

O Mercado Cultural e o Protagonismo Feminino: A Música da Jovem Guarda¹

Marcelo Dantas e Marilda Santanna

Resumo O movimento musical da Jovem Guarda, surgido nos anos 1960, teve grande impacto na modernização do mercado musical brasileiro, influenciando o consumo cultural e o comportamento. Este estudo analisa uma de suas características fundamentais: o protagonismo feminino nesse mercado, o qual influenciou as mulheres brasileiras na revolução dos costumes. A partir do sucesso de artistas como Wanderléa, Martinha, Rosemary, Elizabeth, Vanusa - e da influência de sua imagem e discurso nas mídias -, as mulheres jovens da época lideraram uma verdadeira revolução de comportamento no Brasil, quebrando o tabu da virgindade, adotando a pílula como método anticoncepcional, a moda como expressão de uma nova liberdade e a ambição profissional como novo horizonte de vida. A Jovem Guarda não assumia conotações ideológicas, mas sua influência foi fundamental na modernização da sociedade brasileira.

Palavras-chave Movimento Musical. Jovem Guarda. Música. Comportamento. Protagonismo Feminino.

Abstract The *Jovem Guarda* musical movement, which emerged in 1960's, had great impact on the modernization of the Brazilian music market, influencing cultural consumption and behavior. This study analyzes one of its fundamental characteristics: the female protagonism in this market, which influenced Brazilian women's revolutionary behavior. Based on the successful careers of artists such as Wanderléa, Martinha, Rosemary, Elizabeth, Vanusa - and the influence of their image and discourse in the media - young women at the time led a real behavioral revolution in Brazil, breaking the virginity taboo, adopting the pill as a contraceptive method, fashion as an expression of freedom and the professional ambition as a new life horizon. The *Jovem Guarda* did not assume ideological connotations, but its influence was fundamental upon Brazilian society modernization.

Keywords Musical Movement. *Jovem Guarda*. Music. Behavior. Female Protagonism.

INTRODUÇÃO

A Jovem Guarda, movimento musical que marcou a música brasileira dos anos 1960 e se tornou o maior fenômeno de público no Brasil, surgiu com a influência do rock americano e do pop inglês. Desde o final dos anos 1950, o mercado brasileiro de música passou a contar com a presença do rock'n'roll, que se tornou um sucesso internacional a partir de Elvis Presley e Bill Haley cantando *Rock Around the Clock* (Jimmy DeKnight / Max Freedman), e que sofreu, no Brasil, a adaptação para a língua portuguesa em versões de canções estrangeiras, de origem norte americana e europeia. Nesse período, aparecem os primeiros artistas representantes dessa música jovem: Celly Campello e seu irmão, Tony Campello, além de Sérgio Murilo e Ronnie Cord, fazendo sucesso com a “garotada”.

O impacto mercadológico desses artistas mostra, pela primeira vez, o potencial do público jovem – formado por adolescentes de um Brasil que começa a deixar de ser um país rural para entrar num processo irreversível de urbanização. Entretanto, é o sucesso espetacular de Celly Campello, com cinco grandes *hits* que iriam ser tocados de norte a sul do país, que vai mostrar às gravadoras o potencial futuro desse mercado jovem: *Estúpido Cupido* (*Stupid Cupid*, de Howard Greenfield / Neil Sedaka, versão: Fred Jorge), *Brotto Legal* (*I'm in Love*, de H. Earnhart, versão: Renato Corte Real), *Lacinhos Cor de Rosa* (*Pink Shoe Lace*, de Mickey Grant, versão: Fred Jorge), *Banho de Lua* (*Tintarella di Luna*, Bruno De Filippi/ Franco Migliacci, versão: Fred Jorge) e *Biquini de Bolinha Amarelinha* (*Itsy bitsy teenie weenie yellow polka dot bikini*, de Lee Pockriss e Paul Vance, versão: Hervé Cordovil), este último gravado também por Ronnie Cord.

No auge do sucesso, em 1962, Celly Campello abandona a carreira para casar com seu namorado de muitos anos. Com isso, o mercado, que acabara de descobrir um novo veio, o público jovem, fica órfão da rainha do rock brasileiro. Sem perder tempo, as gravadoras e os produtores e empresários da música começam a buscar novos talentos para ocupar esse vazio. É aí, então, que surge a geração de artistas que mais tarde iria ser chamada de Jovem Guarda. Ao invés de uma nova rainha do rock, o mercado vai descobrir e lançar, nos primeiros anos da década de 1960, algumas dezenas de artistas jovens, antenados com a música pop internacional, já influenciados pelo rock e pela aura de rebeldia que ele encarnava.

