New Orleans Nightcrawlers, quando apresentou, com seus dez instrumentistas, a música tradicional de New Orleans, foi criticada por não se mostrar moderna.

No ano de 2002 o Free Jazz ficou só na promessa. Embora anunciado como a última edição do festival, visto que em 2003 ele perderia o patrocínio com a entrada da nova lei, a Cia. Souza Cruz cancelou o que seria seu último patrocínio para o evento, alegando a instabilidade econômica e a alta do dólar por que passava o país, como motivos para a desistência.

O público e a mídia não gostaram da decisão. Afinal, depois de tantos anos, o Free Jazz já fazia parte da agenda cultural do país, como nosso festival mais importante. Em 2003, no entanto, se assumindo como um festival de música genérico e não mais jazzista e com o patrocínio da empresa de telefonia, Tim, o festival voltou com novo nome, Tim Festival, que teve seu fim em 2008, novamente pela perda do patrocínio.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que o evento de 2001 recebeu nada mais, nada menos, que seis páginas inteiras do Caderno Ilustrada, duas no último dia, sendo 5 dias de evento. As manchetes retratam uma verdadeira festa do *Jazz*, única, equiparável a nenhum evento ocorrido no Brasil. O entusiasmo do jornal reflete-se em frases como: “Música Eletrônica para Mass (as)”,

num trocadilho que sugere música de massa em alusão ao DJ Tino Mass considerado o mais populista dos DJs da época, ou “Belle e Sebastian faz show virar festa Indie”.

FOLHA DE S. PAULO 80 ANOS
 São Paulo, sexta-feira, 26 de outubro de 2001
 DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO * UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL * ALAMEDA BARÃO DE LIMEIRA, 415 * ANO 81 * Nº 26.504 * R\$ 1,70

Secretário da Defesa afirma que “o mundo é muito grande”, mas depois ameniza sua declaração pessimista

Observa-se na capa do Jornal, no final da capa, em destaque, centralizado, a seguinte chamada:

guia
Veja dicas para uma esticada depois do Free Jazz

Free jazz começa hoje no Jockey Club. Os ingressos já estão esgotados para a maior parte dos shows. Roteiro reúne dicas de bares e casas noturnas para ir depois do festival de acordo com o gênero musical.

JAZZ Barbon Street Moores	ROCK DJ Club Julien Pardies
BLUES MURRO Urbane Pobedit	INDUSTRIAL Lava Club & Lounge Viv Obago

“O Xangô de Baker Street” estreia em SP
 Adaptação do best seller londrino de J.K. Rowling, sobre a vida de Sherlock Holmes no fim do século XIX para investigar o furto de um violino e uma série de assassinatos. Direção de Miguel Falicó. (1990)

Cláudia Abreu e Cláudio Marzo em cena do filme

VELA A PROJEÇÃO DA SEGUNDA SEMANA DA MOSTRA P. TECNOLÓGICA DE CINEMA

OPINIÃO
EDITORIAIS
 Leia “A viagem de Cavallo”, sobre o próximo passo do governo argentino; “Retirada estratégica”, acerca de ação israelense; e “O leilão da Copel”, sobre a privatização. Pág. A2

ÍNDICE

OPINIÃO	14-15
Brasil	14
Argentina	15
Israel	16
Brasil	17
Brasil	18
Brasil	19
Brasil	20
Brasil	21
Brasil	22
Brasil	23
Brasil	24
Brasil	25
Brasil	26
Brasil	27
Brasil	28
Brasil	29
Brasil	30
Brasil	31
Brasil	32
Brasil	33
Brasil	34
Brasil	35
Brasil	36
Brasil	37
Brasil	38
Brasil	39
Brasil	40
Brasil	41
Brasil	42
Brasil	43
Brasil	44
Brasil	45
Brasil	46
Brasil	47
Brasil	48
Brasil	49
Brasil	50
Brasil	51
Brasil	52
Brasil	53
Brasil	54
Brasil	55
Brasil	56
Brasil	57
Brasil	58
Brasil	59
Brasil	60
Brasil	61
Brasil	62
Brasil	63
Brasil	64
Brasil	65
Brasil	66
Brasil	67
Brasil	68
Brasil	69
Brasil	70
Brasil	71
Brasil	72
Brasil	73
Brasil	74
Brasil	75
Brasil	76
Brasil	77
Brasil	78
Brasil	79
Brasil	80

www.folha.com.br

E 8 segunda-feira, 29 de outubro de 2001 ILLUSTRADA FOLHA DE S. PAULO

FREE JAZZ FESTIVAL

PALCO POP Com canções de Jorge Ben Jor e Caetano Veloso no repertório, banda foi o destaque da noite de sexta no Main Stage

Belle & Sebastian faz show virar festa indie

CLAUDIA ASSEF
 DA REPORTAGEM

O MAIN Stage, palco pop do Free Jazz, viveu, na última sexta, um momento “centro acadêmico”, com a apresentação dos excêntricos do Belle & Sebastian. Sem a vocalista bobê, que, na última hora, ficou em modo de subir no avião, a banda mostrou empolgação adolescente do momento em que subiu ao palco, à luz, até o fim, quase uma hora e meia depois.

O vocalista Stuart Murdoch levou a festa indie que a banda criou à plateia. Não era sem propósito notar a carreira de Murdoch, entremeadada com a capa de “Hallelujah”, peça emblemática que a banda transpôs The Smiths pelas peças. Dal veio “Thirty Three” e “Number Two”, música do disco “The Boy with the Arab Strap”. Foi o conceito do momento do grupo em a plateia.

Murdoch chamou uma fita e en-

trou-se um papel. Pediu que ela fosse um trecho da letra em português. Mas não criou do que vestiu a carreira da seleção, não!

Em primeiro plano, Murdoch fez o papel de mestre-de-cerimônia da banda. Mas o grupo se espalhou para os lados, interagindo, com gente tocando de tudo, batendo palmas, tomando o palco.

Os ritmos monótonos, sem gênero, que são bem-educados. A começar pelo nome da banda, tirado do livro culto “Belle et Sebastian”, de Cécile Aubry.

Nesta tarde, que promove o CD “Hold Your Hands Child! You Walk Like a Peasant”, foi a vez de tocar músicas típicas do local por onde passou. No Rio em SP, reverenciaram os Mutantes.

Primeiro com a versão do trio paulistano para “Baby”, de Caetano Veloso. Cantada num português desenvolvido pela tirada violônica Sarah-Maria.

A música começou dividindo espíritos, com algumas vozes ecoando da plateia. Teria sido equivocada tocar Café A versão, colada na dos Mutantes, terminou com um do palco.

Em “Jonathan David”, single novo, a dupla Murdoch e Steve Jackson cantou, caprichando nos ponteiros acústicos, a história de dois rapazes apaixonados pela mesma moça. Em “The Boy with the Arab Strap”, foi inclusive, o frígido Murdoch conta sobre heterofilia.

Em seguida, Murdoch jogou a frase: “Você tem preservativo? Não! Então, não podemos”, lida de um livrinho de como se viver em português. Mas a plateia pôde, sim. E Belle & Sebastian sacou da manga “Mizha Mizha” (Jorge Ben) em versão bem Mutantes. Em português cantado, Steve Jackson se virou com pé-de. Mas não importava mais. Aquela altura, os grupos já estavam feito enterrar.

Atenção: ★★★★★

Sigur Rós destoa na noite folk do festival

PEDRO ALEXANDRE SAICHES
 DA REPORTAGEM

O que faz da primeira noite pop-rock do Free Jazz 2001 era retrô, folk, uma coisa assim Simon & Garfunkel. Quem destoou foi a dinâmico islandesa Sigur Rós. Ícone de homens e mulheres do gênero celta sem mais nem menos, ficou apêta, mesmo no topôd.

Violinos, violões e instrumentos de flauta evoluíram bastante que não se tratava propriamente de uma banda pop-rock. Ou não era, mas o rock mesmo novo só pode já haver perdido a sara. “Daça você mesmo”, para adquirir contornos estilizados, pro-

gramático. Sigur Rós era um concerto, uma trupe memberbe militante, uma revolução de anjos com fôlego de fênix (imagina que bastaram o disco CD “Ágætis byrjun”, base do show de sexta).

A barreira intrínseca do islandês não permitiu violinar o conteúdo, mas se sabe que anjos portadores de instrumentos de Deus e mentes heteronormais impelidas frequentam seu imaginário. No palco, o caso era misto-gótico, de transgressão celta, de um estranho e agudo vocalista melancólico empunhando um arco de violino para tocar guitarra.

A canção vanguardista “Svein-Gíslar” era o clímax do sublime, acompanhando-a a apertadura de Radhebad, como se cria por todo canto. Será? A fase progressivo-depressiva do Radhebad até é anterior, desde “OK Computer” (97), mas “Ágætis byrjun” (99) precede as façanhas Radhebad “Ídill A” (2000) “Armenia” (2001), ambas bem Sigur Rós.

Foram-se sem bis (canta esse festival que não permite bis), detendo na língua o tempo de que o rock em 2001 é um senhor adulto, responsável, de boas intenções.

P.S.: Belle & Sebastian fez o grande show pop-rock da noite.

Atenção: ★★★★★

No sentido horário, a partir da esquerda, o vocalista do Sigur Rós usa arco de violino para tocar guitarra; instrumentista toca gaitinha e Murdoch lá no show do Belle & Sebastian

FOLHA ILUSTRADA 2

PÁGINA 9 * SÃO PAULO, SEXTA-FEIRA, 26 DE OUTUBRO DE 2001

Música eletrônica para as Maas (sas)



Entre no mood existencialista no primeiro dia

COLUNISTA DA FOLHA

PARA FAZER o look oficial neste primeiro dia do Free Jazz em São Paulo basta entrar no mood existencialista de Sigur Rós e Belle & Sebastian. É o clima da cultura indie, independente e alternativa. Como entrar na onda? Jazza velho e serrado — com a barra costada — é o primeiro passo. Joans novo & da tróica também novo, mas com a leveza tipo serrada. This Adilas ou All Star. Vito, claro. Goro pega superbem, de preferência enfiado na cabeça. Cuidado para não ficar com cara de marginal.

Um dos Sigur Rós está sempre com o dolo, branco. Quanto mais lechoso, melhor. Calças e jaquetas de veludo, corêti ou não, vêm em cores bizarras como marrom, vinho, cinza... Boas de-sino entrega a óndada. OK, a atitude é blasé e cool. Como se você tivesse assistido ao último show do quarteto na Ilândia. Vi ter gente de óculos de avio preto, grosso, tipo Jarvis Cocker.

É as merinias estiarlo com vesudinhos e roupas de propoção off-fashion. Essa é a moda. Gostar de Belle & Sebastian significa pertencer à intelligentsia musical de hoje. Como gostar dos Smiths? Não. (ERIKA PALOMINI)



O DJ argentino Hernan Cattaneo, que toca na pista Cream hoje, primeiro dia de Free Jazz em SP

cream, o palco eletrônico do Free Jazz, tem como destaque hoje Timo Maas, o mais 'populista' dos top DJs

REVISTA MONTEIRO DE BARRIS

Tecno, trance, techno-trance, progressive house, funky techno. O tom do top DJ alemão Timo Maas, atração principal da primeira noite do clube Cream no Free Jazz, que começa hoje em São Paulo, pode ser tado e pode ser mado. Pela definição do DJ dada à Folha, "é Timo-sound, pois não é possível dar um nome".

O grande mérito desse DJ é ter descoberto uma fórmula eficaz "populista" de dance music eletrônica. Residente do megaculbe de Liverpool, Maas toca para grandes platéias, vive nas páginas de revistas, semelha bilionário, conquistou os EUA, aparece na internet dando autógrafos e cumprimentando fãs e tem em Ibiza o lugar ideal para curtir uma praia.

Maas é multinstrumentista, é do círculo comercial, o que não é obrigatoriamente ruim. Suas batidas secas, rápidas, mas não muito, agradam aos ouvintes mais acostumados ao techno ou fináveis agudos e sons psicodélicos resgatam as mentes mais voltadas para o tranço: insereções funkizadas e grooveadas que ligam à mistura. E Maas segue a uma pista aberta a bater os pés e levantar as mãos. Mas pode fazer os mais radicais — tanto para a lenha quanto para a psicodélica — acontecerem na pista.

O alemão conta que mostrou em seu set faixas do seu terceiro disco de produções "tocarei algumas músicas bem frescas". Mas não disse muito sobre o novo álbum: "Está finalizado, mas, pront, é um segredo. Será uma grande surpresa para muitas pessoas e estarão nas lojas em abril".

Além de suas produções, Maas tem no seu "top dez" faixas de X-Press2 e Hernan Cattaneo — que também se apresentaram no festival — e continua tocar temas como Fatboy Slim e Placbo. 4Twenty é o seu selo, que ele cita, ao lado de Jamiro, Skit e SAW, como fonte de discos.

Populista também no discurso, quando questionado sobre o ambiente ideal para um discotecagem perfeita, Maas — que diz que só dança depois de duas garrafas de vodka — se vai com essa: "Espero que seja São Paulo".

Maas conta, como DJ e produtor, mais de cem singles, com projetos lançados com vários nomes e estilos, por selos como Perfecto, FFR, Hooi Choosa, Bush e outros. E tem dois álbuns de produções próprias: "Music for the Masses" (Hype Records, 2000) e "Concrete" (Kluge Records, 2001).

As outras atrações da pista de hoje do Free Jazz 2001 — considerado como o mais eletrônico de todos — são o holandês Sander Kleinenberg, o argentino Hernan Cattaneo e o inglês Yusef A. A abertura é do brasileiro MacMaas.

Outro "residente supostado" do clube Cream, Yusef tem seu tom mais voltado para o house. Surprende de um concerto de novos talentos da revista inglesa "Mixzi".

—o Bedroom Beliam: Compositores argentinos da Censurfields —concepcionado festival literário promovido pelo clube. E Timo Maas, passará ainda por Montevideo, (Uruguay) e Lima (Peru).

sa da música palada pelo que ficou e pelo fato de se evitar grandes hits e tocar mais underground", disse Yusef à Folha.

Ele descreve seu set como "trocado, diversão, com toques de soul e de batidas latinas" e conta que garimpou sons de selos como Sista e Electric Soul. Se pudesse ter o clube perfeito, misturaria o Cream com o Pacha, de Ibiza. E conta que, fora do trabalho, gosta de ouvir mais soul e ouvir "Rock e trance, musical". Yusef tem duas compilações: "The Sun After the Dark" e "House Culture".

Já o argentino Hernan Cattaneo saiu de Buenos Aires para ganhar a Cream graças ao sponsorship do top Pacha, de Odebrecht, que há alguns anos descobriu a América do Sul. Já na Europa, seu progressive house — "sempre deep e groove" — caiu no gosto dos também consagrados Sasha e John Digweed.

Para Cattaneo, o nome do lugar onde está tocando não é o que mais interessa: "Vou poder ter o set perfeito se tiver um público apropriado". O argentino diz que a cena eletrônica em seu país é forte e consistente, mas não é uma coisa massiva. "Os DJs argentinos são bons e têm personalidade forte, por isso sou otimista quanto à dance music na Argentina".

Outro que atua de progressivo é o holandês Sander Kleinenberg. Consolidado como produtor, ele emplacou o hit "My Lesbian", gravado na coletânea "Ibiza - Global Underground" (99), misturado por Sasha. Paul van Dyk, Haider Wasque e Digweed tocaram a faixa. Kleinenberg produz desde 93 e tem muitos lançamentos sob o próprio Free Jazz.

A abertura da pista fica a cargo de Man Man, top DJ brasileiro que sua passagem pelo Hell's (primeiro e lendário alter-house paulista) de 94 a 98. Residente das noites Technova (low, a, teatas), Homenagem (Jazzy, quartet) e Hello groove musical do Pacha, Man deve fazer um set mais voltado para o techno-house.

FREE JAZZ SÃO PAULO

Jacky Club de SP

Até 19h30 de Paula Machado, 19h30 a 2h30 de Man Man, 2h30 a 4h30 de Yusef A.

Quinteto de vendas do Village

NEW DIRECTIONS
19h - Marlon Jardim, Quartet e The New Orleans Highrollers

CREAM
21h - Man Man, Yusef A, Hernan Cattaneo, Sander Kleinenberg e Timo Maas *

MAIN STAGE
22h - Grandaddy, Sigur Rós e Belle & Sebastian *

CLUB
21h - Moacir Santelli, "Sam Negro", Bill Henderson Quartet e Chico Hamilton & Euphoria *

NEW DIRECTIONS
19h - José Carlos Le Gato e Raaba Maal

CREAM
21h - Felipe Venancio, Matting, Letrice, Ray Roc e X-press 2 *

MAIN STAGE
22h - DJ Dolores e Orquestra Santa Massa, Rovi Size, Repapezet e DJ Richard James (Alpha Takt) *

CLUB
21h - Yamandi Costa, Randy Weston's African Rhythms Quintet e The Beany Gohun Sextet

NEW DIRECTIONS
19h - Corêti do Fogu Encantadnik, Sildestapper e Orihan *

CREAM
21h - Parife, Scarly, Stanton Warren, Jon Carter e Fatboy Slim *

MAIN STAGE
22h - The Temptations e Macy Gray *

CLUB
21h - Consiglia, The Pat Martino Duo e Phil Wood Quintet

folha informações 3471-4000 Depto. Música Especial

Free Jazz Line 4000-212223

Patrocinadores: UOL e Coca-Cola Light

Norte da Europa domina primeira noite pop

DIRETORIA GERAL

Na parte pop-rock do Free Jazz 2001, o noite europeu centrou as atenções na primeira noite paulistana do festival, com o recorde Belle & Sebastian e o islandês Sigur Rós. Completam a escalafão de hoje no palco principal, o grupo de abertura, o californiano Grandaddy.

O Belle & Sebastian deve apresentar suas canções delicadas com sabor folk tradicional, popularizadas no Brasil pela edição nacional, pela gravadora Trama, de sua discografia completa.

A trajetória discográfica do grupo começou em 96, com o lançamento de dois álbuns, "Twee" e "If You're Feeling Sinister". Em 98, saiu "The Boy with the Arab Strap", que ajudou a solidificar o status especial à certa independência encorajada nos anos 90, com bandas como Belle & Sebastian, Arab Strap e The Delgados.

O show atual é o da turnê do álbum "Told You I Was a Foolish Girl", lançado na Itália em 99. O grupo segue padrão de melodias tristes e serenas e costuma visitar temas políticos e con-

tegrantes da banda prometem cantar algo do pop nacional no show de hoje — a mais cotada seria "A Minha Menina", de Jorge Ben, que os Mutantes gravaram em seu primeiro disco, em 1968.

Temas políticos

Menos conhecido aqui, o Sigur Rós vem da terra de Björk e acaba de ter editado no Brasil, também pela Trama, o álbum "Ágætis byrjun", lançado na Islândia em 99. O grupo segue padrão de melodias tristes e serenas e costuma visitar temas políticos e con-

temas — em um videoclipe, mostra uma comunidade de descontentes merendo dançando num campo verde, que termina com um beijo na boca entre dois dos descontentes; em outro, dois garotos do sexo masculino enfrentam a repressão de suas famílias ao se beijarem na boca.

Por fim, o Grandaddy, que faz folk eletrônico, segundo definição dos próprios integrantes, resume seu trabalho de quase dez anos, principalmente do álbum mais recente, "Software Stump", lançado no Brasil pela gravadora Sum-

ma. Assim, o Cream vai descobri-la América do Sul, seus top DJs — e outros não tão tops — estão no Free Jazz no próximo dia 10, acontece em Buenos Aires a versão argentina do Censurfields —concepcionado festival literário promovido pelo clube. E Timo Maas, passará ainda por Montevideo, (Uruguay) e Lima (Peru).

FREE JAZZ FESTIVAL

Laboratório Aphex Twin

A atração mais alternativa deste ano toca na única noite pop que ainda tem ingressos

CLAUDIA ASSEF DA REPORTAGEM LOCAL

Richard D. James, 31, produtor e DJ mais conhecido como Aphex Twin, gosta de passar imagem de menino mau. Sempre que pode — em capas de CDs, vídeos e fotos promocionais —, aparece com o rosto deformado, com as bochechas inchadas, pele grotesca e um sorriso demencial.

Hoje à noite, como atração principal do palco Main Stage, no Free Jazz, não se sabe o que ele vai fazer.

Se vai tocar sua "música eletrônica inteligente", ou IDM —do inglês "intelligent dance music"—, rótulo que ajudou a construir, ou se vai apenas subir ao palco com uma pilha de LPs e discotecar, como já fez no passado.

O humor ácido de James aparece nas pouquíssimas entrevistas que concede. Como nesta, dada à Folha, por e-mail.

James começou a produzir música aos 14 anos. "Dá para acreditar", comenta, em tom irônico.

O primeiro disco, porém, na verdade um EP ("Analogue Bubblebath"), saiu somente em '91, inspirado por artistas pop, quando já tinha 16 anos.

O som? Uma mistura de drum'n'bass com influências de Stockhausen e Kraftwerk, que deixou o mundo da música eletrônica desconcertado.

Desconcertantes são também seus vídeos, que ficam a cargo normalmente de seu amigo videomaker Chris Cunningham. Neles, popstars de biquêni e bebês costumam aparecer com a cara, devidamente deformada, de Richard James.

Leia, a seguir, a entrevista com o produtor.

Folha - Como vai ser o seu show no Brasil? Você deve fazer um set de DJ?

Richard James - Terá música boa. Vou estar lá na frente do palco, com um par de fones de ouvido na cabeça. Haverá, talvez, uma leve rotação de quadris.

Folha - Você realmente começou a produzir música eletrônica aos 14 anos de idade?

James - Yep, você acredita? Mas o primeiro single foi lançado somente em '87, daí eu já tinha 16 anos.

Folha - Que tipo de música te inspira mais recente, "In the Me-"

FRASE

"Terá música boa. Vou estar lá na frente do palco, com um par de fones de ouvido na cabeça. Haverá, talvez, uma leve rotação de quadris."

"Música eletrônica. Já ouviu falar de Bernard Parmagiani? Ele pode ser nosso próximo grande nome da música eletrônica."

"O primeiro single foi lançado somente em '87, daí eu já tinha 16 anos."

para no conceito da carreira? **James** - Correlaciones de vanguarda e artistas pop.

Folha - Seu som mistura drum'n'bass, ambient e outros elementos e soa muito bastante lúcido. Como você se refere à sua música? IDM serve?

James - É só a minha música.

Folha - Que tipo de música atual é sua atenção hoje?

James - Música eletrônica. Já ouviu falar de Bernard Parmagiani? Ele pode ser nosso próximo grande nome da música eletrônica.

Folha - Seus vídeos são bem desconcertantes... Você interfere no trabalho do seu amigo Chris Cunningham?

James - Trabalhamos juntos, mas ele não vai poder ir ao Brasil desta vez.

Folha - Que tipo de música você gosta de dançar?

James - Prefiro ficar tocando o tempo todo.



Richard D. James, ou Aphex Twin, considerado um dos maiores nomes da música eletrônica



A noite de hoje traz influências da cultura negra

COLUNISTA DA FOLHA

T 170 100% black. É o dia da cultura negra do Free Jazz, e as influências vêm da África, resguardando para a América negra — funk, house e techno. O mix com pistas étnicas dá o tom deste sábado nas tendas do evento, e quem quiser entrar no espírito, pode se jogar nas bastas multicoloridas, nos gorros, nos turbantes para os mais abastados e no oventil. É não é que étnico é tendência — de novo — também nas passagens internacionais? É mais um momento em que moda e música se cruzam na vida real. Nem precisa acreditar em grife. O espírito de hoje é alternativo, tipo Vila Madalena vai ao Jockey Club. Amarelo, laranja, vermelho, verde e muitas listras são o vocabulário. Miçanga e couro combinam.

FREE JAZZ PROGRAMAMAÇÃO FREE JAZZ. Rio São Paulo. NEW DIRECTIONS 19h - Funk Como Le Gato (baixo) 19h - Corridô do Fogo Encantado, Silstepper e Oshas. CREAM 23h - Patife, Scanty, Stanton Warton, Jon Carter e Fatboy Slim. MAIN STAGE 22h - The Temptations e Macy Gray. 21h - Camandi Costa, Randy Weston's African Rhythms Quintet e Phil Woods Quintet.

Pop estranho é a estrela de hoje à noite

DA REPORTAGEM LOCAL

Hoje é a vez do pop estranho tomar conta do Free Jazz. Isso porque a estrêla da noite, o DJ e produtor Richard D. James, ou Aphex Twin para o mundo da música, vai fazer um show estranho. Quando se trata de Aphex Twin não dá para dizer se a apresentação vai ser boa. O certo é que ele é dado a companhias absurdas. Pode tanto fazer um show dançante, quase um set de DJ, como tocar harmonias altamente irracionais, de envolver qualquer pista.

Isso pode explicar por que a noite de hoje é a única das três noites pop do Free Jazz que ainda tem ingressos disponíveis. Definitivamente, Aphex Twin é a atração mais alternativa desta edição. De apelo mais pop, mas com influências em música sombria, o DJ Roni Size precede Aphex Twin. Não, que esteve no país em '98, sem com o consórcio de DJs e produtores Suv, Die e Krut, a cantora Onalee e o MC Dynamite, que, juntos, atendem pelo nome Rezzarent. Roni Size e The Rezzarent vai injetar R&B na acidez dos. Eles devem mostrar músicas do

disco mais recente, "In the Me-...", lançado no ano passado. E, certamente, vão tocar composições do CD "New Forms", de '97, como o hit "Brown Paper Bag". Sua influência o drum'n'bass. Desde a época em que ainda tinha o nome de jungle, as batidas de baixo e bateria que saem das produções de Size são influenciadas por vocais com influências de soul music e hip hop. O som ficou conhecido como o drum'n'bass de Bristol, sua cidade natal.

Antes, o perambulante DJ Doktors sobe ao palco Main Stage com a Orquestra Sereia Mônica Dolores, que fez a trilha do filme "O Rap do Pequeno Príncipe contra as Almas Sombrias", traz influências da margue best e mistura à discotecagem instrumentais convencionais e regionais.

No palco New Directions (19h), tocam os penalistas do Funk Como le Gato e o serapilheira Beaba Mail. No palco Club tocam o violonista Tom Yamandô Costa, o novataquino Randy Weston e o santeiro de Benny Golson. No palco Cream, hoje é a vez de house music, com destaque para o trio inglês X-Tress 2. (M)



A banda escocesa Belle & Sebastian em apresentação do Free Jazz, anteriormente, no MAM do Rio; grupo lotou o palco Main Stage

Belle & Sebastian lota palco principal

DA REPORTAGEM LOCAL

A banda escocesa Belle & Sebastian lotou o palco principal do Free Jazz, anteriormente, no MAM do Rio, por que era a atração mais esperada desta edição. Palanço no palco e esbanjando simpatia, o grupo levou o público de 2.000 pessoas — lotação completa do palco Main Stage — ao delírio, tocando hits da carreira, como "The Boy with the Arab Strap", e, momento máximo, duas músicas dos Momentos ("Mi-

za Menina" e "Baby"). O vocalista Stuart Murdoch era o líder da empolgação, fazendo, sem parar, uma dançainha folia à la Morrissey. Depois de quase uma hora, Murdoch enfiou-se no meio do público, onde foi selecionado dançarino para subir no palco. Voltou com cinco hits, que só deturpou o palco após o fim do show.

Antes dos escoceses, o grupo irlandês Sigur Rós fez uma apresentação emocionalmente, com momentos inspiradíssimos do vocalista Jon Birgisson. O show, lento e introspectivo, dividiu o público.

Os californianos do Grandaddy foram a primeira apresentação do palco pop. Mostraram que mereciam até mais destaque no lineup. O som, com influências de Neil Young e Pólo misturando a elementos eletrônicos, parecia ter sido ouvido por mais gente — eles tocaram para mais de metade do público do Main Stage, já que boa parte da galera ficou encostada na parede lateral.

Em tempos de guerra, a organização, na primeira noite, apostou em sistemas de segurança, como detector de metais e revistas.

O palco de música eletrônica tentava reproduzir o ambiente do clube Cream, de Liverpool. A decoração, porém, se resumia a dois lustres coloridos gigantescos e dois telões com imagens de clubbers dançando. Ao contrário do que acontece na original inglesa, o Cream no Free Jazz terminou bem antes do sol raiar. (M)

FOLHA DE S. PAULO ILUSTRADA terça-feira, 30 de outubro de 2001 E 3

FREE JAZZ FESTIVAL

MACY GRAY Norte-americana foi a última atração do Main Stage na última noite do evento que terminou domingo em SP

Diva da soul music diz adorar Nirvana

ORISHAS
Grupo seduz com rap e canção cubana

DA REPORTAGEM LOCAL

ANTES DE SER anunciado como atração do Free Jazz, pouquíssimo se falava sobre o grupo cubano Orishas no Brasil. Porém, na segunda, no palco New Directions, o público que lotava a sala cantou junto várias músicas e pediu bis durante quase cinco minutos. Os cubanos só não voltaram porque foram obrigados a deixar o palco. Coisa de festival.

O show foi baseado no CD "A lo Cubano", lançado há pouco no Brasil.

Do palco, o trio de MCs arancava suspiros do povo, com sua dancinha sexy.

Deram hits à platéia. Tocaram a bacana "537 Cuba", versão de "Chan Chan", o megassucesso que ficou conhecido por causa do filme "Buena Vista Social Club".

E tocaram também a versão original de "Chan Chan", oferecendo a música aos expatriados do mundo, auto-homenagem, uma vez que eles moram em Paris há cinco anos.

O som lembrou a energia do grupo mexicano Control Machete, às vezes chegando a soar Cypress Hill, tivesse contratado Ellades Uchoua para ser MC. Pronto para estourar. (CLAUDIA ASSEF)

Avaliação: ***



Foto: Flávio Folha/Imagem

CLAUDIA ASSEF
DA ENVIADA ESPECIAL AO RIO

No último sábado, noite em que se apresentaria no Free Jazz carioca, Macy Gray, 31, estava mais rouca do que o normal.

A nova diva da soul music americana chegou resfriada para a primeira apresentação no Brasil. Gray conversou com a Folha, no hotel Meridien, no Rio, poucas horas antes de subir ao palco.

Nascida em 1970, na pequena Canton, Ohio, Natalie McIntyre roubou o nome Macy Gray de um amigo da família, logo que decidiu mudar para Los Angeles e mergulhar na carreira de roteirista de TV e cinema.

★

Folha - Você esperava encontrar shows lotados e toda essa comoção em torno de seu nome no Brasil?

Macy Gray - Não sei, estou meio perdida. Estou achando tudo bonito. Selô, adoro festivais.

Folha - Você toca na mesma noite em que Fatboy Slim se apresenta. Você considera que sua participação no disco dele ("Halfway Between the Gutter and the Stars") foi fundamental para sua carreira?

Gray - Não estava planejando essa participação. Cruzei com o Fatboy, e ele me pediu para escrever letras para duas músicas. Daí fui lá e gravei. Foi um momento de energia boa, nada forçado.

Folha - Antes de ser cantora, você trabalhou escrevendo roteiros para cinema, não?

Gray - Queria escrever bons scripts para cinema, então fui para Los Angeles tentar alguma coisa. Cheguei a trabalhar nos bastidores de programas de TV.

Folha - E como aconteceu de você virar cantora?

Gray - Foi por acaso. Comecei a andar com um monte de músicos nessa época e descobri que cantar era minha verdadeira paixão.

Folha - Que tipo de música você ouvia e ainda ouve em casa?

Gray - Adoro Prince, Jackson Five, Sly & The Family Stone, Stevie Wonder... Sou superfã do Nirvana e gosto dos Beastie Boys.

Folha - Depois do Fatboy, com quem você gostaria de gravar?

Gray - Adoro Billal e tenho muita vontade de gravar com os Beastie Boys, é fôfo aí.

Folha - Seu disco novo ("The Id") é cheio de referências de psicologia, a começar pelo título.

Gray - Sou muito interessada em como a mente funciona. Na faculdade, estudei um pouco de psicologia. Adoro essas coisas.

SHOW / CRÍTICA

Garota-furacão vence som empastelado

PEDRO ALEXANDRE SANCHES
DA REPORTAGEM LOCAL

MACY GRAY encerrou na noite de anteontem os trabalhos do palco principal da versão 2001 do Free Jazz Festival. O Free Jazz é hoje um festival profissional, maduro, que proporciona conforto, diversão e cultura a seu público. Neste ano, só falhou numa coisinha, a que seria a mais elementar e importante de todas: o som precisa estar 100% resolvido para que um festival musical seja digno desse nome. Senão vira fumaça de cigarro, só.

Nos três dias de funcionamento, o som esteve terrível em mais de um palco e em vários pontos de platéia. De volta a Macy Gray: bo-cuda, linda/elegante e com aquela voz de Daisy Duck, a garota-furacão americana fez seu show (para branqueos e ferdandas abreu) aos trancos e barrancos, imersa num lastimável pastel sonoro.

Mas não iria se travar por "tão pouco". Apoiada por um sensacional trio de vocalistas-dançarinos (um inacreditável clone de Bootsie Collins ao centro), fez de sexualidade e hedonismo as palavras de ordem, em funks enfiados como "Sex-O-Matic Venus Freak" e "Sexual Revolution".

Nessa, instou os espectadores a "serem lindos" e tirarem a roupa — ensaiou fazê-lo com sua banda muito hippie, mas os moços só tiraram camisas, e as moças, nem isso. Havia algo farsesco no ar, mas isso também é "funcky".

Vestindo as camisas de Bertolt Brecht e Kurt Weill, Macy cantou "Oblivion", primeiro climax, casando cabaré e baile black de periferia. Pouco depois, a banda homenageou Sly & The Family Stone e Funkadelic, esquecendo-se propositalmente de Prince — mais momentos sublimes do baillô funk da black soul siter.

Apíces adicionais vieram na lânguida "Boo" e no hit de novela "I Try", cantado em coro pela multidão cosmopolita (e branca) do Free Jazz. Estavam encerrados três dias de sonho. E só faltava mesmo o som funcionar.

Avaliação: ****

A cantora Macy Gray durante apresentação no Free Jazz Festival

O produto cultural representado por esse festival gera notícia que acarreta em audiência para o veículo valendo-se da programação musical da cidade, ainda pequena e limitada nessa época. Esse foi o último ano do Free Jazz Festival, no ano seguinte o Festival seria cancelado por conta da Lei Anti Fumo que seguia uma escalada mundial progressiva numa espécie de 'batalha' irreversível contra o fumo, e que seria aprovada em 2003 pelo Congresso Nacional, proibindo a propaganda de cigarros através de eventos culturais e esportivos. Caso essa lei não existisse certamente outras edições poderiam acontecer com o mesmo apoio, caso seu conteúdo artístico fosse ao encontro do 'gosto' dos leitores do jornal.

3.6.2 Hollywood Rock

1988

Em 1988 Sarney era bombardeado de críticas e alvo de protestos de partidos do Centrão coordenado pela liderança de Ulysses Guimarães. Era um período de transição política e de crise econômica sustentada por um governo fraco agraciado pelo *impeachment* de Fernando Collor de Mello. Deste governo também fazia parte o político baiano Antonio Carlos Magalhães como ministro das Comunicações, controlando como hábil coronel nordestino a política na comunicação, ramo em que também atuava como empresário dono de jornal e associado à TV Globo, com quem mantinha proximidade pela amizade de anos que cultivava com o empresário Roberto Marinho.

A *Folha de S.Paulo* não deu cobertura na primeira noite do Hollywood Rock. Não houve manchete de capa e não foi possível checar o Caderno Ilustrada porque o caderno não está digitalizado nesta edição, mas no dia seguinte uma grande foto de aproximadamente 3 col. x 12 cm altura no canto esquerdo inferior da página, exibia o vocalista Herbert Viana e os Paralamas do Sucesso em um espaço digno de grandes acontecimentos. Apenas um texto de duas linhas em corpo mínimo sob a foto anunciava:

Herbert Viana, guitarrista e líder do grupo carioca Paralamas do sucesso, durante o *show* que abriu ontem a segunda noite do Hollywood Rock, no estádio do Morumbi, zona sul de São Paulo; também tocaram a banda inglesa UB 40 e o grupo escocês Simple Minds. (p. A-36).

Essa foto dividia a capa do jornal com outra do mesmo tamanho posicionada exatamente e separadas pela manchete da de cima que dizia: “Protesto anti–Sarney no rio tumultua casamento”, e mostrava o carro da noiva, filha de um senador do PDS, de cujo casamento Sarney era padrinho, em meio a um tumulto causado por manifestantes de partidos opositores ao seu governo.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *ShowBusiness* no Brasil, a foto grande do vocalista Herbert Vianna dos Paralamas do Sucesso, na segunda noite do Hollywood Rock, em 1988 estampada na capa da Folha valorizou e deu importância ao rock nacional que naquela época estava em ebulição com boas bandas aparecendo no Rio-São Paulo e Brasília.

Essa exaltação da mídia para o *Rock in Rio* naquela época era natural, uma vez que a programação musical da cidade não passava de um ou outro *show* nacional que acontecia nas casas de *show*.

Shows internacionais também eram raridade. Pessoas mais jovens, que não viveram esse momento histórico e estão acostumadas à frequência dos nomes internacionais que quase toda semana se apresentam nos palcos de São Paulo, não imaginam como era fraca a agenda semanal de *shows* na cidade de São Paulo.

Shows internacionais aconteciam, mas ainda muito esporadicamente. O *Rock in Rio* de 1985 havia impulsionado a vinda de astros internacionais, mas as condições profissionais e técnicas do mercado aliadas à dificuldade em conseguir patrocinadores para as turnês e conseqüentemente o desinteresse dos artistas pelo Brasil, distante dos grandes centros econômicos, e que ainda passava por uma crise econômica, não tornavam fáceis as negociações para os empresários, mas o jornal *Folha de S. Paulo* sabia que seu papel era importantíssimo para desenvolver o mercado e torná-lo atrativo para as empresas.

Caixa reduz entrada para casa própria

Blitz fecha dois bancos de sangue

A Secretaria de Saúde do Estado interditiu ontem dois bancos de sangue em São Paulo, por armazenarem o sangue em condições inadequadas. No Instituto Piratininga de Hemoterapia, na Liberdade (centro da cidade), interditiu pelo mesmo motivo o Centro de Vigilância Sanitária encontraram frações de sangue ainda sem controle de qualidade misturados a outros com resultado negativo nos testes para detecção de doenças. A tarde foi fechado o banco de sangue do Hospital de Vila Carrão (zona leste), servido pelo Piratininga. O proprietário do Instituto, Antônio Carlos Cursi, considerou a fiscalização "um exagero".

Hoje uma equipe do Centro de Vigilância Sanitária realizará, junto com a Delegacia do Consumidor, uma blitz na Clínica Hemoterápica Pacombio, ligada ao Hospital São Camilo. A operação se destina a apurar denúncia de que a clínica teria aceitado como doador um adido, cujo sangue teria sido injetado há 18 meses numa criança com seis meses de idade. **PAG. A-3**



Manifestantes avançam sobre o carro que transportava o noivo Antônio e sua pai, o senador Álvaro Pacheco, do PFL do Piauí, no largo de São Francisco, no Rio

O ministro da Habitação, Urbanismo e Meio Ambiente, Priscu Viana, anunciou ontem em Porto Alegre (RS) que a Caixa Econômica Federal (CEF) passara a financiar, desde ontem, 90% do valor dos imóveis avaliados em até 3.500 OTNs (Obrigações do Tesouro Nacional), equivalentes até mês a C\$ 2.088.290,00. Anteriormente, a Caixa financiava 80% do valor. Desta forma, a entrada inicial obrigatória cai de 20% para 10%. O percentual de 80% do financiamento continuará sendo usado para imóveis de até 3.500 OTNs e cinco mil OTNs (C\$ 2.904.700,00). Priscu Viana disse também que o governo está estudando a fixação de juro zero para imóveis de até 600 OTNs (C\$ 358.104,00). Atualmente, o juro zero é para imóveis de até 300 OTNs (C\$ 179.802,00).

Em Brasília, porém, o assessor de imprensa da Caixa, Paulo Rocha, disse que a instituição está apenas estudando as novas medidas. Segundo Rocha, o estudo foi pedido pelo Ministério da Habitação, Urbanismo e Meio Ambiente "depois do anúncio do pacote habitacional" feito oficialmente no dia 6 pelo presidente José Sarney e por Priscu Viana. Rocha disse ainda que não há uma data prevista para a entrada em vigor das medidas. "Caso sejam aprovadas". **PAG. A-1**

Tempo no fim-de-semana
Parcialmente nublado no Grande São Paulo. Algumas chuvas isoladas, bem como nevoeiro matinal, são esperados no fim de semana. A tarde há possibilidade de chuva. **PAG. A-3**

Opinião da Folha
Lido na pág. A-4 se colhem "Estratégias na SP", considerando "Política de governo na área de habitação". "Política de desenvolvimento da cidade de São Paulo" e "Política de desenvolvimento da cidade de São Paulo". **PAG. A-4**

Políticos da Mogiana vão em enxurrada no Planalto
O presidente Sarney recebeu ontem 128 políticos e empresários da Alta Mogiana para audiência, realizada no período de dois dias. **PAG. A-4**

Amigos de Ulisses devem permanecer no ministério
O presidente Sarney não deve renovar as atividades individuais por Ulisses Guimarães na próxima etapa da reestruturação da administração. **PAG. A-4**

Ozires anuncia produção de petróleo na Amazônia
O presidente da Petrobras, Álvaro Lobo, anunciou ontem que em uma área, onde há uma zona de pesquisa na região, a empresa irá produzir petróleo na Amazônia. **PAG. A-5**

Dólar no paralelo atinge C\$ 100,00; BC intervém
O dólar no paralelo atingiu ontem C\$ 100,00 (valor em SP e no Rio). Por intervenção do BC, que aumentou a taxa de câmbio, o dólar caiu para C\$ 98,00. **PAG. A-5**

Oficiais argentinos fazem ameaça em defesa de Rico
Militares argentinos no alto-mar exigiram hoje Rico, que chegou ao Brasil, para que ele não seja extraditado para a Espanha. **PAG. A-5**

Congrário terá a ajuda do PF no novo vestíbul
A Polícia Federal entrará no processo de construção do novo edifício do Congresso Nacional. **PAG. A-5**

Maria Monte faz sucesso no Rio e virá a São Paulo
Com 10 shows em um mês, Maria Monte fez sucesso no Rio de Janeiro e virá a São Paulo. **PAG. A-5**

Livro sobre Heidegger é o destaque no Folhetim
O suplemento mostra a política alemã durante a Segunda Guerra Mundial. **PAG. A-5**

Negócios
Novas medidas de flexibilização em laboratório podem significar um tradicional teste de amadurecimento de células. **PAG. A-5**

Índice
58 Páginas

12 de Folhetim — 3 de Classificados

Abertura	0,00	0,00
América	0,00	0,00
Argentina	0,00	0,00
Alemanha	0,00	0,00
Brasil	0,00	0,00
Canadá	0,00	0,00
Chile	0,00	0,00
Colômbia	0,00	0,00
Costa Rica	0,00	0,00
Eslovênia	0,00	0,00
Estados Unidos	0,00	0,00
Frância	0,00	0,00
Grã-Bretanha	0,00	0,00
Itália	0,00	0,00
Japão	0,00	0,00
Países Baixos	0,00	0,00
Portugal	0,00	0,00
Rússia	0,00	0,00
Suécia	0,00	0,00
Suíça	0,00	0,00
Uruguai	0,00	0,00
Argentina	0,00	0,00
Brasil	0,00	0,00
Canadá	0,00	0,00
Chile	0,00	0,00
Colômbia	0,00	0,00
Costa Rica	0,00	0,00
Eslovênia	0,00	0,00
Estados Unidos	0,00	0,00
Frância	0,00	0,00
Grã-Bretanha	0,00	0,00
Itália	0,00	0,00
Japão	0,00	0,00
Países Baixos	0,00	0,00
Portugal	0,00	0,00
Rússia	0,00	0,00
Suécia	0,00	0,00
Suíça	0,00	0,00
Uruguai	0,00	0,00

Protesto anti-Sarney no Rio tumultua casamento

Um grupo de manifestantes do PT, CUT e PDT dificultou ontem a sessão, pontuação e pedradas a manifestação. Sarney decidiu a tarde cancelar a viagem ao Rio. O ministro do Exterior, Leonidas Pires Gonçalves, que regressava e seu pai, o senador Álvaro Pacheco (PFL-PI), à Igreja São Francisco de Paula, no largo de São Francisco (centro do Rio), onde estava marcado o casamento de Antônio, 24, e Rodrigo

Badaró Braga, 36. A noiva teria como padrinho o presidente Sarney, embora quem fora convocada a manifestação. Sarney decidiu a tarde cancelar a viagem ao Rio. O ministro do Exterior, Leonidas Pires Gonçalves, que regressava e seu pai, o senador Álvaro Pacheco (PFL-PI), à Igreja São Francisco de Paula, no largo de São Francisco (centro do Rio), onde estava marcado o casamento de Antônio, 24, e Rodrigo

Badaró Braga, 36. A noiva teria como padrinho o presidente Sarney, embora quem fora convocada a manifestação. Sarney decidiu a tarde cancelar a viagem ao Rio. O ministro do Exterior, Leonidas Pires Gonçalves, que regressava e seu pai, o senador Álvaro Pacheco (PFL-PI), à Igreja São Francisco de Paula, no largo de São Francisco (centro do Rio), onde estava marcado o casamento de Antônio, 24, e Rodrigo



Herbert Ison, guitarrista e líder do grupo cariense Paralamas do Sucesso, durante o show que abriu ontem a segunda noite do Hollywood Rock no estádio do Maracanã, zona sul de São Paulo; também ocorreram a banda inglesa UB 40 e o grupo escocês Simple Minds. **PAG. A-30**

Justiça cassa o IPTU com dez parcelas

A liminar que permitia aos contribuintes litigar com o IPTU e Edson Maraca pagar em dez vezes a Imposta Predial e Terceiro Urbano (IPTU) foi cassada ontem na Justiça. O juiz Marcos Vinícius dos Santos Andrade, presidente do 1.º Tribunal de Alçada Civil, aceitou o argumento da Prefeitura de São Paulo de que o parcelamento provocaria queda na arrecadação. A quitação do IPTU deste ano deverá ser feita em três ou cinco vezes de acordo com o valor venal do imóvel. O advogado de Brizosa e Maraca, Evros Roberto Grazzi, disse que pretende pedir a reconsideração da medida. **PAG. A-11**

Garimpo vai à 'guerra' contra a mecanização

Os garimpeiros de Serra Pelada esperam, através de uma decisão do presidente Sarney sobre a mecanização do garimpo, a ser concluída até o próximo ano, para desencadear "uma verdadeira guerra civil" na região. A afirmação é do secretário-geral da União dos Sindicatos e Associações de Garimpeiros da Amazônia Legal, Elieneir Luis Soares. O clima em Serra Pelada, a 120 km de Marabá, no leste do Pará, é de tensão. O delegado do PF no garimpo, Paulo Duarte, disse que "os garimpeiros não sairão daqui pacificamente". **PAG. A-12**

Expulsos por greve de fome Israel farão greve de fome

Os quatro palestinos deportados por Israel na quarta-feira para o sul de Líbano disseram ontem que pretendem armar uma tenda na região e iniciar uma greve de fome até ser repatriados para Gaza e Cisjordânia. Em entrevista concedida na cidade de Raichia, próxima à fronteira da "zona de segurança" controlada por Israel no sul de Líbano, eles disseram que "todos os países árabes que se recusarem a nos receber deveriam estar envergonhados por haver fechado suas portas a nós". Egito, Jordânia, Líbano e Síria anunciaram que não se receberiam. **PAG. A-8**

França dará prêmio em dinheiro na Olimpíada Só dois grandes passam à 2ª fase da Taça Júnior

A França pagará prêmios em dinheiro para os atletas franceses que ganharem medalhas nos Jogos Olímpicos de Seul, na Coreia do Sul, segundo informou ontem a agência inglesa "Associated Press". A iniciativa contrária decidida do Comitê Olímpico Internacional (COI), que proíbe a remuneração dos atletas olímpicos. O ministro da Juventude e do Esporte, Christian Begerin, disse que o prêmio para quem ganhar medalhas de ouro será de US\$ 30 mil (C\$ 3,5 milhões). Ontem, o Ministério de Relações Exteriores da Coreia do Norte (que anunciou oficialmente o boicote aos Jogos) propôs à Coreia do Sul novo resumo a fim de discutir a organização conjunta das competições. **PAG. A-16**

A primeira fase da Taça São Paulo de Futebol Júnior terminou ontem. Apenas dois dos chamados times grandes paulistas, São Paulo e Portuguesa, se classificaram para a próxima etapa. Mesmo vencendo o Atlético (MG) por 3 a 1, o Corinthians foi desclassificado pelo Vila Nova (GO). Isto porque, pelo fato de os dois times serem três pontos

ganhos, o critério foi o confronto direto, ocorrido terça-feira, em que os goianos venceram o Corinthians por 3 a 1. Palmeiras e Santos foram derrotados ontem por Matubera (2 a 0) e Juventus (2 a 1) e estão eliminados. A próxima fase do torneio começa amanhã, com três jogos e terá duas equipes divididas em quatro grupos. **PAG. A-18**

1990

As manchetes de capa da *Folha de S. Paulo* de 18 de janeiro de 1990 mostravam o país otimista depois da eleição do presidente Fernando Collor de Mello, que prometia moralizar a política sob a bandeira de caçador de marajás. Na manchete principal na parte central superior da página uma foto de 3col x 15 cm.

Sobre a primeira manchete: “Combustíveis sobem 104 % em dez dias”, tem-se a foto de Fernando Collor entre os assessores políticos e banqueiros, sob a qual informava a manchete “Collor se reúne com credores e anuncia seus ministros militares”, ao lado esquerdo em um *box* retangular vertical na medida de 2 col. x 15 cm de altura, uma foto de Bob Dylan chegando em São Paulo para o festival, divide esse espaço com duas chamadas: “Dylan chega calado para o Hollywood Rock”, seguida de texto explicativo. E mais abaixo: “Caderno Trás Tudo sobre o Festival” com texto explicativo que exalta a importância do festival que merece um suplemento especial com entrevistas com artistas, serviços de transporte e alimentação, etc.

Uma importância pioneira no jornal para um grande concerto de *Rock in roll*. Esse caderno especial falando somente de um festival de música fora um tributo como jamais se fizera na imprensa anteriormente. O anúncio de uma época promissora para o *marketing* cultural e os patrocínios de *shows* que se seguiriam anos à frente.

No Caderno Ilustrada a capa trazia a matéria principal, ocupando espaço de toda a página. Abaixo dos usuais blocos de manchetes da abertura do Caderno vinha a manchete: “Dylan chega a SP para tocar hoje na primeira noite do Hollywood Rock”. Uma foto enorme ocupando 2/4 da página exibia o cantor no centro da matéria principal e de outros dois módulos falando sobre ele. Na abertura da matéria aquele logo capitular com tipologia no estilo gótico estilizado pelo jornal para cada edição do festival.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *ShowBusiness* no Brasil pode-se observar uma foto de capa no início, e outra no fechamento do festival, com destaque de grande acontecimento sem contar as matérias principais do Caderno Ilustrada quase todos os dias transformaram definitivamente o entretenimento em assunto importante no Brasil.

O Hollywood Rock se firmava como um grande evento nacional. Essa condição passava a atrair cada vez mais a atenção dos empresários, empresas e demais formadores de opinião de leitores do jornal para essa nova atividade econômica que estava emergindo.

Emergindo como uma força que estava esperando o momento certo, e parece que a Cia Souza Cruz detectou esse momento. Culturalmente pensando, era o momento ideal de abordar o *Rock* que crescia no gosto popular em todo o mundo e no Brasil se revelava o maior de todos os interesses musicais de jovens e adultos.

FOLHA DE S. PAULO

ilustrada

Quinta-feira, 18 de janeiro de 1960 — E-1

Dylan chega a SP para tocar hoje na primeira noite do Hollywood Rock

ANGELA MARSIAJ
Do Departamento Local

O "harricane" Bob Dylan não provocou o furacão esperado. Além da imprensa, apenas uma dúzia de fãs o aguardava ontem no Aeroporto Internacional de Guarulhos. Crianças — adolescentes entre 12 e 17 anos — traziam uma câmera de vídeo para filmar Ben Jovi, que só chega hoje, e qualquer outro astro que "pintasse". Mal sabiam cantarolar sucessos de Dylan. Os passageiros de seu voo (Varig 807) também não prestaram muita atenção à sua presença.

Dylan encerra hoje à noite o primeiro dia de Hollywood Rock no estádio do Morumbi, em São Paulo, depois das apresentações de Gilberto Gil e do grupo britânico Texas for Fears. Ontem à tarde, seus técnicos tinham programado uma visita ao Morumbi. O programa do show será divulgado no momento em que Dylan subir ao palco. Mas inclui as músicas do último LP "Oh Mercy", além das tradicionais, diz um membro de sua comitiva. Devem constar "Blowin' in the Wind" e "Hurricane".

Após cerca de 9 horas de viagem desde Nova York, o astro ainda parecia palidar por sobre o aeroporto quando seu avião aterrissou às 7h50 da manhã (40 minutos antes do previsto). Apesar do calor que já começava a tomar conta do dia, ele se manteve com jaqueta, luvas e botas, todas de couro preto, além de calças de veludo castel azul e um lençinho azul no pescoço. Fotôfilos, seu principal gesto ao sair da alfândega foi o de cobrir os olhos com as mãos para evitar os flashes dos fotógrafos.

Acompanhado da mulher (uma comitiva que somava 22 pessoas, entre banda, técnicos e amigos), Dylan não quis dar declarações. Suas rugas faziam-no parecer ter mais que 48 anos — ele faz 49 em maio.

Após receber a luz verde que o liberou dos serviços alfândegários, ele teve o primeiro contato com a chamada "cordialidade brasileira". O chefe do setor de

bagagens da Alfândega o convidou para tomar um café com açúcar — que segundo funcionários do aeroporto foi servido na cozinha. A bebida agradou e ele repetiu a dose. Quinze minutos depois de ter entrado na Alfândega, ele embarcou no ônibus que o levou ao Hilton Hotel, no centro de São Paulo.

Dylan, que nos anos 60 foi o principal cantor e compositor norte-americano anti-establishment, repetiu na chegada ao hotel — onde se trançou para descansar — sua rotina de fofobia. Não saiu do ônibus enquanto os fotógrafos não guardaram seus flashes. O compositor também manteve firme a disposição de não falar com a imprensa. Mesmo nos Estados Unidos ele é evasivo a entrevistas (leia algumas frases famosas de Dylan ao lado). E contra qualquer tipo de promoção e publicidade.

Foi esse o mesmo Dylan esgalejado que chegou ao Brasil no LP "Infidelis", de \$4. A canção "Union Sundown" trata da decadência do sindicalismo nos EUA e diz numa estrofe que uma mulher brasileira precisa de 30 centavos para alimentar uma família de 12 pessoas.

Mas Dylan tem outras coisas de fazer. Por isso, pôde exigir — e usufruir de — um carro com motorista 24 horas por dia. Não não poderia ser qualquer um. Requisitos: "bilingue e esperto", como frisou no pedido que fez à organização do Hollywood Rock.

Tenrosos de maiores dimensões, a direção do Hilton e a produção do Hollywood Rock solicitaram junto à Polícia Militar proteção especial. Foram destacados cerca de 20 policiais, que ficaram concentrados em frente do hotel e nas redondezas. Às 13h, chegou a haver quatro viaturas da PM ao mesmo tempo diante do hotel.

Quase ociosa por não ter muito fô a controlar, a equipe de segurança contratada pelo festival — a Fonseca's Gang — preferiu se dedicar a afastar os fotógrafos. No pombado de jovens que se reuniam diante do hotel, na av. Ipiranga, havia apenas um fã que havia vindo exclusivamente para ver Bob Dylan.