Essa nova safra de artistas, induzida pelas gravadoras, vai seguir o mesmo caminho: fazer versões em português de músicas estrangeiras que faziam sucesso nos seus países ou no mundo, com ritmos dançantes influenciados pelo rock americano, mas já recebendo também o impacto do pop que começava a definir seus contornos principalmente com os Beatles. O grupo inglês logo se tornará o maior sucesso mundial da música na primeira metade dos anos 1960, consolidando a tendência de crescimento daquele novo nicho de mercado – o consumidor jovem. Imediatamente, versões em português são gravadas e lançam com sucesso as carreiras de artistas como, Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Wanderléa, Jerry Adriani, Wanderley Cardoso, Eduardo Araújo, entre outros.

DO IÊ-IÊ-IÊ À JOVEM GUARDA – A CONTRACULTURA MOBILIZA A JUVENTUDE

Esses artistas surgem no momento em que uma nova música brasileira faz sucesso internacional: a Bossa Nova. Tendo surgido no final dos anos 1950, com a liderança e o talento de Tom Jobim e João Gilberto, a Bossa Nova já surge com um peso de clássico e, com seu retumbante sucesso e reconhecimento, vai influenciar os artistas da época e ganhar o mundo. Entretanto, no Brasil, não é essa música que vai mobilizar as novas gerações.

Os jovens da primeira metade dos anos 1960 querem uma música que fale sua linguagem e que represente sua vida. É uma fase de intensa urbanização no Brasil e os jovens das grandes cidades, inspirados pela música internacional e pelos ícones de rebeldia que já haviam assimilado do cinema americano, como James Dean e Marlon Brando, vão iniciar uma verdadeira revolução de costumes entre nós, e é a música da Jovem Guarda que vai representar esta tendência. Pela primeira vez, no Brasil, vai haver uma clara distinção entre a música consumida pelos adultos (pelos pais) e a música preferida dos jovens.

Apaixonado pela Bossa Nova, Roberto Carlos, em início de carreira, vai tentar o sucesso com músicas do gênero e nada vai acontecer, apesar de ter sido produzido por Carlos Imperial, o qual se tornaria o maior descobridor de talentos da música jovem brasileira dos anos 1960. Como registra Monteiro (2015, p. 108): “Com arranjos do maestro Astor, o primeiro LP de Roberto Carlos, batizado com o título da versão feita por Imperial, “Louco por você”, foi lançado em setembro de 1961”.

Finalmente, após esse fracasso e seguindo a lógica do mercado, ele resolve gravar rock e estoura em todo o Brasil, em 1962, com *Splish Splash* (Bobby Darin – Jean Murray, versão: Erasmo Carlos), seguindo a onda das versões em português do rock americano ou inglês. Em seguida, ainda no mesmo ano, ele conquista novamente o primeiro lugar nas paradas com *Parei na Contramão*, tornando-se o primeiro grande sucesso composto pela dupla Roberto Carlos/Erasmo Carlos. No final do ano, ele lança um LP com as duas canções e, a partir daí, nada mais represa a onda rejuvenescedora que vai dominar o mercado da música no Brasil.

O sucesso de tantos jovens artistas nas rádios estava relacionado com o surgimento de programas de rádio voltados para esse segmento de público, como é o caso de *Ritmos para a Juventude*. Inicialmente gravado em estúdio, o programa tornou-se um grande sucesso desde que passou a ser produzido e dirigido por Antonio Aguillar e realizado em auditório, com plateia ao vivo, na Rádio Nacional, em São Paulo. Em 1961, a TV Paulista (atual Rede Globo) convidou-o para levar o programa para a televisão. A partir de então, o movimento foi crescente, conquistando fatias importantes da audiência. Na época, o programa misturava a apresentação ao vivo de artistas já profissionais e com discos gravados com novos talentos que, graças ao sucesso de suas apresentações, eram contratados pelas gravadoras para se lançarem em disco (AGUILLAR, 2005).

O novo fenômeno da música jovem influenciada pelo rock e depois pelo twist, acabaria sendo batizado de “Iê-iê-iê”, numa referência a um refrão (yeah! yeah! yeah!) de uma canção de grande sucesso dos Beatles: *She Loves You*. Essa música jovem brasileira, na sua primeira

fase, vai ser a mera adaptação de músicas estrangeiras, cantadas em português. Essa expressão para nominar a música jovem da época, entretanto, foi tão importada quanto as próprias músicas. Ela começa a ser usada na França e, em seguida, em Portugal, conforme registrado na introdução do livro (CORTEZ, 2014, p. 13), sobre o *ié-ié* português.

As versões brasileiras para os sucessos da música jovem internacional, cantadas em português, fundamentais para o surgimento e sucesso desses novos talentos, por um lado, gerou uma certa unanimidade da crítica em desprezar esse movimento por considerá-lo cópia; por outro, conseguiu manter o público jovem brasileiro cantando em português enquanto o mundo todo consumia esses sucessos na língua inglesa. O primeiro grande sucesso em gravação original, escapando da tendência em voga das versões, foi a composição de Roberto Carlos e Erasmo Carlos, *Parei na Contramão*, totalmente influenciada pelo rock. Pela primeira vez, o peso de divulgação das rádios somou-se aos programas de TV, com apresentações desses jovens artistas ao vivo, promovendo essa música jovem e tornando-a um importante fenômeno no mercado da música no Brasil.