Foto: Albert Wilton

ISTO É DYLAN

"Não me interpretem. Minhas canções não tem signif., são apenas palavras"

"Não fiquem para mim, fiquem para as canções. Sou apenas o cutieiro que as entrega"

"Quando canto 'Blowin' in the Wind' é como se fosse uma velha canção folk. Nunca me ocorre que fui eu que escrevi aquilo"

"Sabe o que faço com a fama? Jogo ela no armário e só tiro de lá quando preciso dela"

"Minha atitude física é praticamente a mesma que eu tinha aos 14 anos"

"Hibbing é uma cidade legal. Fugi de lá quando tinha 10 anos, 12 anos, 13 anos, 15 anos, 15 e meio, 17 e 18 anos. Sempre acabava sendo pego, e não era uma vez — a última"

"Sempre me perguntam sobre meus concertos perigosos. Primeiro de tudo, uma dica: Deus é uma mulher. O resto você mesmo descobre"

"Para cada dólar que ganho, profuro uma pílula de amor"

"O dinheiro não muda em nada meu mundo, só garante que ele não seja ameaçado"

"Um homem é um sucesso se ele se levanta de manhã, vai para cama à noite e no meio tempo faz o que quer"

"Eu acerto o caso. Me pergunto é se o caso me assita"

"Nada tenho a perder, a não ser a escuridão"

"Minha vida é a rua onde eu ando"

"Dylan é um gênio — quer ele resolva se aliar à raça humana ou não"

(Uma Star, 1960)

TEMPO

Parcialmente nublado com ventos fortes e chuvas esparsas.

ARTES PLÁSTICAS

Bienal escolhe empresário para sua presidência

O empresário Jorge Eduardo Stockler foi eleito presidente para a presidência da Fundação Bienal por 14 votos a 11 contra a chapa de Eduardo Alfredo Filho.

PÁG. E-5



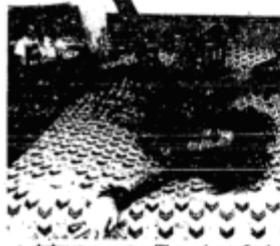
Jorge Eduardo Stockler

HOLLYWOOD ROCK

Tiete se hospeda no mesmo hotel do Bon Jovi

Do grupo que se apresenta no Hollywood Rock, o Bon Jovi é o que tem mais fãs no Brasil. As vitas do grupo são entre 15 e 17 anos, já cantam o mundo e não pedem ao filho de Silvester Stallone. A estudante Andrea Albuquerque Gonzalez, 17, uma espécie de líder entre as tiete brasileiras, deixou sua casa no Maracanã e pagou NCR \$ mil por um quarto no Hilton para ficar mais próxima do grupo. Outros, ela foi à piscina do hotel com Jon Bon Jovi.

PÁG. E-3



Andrea em seu quarto no Hilton, onde está o Bon Jovi

CINEMA

Oscar de 90 será transmitido de seis países

Pela primeira vez o Oscar terá a festa de entrega transmitida de Buenos Aires, Los Angeles, Tóquio, Sidney e Buenos Aires, além de Los Angeles, que produz o show há 62 anos.

PÁG. E-3



Karl Malden, do Anfitrião

ilustrada

FOLHA DE S. PAULO

Sexta-feira, 19 de janeiro de 1990 — E-1

Jon Bon Jovi agora renega o heavy metal

ANDRÉ FORASTIERE
Do Reportagem Local

Jon Bon Jovi, que hoje não faz heavy metal e sim rock. Que pensa em vir ao Brasil há tempos, simplesmente porque quer atingir esse mercado. Que não trouxe a mulher, porque ouviu falar maravilhas do que chamam de "chicas" cariocas e que não dá opiniões sobre assuntos políticos ou polêmicos porque sua religião é rock'n'roll.

Essa é o resumo da entrevista exclusiva concedida pelo grupo norte-americano Bon Jovi, uma hora após desembarcar ontem às 19h40 no aeroporto de Cumbica. São uma dúzia e meia de fãs curvas de plástico. Quase não viram os autos, que entram rápido num ônibus especial. A chegada no hotel Hilton, quartel-general paulistano do Hollywood Rock, foi bem mais movimentada: cerca de setenta fãs, a maioria meninas na faixa dos 15 anos, estavam na porta do hotel.

As 12h30, o grupo desce para enfrentar a mídia. O que é que Bon Jovi tem para vender 16 milhões de discos? Essa era a única questão importante.

O grupo todo estava de óculos escuros —Jon com um modelo Forché preto. Vestia um jeans rasgado e uma camisa verde de manga comprida que deixava o peito pelado de fora, com um brinco dourado de argola e o cabelo semi-despentado dando o toque rebelde.

Vendo Jon Bon Jovi, não é fácil imaginá-lo há dez anos. Na época ele era só John Bongiovi, um garoto de New Jersey, uma espécie de subúrbio de Nova York. Era de classe média média, franzino e mau aluno. Seu status entre a elite da "high school" local era baixo.

Aos 13 anos, John foi salvo do ostracismo provinciano pelo rock'n'roll. O italiano viu a fita do Kiss e do Led Zepelin, montou um grupo e tocava sucessos heavy. Andava sempre em turma, arrumando brigas com outros felizes locais e tentando

descolar palcos para cantar —logo descobriu que não tinha vocação para instrumentista. Viagem dez anos no tempo e sente relacionar o rapaz acima com Jon Bon Jovi, um dos mais perfeitos produtos pop do planeta, com uma média de 250 shows por ano à frente do grupo que leva seu sobrenome. Mais que um "best seller", Jon se tornou um símbolo sexual. Leva garotinhas púberes ao delírio nos shows convulsivos, que o consideram o máximo em rebeldia.

A versão 90 de Jon é só "business". Na entrevista de 20 minutos, interrompida por fãs, ele foi direto ao ponto ao explicar a vinda ao Brasil: "É uma questão de mercado. Há seis anos tentamos atingir a América do Sul, e só agora conseguimos vir". Negaram filiação ao heavy metal, dizendo que "nos anos 50 era Chuck Berry, nos 60 os Rolling Stones e nos 90 somos nós". Jon também pediu desculpas por não falar português, e contou que são cinco mil fãs do grupo que escutam que músicas entram em cada disco do Bon Jovi.

É, finalmente, política, ecologia, invasão do Panamá, drogas. Jon: "É um mundo feio lá fora. É claro que temos opiniões sobre tudo que acontece, mas preferimos mantê-las em sigilo. Só quero entreter as pessoas, fazer elas esquecerem todos os problemas por duas horas. E depois, quem sou eu para falar de política, o que é que eu sei disso? A única coisa que realmente conheço é o rock'n'roll".

Foi nesse momento que Bon Jovi mostrou sua verdadeira essência. Ele é exatamente o que parece, um garotão que foi consagrado aos 17 anos pela mitologia e prática do circo do rock. Jon está mais para Pat Boone e os Moskies do que para Chuck Berry e os Stones. Seduz pela inocência. Com a chegada das revistas, tende a ser esquecido. Enquanto pode, vive seu sonho dourado, o de ser um "rock star".

Foto: Hollywood Rock no página E-2



O cantor Jon Bon Jovi, líder da banda de "hard rock" Bon Jovi, ontem à tarde antes da entrevista no hotel Hilton

SHOWS DE HOJE

(por ordem de entrada no palco)

Capital Inicial
Engenheiros do Hawaii
Bebel Gilberto
Bon Jovi
Luziê Estácio de Marandini
Lúcio: 19h

Dylan passeia a pé no centro e encontra fã

Do Reportagem Local
Bob Dylan fez um passeio a pé pelo centro da cidade amonstrem à noite, acompanhado apenas por dois seguranças. Quando voltava para o hotel, por volta das 1h, foi abordado pelo fã Edison de Lima, que conseguiu arrancar de Dylan um aperto de mão.

Apesar de ter reserva no hotel, a atriz Cher, namorada de Richie Sambora, do Bon Jovi, não apareceu. Jon disse que foi porque ficou sabendo antes que as brasileiras são muito bonitas.

A vocalista do Eurythmics, Annie Lennox, desembarcou ontem às 19h sem David Stewart, seu parceiro no grupo, mas com o novo marido. Ela fez a lista "celebridade disfardada mas louca para ser reconhecida", com óculos escuros e chapéu.

A nutricionista que Dylan trouxe em sua comitiva, Trícia, saiu ontem às compras para adquirir ingredientes para o almoço do cantor. Andando a pé pelos mercados do centro, ela levou rúcula, beterraba, repolho rosa, cenoura, cebolinha, alface, batata e um frango. A refeição foi preparada no quarto, com um fogãozinho portátil que Trícia carrega em sua bagagem.

Entre as apresentações de São Paulo e Rio, Dylan quer se refugiar em algum canto longe das câmeras. Já os integrantes do Bon Jovi preferem descansar em Londres durante o intervalo entre seus dois shows no Brasil.

TEMPO
Nublado com chuvas ocasionais devido à uma frente fria.

Foto: e período do tempo: C-2

CORBESIA
PARA DIBETORIA

FOLHA DE S.PAULO

Diretor de Redação: Otávio Frias Filho • São Paulo, sábado, 20 de janeiro de 1990 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 69 • N.º 22.207 • Al. Barão de Limeira, 425 • NCD 9,00



O prefeito Marion Barry avança ao entrar no carro que o levou ao tribunal municipal de Washington, contra os policiais.

Polícia pega prefeito negro de Washington com droga em 'festa'

O prefeito negro de Washington, Marion Barry, foi preso após comprar "crack" de um policial disfarçado. Ele caiu quinta-feira em armadilha do FBI e da polícia municipal. A convite de uma amiga, foi a uma "festa" em um hotel da cidade.

Os outros convidados eram policiais. Lá, aceitou oferta de "crack" (droga derivada da cocaína). Foi preso fumando e submetido a exame de sangue no FBI, que deu positivo. Liberado pela polícia, Barry se apresentou ontem à Justiça. Ouvia calado a

acusação. Ao sair do tribunal, disse: "Não vou cometer os incidentes e pago a compreensão de vocês. Tenho certeza de que voltarei à minha rotina familiar e ao meu cargo". Barry, 53, administra a cidade desde 79. Pode pegar um ano de prisão. PÁGS. A-10 e A-11

Escândalo beneficia a candidatura de Jesse Jackson

PAULO FRANCIS
De Nova York

Absolvido ou condenado, a carreira do prefeito de Washington, Marion Barry, acabou. Ele é

um desastre como prefeito e um socialista notório. Está desqualificado. Washington tem 70% de população negra, o que garante que o prefeito seja negro, como Barry. Mas candidato há

algum tempo é Jesse Jackson, líder negro nacional. Não há mais dúvida de que será eleito e que terá uma plataforma em Washington para se candidatar à Presidência em 92. PÁGS. A-10

Cresce nome de Ozires para a Infra-estrutura

Crescem as possibilidades de Ozires Silva, ex-presidente da Petrobrás, vir a ocupar o Ministério da Infra-estrutura do governo Fernando Collor. A pedido do eleito, Ozires suspendeu ontem a viagem que faria aos EUA. Mário Henrique Simonsen voltou

dos EUA e disse que não aceita ser ministro. Após renúncia com Collor, o presidente do PSDB, Franco Montoro, admitiu o apoio do partido no Congresso a medidas do novo governo. Montoro disse que isso não implica participação no governo. PÁGS. A-5 e A-6

URSS envia mais tropas contra conflitos no sul

Cerca de 500 soldados soviéticos foram ontem para a região de Nagorno-Karabakh (sul da URSS). Eles tentam evitar choques entre armênios e azerbaijanos, que disputam o controle da área. Os conflitos já provocam falta de comida e combustível. Em

Baku, capital do Azerbaijão, bloqueios impedem a movimentação dos soldados soviéticos (24 mil na região). A negociação entre tropas e azerbaijanos fracassaram. Eles exigem a saída dos soldados e a não aplicação do estado de emergência. PÁGS. A-12

Guru Rajneesh morre aos 58 anos na Índia

O guru indiano Bhagwan Rajneesh, 58, morreu ontem de ataque cardíaco em Poona (Índia). Ele pregava o sexo livre e criou no início dos anos 80 uma comunidade alternativa nos EUA. Rajneesh foi expulso do país em 1986 por violação das leis de imigração e voltou para a Índia. Seu nome verdadeiro era Osho Rajneesh Chandra Mohan. Ele se autodenominava "Bhagwan" (deus). PÁGS. A-8



O guru indiano Rajneesh em 1983

Trent D'Arby fecha festival hoje em SP

O músico americano Terence Trent D'Arby faz hoje o show de encerramento do Hollywood Rock, no estádio do Morumbi, em São Paulo. Ele chegou ontem às 16h30. Em entrevista, reconheceu o fracasso comercial de seu segundo disco, "Neither Fish Nor Flesh". Embora esteja farto do "rock de caridade", disse que colaboraria num projeto sobre a AIDS. Antes dele se apresentam Barão Vermelho, Lobão e Burythmiz. PÁGS. E-1 e E-3



O cantor, compositor e multiinstrumentista americano Terence Trent D'Arby no hotel Hilton, onde está hospedado.

Tears for Fears foi o preferido na 1ª noite

Segundo pesquisa do DataFolha, a apresentação do grupo inglês Tears for Fears foi a preferida (44%) na primeira noite do Hollywood Rock, quinta-feira. O show de Bob Dylan teve 40% das preferências; Gilberto Gil, 15%. PÁGS. E-5

Telefone com cartão começa testes no Rio

Tres telefones públicos acionados por cartão magnético começaram a ser instalados no terminal rodoviário Mendes Cortes, no Rio. Eles são parte de um lote importado da Inglaterra para testes gratuitos no país. Brasília, Salvador e Belo Horizonte recebem os aparelhos em duas semanas. Não haverá testes em São Paulo porque o fabricante — a empresa GPS — teme espionagem industrial. PÁGS. C-1

Prévia aponta inflação maior que a esperada

Prévia nas três principais regiões que compõem o IPC (índice oficial) aponta uma inflação de 55% em janeiro. A taxa supera todas as previsões do governo até agora. O ministro João Batista de Alencar (Planejamento) disse no início da semana que o IPC não ultrapassaria 53%. O presidente do IBGE, Charles Müller, afirmou que a taxa de janeiro seria inferior à de dezembro (53,55%). PÁGS. B-1

Prefeitura vai à Justiça pelo acordo com Shell

A Prefeitura de São Paulo vai à Justiça para evitar a suspensão das obras em Interlagos e a perda do GP Brasil de F-1, dia 25 de março. O Tribunal de Contas do Município julgou anteriormente ilegal o acordo de reforma feito com a Shell. PÁGS. C-5

Reajuste eleva em 54% os preços dos cigarros

Os cigarros subiram 54% ontem. Com o aumento, os preços de três das marcas mais caras ficam assim (em NCD):
Hollywood.....18,50
Mafhorro.....22,00
Galaxy Silver.....27,00
A luz aumenta hoje. Está 53,55% mais cara. PÁGS. B-1

1992

Naquela sexta feira, 17 de janeiro, a capa da Folha não trazia notícias tão agradáveis. A cidade de Santos havia sido alagada pelas chuvas sendo declarado estado de emergência pelos deslizamentos que fecharam estradas e ocasionaram a morte de muitas pessoas no litoral paulista.

Jarbas Passarinho, então ministro da Justiça do Governo Sarney preparava-se para enviar ao Congresso Nacional um pacote de lei para reajuste aos aposentados na média de 147% de setembro a janeiro de 2002. A inflação insustentável parecia normal na vida dos brasileiros acostumados com reajustes constantes na economia, mas a diversão dos jovens estava garantida com a festa do Hollywood Rock no Estádio do Morumbi. Dessa vez a aposta da direção artística do Festival foi na modernidade e bandas em ascensão ainda não consagradas.

A manchete de capa no dia da abertura do Festival foi uma foto ocupando o espaço de 3col x 10cm do vocalista e líder da Banda Skid Roll, o garoto de rosto bonito, Sebastian Bach, na chegada ao aeroporto abaixo da manchete blocada sobre ela: “Fãs tumultuam chegadas de bandas” e também blocado, abaixo da foto, um texto explicativo em corpo menor: “Sebastian Bach, do grupo Skid Row, dá autógrafos após entrevista sobre o Hollywood Rock, que começa hoje em São Paulo.”

Já no Caderno Ilustrada pode-se observar a manchete “Hollywood Rock traz astros em ascensão” como título da matéria de capa da Ilustrada abaixo dos 4 módulos de destaque do caderno, acompanhada do subtítulo: “Festival tem novidades e grupos do segundo time”.

A matéria escrita por Érika Palomino, da reportagem local, enfatiza o *mix* de jovens músicos bons, mas que ainda estavam despontando no cenário musical. Não foi o melhor em programação, mas trouxe uma atmosfera mais jovem e também sofisticada, conforme relata trecho da matéria que inclui a entrevista de uma fã que se preparava para entrar no estádio: mostrando dados interessantes sobre o público e o preço dos ingressos naquela edição do festival.

No sábado as atrações principais vêm da Inglaterra - Seal e Jesus Jones, este o nome menos conhecido do festival. Apesar de que há quem pague os Cr\$ 15 mil para ver Titãs e Paralamas tocando juntos, como o estudante de direito Miriti Levaton, 22, empolgado também com Seal. Miriti é o que se pode chamar de fã-padrão do cantor. Ouviu o *single* "Crazy" no exterior e trouxe o CD. Ou seja, um público um pouco mais sofisticado e não tão adolescente, comprovado pela engenheira agrônoma, que viu o clipe na MTV e comprou o disco. Alessandra é uma das poucas que vai a dois dias do festival, apesar de nunca ter se mobilizado antes para ir a grupos novos, mas já em voga. É diferente do *Rock in Rio*, que traz os dinossauros, diz. Agora ela quer ver também a banda americana Living Colour e sua fusão de *rock* com *funk*.

Levados às alturas com o *hit Unbelievable*, os garotos ingleses do EMF acabaram prejudicados pela falta de dinheiro no Brasil. É que muita gente que gostaria de ver o *show*, teve que optar. "Não dá para gastar 30 paus com isso", lamenta a estudante de arquitetura Camila Korbivcher, 22, que prefere então ver Seal no sábado. (PALOMINO, E. Folha S. Paulo; Caderno Ilustrada; I; 5; 17/01/1992).

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil essa edição do Hollywood Rock também teve manchete de capa na abertura, e matérias principais do Caderno Ilustrada, mas o tom das matérias foi mais crítico do que elogioso.

As bandas internacionais eram do segundo escalão representando uma fórmula ou estratégia supostamente "moderna, mas também econômica para se produzir o festival". De qualquer forma ainda naquele tempo os *shows* internacionais principais e mais esperados eram do HR o que o tornava indispensável como notícia de capa do jornal.

Apesar de causar certa frustração em uma parcela do público, que esperava um *casting* formado por uma constelação de primeira, o objetivo de comunicação foi alcançado com as matérias acima citadas. Valeu aí a expressão mais certa "Fale bem ou não tão bem o importante é falar do Hollywood Rock".



FOLHA DE S. PAULO

CORTESIA PARA DIRETORIA



Director de Redação: Otavio Frias Filho • São Paulo, sexta-feira, 17 de janeiro de 1992 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 71 • Nº 22.934 • Al. Barão de Limeira, 425 • Cr\$ 600,00

Confira o resultado da Loto
Cotidiano PÁG. 4-1

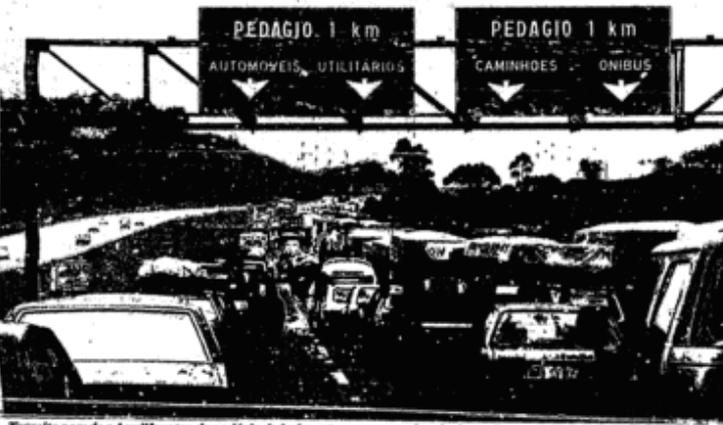
AS DEZENAS SORTEADAS
Cacarecos 875

Prêmio de Quina
Cr\$ 10.142.284,00

Leia neste domingo o "Guia do Aluguel"
O guia traz os detalhes da Lei do Inquilinato, que está completando um mês de vigência

Fiat sobe preços em até 19,5%
Dinheiro PÁG. 3-3

Chuva isola litoral paulista e três morrem



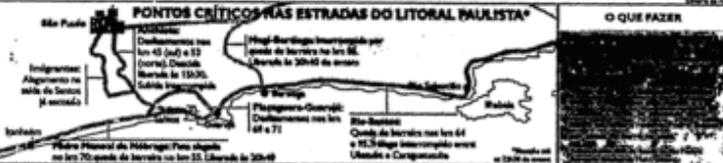
Tráfego parado a 1 quilômetro do pedágio de Imigrantes; os acessos a rodovias em Santos e São Vicente estavam alagados

- ★ Deslizamentos fecham estradas
- ★ Abastecimento de água é crítico
- ★ Meteorologia prevê melhora hoje

Três pessoas morreram e mais de mil ficaram desabrigadas ontem no pior temporal do ano no litoral de São Paulo. A Balneária Santista ficou isolada. Cerca de 100 mil pessoas estão nas áreas sob risco de desmoronamento. As chuvas causaram deslizamentos, interdito e congestionamentos nas vias Anchieta e Imigrantes. Outras estradas foram atingidas. A meteorologia prevê melhora das condições climáticas, mas pode chover por amanhã. A situação do abastecimento de água é crítica. À 15h, faltava água em Santos, Guarujá, Ilheus, Pôrto de Galinhas e Itanhaém, quando se romperam ou ficaram obstruídas. O governo do Estado decretou estado de "mobilização máxima". PÁGS. 4-1 e 4-

Governo fará novo projeto para os 147%

O ministro da Justiça, Jarbas Passarinho, disse ontem que o governo está disposto a enviar ao Congresso outro projeto de lei que viabilize recursos para pagamento do reajuste de 147% aos aposentados. Como já hoje em São Paulo o pagamento do reajuste de 147% sem a correção monetária de setembro de '91 e janeiro deste ano. PÁGS. 1-6 e 1-



JOYCE PASCOVITCH
Zélia espera filho de Chico Anysio
Zélia Cardoso de Mello já disse para alguns que espera o primeiro filho, mas não conta quem será a mãe. PÁG. 5-2

Fãs tumultuam chegada de bandas



Sebastian Bach, do grupo Skid Row, dá autógrafos após entrevista sobre o Hollywood Back, que começa hoje ex. São Paulo: veja no caderno Comida onde iantar após o show - Ilustrado

Jabes agora é suspeito no assassinato de senador
A polícia de Rondônia espera que o novo depoimento de Arivaldo Miranda, preso por acusação de tráfico de cocaína, traga indícios que incriminem o ex-deputado Jabes Rabelo e seu irmão Abdilno no assassinato do senador Olavo Pires, morto em '90. PÁG. 1-5

Fidel Castro decide hoje execução de condenados
O presidente cubano Fidel Castro decide hoje se dá ou não indulto a dois homens condenados à morte por terrorismo. O vice-presidente Raúl Castro, irmão de Fidel, fala em resuscitar o "paredón", que caracterizou a Revolução Cubana em 1959. PÁG. 2-1

BOA NOTÍCIA
São Paulo vai ter ônibus especiais
A partir de fevereiro, começam a circular na cidade de São Paulo 192 ônibus de luxo, com tarifas mais caras. PÁG. 4-4

esporte
Muhammad Ali faz 50 anos
O ex-campeão dos pesos pesados Muhammad Ali faz hoje 50 anos, com os movimentos afetados pela doença de Parkinson. Conquistou três vezes o título mundial com um estilo de luta marcado pela rapidez. Tinha como lema: "Vou ser como uma borboleta". PÁG. 4-7

1 brasil
Opinião de Folha
Lido na pág. 1-2 no editorial "Pluralismo econômico", sobre o desafio: "Operação asfalto", sobre o sacrofício: "Mas produzindo", sobre enchentes, e "Para atenuar o mal", citando o artigo de BA.

ATMOSFERA
A temperatura máxima de São Paulo hoje será de 18°C (17°C) e a mínima de 12°C (11°C). Não se espera chuva. 17/1/92

2 mundo
Inflação nos EUA cai pela metade em 1991
Índice do I.S.E. foi reduzido pela quinta das pessoas de pessoas. A medida já dura 18 meses. PÁG. 2-4

3 dinheiro
Carros importados têm preço de modelos nacionais
Mesmo com imposto de 50%, alguns carros importados custam menos que alguns modelos nacionais. PÁG. 3-1

4 cotidiano
Itália muda regras para concessão de cidadania
Pela nova lei, podem regular a cidadania os estrangeiros que possuem um dos avós italianos. PÁG. 4-4

esporte
BCN e Conecta iniciam finais do basquete feminino
Os times de Paulo e Helysio fazem hoje a oitava e penúltima jogada do Campeonato Paulista. PÁG. 4-8

5 ilustrada

Quatro filmes estreiam hoje em São Paulo. Um dos destaque é "Men Príncipe Amador", dirigido por Howard Zieff. O elenco conta com Dan Aykroyd, Jamie Lee Curtis e dois outros atores. O comediante Mervyn Doolittle, de "Espetáculos de Mito", e Alan Cumming (Sho). PÁG. 5-10

6 ciência
O historiador francês Jean Cocteau viveu com uma família coléptica de dezesseis de 18 até anos. PÁG. 6-1

7 comida

A nova lista de restaurantes abertos em São Paulo tem produzido dois meses com sistema de rotômetro. PÁG. 7-1

Seções

1 Brasil	4 Cotidiano
Brasil 14	Brasil 14
Opinião 14	Brasil 14
Atmosfera 14	Brasil 14
2 Mundo 14	Brasil 14
3 Dinheiro 14	Brasil 14
5 Ilustrada 14	Brasil 14
6 Ciência 14	Brasil 14
7 Comida 14	Brasil 14

Esta edição tem 46 páginas
4 de Circulação - 4 de Circulação
393.094 exemplares

ilustrada

5
quinto caderno

Sexta-feira, 17 de janeiro de 1992. I



A banda norte-americana Skid Row encerra hoje a primeira noite do Hollywood Rock



O Barão Vermelho abre o evento, marcado para as 19h

Hollywood Rock traz astros em ascensão

Festival tem novidades e grupos do segundo time

ERIKA PALOMINO
De Reportagem Local

Se não tem as chamadas estrelas de primeira grandeza, o Hollywood Rock que começa hoje tem boas chances do dar certo. São nomes ainda em ascensão, mas capazes de atrair um público que, mesmo não muito fêretico (excetuando a histórica carência feminina do exterior e aval da crítica, nenhuma banda tem a carreira ainda 100% consolidada, e a referência de quem compra o ingresso acaba sendo uma ou duas músicas pedradas no rádio ou em clipe.

A maior expectativa se concentra na noite de hoje, quando tocam Extreme e Skid Row. Os tais roqueiros de boutique os poetas vão estar todos lá, juntamente com a banda feminina que continua seguir astros com tubão comprido e um palmo de carinha bonita —leia-se Sebastian Bach (vocalista do Skid Row) e o guitarrista do Extreme, o agrariano Nuno Bettencourt (sim, ele fala um português de português).

A fita do Skid Row Roizmar

Bonê, 19, acha que "a maior parte do público não vai tanto pelo som —por isso é que vai ter tanta mulher". Ela, entretanto, jura que "vai pelos dois". —Sebastian Bach e o hard rock da banda. Desnecessário dizer que ela a-do-ra também Axl Rose e o Guns N'Roses, para quem o Skid Row abriu shows ano passado.

É o músico Hermes Bruchmann, do Guns N'Cover, oia que vai hoje só para ver o Extreme. Assiste uma apresentação do Skid Row em Miami e garante que "Sebastian Bach não canta o que ele canta nos clipe sem motivo". Talvez Hermes seja um dos poucos que vê ao show do Extreme com pleno conhecimento do tipo de som da banda. É que o clipe do hit "More Than Words", mostra Nuno Bettencourt ao violão, sentado calmamente ao lado do vocalista Gary Cherone, quando o som do grupo se situa no limbo do hard rock.

No sábado as atrações principais vêm da Inglaterra —Seal e Jesus Jones, este o nome menos conhecido do festival. Apesar do que lá quem paga os Cr\$ 15 mil para ver Tilda e Paralamas locupletado juntos, como a estudante de direito Mirtili Levato, 22, empolgada também com Seal.

Mirtili é o que se pode chamar de fita-padrão do cantor. Ouvir o

singlo "Crazy" no exterior e trouxe o CD. Ou seja, um público um pouco mais sofisticado e não tão adolecente, comorado pela engenheira apótea Alexandra Dias, 26, que viu o clipe na MTV e comprou o disco.

Alexandra é uma das poucas que vai a dois dias do festival, apesar de nunca ter se mobilizado antes para ir a grandes eventos. "O Hollywood Rock é mais pop, tem mais grupos novos, mas já um voga. É diferente do Rock in Rio, que tem os dinossauros", diz. Agora ela quer ver também a banda americana Living Colour e sua fusão de rock com funk.

Levado às alturas com o hit "Unbelievable", os garotos ingleses do IMF acabaram prejudicados pela falta de dinheiro no Brasil. É que muita gente que gostaria de ver seu show, desistiu, teve que optar. "Não dá para gastar 30 reais com isso", lamenta a estudante de arquitetura Camilla Korbvicher, 22, que preferiu então ver Seal no sábado.

HOLLYWOOD ROCK. De hoje a domingo em São Paulo, no salão de Palermo. Ingressos ainda à venda na bilheteria de arênia. No fim, no último sábado-sábado. Horário previsto para início das shows: 19h. Hosp. Barão Vermelho, Estreia a Skid Row.

DE TAPAS

DISCOGRAFIA BRASILEIRA DOS ARTISTAS

- Barão Vermelho** (Sem Caixa)
- "Declare Guerra" (86)
 - "Rock'n'Guitar" (87)
 - "Carnaval" (88)
 - "Barão ao Vivo" (89)
 - "Na Calada da Noite" (90)
- Extreme**
- "Extreme" (90)
 - "Extreme 2 Pornograffitti" (91)
- Skid Row**
- "Skid Row" (89)
 - "Slave to the Grid" (91)
- Cidade Negra**
- "Luz para Viver" (91)
- Jesus Jones**
- "Doubt" (91)
- Seal**
- "Seal" (91)

- Paralamas do Sucesso**
- "Cinema Mudo" (83)
 - "O Passo do Lul" (84)
 - "Selvagem" (84)
 - "D" (87)
 - "Bora Bora" (88)
 - "Big Bang" (89)
 - "Arquivo" (90)
 - "O Grão" (91)
- Tilda**
- "Tilda" (84)
 - "Telefôno" (85)
 - "Cabeça Dinossoro" (86)
 - "Jesus não tem Dentes no Fim dos Banguelas" (87)
 - "Go Back" (87)
 - "O Best Boy" (89)
 - "Tudo ao Mesmo Tempo Agora" (91)

- Lulu Santos**
- "Tempos Modernos" (82)
 - "O Ritmo do Momento" (83)
 - "Tudo Azul" (84)
 - "Normal" (85)
 - "Último Romântico" (87)
 - "Lulu" (87)
 - "Toda Forma de Amor" (88)
 - "Amor à Arta" (88)
 - "Popsambalço e Outras Levadas" (89)
 - "Henotári" (90)
- EMF**
- "Schubert Dip" (91)
- Living Colour**
- "Vivid" (89)
 - "Time's Up" (90)
 - "Biscuits" (91 - apenas em CD)

TAMANHO FAZ DIFERENÇA

PERSONAGEM



14 ANOS É A PRIMEIRA NOITE

A somente 14 anos, Cristiano Mairê dos Santos, 14, foi a primeira de um novo movimento Skid Row a chegar ao Aeroporto Internacional de Guarulhos, ontem pela manhã. Mairê já esteve no aeroporto desde os 10,00, antes a chegada da banda entrou prevista para as 19h. Ele disse que não consegue dormir desde o dia da chegada. "Eu adoro o Skid Row, mas eu sou mesmo o Sebastian". Mesmo sem ter comprado os tickets para o show do Skid Row, Mairê afirma ser fã desde que nasceu. "No dia do show, vou assistir no estádio".

A FRASE

"Eu confesso que não esperava ser recebido por tantos fãs e amigos"

(do guitarrista Jerry D'Beauvoir, da banda Jesus Jones, antes no Aeroporto de Guarulhos)

O NÚMERO

22

...guitarrista do Brasil cinco estrelas Malcom Plaza está à disposição dos cinco membros da banda Skid Row. A banda EMF, também com cinco membros, ingressa 16 minutos no mesmo local.

AEROPORTO

FUNCIÓNÁRIOS VENDEM AUTÓGRAFOS DAS BANDAS

Funcionários do Aeroporto de Guarulhos estão vendendo outros autôgrafos de membros das bandas do Hollywood Rock. Eles geralmente são selos de bagagem incluídos no público. O preço de uma assinatura do cantor Seal é de Cr\$ 10 mil.

INDIFOLHA

CARTAZ
(incluindo excursões)

- 3,5 "You, Folias Phytical, Psicofísicas e Plásticas"
- 2,5 "O Que é Imaginário"
- 2 "Tideium"
- 1,5 "Highway Serpente"

Para mais informações, consulte o site: www.indifolha.com.br

Hollywood Rock

Fãs tumultuam a chegada dos pop stars

Seal, Jesus Jones, Skid Row e Extreme foram recebidos aos gritos por garotas que atiravam até mesmo sutias



Nano Bettencourt, guitarrista do Extreme, ontem de manhã no aeroporto de São Paulo

EVA JOORY
Em São Paulo

Cenas de histeria e descontrole por parte das fãs marcaram a chegada dos principais conjuntos do Hollywood Rock, Skid Row e Extreme, ontem pela manhã.

Desde cedo (por volta das 0830), cerca de 200 fãs se aglomeraram no Aeroporto Internacional de Guarulhos para "ver de perto" o vocalista Sebastian Bach (Skid Row) e o guitarrista Nano Bettencourt (Extreme).

O cantor inglês Seal e os integrantes da banda britânica Jesus Jones foram os primeiros a desembarcar em São Paulo, vindos de Londres no voo RG-761, que chegou pontualmente às 7h35. Seal apareceu primeiro, às 7h50, seguido pelos integrantes do Jesus Jones, às 8h05.

O primeiro incidente aconteceu com o vocalista do Jesus Jones, Mike Edwards, que foi agarrado por uma fã que tentava beijá-lo. Edwards sorriu para as fãs, mas não gostou quando o seu bôfê foi arrancado por uma fã mais atrevida. Nervoso e aos empurrões, ele voltou atrás recuperando o bôfê.

Vestindo um conjunto de couro preto, Seal passou pela multidão sorrindo, mas preferiu não dizer nada. O guitarrista Jerry do Borgia de Jesus Jones, disse que ficou espantado com o número de pessoas que gritavam o nome da banda, junto com o do vocalista.

Por volta das 9h, o adorno de fãs dobrou. Chegavam com cartazes e os gritos: "Skid Row!

BARÃO VERMELHO
EXTREME
SKID ROW
Amambá
CIDADE NEGRA
JESUS JONES
SEAL
PARALAMAS/TITãs
Domingo
LULU SANTOS
EMF
LIVING COLOUR

Sebastian Bach, de óculos escuros, chegou a emitir uma estranha risada, pela porta principal, mas foi logo agarrado pelas fãs, sendo obrigado a voltar e sair pela lateral. Mas o conflito de isolamento, forçado por quatro seguranças da companhia CM, três policiais militares e dois seguranças do aeroporto, foi rompido e mais de cem adolescentes conseguiram se aproximar de Bach, segurando-o até o delírio.

Das fãs jogaram os seus sutias para ele e uma conseguiu arrancar um fio de cabelo do cantor. A maioria das meninas gritavam e choravam desesperadamente, e tiveram que ser acalmadas pelos pais. Bach, muito acidentado, mandou beijos, ergueu os punhos e gritou: "I love rock, baby!" (eu amo o rock, baby!), logo embora imediatamente.

Enquanto o grupo se preparava para partir, o fotógrafo oficial do grupo, Marc Weiss, 32, diretor do vídeo "In a Dark Room", conversou com a câmera de vídeo caindo todas as cenas e instantes provocados pelas fãs.

Bastante cansados, os fãs não deixavam de esperar o Extreme, último grupo a desembarcar em São Paulo. O mais esperado era o guitarrista Nano Bettencourt, considerado um dos melhores músicos da atualidade.

O voo RG-861, que trazia o conjunto de Nova York, chegou às 10h30. Mas os quatro integrantes só apareceram às 11h, saindo também pelo portão lateral. Nano Bettencourt foi o primeiro a sair, sendo imediatamente cercado pelas fãs.

Extreme diz que o público vai rir e vomitar

Da Reportagem Local

Nano Bettencourt, do grupo Extreme, disse que o público vai "rir, chorar e vomitar" no show que a banda faz hoje. Ele acha que o Brasil vai assistir o melhor show da turnê mundial e que o grupo realiza atualmente (gito que incluiu o Japão).

O Extreme, que chegou ontem de manhã a São Paulo, era um grupo praticamente desconhecido até o ano passado, quando entrou nas paradas norte-americanas com a música "More Than Words".

O Extreme surgiu em 1985, em Boston, na costa leste dos Estados Unidos. O líder, Nano Bettencourt, é considerado um dos melhores guitarristas do mundo, assim como Gary Cherone é o

vocalista. Pat Badger toca o baixo e Paul Gray, a bateria.

Em 1988, lançaram o LP "Extreme". Em 1990, saiu o segundo álbum do grupo, "Extreme 2 Promagnum", que contém a balada "More Than Words". Os dois discos já foram lançados no Brasil. Foi também com o sucesso da música que a banda passou a frequentar as telas da MTV norte-americana.

Nano Bettencourt é filho de imigrantes portugueses e está nos Estados Unidos desde os quatro anos de idade. Já colaborou com Janet Jackson e Steve Perry, entre outros.

A banda evita os estereótipos do "heavy-rock" e procura não se restringir ao "hard rock". Transita por gêneros musicais di-

Skid Row deve fazer o típico show de rock

BIA ABRAMO
Editora do Folheto

Não festival de poucas estrelas internacionais, o Skid Row é o candidato mais sério a capital. A razão é simples: eles oferecem o que a garotada mais gosta. Uma banda dos anos 90 perseguindo o som dos anos 70. Um vocalista de nome impronunciável, lírios curvados e longos cabelos loiros. Algumas baladas incluídas para o tradicional cantar de fúfegas e balançar de mãos. Mais típico, impossível.

O Skid Row foi fundado pelo baixista Rachel Bolan, pelos guitarristas Dave "Snake" Sobó e Scott Hill e pelo baterista Rob Affuso em 85. Sebastian Bach se juntou aos rapazes da sarjeta ("skid row", em inglês) no ano seguinte. Sobó pediu ajuda ao amigo de infância famoso, Jon Bon Jovi, e conseguiu empréstimo e, em seguida, um contrato com a Atlantic Records.

O disco de estreia, "Skid Row" (89) já chegou em sexto lugar na parada americana. De novo, o Skid Row ajudou os garçons, convidado a banda para abrir os shows da turnê americana. Eles também participaram do Festival Para a Paz, em agosto de 89, tocando em palcos moscovitas ao lado do Mötley Crüe, entre outros.

O Skid Row do começo era considerado mais um grupo de metal "power". Sebastian Bach se encostava em seguir os passos de Axl Rose: hostilidade em quanto "to hotel, declarações polêmicas muito incorretas (e divulgadas) explicadas mais tarde, com um misto de impudência e cinismo) e a favor das drogas.



Sebastian Bach, vocalista do Skid Row, ontem em Cumbica

Para Frejat, Barão Vermelho faz som pesado

Da Secural do Rio

Como a situação desse festival é completamente diferente de todos os outros, e principalmente do Rock in Rio. Não existe mais uma separação explícita entre os grupos nacionais e internacionais. Agora trabalham lado a lado, mostrando um trabalho da melhor qualidade. Foram tratados com todo o respeito.

Folha - Você tem interesse por algum show em particular?
Frejat - Gosto muito do Living Colour, é um grupo que tem sangue e é pesado. Seal também faz um som pop da melhor qualidade.

Folha - Como você vê essa febre de heavy metal chegando por aqui?
Frejat - Acho que as pessoas aqui não buscam muita variedade. Eu particularmente gosto de vários tipos de música, jazz, blues, rock. Agora estou ouvindo Nirvana, Cavalino e Luis Melodia. Mas esse biclanismo faz parte da evolução da humanidade, onde a cada hora surge uma tendência da moda. Dos grupos brasileiros que se apresentam no Hollywood Rock, o Barão é o que faz a linha mais pesada, mais hard rock. A minha noite foi bem esgotada. A Folha - O que vocês vão tocar?
Frejat - Vamos apresentar o show que fizemos no ano passado, quando comemoramos dez anos de carreira. Vamos tocar antigos sucessos e o repertório do novo LP, "Na Calçada da Noite". A única música inédita vai ser uma música do Raul Seixas, que gravamos para a coletânea em sua homenagem, "No Fundo do Quintal da Escola".

SP tem livros sobre Skid Row

Da Relicção

A banda Skid Row está em cinco publicações à venda na Livraria do Rock. A principal é o soupbôc do primeiro disco da banda, "Skid Row" (89), em duas versões para guitarra (CR\$ 55,8 mil e CR\$ 29,9 mil) e uma para baixo (CR\$ 29,9 mil). Na livraria há também o calendário 92 do Skid Row (CR\$ 14 mil) e exemplares da revista "Maudslaxe", do B-Club norte-americano (CR\$ 7 mil).

LIVRARIA DO ROCK - Rua Augusta, 1.384, tel. 511-1411, Condição.

CONHEÇA O PALCO DO PACAEMBU

Esta é a perspectiva do palco do Hollywood Rock no estádio do Pacaembu, vista a partir das arquibancadas acima dos portões da praça

Charles Miller. A entrada para o estádio do Pacaembu na praça Charles Miller será a única aberta ao público nos shows deste fim-de-semana.

O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE O EVENTO

OS PREÇOS DOS INGRESSOS
Cr\$ 15 mil (Todos os ingressos valem para arquibancada e gramado)

ONDE COMPRAR OS INGRESSOS
Nas bilheterias do estádio, das 9h às 12h

COMO CHEGAR AO ESTÁDIO
De carro
A CET mostra esquema especial de trânsito a partir das 14h. O estacionamento em 45 ruas está liberado nas ruas Sidplác e Des. Paulo apenas pela praça Charles Miller. Os portões serão abertos hoje e domingo a partir das 17h.

COMO SAIR DO ESTÁDIO
As saídas pelas ruas Sidplác e Desembargador Paulo Passalunghi serão liberadas para auxiliar o fluxo de saída.

HOTEL QUE HOSPEDA OS CONVIVADOS
Maknuf Plaza (Alain, Campinas, 150, tel. 251-2233, Bela Vista)

CHEGADA NO AEROPORTO
EMF - aeroporto de Cumbica, Amambá, às 9h30, (Vôo RG-759, de Londres)

LIVING COLOUR - aeroporto de Cumbica, Amambá, às 8h30, (Vôo RG-887, de Nova York)

PROGRAMAÇÃO NO DIA DE JANEIRO
Dia 24 - Lulu Santos, EMF e Living Colour
Dia 25 - Cidade Negra, Jesus Jones, Seal, Paralamas/Titãs
Dia 26 - Barão Vermelho, Extreme e Skid Row

1993

A manchete de capa da *Folha de S. Paulo* nesta edição do Hollywood Rock foi uma das mais impactantes de todos os Hollywood Rock, ocupando uma área equivalente de 5 das 6 colunas de largura do jornal por 10 cm de altura sob o título "Fim-de-Semana – Começa Hoje em SP o Hollywood Rock". Abaixo desse título um texto de 2 col x 7 cm aproximadamente explica alguns detalhes do evento que acontece no Estádio do Morumbi. Ao lado direito da página ocupando 3 col x 10 cm mais ou menos uma foto da banda, chegando a São Paulo na noite anterior, com título: "Red Hot quer farra Em S.Paulo".



FOLHA DE S. PAULO

CORTESIA DA DIRETORIA



Diretor de Redação: Otavio Frias Filho ★ São Paulo, sexta-feira, 15 de janeiro de 1993 ★ Um jornal a serviço do Brasil ★ Ano 72 ★ Nº 23.298 ★ Al. Barão de Limeira, 425 ★ Cr\$ 9.000,00

SEIS FILMES ESTRÉIAM HOJE NA CIDADE

- "O Guarda-Costas", de Mick Jackson. Com Kevin Costner e Whitney Houston
- "Tastemunha Oculta", de Howard Franklin. Com Joe Pestl e Barbara Hershey
- "Colapso do Desejo", de Tom Kalin. Com Daniel Schlächer e Craig Chester
- "Resencranz e Guidentern Estão Mortos", de Tom Stoppard. Com Gary Oldman e Richard Dreyfuss
- "FerraGully", de Bill Kroyer. Desenho animado
- "Um Coração que Bate", de François Dupeyron. Com Dominique Faysse e Jean-Marie Winling

FIM-DE-SEMANA

Começa hoje em SP o Hollywood Rock

A *Folha* publica hoje um aderno especial com oito páginas sobre o Hollywood Rock. O festival começa hoje em São Paulo, com apresentações das bandas brasileiras De'Alia e Biquíni Cavado e das americanas Alice in Chains e Red Hot Chili Peppers. O *RockFolha* traz a programação completa dos três dias de shows e dicas para quem for ao Morumbi (máquinas fotográficas e de vídeo são proibidas). No total são dez atrações, que tocam depois no Rio. Além do Red Hot Chili Peppers, o outro destaque fica por conta do grupo Nirvana. PÁGS. Esp. A-1 a Esp. A-8



Red Hot quer farra em S. Paulo
Os Red Hot Chili Peppers chegaram ontem a São Paulo. "Vamos para a farra", prometeu o baterista Chad Smith. Na foto, o vocalista Anthony Kiedis faz gesto protestando contra o assédio de fotógrafos no Mallsound Plaza. PÁGS. 1-5 e 4-1



Marinheiros carregam bombardeiro em porta-aviões

Fracassa o ataque dos EUA contra o Iraque

CARLOS EDUARDO LINS DA SILVA De Washington
O ataque aéreo de antontem contra o sul do Iraque foi um fracasso militar, segundo informações do Pentágono. Mesmo assim, o presidente Bush diz que foi "um tremendo sucesso". A operação tinha como alvos quatro bases de lançamento de mísseis e quatro centros de comando. Destes últimos, só um teria sido destruído. O Iraque diz que morreram 19 pessoas, duas delas civis. Bagdá afirma ter afugentado "dois aviões inimigos" no norte do país. **Mundo Especial**

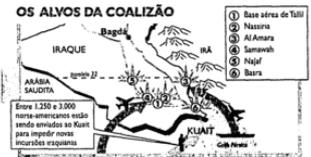
Manifesto presidencialista ataca "conservadorismo"



TERRA EM TRANSE

Numa cena que revive a atmosfera de "Terra em Transe", filme do baiano Gláuber Rocha, o governador Antônio Carlos Magalhães participa da festa da lavagem das escadarias da igreja do Bonfim, em Salvador. Ele disse que o presidente Itamar Franco tem a "obrigação" de chamá-lo a uma reunião, já que teria revelações de corrupção a fazer. PÁG. 1-4

OS ALVOS DA COALIZÃO



- ① Base aérea de Tall
- ② Nassira
- ③ Al Amara
- ④ Samawah
- ⑤ Najaf
- ⑥ Basra

Entre 1.250 e 3.000 norte-americanos estão sendo enviados ao Kuwait para impedir novas incursões iraquianas.

Folha tem seção sobre plebiscito

A *Folha* inaugura uma seção diária com opiniões de personalidades sobre forma e sistema de governo. Veja hoje o que pensam o ex-ministro Célio Borja (monarquista), o empresário João Carlos Poes Mendonça (presidencialista) e o filósofo José Arthur Giannotti (parlamentarista). PÁG. 1-8

A votação do projeto das partes foi adiada para terça-feira. O ajuste fiscal só será votado no Senado em fevereiro. PÁG. 1-6

A matéria de capa informa também que nesta edição o jornal traz um suplemento especial do Hollywood Rock com a programação completa e outras curiosidades do Festival e das dez atrações participantes. Entre elas as bandas: Red Hot Chilli Peppers, Alice in Chains e Nirvana.

Nesta primeira página da Ilustrada, caderno 4, foi abolido o formato com blocos de cabeçalho com os atrações do fim de semana. O logo Ilustrada abre a página e logo abaixo vem a matéria escrita por Thaís Ohama, da reportagem local, com a chamada: “É proibido dormir”, decreta Chili Peppers” com o subtítulo: "Grupo Chega a SP disposto a cair na farra; Alice in Chais desembarca rogando praga contra o Brasil”. Enquanto o texto ocupa metade do espaço do lado direito da página com 3 col x 10 cm, o lado esquerdo com a mesma medida é preenchido novamente com foto dos Chili Peppers.

O texto também ganhou na sua abertura um logotipo capitular estilizado. Outra matéria da reportagem local, postada abaixo da foto dos Red Hot Chili Peppers, aborda a histeria geral das fãs com os jovens músicos do festival, intitulada: “Fãs pulam em cima de todos” e outra mais abaixo intitulada “Babás de Bandas” mostram as tradutoras Cristina Street e Claudia Modesto que funcionam como assessoras e intérpretes dos grupos. Assim a totalidade da primeira página foi preenchida com matérias sobre o com o festival.

E ainda nesta edição o caderno Especial desta edição em formato tablóide intitulado “FOLHA ROCK”, trazendo entre os assuntos princípios a história do festival o *curriculum* de cada banda e a programação completa, fecha com chave de ouro uma edição fortemente apoiadora do Festival.

No que se refere à relação ao papel da mídia ‘jornal’ para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil o Hollywood Rock de 1993 prosseguiu com a fórmula de trazer bandas em ascensão no intuito de fortalecer a marca do festival com a aura de modernidade e com isso atrair a atenção da imprensa.

Desta vez conseguiu atingir seu objetivo acertadamente. As reportagens tiveram um tom elogioso e o jornal produziu até mesmo um caderno especial do festival com a biografia de cada banda. As gravadoras se beneficiaram bastante vendendo muitos discos dessas bandas, os *shows* lotaram e corresponderam ao objetivo da organização, com a crítica especializada rasgando-se em elogios. A indústria do *show business* ganhou mais um ponto de crescimento atraindo mais uma vez a atenção dos formadores de opinião e interesse de patrocinadores por *shows* musicais que observavam o lucro da marca *Hollywood*.

4

quarta-calendário
FOLHA DE S. PAULO

ilustrada

Sexta-Feira, 15 de janeiro de 1993

'É proibido dormir', decreta Chili Peppers Grupo chega a SP disposto a cair na farrá; Alice in Chains desembarca rogando pragas contra o Brasil



O vocalista dos Chili Peppers, Anthony Kiedis, chega a SP de máscara e barba nova

THAIS OYAMA
Da Reportagem Local

Os Red Hot Chili Peppers chegaram ontem às 7h40 ao Aeroporto Internacional de Cumbica (Guarulhos) demonstrando bom-humor e disposição de manterem a fama de simpáticos e engraçadinhos. O baixista Flea foi o primeiro a desembarcar. Sorriu, acenou para os fãs, mostrou o dedo médio e gritou "hi, Brazil!".

A banda toca hoje no Hollywood Rock, que abre às 19h30 com o brasileiro De Falla, no estádio do Morumbi. A primeira apresentação internacional ficará por conta do grunge do Alice in Chains.

Os integrantes do Alice chegam ao Brasil no mesmo voo que

Saiba de tudo no RockFolha

Da Redação

O RockFolha circula hoje com a programação completa do Hollywood Rock, que acontece de hoje a domingo no estádio do Morumbi, em São Paulo. O encarte traz o perfil das 11 bandas do festival e informa como chegar ao Morumbi.

os Chili Peppers, mas demonstraram ter feito pior viagem. Foram o contraponto para o bom-humor da banda californiana.

Layne Staley, o vocalista, desembarcou de cara amarrada e se limitou a emitir meia dúzia de grunhidos em resposta a pedidos de autógrafos e perguntas de jor-

nalistas. Um deles quis saber o que ele estava achando do Brasil. "Acabei de chegar, merda", foi a resposta.

O mau-humor dos músicos contagiou até o manager do grupo. Na hora de embarcar as bagagens no ônibus, ele ameaçou um chique, xingou segurança, empurrou fãs e praguejou ("fucking crazy country").

Os Chili Peppers avisaram, sem ninguém perguntar, que não pretendem descansar durante sua estada em São Paulo. As duas bandas estão hospedadas no Maksoud Plaza. "Ninguém vai dormir. Dormir está proibido", disse o vocalista Anthony Kiedis. A banda resolveu adiar a viagem que faria a Búzios no sábado para assistir o show do Nirvana.

"Vamos para a farrá", afirmou o baterista Chad Smith. Perguntado sobre o que mais gostaria de conhecer no Brasil, Chad Smith respondeu que quer "experimentar as menidas".

O REVOLTADO

Melisa Tark-Folha Imagem



Alexandre Rodrigues (foto), 16, veio de Minas para o HR. Revoltado com a declaração de Chris Novoselic, do Nirvana, de que seus fãs são idiotas, desistiu de ver o show da banda.

A RUIVA

Paco Del Gesso-Folha Imagem



As amigas Sabina Bertochi, 14, e Luciana Garcia, 14, leram que Flea, do Chili Peppers, gosta de ruivas. Não tiveram dúvidas. Foram ao aeroporto às 4h30 munidas de papel, caneta e da ruiva Daniela Bertochi (foto), 17, irmã de Sabina.

Edição da Ana-Folha Imagem

INDIFOLHA

PRINCETEM MAIOR CONTRATO

Entre astros pop, em US\$ milhões

- 100 Prince
- 60 Madonna, Barbra Streisand e Michael Jackson
- 43 Rolling Stones

Fãs pulam em cima de todos

Da Reportagem Local

Os fãs do Alice in Chains e Red Hot Chili Peppers avançavam em todo cabelo de berrada que aparecia no Hotel Maksoud Plaza ontem de manhã, durante a chegada das primeiras bandas que vão se apresentar no Hollywood Rock. Um técnico de som do Chili Peppers foi agarrado quando voltava ao hotel depois de dar uma volta. Alguns repórteres, confiando na tietagem, entrevistaram o "novo ídolo" sem parar de perguntar "Quem é ele?".

A confusão não parou por aí. Depois de instalados os integrantes, técnicos e famílias em seus devidos quartos, os fãs que estavam em frente ao hotel não arredaram pé um minuto, na esperan-

ça de ver seu ídolo acenando da janela. E, de novo os chutes: "Olha lá, acho que é o baterista do Alice", disse Maria Izabel Alves, 14. "Não, é o guitarrista", retrucava Silvio Luiz Morpanini, 20. Bastava isso para a gritaria começar. Na dúvida, os cabeludos lá em cima acenavam.

O "plântio" de fãs começou por volta das 6h. Cerca de 70 pessoas (segundo a PM) avançaram nas ônibus que chegavam. Quem chegou cedo e foi tomar café no Maksoud foi gentilmente retirado do lobby depois de pagar a conta. Marcelo Carvalho, 18, entrou no hotel para tomar café, mas mudou de ideia quando soube o preço: Cr\$ 160 mil. (Daniela Rocha)

BABÁS DE BANDAS

Melisa Tark-Folha Imagem



Cristina Street e Cláudia Modesto, 'babás' das bandas

Intérpretes cuidam de grupos

Da Reportagem Local

A organização do evento colocou ao todo oito intérpretes e quatro produtores do show à disposição das bandas internacionais que vão se apresentar no Hollywood Rock.

Cristina Street, 31, a tradutora-intérprete do grupo Alice in Chains, disse que é responsável por resolver tudo com o grupo. "Acompanho-os quando quiserem sair, organizo horários com o manager do grupo, enfim, sou a babá deles", disse. Filha de americano, Cristina está há oito anos assessorando grupos de rock.

Cláudia Modesto, 29, a intérprete do Red Hot Chili Peppers, disse que no máximo acompanha

a banda quando eles pedem. Ela morou dois anos na Califórnia e considera "um prazer" sair com os Chili Peppers. "Mas não sou babá de ninguém", afirmou.

Com ou sem babás, os grupos são assessorados para tudo. Enquanto o Chili Peppers requisita a ida a um restaurante vegetariano que sirva álcool, o Alice in Chains pede seis pratos quentes que devem ser servidos 30 minutos depois do término do show. Sem estresse, o manager do Alice in Chains pediu, em nome do grupo, "coisas que as pessoas comem, desde que seja gostoso". (DR)

LEIA MAIS
sobre o Hollywood Rock na pág. 4-7

VENHA CURTIR SUAS FÉRIAS.



COM AS OFERTAS DA D.B.