Esse fato preparou o mercado consumidor para o que viria a seguir: a partir do momento em que conseguem se estabelecer com sucesso, os novos artistas começam a compor suas próprias canções e a fazer sucesso com elas. Resultado: enquanto o mundo inteiro consumia a nova onda de música pop do mercado americano ou inglês, o Brasil consolidava as carreiras e a obra de uma nova geração de artistas, talentosos, inquietos e criativos, cantando em português. E ainda exportavam esses sucessos para os países de língua espanhola da América Latina e também para Portugal. Esse fenômeno garantiu as bases para que, entre as décadas de 1960 e 1990, o Brasil se tornasse o segundo maior mercado do mundo a consumir música produzida no próprio país e chegasse a ser o sexto mercado mundial da música, de um modo geral.

A TV no Brasil, ainda restrita às grandes capitais e com pouquíssima penetração no interior, começa a buscar atrair, através dos anunciantes e do patrocínio da próspera indústria brasileira, novos segmentos de público e é, então, que percebe o potencial dos jovens como consumidores. Os artistas jovens formam a primeira geração da música brasileira que usa a TV – além do rádio, já consagrado – como meio de divulgação das músicas. Para dar mais impulso a esse movimento, a inovação do *videotape*, adotada pela TV brasileira em 1965, vai permitir que os programas ao vivo, restritos aos mercados locais, comecem a ser exibidos em outras praças. São os primeiros passos do que mais tarde se tornariam as grandes redes de TV, atingindo todos os estados brasileiros nos anos 1970.

Em agosto de 1965, estreia o programa *Jovem Guarda*, na TV Record. Os três apresentadores do programa – Roberto Carlos, Wanderléa e Erasmo Carlos – no auge de suas carreiras, convidam artistas da mesma “tribo” para se apresentarem no programa. Amigos desde o início de suas carreiras, eles transformam-se no núcleo central de um movimento, graças ao estrondoso sucesso do programa, o qual chegou a atingir 90% da audiência e mostrou que o rock e a moderna música dançante definitivamente haviam conquistado seu espaço entre os jovens brasileiros, apesar de todas as críticas ao gênero vindas da esquerda e da direita.

Para um público totalmente adolescente, a primeira edição do programa apresentou,

durante uma hora, shows com Os Incríveis, Tony Campello, Rosemary, Ronnie Cord, The Jet Blacks e Prini Lorez, além das *performances* individuais dos três apresentadores. A plateia ficou ensandecida durante todo o programa, assim como acontecia, fora do país, nos shows dos astros do rock internacional. O programa duraria praticamente três anos e daria um batismo definitivo àquele movimento de música jovem que marcaria toda a década de 1960 no Brasil. Até 1968, as tardes de domingo pertenceriam à Jovem Guarda e o mercado da música brasileira nunca mais seria o mesmo (ANAZ, 2014).

A expressão Jovem Guarda, atribuída a esse segmento da música jovem, em função do programa homônimo, tem origem incerta, mas alguns atribuem ao uso de uma expressão de Lênin, o revolucionário russo, o qual teria afirmado em um famoso discurso, citando uma frase de Engels: “O futuro pertence à jovem guarda, porque a velha está ultrapassada”. Isso seria irônico, já que a Jovem Guarda foi vista, por boa parte da imprensa e da crítica, como um movimento musical alienado ou sem posição política. Porém, o mais provável é que o nome tenha sido inspirado numa coluna do Jornal Folha de São Paulo, assinada por Ricardo Amaral, dentro da página diária de Tavares de Miranda. Chamada de Jovem Guarda, a coluna falava da juventude de classe alta de São Paulo (ARAÚJO, 2006).

Segundo Stearns (2007, p. 187), entre os anos 1950 e 1960, uma grande mudança envolveu modelos culturais, com o destaque para três deles: o feminismo, o marxismo e o consumismo. E o feminismo é o mais explícito deles:

Movimentos feministas tinham variadas definições, mas todos buscavam sérias modificações nas desigualdades decorrentes do patriarcado, e a maior parte tentou subverter totalmente as estruturas patriarcais. O acréscimo do feminismo à lista de influências culturais internacionais foi uma inovação vital, embora não tenha conseguido varrer todo o passado (STEARNS, 2007, p. 187-188).

No mundo, a década de 1960 caracteriza-se por movimentos e momentos históricos emblemáticos para se compreender o ambiente contemporâneo. Um destes mo(vi)mentos, a contracultura, provocou transformações sociais e comportamentais, jamais dantes imaginadas, numa parcela da população jovem que se organizou informalmente no mundo ocidental para lutar por paz e amor.