 Tico Tico Mônica - BANDEIRANTE	 Chupelinas Giucco - BRASILFLEX 3 tamanhos	 Bola de Volley - PENALTY várias cores
 Fila Família Dinossauros - ABRIL VIDEO	 Carrinhos Hot Wheels - ESTRELA	 Mini Games - TEC TOY 1 e 8 níveis
 Magia Duendo - GLASSLITE pequeno	 Cartuchos Mega Drive e Master System TEC TOY	 Mesa de Snooker - ESTRELA Tipo Exportação

PARA QUEM QUER PREÇO, ESTOQUE E VARIEDADE.



LOJAS DE SHOPPING GRANDE SÃO PAULO • Iguaçu • Jardim Sul • Lapa Aracaju • Vila Piana São Paulo • Bico C. • Penha • Babilônia

LOJAS DE SUA GRANDE SÃO PAULO • ITAIM - R. Clotilde Anacleto, 977 e Paul João Cachoira, 128 • PAULISTA - Al. Franco, 1920 • MOEMA - Av. Ipiranga, 67

SÃO PAULO - R. Marquês Faria, 800 • INTERLAGOS - Av. Nove de Julho, 2500

TATUIPE - R. São, 2500 • PINHEIROS - Rua Joaquim Antunes, 470 • MARGINAL TIBET - R. Marquês Faria, 1175 • DE NOVO - Av. Otto Baumgart, 532

PARAÍSO - Praça de Maio, 1870 • S. BERNARDO DO CAMPO - Rua Jurubatuba, 750

INTERIOR - CAMPINAS - Shopping Iguaçu • Shopping Center Galleria • S. JOSÉ DOS CAMPOS - Center Vale Shopping • SANTOS - Miramar Shopping • SORECAIBA - Espetadora Shopping

1994

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *ShowBusiness* no Brasil, o tom pejorativo foi a tônica das matérias e manchetes do Hollywood Rock de 1994. A fórmula dessa edição foi trazer ídolos dos anos 70 junto com as bandas de *Rock* nacional, mas o intuito de aumentar o público foi contrariado, havendo apenas a metade do ano anterior durante a abertura do festival.

As matérias tiveram bastante destaque, mas a opinião do jornal foi depreciativa e talvez por isso o “boca a boca” do festival não repercutiu em sua bilheteria. Vender discos seria uma consequência do sucesso que não foi o esperado. Se em 1992 o festival saiu-se prejudicado pela tentativa arrojada de escalar bandas iniciantes no de 1994 a volta ao passado teve o mesmo tratamento desconsiderado do jornal que reflete a opinião pública.

5
quint-feira

FOLHA DE S. PAULO

ilustrada

Sexta-feira, 1 de setembro de 1994 |

Começa hoje Hollywood ‘Jurassic’ Rock

Festival traz pesos-pesados internacionais da década de 70; destaque fica para os brasileiros

A banda metal brasileira Sepultura é a grande atração do festival

BEN JOR É O MAIS VELHO
Entre os participantes do Hollywood Rock, em anos

51
Jorge Ben Jor



45
Steven Tyler
(Aerosmith)



45
Robert Plant



Foto: Da Redação



Da Reportagem Local

Começa hoje a quinta edição do Hollywood Rock, no Morumbi, em São Paulo. As apresentações de hoje serão de Uta, Pussin e Aerosmith. O início dos shows está marcado para as 19h30. Ao contrário dos anos passados, quando estavam presentes os que poderiam a época ser considerados a elite do rock internacional, o festival deste ano traz brasileiros e músicos brasileiros como principais atrações.

Um dos hits descritos foram as primeiras bandas internacionais em noite americana Pussin e Uta, além do vocalista da grupo brasileiro Sepultura. Max acredita:

Max foi mais festejado do que as estrelas internacionais. Mesmo pois do Li clube oficial da banda foram em peso ao aeroporto com latas, presentes e presentes para o irmão. Max chegou com a mulher Cláudia, com os cabelos pintados de verde e do filho Zyon, de oito meses. O pai que nasceu nos EUA e nunca tinha vindo ao

Brasil, ainda afetado, dos 60s.

A única contraria registrada aconteceu quando os fãs estenderam uma bandeira do Brasil com o símbolo do Sepultura no meio. Ela acabou apreendida pela Polícia Federal e devolvida aos fãs.

As músicas que foram mais de todos os anos, segundo o site gratuito, foram aquelas para o vocalista de Uta, que foi “Whitfield”, e também a “Julius” do festival.

“É o aniversário, muito mais bonito que o pessoal do Pussin”, disse Carlos Lakshish, 13.

O apresentador Luiz Thurber não conseguiu a carta da ANA, organização e emissora e deve ir para a Rád. Tábua. A última contraria em Brasília vai acontecer no “Lakes do Hollywood” que é o lugar ao ar a partir de hoje. Brasília também tem festa. O espetáculo em novo palco está sendo pela ANA por ser o primeiro com apresentações ao vivo.



FOLHA DE S. PAULO



Direção de Redação: Otavio Frias Filho • São Paulo, sexta-feira, 14 de janeiro de 1993 • Última página a ser impressa no Brasil • Ano 47 • Nº 23.100 • Circulação de 423.315 • Preço 200 Cr\$

CINEMA

"Um Mundo Perfeito"
Filme de Clint Eastwood sobre contadante que fuga da prisão e seqüestra grãto

"O Viajante"
Adaptação do livro "Homo Faber" sobre um viajante em busca de antiga paixão

"O Jardim Secreto"
Da polonesa Agnieszka Holland, história sobre menina que se refugia num jardim mágico

TEATRO

"Alice, Quando a História Já se Esgota"
Inspirado em "Alice no País das Maravilhas", no Piccolo Teatro



Kevin Costner e T.J. Lowther em "Um Mundo Perfeito", estreia nos cinemas - Pág. 5-8

FIM-DE-SEMANA

Hollywood Rock começa hoje com estrelas dos 70

A quinta edição do Hollywood Rock será aberta às 19h30 de hoje no Morumbi (São Paulo). Ao contrário dos anos anteriores, quando vicaram grandes nomes do rock internacional, o festival deste ano é

HOJE	AMANHÃ	DOMINGO
• Trés • Poison • Aerosmith	• Live • Sepultura • Ugly Kid Joe • Robert Plant	• Skunk • Fernanda Abreu • Jorge Ben Jr. • Whitney Houston

Ainda há ingressos à venda para as três noites



O músico Robert Plant desembarca em Cumbica (SP)

Itamar deve vetar anistia a servidor

Fernando Henrique diz que presidente não sanciona reintegração de funcionários afastados por Collor

BRASIL

Opinião da Folha

Leia na pag. 1-2 os editoriais "Pizza no forno", criticando a CPI, "Super homem indolecente", acerca de eleições no MP Paulista, e "218 a 45", sobre a reeleição de servidores.



O ministro Fernando Henrique participa de reunião com parlamentares sobre o ajuste fiscal: ele disse que a inflação está subindo e pediu urgência na aprovação das medidas - Pág. 1-4

O ministro Fernando Henrique Cardoso (FHC) disse que o presidente Itamar Franco vai vetar a anistia aos servidores demitidos no governo Collor. O projeto estabelecendo a readmissão de todos os afastados foi aprovado ontem pela Câmara. Na semana passada, o FHC havia ameaçado deixar o cargo se o texto não fosse vetado por prejudicar o ajuste fiscal. O ministro afirmou

ter certeza do veto. Itamar quer restabelecer o texto apresentado pelo Legislativo. A proposta prevê a reintegração dos demitidos por perseguição política. Segundo a Secretaria de Administração Federal, Collor demitiu 108 mil servidores. Desse, 64 mil já foram readmitidos. Pág. 1-4

MUNDO

Inflação fica em 2,7% nos EUA

O índice de 93 foi o menor em sete anos. As vendas no varejo cresceram 0,2%, o melhor resultado desde 89. Pág. 2-10

BOA NOTÍCIA

Grupo brasileiro descobre vacina

Pesquisadores brasileiros que trabalham nos EUA descobriram uma vacina para a doença causada por parasita que provoca úlceras na pele e nos vísceras. Pág. 1-12

ORIENTE-SE

DOMINGO 16.11

DÓLAR: Cotação de 127 a 128
Paralelo 330,00 / 334,00
Tavara 335,00 / 341,00
Livre 381,520 / 381,525
Preço médio de compra 389,28
Dólar médio de venda 374,39

MOEDAS

US\$ 215,61
POUPANÇA 42,488%

ESTRANHOS 16.11

Moedas

Moeda grande 16
Moeda pequena 25

Classe 18,5 Classe 24,2
Moeda ano 18,7 Moeda ano 24,3

26 38 58 63 82

Preço de venda Cr\$ 1.074,27/1.076

Seções

1 Brasil

2 Rio de Janeiro

3 São Paulo

4 Esportes

5 Internacional

6 Opinião

7 Economia

8 Cultura

9 Meio Ambiente

10 Saúde

11 Tecnologia

12 Turismo

13 Opinião

14 Opinião

15 Opinião

16 Opinião

17 Opinião

18 Opinião

19 Opinião

20 Opinião

21 Opinião

22 Opinião

23 Opinião

24 Opinião

25 Opinião

26 Opinião

27 Opinião

28 Opinião

29 Opinião

30 Opinião

31 Opinião

32 Opinião

33 Opinião

34 Opinião

35 Opinião

36 Opinião

37 Opinião

38 Opinião

39 Opinião

40 Opinião

41 Opinião

42 Opinião

43 Opinião

44 Opinião

45 Opinião

46 Opinião

47 Opinião

48 Opinião

49 Opinião

50 Opinião

51 Opinião

52 Opinião

53 Opinião

54 Opinião

55 Opinião

56 Opinião

57 Opinião

58 Opinião

59 Opinião

60 Opinião

61 Opinião

62 Opinião

63 Opinião

64 Opinião

65 Opinião

66 Opinião

67 Opinião

68 Opinião

69 Opinião

70 Opinião

71 Opinião

72 Opinião

73 Opinião

74 Opinião

75 Opinião

76 Opinião

77 Opinião

78 Opinião

79 Opinião

80 Opinião

81 Opinião

82 Opinião

83 Opinião

84 Opinião

85 Opinião

86 Opinião

87 Opinião

88 Opinião

89 Opinião

90 Opinião

91 Opinião

92 Opinião

93 Opinião

94 Opinião

95 Opinião

96 Opinião

97 Opinião

98 Opinião

99 Opinião

100 Opinião

101 Opinião

102 Opinião

103 Opinião

104 Opinião

105 Opinião

106 Opinião

107 Opinião

108 Opinião

109 Opinião

110 Opinião

111 Opinião

112 Opinião

113 Opinião

114 Opinião

115 Opinião

116 Opinião

117 Opinião

118 Opinião

119 Opinião

120 Opinião

121 Opinião

122 Opinião

123 Opinião

124 Opinião

125 Opinião

126 Opinião

127 Opinião

128 Opinião

129 Opinião

130 Opinião

131 Opinião

132 Opinião

133 Opinião

134 Opinião

135 Opinião

136 Opinião

137 Opinião

138 Opinião

139 Opinião

140 Opinião

141 Opinião

142 Opinião

143 Opinião

144 Opinião

145 Opinião

146 Opinião

147 Opinião

148 Opinião

149 Opinião

150 Opinião

151 Opinião

152 Opinião

153 Opinião

154 Opinião

155 Opinião

156 Opinião

157 Opinião

158 Opinião

159 Opinião

160 Opinião

161 Opinião

162 Opinião

163 Opinião

164 Opinião

165 Opinião

166 Opinião

167 Opinião

168 Opinião

169 Opinião

170 Opinião

171 Opinião

172 Opinião

173 Opinião

174 Opinião

175 Opinião

176 Opinião

177 Opinião

178 Opinião

179 Opinião

180 Opinião

181 Opinião

182 Opinião

183 Opinião

184 Opinião

185 Opinião

186 Opinião

187 Opinião

188 Opinião

189 Opinião

190 Opinião

191 Opinião

192 Opinião

193 Opinião

194 Opinião

195 Opinião

196 Opinião

197 Opinião

198 Opinião

199 Opinião

200 Opinião

201 Opinião

202 Opinião

203 Opinião

204 Opinião

205 Opinião

206 Opinião

207 Opinião

208 Opinião

209 Opinião

210 Opinião

211 Opinião

212 Opinião

213 Opinião

214 Opinião

215 Opinião

216 Opinião

217 Opinião

218 Opinião

219 Opinião

220 Opinião

221 Opinião

222 Opinião

223 Opinião

224 Opinião

225 Opinião

226 Opinião

227 Opinião

228 Opinião

229 Opinião

230 Opinião

231 Opinião

232 Opinião

233 Opinião

234 Opinião

235 Opinião

236 Opinião

237 Opinião

238 Opinião

239 Opinião

240 Opinião

241 Opinião

242 Opinião

243 Opinião

244 Opinião

245 Opinião

246 Opinião

247 Opinião

248 Opinião

249 Opinião

250 Opinião

251 Opinião

252 Opinião

253 Opinião

254 Opinião

255 Opinião

256 Opinião

257 Opinião

258 Opinião

259 Opinião

260 Opinião

261 Opinião

262 Opinião

263 Opinião

264 Opinião

265 Opinião

266 Opinião

267 Opinião

268 Opinião

269 Opinião

270 Opinião

271 Opinião

272 Opinião

273 Opinião

274 Opinião

275 Opinião

276 Opinião

277 Opinião

278 Opinião

279 Opinião

280 Opinião

281 Opinião

282 Opinião

283 Opinião

284 Opinião

285 Opinião

286 Opinião

287 Opinião

288 Opinião

289 Opinião

290 Opinião

291 Opinião

292 Opinião

293 Opinião

294 Opinião

295 Opinião

296 Opinião

297 Opinião

298 Opinião

299 Opinião

300 Opinião

301 Opinião

302 Opinião

303 Opinião

304 Opinião

305 Opinião

306 Opinião

307 Opinião

308 Opinião

309 Opinião

310 Opinião

311 Opinião

312 Opinião

313 Opinião

314 Opinião

315 Opinião

316 Opinião

317 Opinião

318 Opinião

319 Opinião

320 Opinião

321 Opinião

322 Opinião

323 Opinião

324 Opinião

325 Opinião

326 Opinião

327 Opinião

328 Opinião

329 Opinião

330 Opinião

331 Opinião

332 Opinião

333 Opinião

334 Opinião

335 Opinião

336 Opinião

337 Opinião

338 Opinião

339 Opinião

340 Opinião

341 Opinião

342 Opinião

343 Opinião

344 Opinião

345 Opinião

346 Opinião

347 Opinião

348 Opinião

349 Opinião

350 Opinião

351 Opinião

352 Opinião

353 Opinião

354 Opinião

355 Opinião

356 Opinião

357 Opinião

358 Opinião

359 Opinião

360 Opinião

361 Opinião

362 Opinião

363 Opinião

364 Opinião

365 Opinião

366 Opinião

367 Opinião

368 Opinião

369 Opinião

370 Opinião

371 Opinião

372 Opinião

373 Opinião

374 Opinião

375 Opinião

376 Opinião

377 Opinião

378 Opinião

379 Opinião

380 Opinião

381 Opinião

382 Opinião

383 Opinião

384 Opinião

385 Opinião

386 Opinião

387 Opinião

388 Opinião

389 Opinião

390 Opinião

391 Opinião

392 Opinião

393 Opinião

394 Opinião

395 Opinião

396 Opinião

397 Opinião

398 Opinião

399 Opinião

400 Opinião

401 Opinião

402 Opinião

403 Opinião

404 Opinião

405 Opinião

406 Opinião

407 Opinião

408 Opinião

409 Opinião

410 Opinião

411 Opinião

412 Opinião

413 Opinião

414 Opinião

415 Opinião

416 Opinião

417 Opinião

418 Opinião

419 Opinião

420 Opinião

421 Opinião

422 Opinião

423 Opinião

424 Opinião

425 Opinião

426 Opinião

427 Opinião

428 Opinião

429 Opinião

430 Opinião

431 Opinião

432 Opinião

433 Opinião

434 Opinião

435 Opinião

436 Opinião

437 Opinião

438 Opinião

439 Opinião

440 Opinião

441 Opinião

442 Opinião

443 Opinião

444 Opinião

445 Opinião

446 Opinião

447 Opinião

448 Opinião

449 Opinião

450 Opinião

451 Opinião

452 Opinião

453 Opinião

454 Opinião

455 Opinião

456 Opinião

457 Opinião

458 Opinião

459 Opinião

460 Opinião

461 Opinião

462 Opinião

463 Opinião

464 Opinião

465 Opinião

466 Opinião

467 Opinião

468 Opinião

469 Opinião

470 Opinião

471 Opinião

472 Opinião

473 Opinião

474 Opinião

475 Opinião

476 Opinião

477 Opinião

478 Opinião

479 Opinião

480 Opinião

481 Opinião

482 Opinião

483 Opinião

484 Opinião

485 Opinião

486 Opinião

487 Opinião

488 Opinião

489 Opinião

490 Opinião

491 Opinião

492 Opinião

493 Opinião

494 Opinião

495 Opinião

496 Opinião

497 Opinião

498 Opinião

499 Opinião

500 Opinião

Caixa quer parcelar o pagamento das loterias

JOSIAS DE SOUZA
O governo prepara a modificação do pagamento dos prêmios de loterias. Os ganhadores não receberão mais o dinheiro de uma vez só. O prêmio será pago mensalmente, numa espécie de mensalidade que pode durar toda a vida do ganhador. A proposta faz parte de estudo da Caixa Econômica Federal. Conta com a simpatia de Itamar Franco. O objetivo da ideia é desestimular a migração de loterias para "lavagem" de dinheiro. Pág. 1-9

DOMINGO

"Profissões" traz indústria em 2000

A série "Profissões do Futuro" mostra domingo as funções que terão destaque na indústria na virada do milênio. Emprego faz projeção para salários do setor em 2000.

Futebol no país faz um século

Este ano a prática do futebol completa um século no Brasil. Domingo no calendário "100 Anos de Futebol" comemora o aniversário.

Termina hoje prazo do IPVA com desconto

Vence hoje o prazo para pagar à vista com desconto de 32% o IPVA (Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores) no Estado de São Paulo. A Secretaria da Fazenda paulista oferece duas outras formas de pagamento: à vista, sem desconto, até 17 de fevereiro, ou a prazo, em três parcelas, com vencimento hoje, em 17 de fevereiro e em 14 de março. Pág. 3-3

Confira data de pagamento do seu IPTU

Pág. 3-3

CPI quebra sigilo de 5 para investigar Roriz

A CPI do Orçamento que breve o sigilo bancário de quatro pessoas e uma instituição ligadas ao governador Joaquim Roriz (PP 19-1). O nome de um jornalista foi incluído por ter repassado US\$ 150,2 mil de

BC lança título para preparar o uso da URV

O BC institui dois novos instrumentos para o mercado financeiro. Eles devem facilitar a disseminação do uso da URV, indexador a ser criado pelo governo. O primeiro foi o lançamento da SBCI: (Nota do BC) série especial, tanto atrelado à variação cambial, que também pode ser a base da URV. Em segundo lugar, o BC regulamentou o "swap", mecanismo que permite a troca do indexador de uma operação financeira. A URV será incluída entre os indexadores que poderão ser usados. Pág. 1-4



Protegido por PNs, Cicero Bezerra da Silva assume o Sindicato de Condutores do ABCD no lugar de Osvaldo Cruz, assassinado dia 6; grupo do ex-presidente contesta a posse - Pág. 1-10

Investigação da CUT é adiada por dois meses

A CPI da CUT foi adiada por dois meses. A decisão foi tomada pelos líderes do PT, PSDB, PFL e PMDB, que têm maioria no Congresso. A medida teve o apoio dos presidentes da Câmara, Inácio Oliveira (PFL-PE), e do Senado, Humberto Lucena (PMDB-PB). Foi contestada pelo PPR, PP e PDT. A CPI investigaria supostos repasses ilegais da CUT ao PT. Pág. 1-10

Vasco acerta o empréstimo de Dener até junho

Pág. 4-4



São-paulinos acrobata porta do estádio do Pacaraimbu em protesto contra atraso no início da distribuição de convêes dos jogos da segunda fase da Taça SP de juniores - Pág. 4-1

1995

O Hollywood Rock neste ano colocou o Brasil de vez no circuito internacional das grandes bandas trazendo os Rolling Stones para duas apresentações no Estádio do Pacaembú em São Paulo, e uma exclusiva no Estádio do Maracanã no Rio de Janeiro.

Um caderno especial foi produzido, e encartado, no jornal, para homenagear a banda, mas com pouco destaque dispensado ao evento Hollywood Rock, em si, que nem fora citado pois as atenções foram todas para o desembarque de Mick Jagger no aeroporto.

A manchete foi a mais impactante da página. Em 4 col. x 12 cm de altura, da direita para a esquerda, uma foto estampa Mick Jagger se aproximando dos fãs, no espaço ao lado da manchete na medida de 2 col. x 12 cm: “Mick Jagger chega a SP bem humorado para o show de hoje”, com 2 col. x 8 cm dividido entre texto e serviço sobre horários e ingressos que tinha um carimbo da língua (símbolo dos Stones), completavam o grande destaque, talvez um dos maiores do festival se considerado que apesar da importância desse *show* o impacto da marca fora reduzido em comparação a outras vezes.

A segunda notícia mais importante daquele dia fazia menção à opinião do então presidente Bill Clinton que temia calote aos empréstimos do FMI em toda a América Latina como havia acontecido recentemente com o México. Sem nenhuma foto, porém, a frase da manchete corria lado a lado da capa do jornal bem abaixo do bloco de cabeçalho sobre os Stones: “Clinton Teme Efeito Mexico Ampliado”.

Para não minimizar as demais atrações culturais do fim de semana o jornal reservou mais um espaço de 2 col. x 15cm de altura para o Caderno Ilustrada com uma foto de Marco Nanini e Débora Bloch no palco da peça Klean sendo que abaixo 3 col. mais estreitas, cada uma para uma modalidade de arte: teatro, cinema e *show* perfaziam os textos das principais atrações da cidade além dos Rolling Stones.

No que se refere ao papel da mídia ‘jornal’, mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *ShowBusiness* no Brasil, sem dúvida o sucesso dos Rolling Stones, como acontece em todo o mundo por onde passa a banda, arrebatou a crítica, que lhe proferiu muitos elogios, e o público que fez esgotar os ingressos das três apresentações em São Paulo e gerou muito lucro para a gravadora que vendeu muitos discos da banda.

Mas, apesar da forte cobertura, o brilho galáctico da maior banda do planeta ofuscou um pouco o nome do Festival e a marca patrocinadora, que ficou em segundo plano.

No entanto pode-se considerar que a vinda deles instalou em solo nacional uma estrutura definitiva para o mercado do *show business* que seria seguido por todas as bandas que passaram a se interessar mais pelo Brasil. A *Folha de S. Paulo* certamente também vendeu muitos exemplares por sua cobertura especial e fez vingar o objetivo dos organizadores de ter sucesso na mídia. O mercado de *show business* ganhou mais que todas as edições, pois os reis do rock mostraram ao mundo que se encantaram com o Brasil deixando-nos orgulhosos em receber em São Paulo três dias de muito *Rock in Roll*.



FOLHA DE S. PAULO



23h

Diretor de Redação: Otávio Frias Filho • São Paulo, sexta-feira, 27 de janeiro de 1995 • Um jornal a serviço do Brasil • Ano 74 • Nº 24.040 • Al. Barão de Limeira, 425 • R\$ 1,00

Jagger chega a SP bem-humorado para o show hoje

O líder dos Rolling Stones, Mick Jagger, desembarcou bem-humorado no aeroporto de Guarulhos, em São Paulo.

Bem-humorado, aproximadamente das 16h e disse: "Mega show aqui". Jagger bebeu e seguiu para o Malsoud Plaza Hotel, no estado do Pacaembu, para passar o sem-

Jagger, 51, comou pouco e não consumiu bebidas alcoólicas nas dez horas de voo entre Los Angeles e São Paulo.

Os outros três integrantes tinham chegada prevista hoje às 20h. A banda se apresenta hoje, amanhã e segunda no Pacaembu. Veja cobertura no caderno Rolling Stones.

REPORTAGEM DE LUIZ



Mick Jagger se aproxima para saudar fãs no aeroporto de Guarulhos; no destaque, segura barbeador na janela do hotel

PARA IR AO PACAEMBU

<p>HORARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15h - Abertura dos portões • 19h às 19h45 - Bardo Vermelho • 20h às 20h45 - Rita Lee • 21h às 21h45 - Spin Doctors • 22h30 às 00h45 - Rolling Stones 	<p>INGRESSOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ainda há cadeiras para segunda-feira • Coberturas: R\$ 120 • Descobertas: R\$ 80 <p style="font-size: 0.7em;">Linha de vendas: 011-5079-7000 (de 9h às 18h) 011-5079-7001 (de 18h às 22h) 011-5079-7002 (de 22h às 00h)</p>
---	---

O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA VER O SHOW DOS STONES

DICAS PARA QUEM VAI

Os encanamentos são pequenos. A maioria dos bares tem que estar cheio às 20h para não ter que chegar no centro do estádio. Faça compridos de 1/2 hora antes de sair.

Não fique esperando na fila para entrar no estádio. Não fique esperando na fila para entrar no estádio.

Não vá ao estádio com um guarda de trânsito esperando a saída de você.

Não vá ao estádio com um guarda de trânsito esperando a saída de você.

Não vá ao estádio com um guarda de trânsito esperando a saída de você.

Não vá ao estádio com um guarda de trânsito esperando a saída de você.

Não vá ao estádio com um guarda de trânsito esperando a saída de você.

Não vá ao estádio com um guarda de trânsito esperando a saída de você.

HOLLYWOOD ROCK

Hoje, amanhã e segunda-feira, no Pacaembu

- **Abertura dos portões:**
 - Barão Vermelho (19h30)
 - Rosa Lee (20h)
 - Spin Doctors (20h30)
 - Rolling Stones (21h)
- **Quem tem ingresso de gramado:** Não tem direito a cadeira.
- **Quem tem ingresso de cadeira:** Não tem direito a ingresso de gramado.
- **Quem tem ingresso de arquibancada:** Não tem direito a ingresso de gramado nem de cadeira.

ONDE RECEBER O DINHEIRO

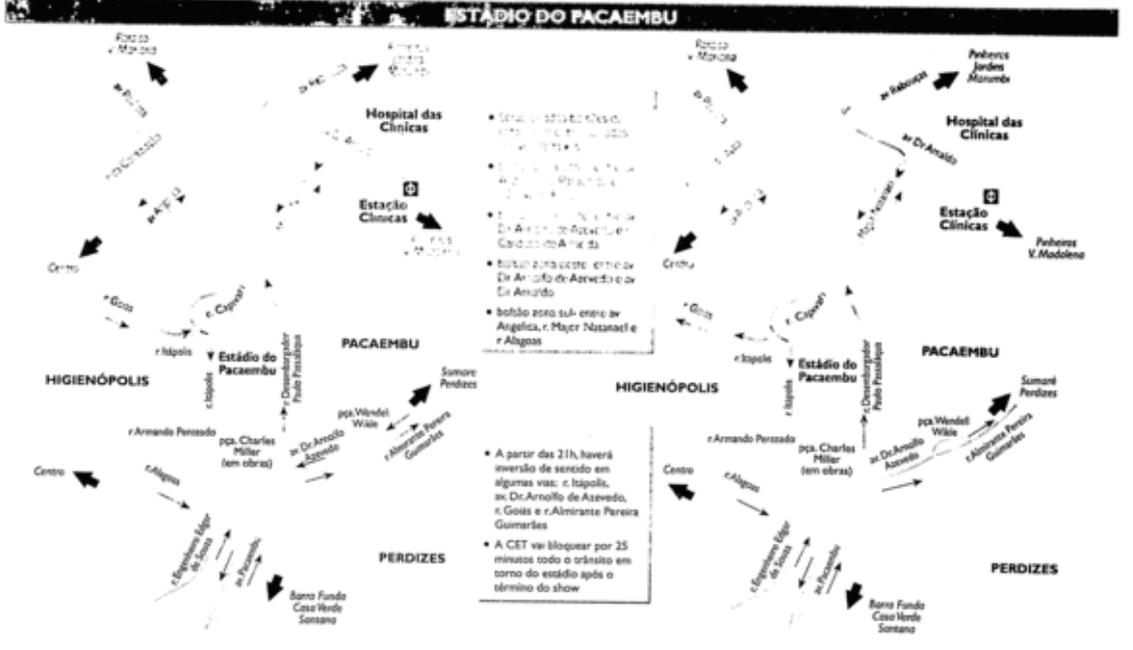
Agências locais que devolverão o dinheiro das entradas para os shows

- | Agência | Endereço |
|-----------------------|--|
| Zona Norte | |
| 0335 | r. Voluntários da Pátria, 1 780, Santana |
| 0762 | r. Cruz Moreira de Barros, 400, Santana |
| 0077 | r. Maria Cláudia, 1 082, Vila Guilherme |
| Zona Sul | |
| 0160 | av. Adolfo Pederzo, 195, Santo Amaro |
| 0445 | av. Brig. Faria Lima, 1 316, Jardim Paulistano |
| 2000 | av. Eng. Los Carlos Barros, 1 088, Brooklin |
| 0367 | av. Paulista, 1 159, Consórcio Cezar |
| 0150 | av. Jiquiquê 2 918, Jiquiquê |
| 0081 | r. Etíope de Moraes 494, r. 3ª Mar, 305 |
| 0745 | av. Proprietas 2 516, Pinheiros |
| Zona Leste | |
| 0462 | av. J. B. de Aguiar, 219, Vila Sônia |
| 0332 | Av. João Pinheiro, 224, Água Branca |
| 0142 | Av. Aracati, 80, Vila Matias |
| Zona Oeste | |
| 0343 | r. 1ª de Abril, 1 700, Vila Sônia |
| 0381 | r. 5ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| 0109 | r. 1ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| 0381 | r. 5ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| Região Central | |
| 0101 | r. 1ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| 0343 | r. 1ª de Abril, 1 700, Vila Sônia |
| 0381 | r. 5ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| 0109 | r. 1ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| Santo André | |
| 0020 | r. 1ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |
| Guarulhos | |
| 0046 | r. 1ª de Abril, 1 470, 2º, Vila Sônia |



DUVIDAS
 Duvidas Hollywood Rock
 (011) 846-6677
 255-0179

Entre os dias 26 de janeiro e 4 de fevereiro, o Rock Hollywood funciona como uma central de vendas e pedidos. Os objetos vendidos durante os shows serão resgatados à noite de sábado e domingo e disponíveis em empréstimo.