A contracultura, como fenômeno social, não tem expressão nas lutas de classe. Mas, sim, na igualdade de direitos para as mulheres, homossexuais, movimento contra a discriminação racial, liberação das drogas, aborto, movimento pró-paz, pró-ecológico, liberdade religiosa, preservação da espécie, a paz e o desarmamento. Para Gonçalo Junior (2009, p. 3), “a Contracultura pode ser considerada a libertação do sujeito, para que dela surja a libertação social como um todo”.

Importante lembrar que a contracultura situa-se historicamente num grande momento de conflito de âmbito nacional e mundial. No Brasil, a ditadura militar sufoca todo tipo de liberdade de expressão. Nos Estados Unidos, a guerra do Vietnã envia jovens para batalhas sangrentas; na França, o maio de 68 provoca conflitos que transcendem a questão política. Para Goffman e Joy (2007, p. 13) “o que interessa à Contracultura é o poder das ideias,

imagens e da expressão artística. Não a obtenção de poder pessoal e político”. Assim, a Contracultura mudou a cara do sujeito do Ocidente.

É nesta perspectiva que tomamos a Jovem Guarda como um mo(vi)mento musical dos anos 1960 que quebrou paradigmas de comportamentos e de consumo cultural numa camada da sociedade brasileira influenciada pela música jovem dos Beatles e da contracultura, rompendo com a tradição até então vigente. É o Brasil modernizado, sem ser moderno, que abriga este contingente de jovens, em sua maioria do interior, da periferia, que vai lançar ‘olhos novos para o novo’, como bem disse Oswald Andrade.

Até os anos 1950, os ídolos da Era do Rádio não pregavam jeitos e modos de consumo. Com o advento da Indústria Cultural, os ídolos, a partir dos anos 1960, não só vendem produtos, como usam os produtos que vendem, estimulando, assim, o fã a ser “igual” ao ídolo. Neste sentido, o fenômeno da *Beatlemania* é ilustrativo. No Brasil, o sucesso do programa e o impacto crescente da televisão no mercado de consumo brasileiro fizeram da Jovem Guarda uma fábrica de fazer fãs. O programa funcionou como uma plataforma de lançamento de produtos, licenciamentos, merchandising, como conta o próprio Carlos (2009):

Com o programa Jovem Guarda, estourado em todo o Brasil, Roberto, Wanderléa e eu ditávamos moda entre a juventude da época. Meus discos vendiam como água e os shows lotavam. Para completar, havia a minha *grife*, Tremendão, lançada junto com a Ternurinha (da Wanderléa) e a Calhambeque (do Roberto). Meus produtos – chapéus de caubói, cinturões, botas, bonecos – eram obrigatórios para os fãs (CARLOS, 2009, p. 119).

É nesse panorama que a juventude brasileira, envolvida pelas ondas do rádio e pela televisão, começa a se expressar através da música, da moda e de comportamentos que vão definir um novo jeito de interferir e interagir no mundo. Em especial, as mulheres assumem um protagonismo nesse processo, ditando regras e normas que vão influenciar toda uma geração na construção de espaços de concorrência e poder entre gêneros. Simone de Beauvoir, no seu livro *O segundo sexo*, cuja frase emblemática “não se nasce mulher, torna-se mulher”, revoluciona os padrões femininos da época, pautados na mulher educada para ser esposa e mãe ou freira. No entanto, a década de 1960 vai provar o contrário. As mulheres assumem o proscênio nas lutas por direitos iguais e sobem ao palco, ditando comportamentos e moda também através da música, como foi o mo(vi)mento da Jovem Guarda. O poder de influência dessas jovens artistas estava associado não apenas ao sucesso de suas músicas, mas à *persona* artística e pública que elas construíam pela sua arte e através da mídia. Elas eram as novas estrelas em ascensão.

O PAPEL DAS ESTRELAS

Os mitos contemporâneos são representados por essas estrelas que só ganham visibilidade por força da mídia; sem seus dispositivos, o mito não acontece. Necessário ressaltar que a mídia – mais especificamente, a indústria da mídia/música –, não fabrica estes mitos, segundo o termo cunhado por Lipovetski (1989). As agências da indústria cultural fabricam o *star*

system, produzindo a tal “paixonite de massa”, alimentando o funcionamento da engrenagem da cultura da mídia. Esta teoria apoia-se unicamente no fenômeno da produção, não levando em consideração a heterogeneidade da recepção, não considerando o público como agente pensante e crítico, coautor da obra, e o próprio artista como agente *criador* que se utiliza do seu poder simbólico para “enfeitiçar” com suas vozes de sereias, os fãs/fiéis.

Tomemos o conceito de Morin (1989, p. 26) – o *mito das estrelas* – como “o processo de divinização a que é submetido o ator de cinema, e que faz dele ídolo das multidões”. O autor utiliza a analogia entre mito e religião para dar conta do fenômeno das estrelas de cinema. Parece que esta analogia se refere ao que mantém e fortalece o vínculo social, estreitando os laços que se estabelecem entre os membros da sociedade através do processo de identificação que se verifica entre o público e os heróis midiáticos, e que este fenômeno não deixa de ser um modo laico de re-ligação. Re-ligação entre o herói midiático e o público.