1996

As manchetes mostram um país otimista, com Fernando Henrique, Presidente da República. O cenário cultural também mantinha otimismo pelos acontecimentos na política, na economia, no país. Era um momento de grandeza econômica que apontava o caminho para o pagamento final da dívida externa.

Esse otimismo merecia mais interesse da Cia. Souza Cruz, pois o Ministro da Saúde de Fernando Henrique Cardoso era o político paulista José Serra, que viria levantar a bandeira de combate ao tabagismo emplacando uma campanha importante contra essa indústria no embalo da tendência que se apresentava em âmbito internacional com a discussão acerca da proibição do cigarro nos eventos de 'Fórmula 1', maior evento televisivo promotor do tabagismo, e que influenciou de tal forma, que a campanha obteve coro e sucesso.

O futuro será diferente, será maior, melhor, mais ativo, mais influente, mais participativo. As mudanças do cenário cultural *pop* e *rock* passaram à realidade com o Hollywood Rock.

No que se refere ao papel da mídia 'jornal', mais especificamente da *Folha de S. Paulo*, Caderno Ilustrada, para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil, observou-se que o Hollywood Rock mostrou esse caminho e a *Folha de S. Paulo* sabia que a irreverência sempre comandaria as mudanças importantes para os jovens. Por isso apoiou desde o início até esta última edição. Deste ano em diante o cenário cultural seria cada vez mais competitivo e manchetes de capa do jornal e do Caderno Ilustrada, conseguidas pelo Hollywood Rock não se repetiriam tão facilmente no futuro com a vinda constante de grupos internacionais.

Em 1996 o Brasil parecia estar no caminho de uma arrancada mundial, com boa consciência de sua situação na economia mundial e os liberais, perseguidos na era militar, agora tinham a oportunidade de soltar amarras fundamentais para o desenvolvimento do país livre. Fernando Henrique estava à frente de seu plano econômico e de manchetes diárias nos jornais mostrando o bom desempenho do seu governo.

Esse momento poderia ser o maior para o Hollywood Rock, mas era sua despedida da cena cultural do país. O último ano de uma era, a passagem para uma nova era de patrocínios e desenvolvimento de um setor que estava pronto para ser autônomo para produzir eventos internacionalmente reconhecidos, uma indústria e um estilo, o rebelde do *rock*, que a *Folha de S. Paulo*, e o Caderno Ilustrada, ajudaram a impulsionar muito antes, desde os anos 50 quando a Bossa Nova era como o *rock* e aparecia para o mundo pela primeira vez. O *Rocke*

a Bossa Nova foram parecidos na repercussão do Brasil no exterior como um país que tem a musicalidade em sua genética social.



FOLHA DE S. PAULO



FIM-DE-SEMANA

CINEMA

“Meu Querido Presidente”
Michael Douglas interpreta um presidente dos EUA que se apaixona por uma lobotomizada.

“Amores Expressos”
Filme do chinês Wong Kar-wai com dois tramas em que policiais tentam resolver suas desilusões.

“Quando a Noite Cai”
História de uma professora de colégio que vive paixão por uma artista de circo.

“A Mulher Prometida”
Japonesa vai ao Havaí para se casar com homem que ela conheceu por fotografia.

“Querido Presidente”



Xuxa Lopes e Renata Sorrah (dir.) protagonizam a peça ‘Mary Stuart’, que estreia amanhã para o público, no teatro Mars, em São Paulo - Pág. 5-5

HOLLYWOOD ROCK

Hoje
 19h - Chico Science
 20h - Cadê Negro
 21h15 - Assaf
 22h45 - Steel Pulse
 24h15 - Gil & Comediantes

Amanhã
 19h - Ramundos
 20h - Urge Overkill
 21h15 - The Black Crowes
 22h - Pato & Pato

Domingo
 19h - Pato Fu
 20h - Supershy
 21h - White Zombie
 22h30 - Smashing Pumpkins
 24h - The Cure

RS 25 (gramado e arquibancada)
RS 35 (cadeira descoberta)
RS 60 (cadeira coberta)
* com 14 opções para cada dia



Jimmy Page, ex-Led Zeppelin, ensaia para show amanhã no Hollywood Rock; ontem ele pintou o cabelo - Pág. 3-6

Para bandas, quanto mais toalhas melhor

Grupos brasileiros do Hollywood Rock revelam medos e desejos secretos em questionário preparado pela Folha

AS QUESTÕES DE ORDEM

QUESTÃO	RESPOSTAS	COMENTÁRIOS	COMENTÁRIOS	White Zombis	Atwood
Qual show do Hollywood Rock você pagaria para ver?	Todos. Gosto de ver muitos shows. Sou do gênero Rock in Rio 1. Para mim, quanto mais mistura, melhor.	The Cure e Chico Science.	Eu iria no dia em que estou tocando, para ver Cure, White Zombis e Supergrass.		
O festival chama Hollywood Rock. Você considera o seu som rock?	Nosso som é rock, poderia genuinamente brasileira.	Mis som é rock and roll and shite and freak and toda a língua portuguesa.	Rock é um estilo que abrange quase tudo. Fazemos rock sim.	Acho que o rock fresta em tudo. Nós fazemos rock, no bom sentido. O rock é uma atitude, um comportamento.	Não e nos também não fazemos cigano. Mas é como que outra reggae no festival.
Que banda brasileira ficou de fora do festival e que você acha que deveria estar lá?	Sepultura	Texas...	Skunk.	Mezmo Ambrósio e Mundo Livre S/A	Agora ver o Paralamas tocando no mesmo show que a gente.
As bandas brasileiras sabem a importância da promoção e da divulgação?	O Sepultura já sabe no mundo e não precisa. Acho que não. Grupo que não sabe fazer isso não tem chance de crescer aqui.	Não. Rock in Rio aconteceu um ano, agora que eu sei do segundo festival. O maior problema é de espaço no palco. Hoje não há mais pelo menos não sei.	Se você tem menos fãs, tem menos privilégio. Não esquece com isso. Se do fosse mais importante que o Cure, tocava depois deles, com um tempo maior.	Isso é uma atitude. Espero que no dia da gente esteja tudo bem. Esses problemas, esqueça um pouco o gênero. Podem ser... e... e...	Esperamos que esse seja um show diferente. A gente está na mesma terra. Se queremos guardar.
Na sua opinião, qual é o maior problema do rock brasileiro hoje?	Tem o preço. Não dá para fazer um show de R\$ 100 mil. É muito pouco para fazer um show decente.	Abandona o palco no meio.	Desejo das lutas, não sei. Mas, pra quem é show e muito mais.	Acho que o maior problema é a falta de divulgação.	Quando vamos tocar, não importa quem é o nosso público. O importante é tocar e fazer um show decente.
Na sua opinião, qual é o maior problema do rock brasileiro hoje?	Tem o preço. Não dá para fazer um show de R\$ 100 mil. É muito pouco para fazer um show decente.	As muitas exigências são sempre as mesmas. Água de coco e castanha de caju.	As mesmas que qualquer. Seriam exigências, mas sempre a mesma. Com um pouco de água de coco e castanha de caju.	As exigências são sempre as mesmas. Água de coco e castanha de caju.	Quando vamos tocar, não importa quem é o nosso público. O importante é tocar e fazer um show decente.
Na sua opinião, qual é o maior problema do rock brasileiro hoje?	Tem o preço. Não dá para fazer um show de R\$ 100 mil. É muito pouco para fazer um show decente.	Barão Vermelho, Titãs, Paralamas, Chico Science, Lulu Santos e Marisa.	Seria um show, um show com o Karak, Graffiti, Xamama, Paralamas e Skunk. Não dá para fazer um show de R\$ 100 mil. É muito pouco para fazer um show decente.	Meu maior problema é a falta de divulgação.	Meu maior problema é a falta de divulgação.

ANTONINA LEMOS

Do Repórter Local



Para as bandas brasileiras que vão tocar no Hollywood Rock, o indicador de grande sucesso é o número de fãs. Mas nos cantos do festival, esse não é o que mais aparece em listas de exigências feitas organizadas pelos brasileiros.

Entre os quadros do festival, os Ramones, os "Smiley nos dentes" do Rato-Fim, passan do pelo maracá local de Chico Science dividem que se fossem adivinhar, talvez, existissem "uma montanha de toalhas".

As exigências foram as seguintes:

Da República: o grupo de rock brasileiro mais conhecido do Brasil, os Paralamas do Sucesso, também foram os mais pedidos no Hollywood Rock. Outros nomes são: Barão Vermelho, Titãs, Sepultura, Lulu Santos e Marisa.

O pedido, porém, foi feito por quem não vai tocar no festival, mas quem vai assistir. O público do festival é formado por quem vai assistir, não quem vai tocar.

A grande novidade do festival é a presença de bandas internacionais. O público do festival é formado por quem vai assistir, não quem vai tocar.

do lusitano Gilberto Gil, que pediu água de coco e castanhas, e dos rappers do Cidade Negra, que dividiram "água calda" e "bebe se continua com seu pomper".

A Folha preparou perguntas e as submeteu a todos os artistas brasileiros envolvidos nas apresentações desde a primeira quadra.

Segundo o questionário, a exigência do grupo Cidade Negra, todos as bandas raramente que fazem parte rock. O que muda é a definição do termo, antes identificada com língua inglesa, rebeada, sem alto e não sempre incluídas.

Para Gil, rock combina com shank, rock e letra portuguesa. Chico Science acha que faz "rock no bom sentido". O Ramones, que também faz "rock português", não gosta de "rock".

Festival oferece maior número de atrações

Do Repórter Local

O Hollywood Rock, que vai acontecer em janeiro de 1996, oferece o maior número de atrações já realizadas no Brasil. O festival é organizado pela MTV e pela Folha de São Paulo.

O festival, porém, foi feito por quem não vai tocar no festival, mas quem vai assistir. O público do festival é formado por quem vai assistir, não quem vai tocar.

A grande novidade do festival é a presença de bandas internacionais. O público do festival é formado por quem vai assistir, não quem vai tocar.

de música, além de mais de 100 atrações.

Os artistas que vão tocar no festival são: Barão Vermelho, Titãs, Sepultura, Lulu Santos e Marisa.

O festival, porém, foi feito por quem não vai tocar no festival, mas quem vai assistir. O público do festival é formado por quem vai assistir, não quem vai tocar.

A grande novidade do festival é a presença de bandas internacionais. O público do festival é formado por quem vai assistir, não quem vai tocar.

Haja sofá.



Entrevistas, bastidores, histórico das bandas. Tudo o que vai rolar antes, durante e depois do festival. Exclusivo. E como você nunca viu. Hollywood Rock na MTV. De 19 a 28 de janeiro. Fique ligado. Informações da programação MTV: Rio (021) 221-2651 - SP (011) 871-7091. MTV, A TV oficial do Hollywood Rock.



3.7 Análise das Entrevistas

Nosso *corpus* de entrevistados resume-se a seis profissionais da área de eventos, notadamente eventos musicais.

São eles:

- Edgar Radesca – empresário, produtor musical e proprietário da casa Bourbon Street, um dos palcos do Free Jazz de 1996;
- Néa Palma – publicitária, especializada em mídia e marketing de shows musicais;
- Luiz Oscar Niemeyer – produtor artístico de todas as edições do Hollywood Rock;
- Manoel Poladian – empresário artístico de artistas nacionais consagrados como Roberto Carlos, Titãs, Rita Lee, Jorge Ben Jor, entre outros, figura entre os principais pioneiros do show business nacional;
- Leão Renato Pinto Serva Neto – jornalista do Caderno Ilustrada, no período dos festivais;
- Ivone Kassu – assessora de imprensa do Free Jazz e Hollywood Rock.
- César Castanho – membro da dir.artística do Free Jazz em várias edições.
- Marco Antonio Tobal – empresário e produtor artístico, foi sócio-diretor da maior produtora musical da época desse estudo, conhecida como WTR Produções Artísticas;
- Alejandro Figueroa – empresário artístico, sócio majoritário do Grupo São Paulo Eventos, foi proprietário da casa de shows **Olympia**, maior espaço para shows *in door* daquela época, e hoje dirige o **Espaço das Américas**, considerada a maior casa de shows de São Paulo da atualidade, juntamente com Expo Barra Funda e Villa Country, outras casas de espetáculo sob sua direção.
- José Casas - conhecido por Rosse, é um dos mais antigos diretores artísticos de casas de show no país.
- Dody Sirena – atual empresário de Roberto Carlos e sócio diretor da DC SET PROD. Uma das principais produtoras de shows, pioneira no Brasil e responsável pelas primeiras apresentações de *Madona e Michael Jackson*, em São Paulo.
- Cicão Chies – sócio de Dody na DC SET
- Jose Muniz Costa Neto – diretor artístico internacional da T4f - Time For Fun

Foi-lhes enviado um questionário e eles responderam por e-mail mesmo. O questionário, em sua íntegra, encontra-se no Anexo 1 deste trabalho.

A seguir, nossa reflexão/análise contendo as respostas dos entrevistados.

No tocante ao papel da mídia “jornal” na divulgação de eventos culturais nas décadas de 80 e 90, pode-se observar que os respondentes acreditam que naquela época a mídia jornal, assim como a mídia rádio eram as mídias principais na divulgação dos *shows* e demais eventos culturais.

Ficou evidente que, para os formadores de opinião que responderam ao questionário, a mídia jornal sempre foi atuante na divulgação de eventos culturais, pois sempre focou seus conteúdos e críticas no desenvolvimento das atividades culturais básicas. Eles inclusive mencionam que nas décadas de 80 e 90 os jornais eram uma referência mais consultada para a programação de eventos, compra de ingressos etc, do que hoje.

Sendo assim, observa-se que o jornal sempre foi e provavelmente continuará sendo, por um bom tempo, pelo menos, um veículo fundamental na divulgação de eventos culturais. É no jornal que se podem encontrar os cadernos de cultura e roteiros de entretenimento. Nos anos 80 e 90, período pré-internet, esse papel era ainda mais preponderante, apesar de não ter perdido sua importância nos tempos atuais.

A mídia ‘jornal’ foi um dos veículos, na década de 80 e 90, que mais divulgou os eventos musicais Hollywood Rock e Free Jazz, patrocinados pela *Souza Cruz*. Essa relação fica bem nítida a partir da análise dos anúncios veiculados à época, ocupando de meia a páginas inteiras, “guias” especiais, repletos de cuidados gráficos e de identidade visual, que emprestavam importância aos eventos e permitiam uma boa e detalhada comunicação da programação.

Todas as mídias tiveram com a Souza Cruz grandes investimentos publicitários desde o início com apoio aos eventos culturais ainda na década de 70 com os GRANDES ESPETÁCULOS MINISTER. A participação da mídia veio através dos grandes investimentos financeiros da empresa Souza Cruz.

Por outro lado, é compreensível que era este mesmo o papel da mídia impressa naquela época, e por isso os jornais noticiaram os eventos com destaque porque eles viabilizaram apresentações no Brasil de grandes estrelas internacionais raras. Na época, a imprensa não impunha qualquer limite à publicação das marcas patrocinadoras nos títulos dos eventos.

Naquelas décadas, o meio jornal, além de ser uma das principais ferramentas para trazer resultados efetivos na venda de ingressos, agregava a estas marcas todas as emoções transmitidas a este tipo de evento ao vivo, era conceitual. A mídia impressa ‘jornal’ teve o papel que continua tendo até hoje em eventos como o *‘Rock in Rio’* que ainda acontece.

Ainda dentro desse mesmo corte temporal (décadas de 80 e 90), o papel da mídia ‘jornal’, enquanto “mídia paga” não foi o motor para o crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil; foi um componente do composto produto-promoção-divulgação.

O jornal era uma mídia necessária, mas o papel principal no crescimento da indústria de *show business* coube à decisão de grandes companhias de passar a patrocinar e associar suas marcas a eventos culturais, a exemplo da Souza Cruz, pioneira neste aspecto, como forma de gerar conhecimento de marca, posicionamento atitudinal e fidelização.

Com relação ao veículo jornal acredita-se mesmo que a “mídia espontânea”, ou seja, as matérias jornalísticas tiveram um papel muito mais importante do que a mídia paga no crescimento da indústria do *show business* no Brasil.

Pode-se ressaltar que por dedicarem cadernos exclusivos, permanentes e divulgarem trabalhos artísticos com a devida importância, auxiliaram fundamentalmente na divulgação detalhada de importantes conteúdos. Exatamente por ser a referência principal na programação de eventos culturais, o jornal foi importante para acompanhar e incentivar o crescimento dos grandes eventos. A mídia jornal foi a que mais apoiou a indústria do *show business* no Brasil através de sua presença constante na cobertura dos eventos culturais.

Dessa forma, o jornal cumpriu seu papel de formador de opinião oferecendo ao seu público, informações e serviços isentos de qualquer tendência. O jornal cumpriu seu papel de levar ao leitor informações e resenhas/críticas de um movimento cultural importante. Com isso sem dúvida, ajudou a fomentar o crescimento da indústria do *show business* no Brasil.

No que se refere as leis de incentivo à cultura no Brasil, o mercado se divide em antes e depois das leis de incentivo. Quem não se preparou vai ter que se preparar porque num futuro próximo as marcas só apoiarão *shows* e eventos que tiverem seus projetos com estes incentivos.

Realmente, as leis de incentivo à cultura no Brasil ajudaram muito a impulsionar as manifestações e eventos culturais no país, isto é um fato. Muitos bons eventos se realizaram e se realizam graças a este mecanismo de financiamento privilegiado.

Infelizmente, no reverso da medalha, as leis de incentivo passaram a gerar vícios e distorções no uso do dinheiro público destinado à cultura. Os grandes problemas com as leis de incentivo dizem respeito, por um lado, ao uso “esperto” dos mecanismos das leis por maus empreendedores e por outro lado, à utilização muitas vezes equivocada do uso dos mecanismos de incentivo pelas empresas incentivadoras (as quais, muitas vezes, privilegiam a possibilidade e a “necessidade” de uso do instrumento em detrimento da adequação conceitual e da qualidade do produto cultural).

Sem dúvida alguma os incentivos culturais têm exercido um papel importantíssimo no crescimento do cinema nacional. Na área musical e outras artes a Lei Rouanet também tem sido muito valiosa, porém com diversos pontos que podem se aperfeiçoados para abranger os benefícios para novos produtores e artistas.

Quanto ao papel da mídia ‘jornal’ para o *Marketing Cultural* no Brasil esta continuará a ser usada como parte do composto produto-promoção-divulgação, porém com importância decrescente em face da utilização crescente de novas mídias e de outras formas de divulgação (portais e *blogs* na internet, redes sociais, *flyers* eletrônicos, etc.).

Sendo assim, a maior contribuição sócio-cultural da mídia ‘jornal’ para o Brasil seria o apoio, seletivo, daquelas iniciativas que se adequassem a critérios (de qualidade e necessidade de apoio) eleitos pelo veículo – ou ainda melhor: por um acordo entre veículos. Este apoio poderia ser feito na forma de descontos progressivos na medida em que as iniciativas e eventos tivessem maior aderência com os critérios explicitados pelos jornais.

Com relação ao objeto deste estudo, pode-se aferir que atualmente há em vigor a Lei Anti Fumo, mas não se tem uma lei similar, por exemplo, para o uso indiscriminado do álcool sendo inclusive facultado às empresas de bebidas alcoólicas patrocinarem eventos culturais. O álcool, apesar dos males que pode causar à saúde, tem restrições mais leves em âmbito mundial no que diz respeito à propaganda, e no Brasil isso também ocorre.

Existe uma preocupação crescente do governo e das pessoas em geral com o álcool e, neste sentido, a propaganda e patrocínio de bebidas tem se tornado mais responsável, sendo aplicadas algumas restrições como a obrigação de escrever “beba com moderação” ou “se for dirigir não beba” nas veiculações de suas campanhas.

A questão maior não se delimita a uma “Lei Seca”, mas tem que haver uma preocupação real com o público consumidor jovem. Certamente, por uma questão de coerência as empresas de bebidas alcoólicas jamais poderiam patrocinar *shows* ou qualquer outra espécie de evento cultural, haja vista existir uma lei direcionada às empresas de cigarro. Mas, somente por critérios de ‘justiça’, pois em termos de evolução e desenvolvimento cultural de um país, acredita-se que deveria ser facultado o direito a qualquer empresa de patrocinar eventos culturais; o erro, a nosso ver, está em associar a marca ao evento.

O evento poderia continuar sendo patrocinado pela Souza Cruz, apenas mudando-se o nome, ou seja, não se associando mais o nome do evento aos nomes de suas principais marcas de cigarros. Talvez a resposta seja a criação de um órgão de controle, público ou comissão tipo CONAR, que avalie/autorize a permissão ou não de uma determinada marca patrocinar eventos culturais ou não.

É importante evidenciar que a estratégia de *Marketing Cultural* da Souza Cruz, no patrocínio do Hollywood Rock e do Free Jazz, nas décadas de 80 e 90, ocorreu na época em que ainda não existia a Lei Anti Fumo, apesar do forte apelo estrangeiro já influenciar o Brasil neste sentido. A estratégia de comunicação da Souza Cruz foi brilhante: diferenciou os produtos e marcas criando para eles diferentes associações a comportamentos e estilos de vida idealizados, seduzindo psicologicamente os consumidores.

Se a análise crítica for feita pelo prisma do *marketing* comunicacional não se pode negar que foi uma das estratégias mais inteligentes de marketing, pois reforçou a marca e conceito do produto: “Era bonito fumar!”. Obviamente que foram extremamente importantes para a Souza Cruz os eventos musicais Hollywood Rock e Free Jazz, enquanto eventos culturais.

Ambos os eventos criaram uma nova dimensão de divulgação, uma nova mídia, uma nova plataforma, permitindo à Souza Cruz apoiar-se nos eventos para criar a direção das campanhas, além de seduzir e fidelizar consumidores. O mesmo se deu também para o *Show Business* que não conseguia viabilizar séries regulares de eventos até então.

Esses eventos posicionaram as marcas Hollywood e Free no target que elas buscavam. Evidentemente, deixaram também um residual institucional muito grande para a Souza Cruz. Afinal, até hoje os eventos são lembrados e entraram para a história do *Show Business* e do *Marketing Cultural* no Brasil

O *Naming Right* do Credicard Hall não pode, e nem deve ser considerado a maior estratégia do *Marketing Cultural* nacional. É a Souza Cruz, sim, que merece esse crédito.

O Credicard Hall, de fato, teve grande relevância por ser a primeira casa a vender o *Naming Right*. Além disso o *naming right* do Credicard Hall teve, na ocasião, papel importante na fixação da marca e na ação de fidelização e captação de clientes com base nos benefícios e descontos oferecidos. Mas, com certeza este case não foi “a maior estratégia do *marketing* cultural nacional”. Neste quesito a Souza Cruz despontou na frente, certamente.

É importante ressaltar que, depois de algum tempo o *Naming Right* perde força no quesito lembrança/fixação de marca, pois fica banalizado e desidratado, passando a significar para as pessoas o “nome próprio” da casa e não mais “a marca do produto naquela casa”.

Assim, Credicard Hall é hoje “a casa de shows” na cabeça das pessoas que pouco, ou nada, pensam no produto cartão de crédito quando ouvem este nome.

Por outro lado, as ações de fidelização podem e devem permanecer vivas e são elas que podem justificar a permanência do patrocínio, enquanto os resultados o justificarem.

Assim os benefícios hoje oferecidos ao portadores do cartão Credicard pela casa são com certeza uma estratégia de fidelização, e em menor grau, de captação de consumidores.

Mas fica a dúvida se hoje, de fato, vale a pena para o Credicard o alto custo do *Naming Right* da casa, justificado basicamente pela fidelização e eventual captação de consumidores, já que o componente “lembrança da marca” está hoje forçosamente mais diluído.

No que se refere à importância da indústria do *Show Business* no Brasil para os negócios empresariais, pode-se afirmar que para o *Music Business* a relevância de realizar *shows* com seus artistas é crescente, em face da desestruturação do antigo modelo de venda de músicas (CDs). Os *shows* não são somente uma fonte de renda que se tornou mais importante em relação às vendas das músicas, mas também impulsionam estas vendas pela promoção dos artistas.

Finalmente, os *shows* possibilitam a gravação de vídeos (DVD, *BluRay*, *OnDemand*) que geram uma outra fonte de renda e realimentam os outros componentes do processo. Isto sem mencionar a possibilidade de transmissão dos *shows* ao vivo pela televisão ou internet em *stream*, gerando renda de *pay-per-view*.

A indústria do *Show Business* movimenta bilhões no Brasil, de forma direta e indireta. Não só produtores, fornecedores, e técnicos, mas, principalmente a indústria do turismo se beneficia de forma direta. O *Show Business* é uma força de negócios com uma cadeia produtiva muito abrangente.

Sem dúvida, o *Show Business* é uma ferramenta muito eficaz na divulgação de marcas. Certamente, hoje, todas as grandes marcas estão de alguma forma associadas à música, aos artistas e aos espetáculos de uma forma geral.

As marcas dos eventos (Hollywood Rock e Free Jazz) foram criadas tendo as embalagens como referência. Sem dúvida estes são os grandes *cases* de *naming rights* no Brasil. A divulgação espontânea foi o resultado de uma estratégia de comunicação muito bem feita, que promoveu a cultura e o entretenimento ao público, gerando milhares de empregos e expôs a marca de forma espontânea e subliminar.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em primeiro lugar, é importante ressaltar que o evento é realmente um grande precursor da diversidade cultural, pois conecta o público ao universo simbólico das significações pertencentes à cultura de consumo, promovendo sensações que vão contribuir para a integração do indivíduo com a sociedade de consumo. Essa sociedade tende a buscar, por meio das experiências, o prazer, pois acredita que ele é a fonte de energia que sustenta o simulacro social.

Os profissionais de comunicação e *marketing* perceberam esta lacuna e desenvolveram estratégias para suprir o desejo de consumidores ávidos por novidades de entretenimento, lazer e espetáculo. A partir daí, surgiram os eventos culturais como estratégia perspicaz para preencher este vazio. Esse envolvimento é proposto num ambiente favorável e convidativo ao consumo. O evento acaba sendo uma forma de integração social interessante, que cada vez mais ganha força devido à concorrência cada vez mais acirrada entre produtos, marcas e serviços.