Assim, uma nova categoria de mito é desenvolvida no âmbito da sociedade contemporânea. Estas estrelas tornam-se mito pela capacidade de agregar certos valores do imaginário de determinados segmentos sociais, reproduzido pelos fãs que se identificam com elas, elegendo-as como modelo de conduta. O ritual de adoração é verificado pelo culto às revistas, as quais revelam desde a sua intimidade até o pensamento referente a determinado assunto, a fofocas e mexericos que lhe dizem respeito, ou ainda, o novo álbum ou DVD lançado no mercado, bem como *sites* e *blogs*. Estes rituais, no entanto, têm caráter eminentemente profano.

O templo das estrelas são os fã-clubes, com os santinhos distribuídos entre os fãs/fiéis, as fotografias, de preferência autografadas, ou mesmo o último CD ou DVD com uma dedicatória única e exclusiva para cada um dos fãs/fiéis; são os *blogs* cada vez mais visitados pelos fãs/fiéis que, de maneira interativa, dialogam com seu ídolo e acompanham sua carreira passo a passo.

Assim, o caráter do culto às estrelas é profano, só sendo possível o seu avatar pela mão branca do fenômeno da *terce cultura* ou *mass culture* (MORIN, 1969), ou *cultura da mídia* (KELLNER, 2001). “Essas novas mercadorias são as mais humanas de todas, pois vendem a varejo os ectoplasmas de humanidade, os amores e os medos romanceados, os fatos variados do coração e da alma” (MORIN, 1969, p. 16). Esse fenômeno mítico/midiático, transmitido pelas ondas sonoras digitais e imagéticas e transmitido de forma cada vez mais veloz, contudo, é provocado por uma cultura que:

Fornecer pontos de apoio imaginários à vida prática e por pontos de apoio práticos à vida imaginária: ela alimenta o ser semirreal, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si (sua alma), e o ser semirreal, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade) (MORIN, 1969, p. 16).

O PROTAGONISMO DA MULHER NA MÚSICA POPULAR BRASILEIRA - AS RAINHAS DO RÁDIO!

A indústria cultural expandia seus tentáculos para outros continentes através do cinema, da música, das revistas que imprimiam novos modelos de “bem-estar”, cujos produtos, tais como eletrodomésticos e de toucador, de beleza, servem para imprimir um novo modelo de comodidade a uma população ávida por bens de consumo e de protótipos exibidos nos filmes e revistas, tendo as estrelas de cinema como modelo a ser seguido.

Assim, o construto da própria intérprete brasileira na música é indissociável do modelo da indústria cultural implantado no mundo a partir do advento do cinema e do rádio, os quais servem de divulgador destes produtos artísticos. A obra artística como mercadoria e construção identitária pode ser destacada nos trabalhos de inúmeros artistas. Entretanto, tomamos a intérprete como porta-voz desta construção em nomes representativos como Araci Cortes, fazendo do samba um símbolo de brasilidade no teatro de revista, com sua graça e malemolência; a própria Carmem Miranda, que immortalizou o traje e trejeitos da baiana, com a ajuda inestimável de Dorival Caymmi.

A própria temática que gravitava em torno destes artistas era misógina, segundo Faour (2006, p. 31), até o final dos anos 1950:

Não eram tanto as de amor inatingível, mas sim do amor não realizado ou mal resolvido. As letras traziam com mais frequência a mulher como inimiga em potencial do homem – a culpada por tudo que desse errado no relacionamento. Ela poderia ser a traidora, a perdulária, a exigente demais, a excessivamente crítica, a não compreensiva, e em linhas gerais uma “perdida”, sem coração (FAOUR, 2006, p. 31).

Por outro lado, tinha-se o Carnaval como ambiente para amenizar esta temática, mas, vez por outra, o próprio Carnaval sucumbia ao tema. A própria Carmem Miranda, com o seu primeiro sucesso – *Ta-bí* (Joubert de Carvalho) –, passou pela temática da *dor de cotovelo*, suavizada pelo seu jeito brejeiro e debochado de interpretar. Vejamos, então, o surgimento de algumas destas intérpretes no cenário artístico brasileiro, cujas trajetórias servem para delinear uma elaboração de identidades culturais associada ao fenômeno do surgimento das estrelas na *indústria da música*, e em especial, as da Jovem Guarda.

A respeito deste fenômeno, tomamos como ilustração dois grandes ídolos das décadas de 1940/1950 nos idos da Era de Ouro do Rádio, com a ascensão de duas grandes intérpretes da música brasileira: Emilinha Borba e Marlene, as quais representam bem o período fundamental na formação da intérprete no Brasil, alavancada principalmente pelo rádio e pelo cinema, que exibia as estrelas em películas patrocinadas pela Atlântida e pela Vera Cruz, além do Carnaval.

As disputas travavam-se, sobretudo, entre a favorita da Marinha – a carioca Emilinha – e a da Aeronáutica – a paulista Marlene. Esta, estrela absoluta do programa de Manoel Barcelos; aquela, do programa de César de Alencar. Ambas serviam de modelo para uma infinidade de fã-clubes espalhados pelo Brasil através do disco, do rádio, do cinema e das

revistas que divulgavam, à exaustão, seus sucessos, provocando uma disputa tão acirrada entre seus fãs que se chegou a sugerir um Tratado de Tordesilhas musical dos anos 1950 “dividindo o Brasil entre fãs de Emilinha e Marlene” (ALBIN, 2004, p. 160). As jovens fãs que viam nestas estrelas/rainhas a realização de seus sonhos, de um dia poderem também alcançar o sucesso como o seu ídolo, alimentavam, na época, a frustração da derrota de Martha Rocha no concurso de Miss Universo por duas polegadas a mais.

Outras duas grandes representantes da construção da intérprete no Brasil da época de ouro foram Dalva de Oliveira e Ângela Maria. A primeira, anunciada como *a menina prodígio da voz de ouro* inicia-se na música ainda criança, ao ser descoberta pelo maestro que a observava se sentar ao piano tentando tirar melodias, após a limpeza do salão de dança. Assim, convidada pelo maestro, “apresenta-se num cirquinho de tablado” (ALBIN, 2004, p. 171). A artista inicia sua carreira, como era de praxe na época, em programas de rádio, mas, também devido ao seu potencial vocal e afinação perfeita, faz participações em operetas no Teatro Glória, no Rio de Janeiro. Ao conhecer, no teatro, o futuro marido e parceiro Herivelto Martins, se junta à dupla *Preto e Branco* até trocar o nome do trio, por sugestão de César Ladeira para *Trio de Ouro*. Sua gravação antológica de *Ave Maria no Morro* e a marcha-rancho *Praça Onze*, ambas composições de Herivelto Martins, são ilustrações emblemáticas do trio.

Ângela Maria é outra grande intérprete da chamada Época de Ouro. Carioca, é considerada por especialistas a intérprete mais popular dos anos 1950. Inicia sua carreira imitando Dalva de Oliveira, até encontrar seu estilo próprio, sendo eleita Rainha do Rádio em 1954. Interpreta, em sua grande maioria sambas-canções, cujos temas versam sobre o perfil feminino estereotipado, seus amores, afazeres domésticos, o posto de rainha do lar etc. Canções como *Mamãe* (Herivelto Martins e David Nasser), gravada em 1956, bem como *Esmeralda*, *Garota Solitária* e *Cinderela*, gravadas respectivamente em 1960, 1962 e 1966, todas três de Adelino Moreira, eram representações bastante presentes no imaginário da sociedade da época.

Entretanto, Ângela também gravou sambas que faziam elegia à pancada na mulher, como o seu primeiro sucesso *Meu dono, meu rei* (Cyro Monteiro e Dias da Cruz). Gravou também composições que fugiam das temáticas da violência, como o samba-canção de Dorival Caymmi, *Nem eu*, em 1953. Segundo Faour (2015, p. 9), a influência de Angela Maria não ficou restrita ao rádio: “Além de ter sido um expoente máximo da Era do Rádio, também foi uma das pioneiras da televisão brasileira, atuando ininterruptamente desde os primórdios do veículo, inclusive com programas próprios”.

Artistas como Dalva de Oliveira, Ângela Maria, Nora Ney, as irmãs Linda e Dircinha Batista, Dóris Monteiro, Maysa, Carmem Costa, Dolores Duran, Elizeth Cardoso, Lana Bittencourt, Isaurinha Garcia, Alaíde Costa e Ellen de Lima, foram eleitas Rainhas do Rádio em diferentes décadas. Suas vozes ecoaram carregadas ainda de *textos* cujos temas vão de uma ingênua brincadeira com jogos de palavras – presente nas emboladas – até desilusões amorosas, sonhos de um amor ideal, violência doméstica contra a mulher, bem como temas cotidianos daquela época, sempre retratados pelo ponto de vista do compositor (do sexo

masculino), o qual detinha quase cem por cento das canções registradas (SANTANNA, 2009, p. 146).

Entretanto, a década de 1950 apresenta-se de forma bastante profícua para a música brasileira, não só em gêneros gestados nesta época, como a Bossa Nova, mas também por compositoras e intérpretes femininas que se lançam no mercado fonográfico e fogem do clima do Carnaval, dos sambas e marchinhas, e não se dedicam ao rádio como um dos únicos e mais importantes veículos de difusão. Nora Ney, Maysa e Dolores Duran são três grandes representantes da denominada *música de fossa*, cujos temas apontam para a desilusão amorosa, as angústias e solidão do pós-guerra, adornados por gêneros como o samba-canção, de preferência nos bairros da Zona Sul do Rio de Janeiro, de forma geral, e em Copacabana de forma particular, sede emblemática das classes média e alta naquele período.