Não se pode fechar os olhos para o mundo que se abre, ainda que para produtos de uma indústria cultural. E foi isso que a *Folha de S.Paulo* se propôs nas décadas de 80 e 90, quando fez a cobertura dos eventos Free Jazz e Hollywood Rock.

Neste trabalho resgatou-se e, de certa forma, buscou-se restabelecer o elo que une passado e presente para ampliar o espectro de conhecimento da sociedade, de forma que cada indivíduo consiga estabelecer suas próprias conexões e seja capaz de fazer suas análises individualmente e não a partir de um ponto de vista pré-concebido.

Fato é que, mesmo com plataformas críticas mais diversificadas, a posição ideológica dos jornais não é a de discutir a diversidade, porém compartimentá-la, de modo a fazer com que cada crítico atue na sua área específica. Por certo, não há como ser um *expert* em todos os estilos musicais, mas quando se faz crítica, principalmente para um festival em que diversas tendências convergem, é preciso saber transitar entre diferentes estilos, de forma a esclarecer para o leitor sobre uma tendência não só dentro dos festivais, como da cultura de forma geral.

Além disso, cada vez menos os críticos demonstram um embasamento teórico capaz de amparar suas ideias, satisfazendo-se com opiniões cunhadas em seu gosto pessoal o que leva, em certos casos, à utilização do jornal como veículo para autopromoção do crítico. Isso dá testemunho do desconhecimento da música de modo geral, que pede domínio do funcionamento do mercado das gravadoras, da produção de *shows* e de mercados paralelos

que a música vem criando para driblar o poder das gravadoras, como a disponibilização de discos pela internet.

No contexto daquela época a Folha de S.Paulo inovou mais uma vez no formato da narrativa ao criar vinhetas diferenciadas para a cobertura dos festivais, utilizando além de conteúdo crítico provindo de jornalistas conceituados junto aos leitores, a mais arrojada formatação gráfica quando comparada a outros jornais.

Na cidade de S.Paulo esses fatores, diferenciaram a Folha de S.Paulo e seu Caderno Ilustrada de seu principal concorrente, o jornal O Estado de S.Paulo, que ainda não tinha um caderno de entretenimento, “personalizado” como é hoje o Caderno 2, que foi modernizado na década de 90 para acompanhar a tendência despojada e irreverente de jornalismo cultural criada pela Folha de S.Paulo no final da década de 60. Nos questionários respondidos pelos produtores e jornalistas, alguns dos quais diretamente envolvidos com os festivais utilizados, nota-se uma admiração explícita pela cobertura da Folha justamente por esse aspecto inovador. Essa do jornal marcou o meio produtor cultural, envolvendo artistas, empresários artísticos e empresários interessados em investir em cultura.

É inegável que hoje se vive em um momento no qual os jornais impressos já não competem com a mesma velocidade na transmissão de notícias, diante de outros meios de comunicação como a internet, os celulares e os tablets; percebe-se que o jornalismo impresso contemporâneo deveria se voltar mais para o esclarecimento, do que para críticas compactas e informativas ao extremo. Não é uma necessidade de volta no tempo, de forma a privilegiar um momento passado que não voltará, mas de estabelecer o elo entre presente e passado, através de vínculos estéticos, históricos, conceituais, dentre outros, que sejam capazes de estimular um senso crítico no leitor e não uma posição impositiva de gosto particular ou pequenas notas de apresentação de artistas.

Buscando responder ao problema de pesquisa deste estudo, ou seja, analisar a influência da mídia “jornal” no *Marketing Cultural* da marca “Cia. de Cigarros Souza Cruz” no crescimento da Indústria do *Show Business* no Brasil nas décadas de 80 e 90, pode-se concluir que o evento cultural foi uma oportunidade ímpar para a Souza Cruz, pelo fato desta associar sua marca e seus produtos com os valores da sociedade, propondo a conexão dos seus ideais com o mercado. Essa relação tem a intenção de ser positiva, pois estabelece contato com os atributos da marca decorrendo daí uma imagem sadia de uma empresa interessada em proporcionar o bem da sociedade. O consumidor ao perceber estas informações, sente-se tão

gratificado que reconhece a marca como sinônimo de simpatia e bem estar. A partir daí, está estabelecida a conexão emocional da marca com seu público-alvo. A Folha de S.Paulo, graças a sua forte presença nesses eventos, nos quais detinha a mídia paga com exclusividade e também se valia de ferramentas promocionais como banners e blimps nos estádios e arenas onde ocorriam os eventos propunha uma cobertura mais ampla e diferenciada de seu principal concorrente e diante da programação artística de alto nível proposta pelos festivais, não exitou em quebrar o tabú de divulgar a marca do patrocinador em suas coberturas. Esse aspecto também é ressaltado nas entrevistas e pode ser observado na clipagem realizada com o jornal durante os eventos.

Deve-se atentar também para o fato de que nem todos os consumidores são iguais e suscetíveis a sensações sempre, e que os eventos culturais trabalham na medida do senso comum, e baseados nisso, o resultado de ambos os eventos ficaram, no contexto do aprendizado do consumidor, muito bem posicionados, ainda que a Souza Cruz seja uma empresa de cigarros, e ainda que estes façam mal a saúde. Naqueles momentos (décadas de 80 e 90), ambos os eventos Free Jazz e Hollywood Rock satisfizeram as necessidades de seus consumidores, e não-consumidores (não-fumantes). O Naming Rights

Atualmente, o *marketing* cultural (eventos culturais) está tão em alta, que reverberam na mídia como mídia espontânea gerando notícia. O evento é notícia e a notícia é o evento, assim a sociedade se alvoroça sugando as informações e movimentando as expectativas de sucesso. Percebe-se também que o evento pode ser ao mesmo tempo a mensagem e também o meio de divulgação da informação. Porém, devido à agenda cultural da cidade de São Paulo ter-se transformado de tal maneira a ser comparada às das capitais mundiais da cultura como Nova York, Paris, Londres e Toquio, as notícias sobre os eventos apresentadas pelos jornais não dão mais o mesmo destaque de outrora aos patrocinadores. Esse papel fica a cargo da publicidade paga pelo patrocinador. O peso maior para as empresas que se interessam por cultura como estratégia de marketing engloba o relacionamento com clientes e parceiros, o que não impede que a divulgação de um evento utilizando a ferramenta do *Naming Rights* tenha muito sucesso como aconteceu com os festivais pesquisados. Esse, no entanto, terá o desafio de apresentar algo inédito, que valha a atenção da mídia.

No decorrer desse trabalho, o *marketing* cultural foi analisado como uma nova estratégia para a comunicação de marca, pois está diretamente ligado ao evento cultural, sendo também responsável por administrar os interesses das empresas em relação à oferta do mercado, visando o retorno tanto financeiro, quanto institucional (imagem de marca). Apesar do seu valor, as premissas sobre o *marketing* cultural ainda são poucas; ele existe há muito

tempo mesmo sem obter essa nomenclatura, mas isso é decorrente de uma bibliografia ainda escassa, que em breve será sanada, além de se acreditar que este trabalho irá fomentar novos estudos sobre essa temática tão envolvente.

Apesar da escassez de estudos atuais que evidenciem mais aprofundadamente esta afirmação obteve-se dos próprios produtores e empresários a certeza de que os eventos proporcionam um grande retorno da imagem de marca para as empresas, ou seja, levam a um retorno de lembrança de marca.

O valor associado à marca é um fator muito importante para seu desenvolvimento, no entanto, muitas vezes não se consegue mensurá-lo adequadamente, pelo simples fato de se estar lidando com uma situação que não permite raciocínios lógicos, somente as conexões emocionais que têm valia.

Podemos concluir que os jornais editavam notícias culturais em formatos muito diferentes daqueles que se conhece hoje. Apenas o Caderno “Ilustrada”, da *Folha de São Paulo*, já divulgava notícias em um formato parecido com o atual. Pelo sucesso que obteve pelo seu formato então original, revolucionou a imprensa cultural nacional e influenciou os demais jornais que adotaram mudanças gráficas similares àsquelas da *Folha de São Paulo* dos anos 80 e 90. Também merece destaque o pioneirismo da Folha no lançamento do GUIA FOLHA, nos anos 90. Focado nas atrações de entretenimento da cidade trouxe para o mercado nacional um modelo de produto editorial já utilizado pelas imprensas francesa e britânica, com seus respectivos guias TIME OUT e PARISCOPE. Assim como seus párias internacionais, o Guia Folha, preencheu uma lacuna importante e acompanhou a tendência de crescimento do mercado de entretenimento cultural em São Paulo oferecendo ao seus leitores um serviço diferenciado, encartado no jornal às sextas feiras com durabilidade semanal.

Também é possível afirmar que a Souza Cruz compreende o maior case de sucesso do *Show Business* no Brasil com seus eventos pioneiros na modalidade de difusores de marcas, que utilizaram também pioneiramente, como principal estratégia, a apresentação de grandes estrelas internacionais, e organização impecável digna dos maiores eventos internacionais, e que por esta razão conseguiram angariar tanta mídia espontânea. Nenhum outro Festival, até os dias de hoje, conseguiu tamanha atenção da mídia, e tão pouco teve tanto investimento de uma empresa como a Souza Cruz praticou com o Free Jazz e o Hollywood Rock. Essas afirmações são dos próprios produtores entrevistados que hoje atuam nas maiores empresas de *branding entertainment* do mercado nacional como: XYZ LIVE, e SAO PAULO EVENTOS.

Últimas reflexões e depoimento pessoal

O *marketing* cultural do *Show Business* no Brasil segue seu crescimento ininterrupto, e vem se tornando, ano a ano, mais profissionalizado ao longo dessa evolução iniciada nos anos 80.

Minha afinidade com o *Show Business*, que também me levou à escolha do tema desta pesquisa, surgiu quando eu ainda era um jovem saindo da adolescência. Gosto de me lembrar das domingueiras promovidas no clube do coração, o Juventus, do tradicional bairro da Mooca, das quais eu era um assíduo frequentador. Aos quinze anos, em 1976, descobri, como a grande maioria dos jovens, que a música pode influenciar muito o rumo de uma pessoa, e assim ela se tornou meu maior prazer, e passou a influenciar todas as escolhas e situações de minha vida dali em diante. Junto com amigos fundei uma equipe de sonorização dos bailinhos da garotada da escola que ficaram famosos no bairro atraindo garotas e garotos de outras turmas e outros colégios da minha região. Curtíamos muito o rock, influenciados pelos garotos mais velhos, e usávamos roupas e acessórios que lembravam os hippies americanos. A marca de jeans principal naquela época, quando ainda havia muitas restrições a mercadorias importadas, era a US TOP da Alparagatas. O jingle de sua propaganda de TV ficou marcado na memória de todos aqueles adolescentes: “Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada, que você pode usar do jeito que quiser, denim índigo blue USTOP: seu jeito de viver...”. No cardápio musical daqueles bailinhos, as estrelas maiores eram o rock de bandas como Led Zepellin, Deep Purple, Yes, Black Sabbath, entre outras emergentes que faziam muito sucesso, misturadas às baladas românticas para dançar juntinho, de Elton John e Michel Jackson. Mas o espírito da garotada era mesmo o comportamento livre, que aos poucos ia se tornando a marca registrada das mudanças de comportamento social. Mas de repente, talvez pela repressão da ditadura, o rock e sua carga comportamental ficaram meio ofuscados e a garotada foi surpreendida por uma avassaladora moda que contagiou toda aquela geração, que foi a DISCO. De repente eu meus amigos nos transformamos, como muitos outros jovens, em fãs daquele ritmo contagiante que inspirava alegria, festa, descontração e dança, muita dança. A telenovela *DancinDays* da TV Globo, e filmes como “Os embalos de sábado à noite”, estrelado por John Travolta, e “Flash Dance”, por Patrick Swayze, também somaram-se aos símbolos daquela geração, porque carregavam no tom de liberdade ligada à expressão artística e comportamental de dançar em grupo, e assim viramos todos dançarinos de finais de semana. A onda era curtir com a galera os passos descobertos a cada semana nas muitas discotecas que

se espalharam pelos bairros da cidade nessa onda iniciada na zona sul, em lugares que ficaram famosos como: “Papagaio”, “Banana Power”, “Club Galery”, “Hippopotamus”, etc.

A onda da discoteca durou até quando completei 18 anos, em 1979, mas no início dos anos 80, tempo influenciado pelo processo midiático transformador que era o rock’nroll, voltei às origens e me transformei novamente em, vamos dizer assim, no linguajar da época, em um “ bicho grilo”, expressão esta que referenciava os novos hippies dos anos 80. Cabelos longos, batas indianas, jeans surrados e interesse pelos costumes orientais, exatamente como aconteceu com os hippies pioneiros americanos, nos anos 70. Parecia que tínhamos voltado no tempo, mas o tempo agora era de um cara um pouco mais maduro, que fumava e havia aprendido a beber, e também trabalhava para sustentar a escola e seus pequenos prazeres, entre todos o maior que era comprar discos em vinil.

Voltei a ouvir discos do Led, Yes, Pink Floyd da minha velha coleção. Na verdade não deixei de ouvi-los durante a época do ostracismo da discoteca, que enterramos de vez no final da década de 80. Apenas não divulgava ser roqueiro da gema, porque havia preconceito das garotas pelo velho e bom rock’nroll, mas quando as coisas foram mudando, parece que o gosto pela boa música não havia sucumbido tanto, então os velhos discos passaram novamente a fazer parte dos gostos cult daquela época.

Ao completar 19 anos, em 1980, tive um pouco de desesperança de me tornar músico, mas infelizmente não possuía talento suficiente para encarar a rotina de estudos exigidos para fazer um solo de guitarra de qualidade e impressionar a turma. Ficava solando na frente do espelho e o sonho parou por aí mesmo reconhecendo minha falta de talento. Abandonei a escola de música que frequentava, o Grupo AMA, situado na Avenida Angélica, após ter sido aprovado no vestibular, e ingressei no estudo de comunicação na Escola Superior de Propaganda e Marketing. Como desde criança sempre me interessei por desenho, e graças a uma amizade de adolescência com Jack, ilustrador de mão cheia, que me ajudava nos trabalhos de faculdade, fazendo muitos layouts com a técnica de aerógrafo, passei a me interessar muito mais por artes plásticas e pela história da arte. Isso tudo, claro, também era uma grande influência do momento histórico pelo qual passávamos, que unia os jovens em torno do psicodelismo retardado dos anos 70. Naquele momento, a principal diversão de fins de semana, de um jovem universitário de classe média como eu, era curtir tudo que fosse gratuito ou barato, uma vez que outro costume hippie, que era passar o tempo no ócio estudando e filosofando a cultura pop, me impedia de levar uma vida financeiramente promissora e estável. Cada vez mais me envolvia com um pseudo lado artístico que parecia estar enraizado na minha geração.

Não sei se por conivência dos pais, que deram liberdade aos seus filhos para se manifestarem culturalmente, após anos assistindo as atrocidades cometidas pela ditadura implantada no país, aquela era uma geração que via muitas transformações de comportamento e o progresso social advindos dessas transformações, como é o caso da emancipação feminina, que hoje garante às mulheres dezenas de vezes mais direitos de expressão que na juventude dos pais da minha geração.

Em 1981, uma reedição do primeiro festival de rock ocorrido em solo brasileiro em 1975, e logo sufocado pelos militares, o Festival de Iacanga, no município de Aguas Claras, localizado a aproximadamente 500km da capital, fez surgir a idéia do Woodstock tupiniquim, e para lá rumaram muitos jovens que, como eu, cultivavam o espírito de liberdade movido a rock'nroll. Assim como o inspirador Woodstock, o Festival de Iacanga, como ficou conhecido, durou três dias deslumbrantes ao som dos melhores da época; de Raul Seixas a Gilberto Gil e Rita Lee, todos foram elevar o astral aos jovens em nome da Paz e do Amor.

Naquele momento histórico filmes como *Hair*, do diretor Milos Forman, baseado na peça homônima da Broadway, firmava o estilo de comportamento com que nós nos identificávamos. E musicais como "Tommy", da banda inglesa "The Who" e não menos famoso "The Wall", do também inglês "Pink Floyd", incendiavam o cenário cultural underground, e deixavam-nos com a certeza de que estávamos diante de um importante crescimento cultural. Mas a noite em São Paulo tinha poucas baladas que se pode dizer que valiam à pena. Conforme cita "Natalie Klein", quando fala da juventude americana do Woodstock, por aqui, dez anos atrás, parecia que os jovens consumiam apenas artigos de brechó e eram consumidores preteridos pelo sistema.

O Festival de Iacanga, teve mais duas edições uma em 83 e outra em 85, muito diferentes das propostas anteriores, atraindo públicos que demonstravam sinais de mudanças ideológicas ocorridas entre os grupos jovens naquele período como foi o caso dos chamados "punks da periferia", na edição de 83 chegando a 85 com a presença indesejável dos skinheads.

Voltando um pouco em 1981, naquele ano também aconteceu o primeiro grande show em estádio, com a banda Queen, no Morumbi, que marcou época e direcionou o caminho para empresários interessados na platéia jovem, que não consumia como os de hoje, mas já demonstrava muita disposição em pagar ingressos e assistir aos seus ídolos prediletos ao vivo. Quando o primeiro Hollywood Rock aconteceu em 1988, dando início à época dos eventos patrocinados, eu já tinha 27 anos de idade, estava formado, casado e morando em um apartamento alugado. Havia evoluído um pouco e não seguia mais o gênero hippie, mas

conservava as raízes apesar de um pouco transformado em uma espécie de “yuppie”, como eram chamados os jovens que acordavam do sonho “hippie”, abandonando a liberdade para tentar se dar bem no mercado de trabalho. Como publicitário, com talento limitado para as artes, ou era isso ou morreria na profissão símbolo do poder capitalista. Mesmo assim, as lições de liberdade daquele momento progresso foram muito importantes na minha carreira, que estaria focada em entretenimento, daí para frente.

Como por obra do destino me estabeleci no mercado publicitário trabalhando com atendimento comercial do segmento de entretenimento e pude acompanhar o crescimento desse mercado negociando os anúncios de shows publicados no Caderno Ilustrado do jornal *Folha de São Paulo*. Muitos namingrights foram aparecendo durante minha estada nessa função.

A indústria de bebidas também não perdeu tempo e logo apareceu o primeiro SKOL ROCK criado pelo José Muniz Neto, que se tornou um dos players mais atuantes junto a patrocinadores. De sua fábrica de sonhos nasceram vários outros projetos desse tipo, numa sequência de ousadia que nenhum outro empresário artístico nacional tivera velocidade para alcançar. O primeiro foi o “Philips Mounstersof Rock”, evento que ele conseguiu importar da Inglaterra em 1992, graças a esse patrocínio. No ano seguinte criou o Ruffles Reggae, seguindo uma tendência muito forte do gosto musical da garotada da época pelo ritmo jamaicano. Esses eventos tiveram mais de uma edição patrocinada, o que lhe valeu mais adiante, nos anos 2000 a compra de sua empresa pelo Grupo Mexicano Companhia Internacional de Entretenimento (CIE), que chegou ao Brasil no ano 2000 associando-se ao empresário Fernando Altério, que era dono do Palace (hoje Citi Bank Hall), e também do recém inaugurado CREDICARD HALL. Hoje Muniz Neto, é o diretor artístico de eventos internacionais da T4f (Time for Fun), nome dado à extinta CIE, da qual Fernando Altério tornou-se acionista majoritário. Nessa sequência de grandes acontecimentos do *show business*, é importante ressaltar que o CREDICARD HALL foi a primeira casa de shows batizada com o nome de uma empresa. Foi também a primeira investida do publicitário Nizan Guanaes no mercado de entretenimento, que detendo a conta dos cartões de crédito “Credicard” em sua agência DM9DDB convenceu o cliente desse importante empreendedorismo em sua história, talvez a maior de todas em solo brasileiro. O sucesso dessa empreitada do Credicard acabou por atrair outras bandeiras de bancos e cartões para a seara da fidelização de público frequentador de shows. Hoje todas as casas do Brasil são batizadas com o intuito de oferecer vantagens aos seus clientes. A maioria por bancos e cartões de crédito.

Entre outros players mais atuantes podemos contar nos dedos o que acontecia naquele período mágico, quando Monique Gardemberg, em uma tacada histórica, conseguiu colocar em pé a idéia de um festival parecido com o de Montreaux na Suíça, batizado de FREE JAZZ pela Souza Cruz, talvez a mais importante iniciativa da história, seguida por Luiz Oscar Niemeyer, que foi o responsável pelo resgate e perpetuação do HOLLYWOOD ROCK por oito anos. Aqui em São Paulo eram poucos os empresários chamados “da noite” responsáveis por trazer os shows internacionais. Além da Mercury, empresa de Muniz Neto, destacavam-se a WTR, de Willian Crunfly, Marco Antonio Tobal e Romualdo Cervante, que junto com o Phillip Rodrigues, um porto riquenho filho de executivo que atuou no Brasil no passado da TV Globo, produziram a maioria dos shows internacionais no início dos anos 90, todos devidamente patrocinados por marcas. Mas o grande marco da WTR foi o primeiro show de estádio realizado no Brasil, o QUEEN, em 1981, no Morumbi, sendo que esse show ainda não contava com a mecânica profissional dos patrocínios. A sociedade da WTR foi desfeita dando origem à “Water Brothers”, em 1997, que em 2005 se transformou em Mondo Entretenimento, e recentemente em 2011 virou XYZ.

Esses empresários continuam atuando ativamente no mercado. Nizan Guanaes criou a XYZ, advinda da MONDO ENTRETENIMENTO, de Phil e Willian. Já Tobal é sócio de Alejandro Figueroa na “ESPAÇO DAS AMERICAS”, considerada a maior casa de shows de São Paulo, inaugurada recentemente na Barra Funda onde também se localiza a maior casa country do Brasil, também de propriedade da dupla de empresários, o “Villa Country” especializado em estilo e shows de música sertaneja. Figueroa é pioneiro em casas noturnas em São Paulo. Este cidadão, natural da cidade litorânea de Vigo, no norte da Espanha, adotou o Brasil como pátria e São Paulo como centro de seus negócios, desde o início dos anos 80, quando inaugurou o Olympia, em 1983, que também foi a maior casa de shows da cidade naquela época, quando concorria apenas com o Palace, de Fernando Altério, um espaço menor com capacidade para somente 1500 pessoas.

Outra casa que merece destaque, daqueles tempos, é o PROJETO SP de propriedade dos irmãos Arnaldo e Marcelo Waligora. Aproveitando a onda de shows modernos que vinham acontecendo na cidade nos anos 90, a dupla se focou nesse nicho, e num galpão na Barra Funda, vizinho da linha férrea, abriram uma casa com capacidade máxima para 3.000 pessoas. Grandes shows como o da banda mexicana OINGO BOINGO, no entanto, extrapolaram visivelmente essa capacidade. O sucesso da casa foi muito grande, mas no final dos anos 90 os irmãos decidiram mudar suas atividades alegando entre outras dificuldades a de conseguir os patrocínios que viabilizassem os eventos.

Outra dupla de empresários que fez muito furor nos anos 90 foi Dody Sirena e Chião Cies. Dody, que hoje é empresário do cantor Roberto Carlos, juntamente com seu ainda sócio na DCSET PRODUÇÕES foram os responsáveis pela vinda de MADONNA e MICHAEL JACKSON ao Brasil com patrocínio do Guaraná Antarctica e da Pepsi Cola, respectivamente, no ano de 1996. Duas turnês avassaladoras que abriram passagem para esse modelo de negócio e seus patrocínios de marca, que até hoje seguem as regras do modelo estabelecido naquele período de grandes transformações que aconteciam no universo da maior metrópole do país.

O início dos anos 2000 foi marcado pela chegada da CIE (CIA. INTERNACIONAL DE ENTRETENIMENTO) ao Brasil. A Cie já mantinha há alguns anos conexões com empresários brasileiros através de seus escritórios da América Latina sediados na Colômbia e Argentina, além da sede mexicana, que programavam turnês e atrações musicais vindas da Europa e EUA.

Atraída pela demanda crescente de shows da cidade de São Paulo essa multinacional do *show business* adotou uma estratégia singular em seus negócios no Brasil que só em sua cidade sede eram realizados. Numa tacada só adquiriu o controle do Credicard Hall e do então recém nomeado DirecTV Music Hall (antigo Palace), assumindo uma nova identidade nacional com o nome de Cie-Brasil, e nomeando o empresário Fernando Alterio como presidente da recém fundada corporação artística que já chegava a líder nacional e se preparava para tornar-se a terceira maior do mundo.

Além de shows e turnês internacionais e nacionais havia um grande interesse da Cie-Brasil pela vinda de espetáculos da Broadway, que foi facilitada com a aquisição do antigo Teatro Brigadeiro, que depois de um longo período de restauro reabriu suas portas com mais um *namingsrights* de peso: TEATRO ABRIL, e com um grande espetáculo da Broadway nacionalizado para o português com a supervisão do próprio James Cameron, seu criador e diretor presidente: “LesMisérables”, em 1999.

A Cie também comprou a maior casa de espetáculos do Rio de Janeiro e negociou seu *namingsrights* com a CLARO, tornando-se o CLARO HALL.

O GRUPO TOM BRASIL, de propriedade de Paulo Amorim e Gladistone Tedesco, dois empresários do ramo de farmácia que se aventuraram pelos caminhos do *show business*, devido ao idealismo, afinidade e interesse em trabalhar com a arte musical. Tiveram sua estréia em 1995, com uma casa homônima, pequena mas muito charmosa, situada na antiga

Rua Olympiadas, no Itaim Bibi, onde hoje está o Shopping Itaim. Seu auditório, com capacidade para apenas 1000 pessoas fora batizado com o nome de Tom Jobim e o Foyer, que possuía um bar e abrigava eventos para até duzentas pessoas intitulado Vinícius de Moraes. Com essa estratégia de dar um tom nacionalista ao conceito da casa o Tom Brasil conseguiu atrair os empresários de shows nacionais e a estratégia funcionou muito bem, porque seu único concorrente, na época, o Palace passou a dividir o mercado para shows que objetivavam uma plateia menor.

Com o sucesso obtido somado à valorização dos terrenos no bairro do Itaim para construção de escritórios, em 2002, os empreendedores sócios construíram uma nova casa no local de um antigo galpão no bairro da Chácara Santo Antonio, distrito de Santo Amaro, com capacidade de público para até 4.000 pessoas em pé. Com isso, foram desativando, e com o lucro obtido com a casa nova, depois de um ano, e venderam o imóvel do Tom Brasil da Vila Olympia, e se empenharam em um novo e ambicioso projeto para conquistar o Rio de Janeiro com o patrocínio da empresa de telefonia Vivo: a edificação da casa mais moderna do Rio de Janeiro, ViVO RIO, localizado ao lado do MAM (Museu de Arte Moderna) num espaço projetado pelo arquiteto Affonso Reidy em 1948 para ser um auditório, numa cópia explícita da iniciativa da TIM, que construiu o Auditório do Parque Ibirapuera, em São Paulo, seguindo o projeto de Oscar Niemayer da mesma época.

Os *cases* das principais empresas de entretenimento listados acima refletem a importância que o *namingsrights* ganhou para o negócio de *show business* no Brasil ao longo desse período desse estudo. É claro e evidente que a receita provinda desses artifícios gera uma zona de conforto para esses empresários que permite maiores investimentos no que é mais importante para esse tipo de negócio: a qualidade da programação artística. Afinal, com um aporte negociado em contrato com esses patrocinadores para uso do nome por dez anos ou mais, tais empresários ganham liberdade para exercitar um planejamento mais ousado para cumprir a agenda artística apresentada em contrato, e que pode tornar-se melhor ainda ao longo dos períodos vigentes.

Deve ser ressaltada, dentro desse prisma, a importância que as casas de shows tiveram ao longo dos anos como templos religiosos dos amantes da boa música. Templos estes que abrigam cultos inesquecíveis, que se perpetuam no cenário artístico-empresarial da cidade de São Paulo.