As *boates* tornam-se os lugares mais apropriados para este momento da música brasileira, regados a cigarros e bebidas para destilar uma desilusão amorosa adornada por cálidas vozes que falam de adeus e solidão. Mesmo porque, com a proibição de jogos de azar e o fechamento de todos os cassinos, boa parte dos artistas e boêmios migram para as *boates*. Os artistas passaram a ter nas *boates* seu contratante mais regular, ainda que não fosse uma relação permanente, como lembra Castro (2015, p. 344): “Exceto pelos contratos de longa duração, como os do Copacabana Palace, cantores e *boates* viviam em permanente rodízio”.

Ainda de forma tímida, mas não menos importante, as compositoras e intérpretes no Brasil começam a extravasar sua produção poética em parcerias com músicos e movimentos como o que antecedeu a Jovem Guarda, passando dos “anos dourados” para os “anos rebeldes”, na figura emblemática de Celly Campello, depois Sônia Delfino, embaladas por versões ou letras originais cuja temática variava do comportamento dos *bad boys* americanos à vida romântica infantil das garotas e seus relacionamentos com os namorados. Assim, por mais que se sonhasse com “o bom rapaz”, com “um pão” ou com “um brotinho ajuizado”, no fundo, todas elas buscavam a liberdade e a conquista da independência profissional e financeira. Uma nova mulher formatava-se naquele momento.

A Jovem Guarda acontece como representante da música *pop/rock* no Brasil, nas vozes de Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléa, Vanusa, Waldirene, Martinha, Meire Pavão, Lílían (da dupla Leno e Lílían), cujas versões eram cada vez mais frequentemente embaladas pela indústria fonográfica e pela televisão, já como um novo símbolo de integração nacional. Esses artistas falavam para uma juventude farta de guerras, a qual buscava identidades que também expressassem uma visão romântica do mundo e normas de comportamento mais libertárias. Além disto, tomava fôlego o apelo pela liberação sexual, relacionada ao surgimento da pílula anticoncepcional e expressa através dos cortes de cabelo e das minissaias, além da música dos *Beatles* e de gírias que sugeriam um Brasil plugado nos EUA e no mundo; um Brasil transmitido via *intelsat*.

RUPTURA COM TERNURA – AS DIVAS DA REBELDIA

Os anos 1950, no Brasil, ainda eram os anos dourados também para o modelo feminino tradicional. Não se adivinhava aí que já estavam presentes algumas das bases que iriam possibilitar a liberação feminina dos anos 1960, quando as cantoras da Jovem Guarda iriam ter um papel fundamental. Como destaca Bassanezi (2009, p. 608), sobre o modelo predominante nos anos 1950: “A mulher ideal era definida a partir dos papéis femininos tradicionais – ocupações domésticas e o cuidado dos filhos e do marido – e das características próprias da *feminilidade*, como instinto materno, pureza, resignação e doçura”.

O novo Brasil, dos anos 1960, em acelerado processo de modernização, trazia à tona um novo segmento da sociedade, em processo de expressão cada vez mais evidente: a juventude. Essa juventude urbana não mais se identificava com as nossas divas da música dos anos 1940/1950. As roupas sempre pareciam como vestidos de baile. Não havia diferença de figurino entre as cantoras das faixas do 20, 40 ou 50 anos – todas usavam roupas de luxo, formais, e, portanto, as divas não tinham uma idade, eram divas; ou melhor, para os jovens, essas divas eram velhas. O modelo havia caducado e eles não se identificavam com isso. As divas passaram a lembrar os pais, foco de protesto e rebeldia constante dos filhos.

O primeiro esboço de ruptura, com o surgimento de Celly Campello, entretanto, fracassou como modelo para essa juventude que queria mais do que uma música alegre e dançante. É fundamental destacar que o rock que Celly representa é o rock ingênuo, dançante e com letras quase infantilizadas e inofensivas. O som era de rock, mas um rock ingênuo, juvenil, mais próximo da música de praia americana, como rock pré-Beatles de Frankie Avalon, um dos *teenage idols* da época, o qual se tornou sucesso mundial com a série de filmes “Beach Party”.

Celly Campello abandonou a carreira, no auge do sucesso, para casar com o seu namorado. Esta atitude, típica do comportamento feminino dos anos 50, representava a maioria conservadora e, simbolicamente, a aposentadoria precoce de Celly Campello acabou representando a saída de cena desse comportamento como regra. A sociedade precisava, as mulheres ansiavam e a música iria apresentar às mulheres jovens outro modelo de conduta, muito mais rebelde e combativo. As jovens artistas, cheias de talento, mas também de determinação, tinham a carreira artística como uma profissão, como um caminho para a independência, a liberdade e a autonomia.