Os estádios e arenas onde acontecem os eventos de maior porte também são estigmatizados pela importância das atrações que ilustram sua história. Dentro desta reflexão pode-se associar a ideia de que os eventos da Souza Cruz foram um marco diretamente

responsáveis pelo crescimento da indústria cultural em São Paulo e pela perpetuação de alguns locais onde se apresentaram as maiores estrelas do jazz, blues e rock internacional em São Paulo. Todos os locais e empresas citados acima se valeram desses acontecimentos para impulsionar suas atividades econômicas e atrair gradativamente o interesse de empresários e empresas em associar marcas a conteúdos artísticos. Essa valorização cultural teve obviamente uma grande influência das matérias do jornal *Folha de São Paulo* ressaltadas nesta pesquisa. A cada manchete, título, logotipo capitular, enfim, a cada artifício utilizado pelo jornal para, digamos assim, exaltar os atrativos culturais que o leitor poderia gozar participando desses festivais, tornaria o ambiente empresarial artístico mais forte e preparado para bater à porta das empresas em busca de patrocínios. A mistificação de que o patrocínio para essas atividades era arriscado fora aos poucos se dissipando na mente dos empresários em geral dando espaço a um impulso de vanguarda na visão dos investidores e empreendedores que se acentua cada vez mais nos dias atuais com a chegada de novas casas e empresas ao mercado do *show business*. T4F,XYZIIVE, GEO EVENTOS, PLAN MUSIC, entre outras, são exemplos desse fenômeno crescente. E a profissionalização que essas trazem na tradução de suas missões empresariais fazem de São Paulo uma cidade luz do entretenimento nesse momento de crescimento econômico e exposição mundial que explicita várias das virtudes de nosso povo e país que gosta e sabe fazer música, mas que acima de tudo soube conduzir com criatividade um dos negócios de entretenimento mais lucrativos do mundo que é o *Show Business*. E as marcas brasileiras e internacionais deixaram de ser mecenas para garantir seu brilho no podium dos campeões de audiência cultural. São Paulo tornou-se a cidade luz das Américas graças ao *Show Business*, graças ao Free Jazz e ao Hollywood Rock, graças à Cia Souza Cruz de Cigarros. E embora exista uma grande polêmica em torno dos patrocínios realizados por cigarro que hoje ainda causa protestos como a lei que tramita no Congresso para a volta desses patrocínios culturais, não devemos apagar de nossas memórias esses feitos importantes registrados nos anais da história com o aval de importância midiática de um grande veículo que é o jornal *Folha de São Paulo*.

A título de *Post Scriptum*

Será mera coincidência, a matéria de capa da edição 1485, de 14 de novembro de 2011, do jornal *Meio e Mensagem*? O que chama mais ainda a atenção para a foto utilizada é que se trata de foto tirada durante um dos festivais de que trata esta dissertação: o Free Jazz – em 1996.

Outro século, tempos modernos e novas normas, bem diferentes das que praticamente inexistiam nos anos 80 e 90, mas a intenção é a mesma: associar marcas de cigarros a eventos culturais. O que será que nos espera?

A seguir cópia do exemplar do *Meio e Mensagem* a que nos referimos.

meio & mensagem

14 DE NOVEMBRO DE 2011 - Nº 1485 - ANO XXXIII - R\$ 8,30 grupomem

Publicidade de cigarro volta a ser debatida no Senado



O cantor George Clinton passa em frente a cartazes do Free Jazz Festival de 1996, de qual foi uma das atrações

Medida Provisória que trata do aumento de preços e impostos de cigarros e das iniciativas de comunicação dos fabricantes deve ir ao plenário nesta semana. Se não for alterado, o documento regulariza a permissão às empresas para a realização de ações de marketing de cunho institucional, incluindo o patrocínio a eventos culturais, desde que nem a marca nem o produto sejam promovidos. Restrita aos pontos de venda desde o início da década passada, a publicidade das marcas de cigarro seguirá proibida nos meios de comunicação. **Pág. 32 e 33**

ENTREVISTA

O2 filmará história do sequestro de Olivetto

No mês em que a produtora completa 20 anos, a sócia Andréa Barata Ribeiro recorda os esforços da O2 Filmes para vencer pre-



Andréa: "Fazíamos curtas-metragens aproveitando os cenários da publicidade"

COMUNICAÇÃO

F/Nazca, Almap e Giacometti vencem Profissionais do Ano



Entrega do prêmio ao comercial "Argentinos no samba", da F/Nazca e Cine para a Skol
A Rede Globo entregou na semana passada os prêmios nacionais do 33º Profissionais do Ano. Os vencedores foram a F/Nazca S&S, com o comercial "Argentinos no

ESPECIAL NORDESTE

Crescimento acelerado atrai empresas à região

Com um mercado consumidor de 53 milhões de pessoas e um Produto Interno Bruto crescendo acima da média brasileira, Nordeste vira o centro das atenções das grandes empresas, que buscam uma nova forma de se comunicar com a região. **Circula com esta edição**

MÍDIA

Apps dos veículos invadem telas das TVs conectadas

Pág. 48

EM PAUTA

Depois de 17 anos, Adilson Xavier deixa Giovanni+DraftFCB

Pág. 62

LEGISLAÇÃO

Cigarro e propaganda: MP no Senado reacende o debate

Documento que regulariza ações de comunicação institucional de fabricantes vai ao plenário nesta semana

Por TERESA LEVIN lewin@grupomm.com.br



Desde o início da década passada, a publicidade das marcas de cigarro está restrita aos pontos de venda

A indústria de cigarros estará mais uma vez no centro das discussões na próxima semana, desta vez no Senado Federal.

A Medida Provisória (MP) nº 540/2011 que, entre outros itens, trata do aumento de preços e impostos de cigarros, estabelece uma série de restrições para essa indústria. Mas é categórica ao estabelecer que as medidas não se estendam à divulgação institucional dos fabricantes, compreendendo aqui, de acordo com o texto, "qualquer modalidade de informação ou comunicação que não se refira ao produto em si, mas sim a empresa ou instituição, visando à disseminação de sua marca e imagem e não a promoção de seus produtos".

A MP deve ser avaliada no plenário nacional esta semana e, se aprovada, segue para a sanção presidencial. Na área da publicidade, o documento dá suporte a algo que já acontece: o uso de ações de marketing pelas fabricantes de cigarro — incluindo aí o patrocínio a eventos —, desde que com cunho institucional.

Na prática, o que pode mudar se a MP realmente virar lei? Uma fonte ouvida pelo *Melo & Messenger*, que prefere não se identificar, explica que, sim, apesar de o patrocínio a eventos como forma de publicidade institucional de indústrias de cigarros ser uma realidade, não há nada registrado sobre o assunto na legislação brasileira. "Essa medida simplesmente dá uma segurança jurídica para as empresas de tabaco fazerem uso da marca corporativa em atividades e ações que já fa-

zem", diz a fonte, que destaca ainda que, em tempos nos quais a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) tem invadido a seara do legislativo, visando disciplinar a liberdade de informação e expressão das empresas, esta passa a ser uma questão econômica e de segurança jurídica para fabricantes de cigarros.

Sobre a possibilidade de que o País volte a ter eventos grandiosos na área cultural com o nome dessas empresas, o profissional consultado pelo *Melo & Messenger* considera a hipótese completamente descabida. "Hoje não faria sentido nenhum ter um Souza Cruz Jazz Festival. Não há espaço para isso, é um estágio pelo qual a sociedade e as próprias empresas já passaram. O objetivo do legislador, neste caso, é disciplinar o uso da marca corporativa nas empresas, dentro do contexto atual. Nenhuma empresa faria algo assim no ponto em que estamos. As marcas querem apenas estar presentes, com segurança jurídica, em apoios culturais a palestras e eventos", conclui.

A repercussão junto ao mercado

Armando Stroenberg, chairman da Euro RSCG, acredita que a MP não muda nada. "Se partíssemos do pressuposto de que este patrocínio não existe, seria um fato novo. A Souza Cruz patrocina, por exemplo, o Festival da ABP (Associação Brasileira de Propaganda) e por aí vai", diz, lembrando que a empresa também faz acordos pontuais de patrocínio ao programa de rádio

mocional acontece há muito tempo", diz. Stroenberg pondera que as marcas de cigarros estão proibidas de fazer qualquer tipo de comunicação com o mercado, mas não há restrição para que as corporações o façam. "São empresas registradas, que pagam impostos, têm milhares de funcionários. Em princípio me parece bastante razoável que se decida que a corporação pode patrocinar alguma coisa. O nome não diz e que a empresa faz, não se poderia nem acusar que seria propaganda subliminar ou algo que estivesse de alguma forma burlando a legislação", opina. "A não ser que o governo diga amanhã que é proibido produzir cigarros, assim elas seriam clandestinas. Do contrário, fico feliz por esta iniciativa no Parlamento. É uma coisa democrática", completa.

Já Gletkys Salvanha, diretora de mídia e atendimento da Publicis, lembra que as marcas de cigarro foram grandes anunciantes no passado, em uma época em que propaganda era muito focada em veículos como TV e revista. "Com a proibição da propaganda de cigarros, os veículos e as agências que tinham as contas das principais marcas do setor sofreram um grande impacto. Mas acho prematuro dizer que esse projeto resgataria, no curto prazo, a proporção investida pelo segmento em propaganda antes da proibição", diz.

Para Gletkys, caso aprovada, a lei permitiria à indústria tabagista se comunicar com o público em formatos que são

Liberdade de Expressão, da rádio CRN. "O que se quer no Parlamento é saber se isso deve ser proibido ou criar uma cobertura legal para o que já existe. Objetivamente, a presença da Souza Cruz no mundo pro-

No mundo, ações opostas

O consumo global de cigarros, exceto na China, se retraiu em 2010 e as grandes companhias reportaram volumes menores em suas vendas, de acordo com estudo Global Tobacco, da Euromonitor. O relatório destaca ainda que o melo já restritivo de operação desta indústria pode estar entrando em uma fase de deterioração acelerada, com o advento de avisos de advertência em 75% das embalagens e um primeiro plano para a legislação das embalagens a caminho.

Nesta questão, a Austrália saiu na

frente de outros países: o país é o primeiro a vetar o uso de logomarcas em embalagens de cigarros. O produto terá que ser comercializado em embalagens padrão, todas na cor verde-oliva, apenas com o nome e a marca do fabricante, estampados discretamente, sempre com a mesma fonte e tamanho. Os maços também trarão as imagens e mensagens de advertência. A lei que determina essas mudanças foi aprovada recentemente no parlamento. As empresas de cigarros prometem recorrer na Justiça.

Já nos Estados Unidos, um juiz federal vetou na semana passada as novas regras para o uso de imagens de advertência em embalagens de cigarros alegando que os textos e as imagens podem violar o direito de liberdade de expressão das empresas fabricantes deste produto. A decisão ainda será discutida em outras instâncias.



Novos padrões para os maços na Austrália



O Hollywood Rock teve uma edição na década de 80 e seis nos anos 90; a última foi em 1996

cada vez mais utilizados e têm mostrado grande eficácia nos planos de comunicação. "Sem entrar no mérito do julgamento sobre a propaganda de cigarros, acredito que a definição de regras para esse segmento pode estimular e profissionalizar o jeito que se investe em cultura hoje no País. Essas ações poderão influenciar outros setores no apoio cultural", diz.

Uma questão de convenção

O assunto, como todo tema polêmico, provoca reações opostas. Há quem veja contradição na permissão de que as indústrias de cigarros façam ações institucionais com a publicidade das marcas estando suspensa. "A indústria do tabaco só fabrica cigarros. É óbvio que a pu-

blicidade institucional de uma empresa que só fabrica cigarros tem como objetivo melhorar a imagem do produto junto ao consumidor", argumenta Adriana Carvalho, advogada da ONG ACT (Aliança de Controle do Tabagismo), que critica a postura flexível do governo no debate. "Estamos falando de uma empresa que fabrica um produto que mata metade dos consumidores regulares. Não dá para dissociar a imagem institucional do produto."

Adriana realça que o Brasil assinou o tratado internacional Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, que dispõe de diversas medidas que devem ser tomadas pelos mais de 170 países signatários com o objetivo de reduzir a epidemia do tabagismo. As advertências nos maços de cigarros estão incluídas entre

as diretrizes da convenção, assim como o banimento total da publicidade de cigarros, o que, para a advogada, inclui a propaganda institucional. Por esses motivos, a ONG tem trabalhado junto a vários senadores para que este artigo da MP não seja aprovada.

"A interpretação de proibição da publicidade tem de incluir a institucional sim. Hoje a lei não fala nisso e as empresas têm atuado na brecha da lei", avalia Adriana.

Diretor de assuntos internacionais da ESPM, Ivan Pinto afirma que, se a MP vier lei, há realmente uma contradição em relação à Convenção-Quadro. Mas essa discussão, segundo Pinto, seria estritamente jurídica.

Como surgiu a proibição

A suspensão da propaganda de cigarros na mídia de massa começou no ano 2000, quando o então ministro da Saúde José Serra conseguiu aprová-la no Congresso Nacional. "Por truques jurídicos foi definida a restrição à publicidade de cigarros, mas na prática não era restrição. Quando restringimos, falamos em redução a horários específicos, por exemplo. Mas houve a proibição da publicidade de cigarros na mídia de massa social", diz Pinto, para quem a proibição vai contra a própria Constituição Federal.

Ele cita o artigo 220, que estabelece que a publicidade de cinco categorias de produtos, entre elas os cigarros, poderia ser restrita mas não proibida, por causa da liberdade de expressão comercial. "O que o Serra fez foi restringir o que é publicidade ao ponto de venda", afirma.

Fantástico promove Brasil Sem Cigarro

O programa Fantástico, da TV Globo, por meio de um quadro comandado por Drauzio Varella, está promovendo uma caravana contra o cigarro. Em parceria com o Serviço Social do Comércio (Sesc) e com o Instituto Nacional do Câncer (Inca), o médico e os apresentadores do programa global estão convidando os brasileiros que querem parar de fumar a participarem de eventos em todo País. Com o nome de Brasil Sem Cigarro, os encontros serão realizados em dez cidades brasileiras, sendo que Porto Alegre e Rio de Janeiro foram as primeiras a receber a iniciativa neste último fim de semana. Nesses eventos, os participantes recebem dicas de como parar de fumar e fazem exames gratuitos como testes de dependência à nicotina e de capacidade respiratória. Um comercial com Varella como protagonista e trilha sonora de Sandra de Sá está sendo veiculado durante a programação da emissora para divulgar a série.

É por tudo isso que a Tudo merece seu voto no Caboré.

VOTE TUDO. AGÊNCIA DE SERVIÇO ESPECIALIZADO.



INOVACÃO - Ativação Itaú no Rock in Rio
Ação interativa com 7 milhões de impactos em redes sociais.



GRANDIOSIDADE - Miss Universe 2011
A Tudo foi a responsável pela produção de todo o evento.



SUSTENTABILIDADE - Brindis Gorgonzola Nestlé
Ativação inovada e percolada no SWU conquistou 9 prêmios.



ESTRATÉGIA - Reposicionamento Nestlé em MG
Tudo é a especialista de publicidade, eventos, promoção e ativação.



ENCANTAMENTO - Ativação Nestlé em Campos do Jordão
Baixou de 1.800 m² contou a história dos 90 anos da marca.



INTERATIVIDADE - Yahoo! Social Bike
Dia Mundial Sem Carro ganhou app inédito para iPhone.



SOLUÇÃO - Galeria Vitra
Showroom de edifício de alto padrão se transformou em galeria de arte.



BRASILIDADE - Uma agência que entende de Brasil
Cobriu em 120 cidades e 18 Estados brasileiros.



CRIATIVIDADE - 27 prêmios em 2011
Maurício Magalhães Profissional do Ano no Prêmio Colunistas.

tu do VOTE TUDO NO CABORÉ 2011
Uma agência que entende de Brasil.

Descubra mais sobre a Tudo no: WWW.AGENCIATUDO.COM.BR

É interessante fazer uma leitura do site do congresso, endereço a seguir, sobre matéria referente às restrições impostas aos fumantes:

<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/senado-aprova-mp-que-elimina-fumodromos-e-trata-de-outros-sete-assuntos/>

O texto da MP que foi aprovado no Senado ainda pode ser vetado pela Presidenta Dilma, uma vez que o Brasil faz parte da liga mundial de países que combatem os malefícios do cigarro. Os artigos 48 e 49 que versam sobre tabaco na referida MP 540/2011 e que foi aprovado no senado diz o seguinte:

“Mas há outros pontos controversos na proposição. Por exemplo, os artigos 48 e 49 da MP, que dispõem sobre ‘normas relativas a produtos fumígenos’ (cigarros de tabaco, rolo, etc), alterando a legislação sobre o setor. O texto sugere ‘a não incidência da taxa [de Vigilância Sanitária] nos casos de exportação de fumígenos’, bem como inviabiliza o ‘uso de produtos fumígenos em área destinada exclusivamente a esse fim’. Ou seja, a MP extingue os chamados ‘fumódromos’, que ‘deixam de ser uma opção’ aos fumantes em locais públicos e estabelecimentos comerciais, vedando-se o fumo em recinto coletivo fechado.

“Ainda com referência aos fumígenos, a MP altera a legislação de maneira a permitir a propaganda comercial de fabricantes de cigarro (e não do produto em si) em veículos de comunicação ou mostruários públicos, ‘com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, e desde que acompanhada das cláusulas de advertência’.

“Um retrocesso profundo, 180 graus na política, reclamou com veemência Aloysio Nunes Ferreira (PSDB-SP), dando ‘graças a Deus’ por já ter parado de fumar. ‘Quando se alardeia as virtudes de uma marca, se alardeia as virtudes do cigarro, exalta-se as excelências do produto.’ Os opositoristas tentaram ainda derrubar esse ponto do texto em destaque de plenário, mas os governistas impuseram a maioria e rejeitaram o dispositivo por 38 votos a 14.

REFERÊNCIAS

- AAKER, David. **Como Construir Marcas Líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- _____. **Criando e Administrando Marcas de Sucesso**. São Paulo: Futura, 1996.
- ADORNO, T. W. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1999.
- _____. O fetichismo da música e a regressão da audição. In: Benjamin, Adorno, Horkheimer, Habermas. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- ALMEIDA, C. J. M. de. **A arte é capital**. Visão aplicada do marketing cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS (ABAV). **Brasil é 7º principal destino para eventos no mundo**. (2007).Disponível em: http://www.abav.com.br/view_noticias.asp?id=944. Acesso em: 11 out. de 2011.
- AUGUSTO, Sérgio. Jamal recebe caboclo Bud Powell no Rio. In: **Folha de São Paulo**. Ilustrada. 20/09/1991.
- BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. **Comunicação & Educação: Questões Delicadas na Interface**. São Paulo; Hacker, 2001.
- BRASIL. **Ministério da Cultura**. Relatório Anual 2010. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/>. Acesso em: 15 set 2011.
- CALADO, Carlos. Festival aumenta seu público mas ainda não é 'free'. In: **Folha de S.Paulo**. Caderno de Cultura. 13/09/1988.
- _____. Free Jazz promete sua edição mais polêmica. In: **Folha de S.Paulo**. Revista da Folha. 16/10/1994.
- _____. Larry Carlton e Wynton Marsalis, atrações de hoje. In: **Folha de S.Paulo**. Ilustrada. 27/08/1986.
- _____. Show de Stevie Wonder provoca lágrimas. In: **Folha de S. Paulo**. Ilustrada. 23/10/1995.
- _____. Wayne Shorter chega a exagerar da discricção. In: **Folha de S. Paulo**. Ilustrada. 20/10/1998.
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- CESCA, C. G. G. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 3.ed. São Paulo: Summus. 1997.
- CHAIM, C, 2007. Disponível em: bd@folhasp.com.br; almanaque@folhasp.com.br. Acesso em: 12 set 2011.
- CHURCHILL Jr., G. A.; PETER, J. P. **Marketing, criando valor para os clientes**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- COELHO, João Marcos. Abaixo das expectativas. In: **Folha de S.Paulo**. Caderno de Cultura. 06/08/1985
- CORNWELL, T.; HUMPHREYS, M.; MAGUIRE, A.; WEEKS, C.; TELLEGEN, C. Sponsorshi-related marketing: the role of articulation in memory. **Journal of Consumer Research**, v. 33, n. 3, December 2006.
- COURI, Norma. Três noites mágicas no Anhembi. In: **Folha de S.Paulo**. Caderno de Cultura. 05/08/1985.
- DAVES, K.; NEWSTROM, J.W. **Comportamento humano no trabalho**. São Paulo: Pioneira, 1992.
- DE FLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S.. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

- DEJAVITE F. A. **INFOtenimento**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006
- FEREIRA, A. B. de H. **Minidicionário Aurélio da Língua Portuguesa Digital**. CD-ROM, 2010.
- GABLER, N. **Vida** - O filme: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- GADE, C. **Psicologia do consumidor**. São Paulo: EPU, 1998.
- GALINDO, D. dos S. Entretenimento e publicidade: Presente ou futuro?. **Revista Idade Mídia**. Ano 2. n.3, jun.2003.
- GARDINALI, S. D. N.. **O evento na convergência de relações públicas, publicidade e marketing** – Um instrumento para construção e consolidação das marcas. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação) UMESP, São Bernardo do Campo.
- GIACAGLIA, M. C. **Eventos**: como criar, estruturar e captar. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- GOMES, I. M. O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In DUARTE, E.; CASTRO, M. (orgs.) **Em torno das mídias**: práticas e ambiências. Porto Alegre: Sulina, 2008
- GONCALVES, Marcus Augusto. **Pós-Tudo**: 50 anos de cultura na Ilustrada. São Paulo: Atica, 2008.
- GRACIOSO, F. A nova era da comunicação total. **Revista Marketing**. n.340, maio 2001.
- HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A indústria da música brasileira hoje** – riscos e oportunidades. 2007. Disponível em: http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/micael_aindustriabrasileira.pdf. Acesso em: 20 set 2011.
- HOELLER, E. H. Turismo de eventos: Centreventos CAU Hansen de Joinville- SC. *In: Turismo e segmentação de mercado*. São Paulo: Futura. 2002.
- INTERNATIONAL ASSOCIATION OF EXHIBITIONS AND EVENTS (IAEE). **Exhibitions and Events**: The Industry that Brings Buyers and Sellers Together. 2008. Disponível em: <http://iaem.newmediagateway.com/>. Acesso em: 15 set. 2011.
- JANOTTI JR. Jeder. **Aumenta que isso aí é Rock and Roll** – Mídia, Gênero Musical e Identidade. Rio de Janeiro: E-papers serviços editoriais, 2009.
- JUNIOR. Carlos Bozzo. Faltou choro no *show* de Hamilton de Holanda. *In: Folha de S.Paulo*. Ilustrada. 23/10/2000.
- KAPFERER, Jean-Noel. **Marcas**: Capital da Empresa. Lisboa: CETOP, 1991.
- KLEIN, N. **Sem Logo**: A tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LINDSTROM, Martin. **Brand Sense: a Marca Multisensorial**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.
- MALANGA, E. M. **Publicidade**. 2007. Disponível em: www.preenchaesseeespaco.com. Acesso em: 12 ou 2011.
- MARTENSEN, A.; GRONHOLDT, L.; BENDSTEN, L.; JENSEN, M. Application of a model for the effectiveness of event marketing. **Journal of Advertising Research**, v. 47, n. 3, September 2007.
- MATIAS, M. **Organização de eventos**. 2. ed. Barueri: Manole, 2002.
- MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.
- MELO NETO, F. P. D. **Marketing de Eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 2003.
- _____. **Criatividade em eventos**. São Paulo: Contexto, 2004.

- MERCANTE, L. M.N.; TELLES, R. Aspectos da relação lembrança consumo e elementos de fidelidade de marca. **Revista Álvares Penteado**. v.4, n.8, maio, 2002.
- MUYLAERT, R. **Marketing Cultural & Comunicação Dirigida**. v.4. São Paulo: Globo, 1995.
- PALOMINO, E. Festival tem novidades e grupos do segundo time. **Folha de S. Paulo**. Caderno Ilustrada; I; 5; 17/01/1992.
- PEREZ, Clotilde; BAIRON, Sérgio. **Comunicação e Marketing**. São Paulo: Futura, 2002
- PINHO, José Benedito. **O Poder das Marcas**. São Paulo: Summus, 1996.
- REIS, A. C. F. **Marketing cultural e financiamento a cultura**: Teoria e pratica em um estudo internacional comparado. São Paulo: Thomson, 2003.
- RIFKIN, J. **A Era do Acesso**: A transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia. São Paulo: Makron Books, 2001.
- ROCHA, E. P. G. **Magia e Capitalismo**: Um estudo antropológico da publicidade. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- SEMPRINI, Andrea. **Amarca Pós-Moderna**: Poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2010.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Turistas de terno e gravata**. 2008. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: 07 out. 2011.
- _____. **O Mercado Brasileiro de Feiras**. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: 08 out. 2011.
- SLATER, D. **Cultura do consumo & Modernidade**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- SUZUKI JR, Matinas. Festival para saciar ouvidos com apetite de jazz internacional. In: *Folha de São Paulo*. Ilustrada. 27/08/1986.
- VAZ, G. N. **Marketing Turístico**: Receptivo e emissor. São Paulo: Pioneira, 2001.
- WALLACE, W. Music, meaning and magic: revisiting music research. **Advances in Consumer Research**, v. 24, n. 1, 1997.
- ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2006.
- ZYMAN, S. **A propaganda que funciona**: como obter resultados com estratégias eficazes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ANEXO 1

Questionário

O objetivo deste estudo é analisar a influência da mídia “jornal” no *Marketing Cultural* da marca “Cia de Cigarros Souza Cruz” para o crescimento da Indústria do *Show Business* no Brasil nas décadas de 80 e 90, tendo como delimitação os eventos “*Hollywood Rock*” e “*Free Jazz*”.

Sendo assim, buscou-se como universo para compor esta pesquisa: renomados jornalistas, por serem formadores de opinião, e grandes empresários do *Show Business* no Brasil.

1) **Categoria:** Papel da Mídia ‘jornal’

1a) **Reportando-se as décadas de 80 e 90**, de que forma você compreende o papel da mídia ‘jornal’ na divulgação de **eventos culturais**?

1b) A **mídia ‘jornal’** foi um dos veículos, na **década de 80 e 90**, que **mais divulgou** os eventos musicais “*Hollywood Rock*” e do “*Free Jazz*” patrocinados pela **precursora** “*Cia. de Cigarros Souza Cruz*”, **como você entende a participação desta mídia, especificamente, com relação a estes dois eventos musicais**?

1c) Ainda, dentro deste mesmo **corde temporal (décadas de 80 e 90)**, de que forma você compreende o **papel da mídia ‘jornal’** para o **crescimento/incentivo da Indústria do *Show Business* no Brasil**?

2) **Categoria:** *Marketing Cultural*

2a) Como você analisa as **leis de incentivo à cultura no Brasil**? E, você acha que o país estava **preparado sócio-culturalmente**?

2b) De que forma você entende/compreende o **papel da mídia ‘jornal’** para o ***Marketing Cultural* no Brasil**?

2c) Qual você acredita ser (ou poderia ser) a **maior contribuição sócio-cultural da mídia ‘jornal’ para o Brasil?**

2d) Atualmente há em vigor a Lei Anti Fumo, mas **não temos uma lei similar, por exemplo, para o uso indiscriminado do álcool** sendo inclusive **facultado as empresas de bebidas alcoólicas patrocinarem eventos culturais**, à exemplo do evento *Skol Sensation (2011)*, qual sua opinião acerca desta situação?

2e) De que forma você analisa a **estratégia de Marketing Cultural** da “*Cia. Souza Cruz*”, no patrocínio do “*Hollywood Rock*” e do “*Free Jazz*”, nas **décadas de 80 e 90**, lembrando que naquela época **ainda não existia a Lei Anti Fumo**, apesar do forte apelo estrangeiro já influenciar o Brasil neste sentido?

2f) Em sua opinião, qual foi a **importância dos eventos musicais “Hollywood Rock” e do “Free Jazz”**, enquanto evento cultural, para a empresa “*Cia. de Cigarros Souza Cruz*”?

2g) Você acha que o “*naming right*” do “Credicard Hall” foi a **maior estratégia do Marketing Cultural nacional?**

3) Categoria: Indústria do *Show Business* no Brasil

3a) Em sua opinião, qual a importância da **Indústria do *Show Business*** no Brasil para os negócios empresariais?

3b) Você acredita que **as empresas** devem **investir/patrocinar** eventos de *Show Business* a fim de **divulgar suas marcas**, criando uma **imagem positiva junto ao consumidor?**

3c) Você acha que o “*naming right*” do “Credicard Hall” foi a **maior estratégia do Marketing Cultural nacional? Por quê?**

3d) Com base na afirmativa abaixo, qual a sua opinião?

A “*Cia. de Cigarros Souza Cruz*” se valia da embalagem das logomarcas

“Hollywood” e “Free”, em ambos os eventos musicais por ela patrocinados, como consequência essas logomarcas viraram manchete nos principais jornais do país.