Com as artistas da Jovem Guarda, teremos as primeiras divas jovens, com figurinos que representavam rupturas com as tendências clássicas, apontando para novas formas de vestir. As mulheres foram encurtando as saias e ousando nos cortes e nas cores. A nova moda jovem internacional, que faria sucesso a partir da *swinging London* e do impacto icônico da modelo Twiggy e da estilista Mary Quant, vai influenciar as artistas da Jovem Guarda, as quais se distanciarão dos modelos das cantoras tradicionais.

O impacto da Jovem Guarda para a moda alcançou os jovens de ambos os sexos, através da força da música e da influência dos artistas sobre o comportamento dos jovens, os quais consumiam a nova onda por vários meios, como afirma Zimmermann (2013, p. 152): “A moda

trazida pela Jovem Guarda era difundida de diversas maneiras pelos meios de comunicação: pela televisão, pelo cinema, pelas revistas e pela própria música – acompanhada das capas dos discos com fotos dos cantores”.

As artistas da Jovem Guarda adotaram a moda jovem e criaram um *gap* geracional entre as roupas que vestiam e o figurino de suas mães. Wanderléa, a mais influente neste quesito, usava minissaias muito mais curtas do que a lançada pela estilista inglesa Mary Quant e tornada ícone mundial pela modelo Twiggy. Com humor, uma vez Wanderléa declarou: “Mary Quant inventou a minissaia um palmo acima do joelho e eu usava minissaia um palmo abaixo do púbis”. Esse comportamento desafiador das mulheres, influenciadas pela Jovem Guarda, abriu caminho para a rápida popularização do uso da pílula anticoncepcional no Brasil, a partir da segunda metade dos anos 60. Foi a geração de mulheres que mudou o Brasil e o mundo.

O primeiro grande destaque de artista jovem feminina da música brasileira foi, sem dúvida, Wanderléa. Cantora desde criança, quando ganhava todos os programas infantis de calouros – muito comuns na época e que hoje, mais de 50 anos depois, voltam à moda com o *The Voice Kids* – Wanderléa chega à adolescência proibida pelo seu pai, um libanês severo e conservador, de cantar profissionalmente. Naquela época, início dos anos 1960, uma das únicas opções para a carreira, antes de gravar discos, era cantar em boates ou casas noturnas, naturalmente “desaconselhável” para uma jovem menor de idade. Mesmo assim, decidida a lutar pelo seu sonho, a artista conseguiu a cumplicidade de um dos seus 13 irmãos, o qual a levava, escondida do pai, para se apresentar nesses lugares.

Wanderléa sobe ao palco pela primeira vez aos quatro anos de idade, cantando *Caminbemos* em uma festa. Porém, é com a idade de nove anos, já morando na Ilha do Governador, no Rio de Janeiro, que passa “a se apresentar nos programas *O clube do guri* (Rádio Mayrink Veiga) e *Vovô Odilon* (Rádio Tupi)” (PUGIALLI, 2006, p. 21). Entretanto, é com o samba de Ataufo Alves, *Mulata assanhada*, que a Ternurinha ganha reconhecimento e, acobertada pelo irmão, burla a vigilância do pai rígido, de origem turca. No seu repertório, samba, bolero e chá-chá-chá.

Assim, a artista foi treinando sua vocação e talento e aprendendo os macetes da profissão. Finalmente, descoberta por uma gravadora, ela foi convidada a fazer parte do *casting* e os executivos tiveram que convencer o seu pai pessoalmente. Em julho de 1962, grava, pela Columbia, em 78 rotações, a música *Meu anjo da guarda* (Rossini Pinto e Fernando Costa), sob a regência do maestro Astor e sua orquestra. Wanderléa assina contrato com a CBS e aparece com bastante frequência em musicais na TV.

Graças a essa experiência acumulada, Wanderléa lançou-se profissionalmente já pronta: grande domínio de palco, charme e uma voz única, doce e afinada, mas que não escondia seu temperamento forte. O destino estava traçado e Wanderléa fez sucesso desde o primeiro disco. A partir daí, realizou uma sucessão de canções, alternando ritmos dançantes e canções românticas e permanecendo sempre entre as artistas mais tocadas nas rádios da época.

Wanderléa, “a Ternurinha”, torna-se uma figura bastante representativa deste período,

ditando moda, seja nas coreografias sensuais que imprimia, ao dançar com a mão na pélvis, no uso de minissaias com botas e as pernas de fora, ou ainda com roupas coladas ao corpo. Suas roupas vão virar moda, reproduzidas e vendidas em todo o Brasil, tornando-se uma referência no vestir-se das brasileiras na faixa dos 20 anos. Wanderléa, além de cantar dor de cotovelo e amor adolescente, também se mostra dona do seu nariz ao interpretar, do amigo Erasmo Carlos, *Prova de fogo*, em 1967; ou ainda em *rocks* como *Estou com raiva de você* (*Papa's new bag ain't nothing but a bag*, de Carter, versão: Roberto Livi) e *Pare o casamento* (*Stop the wedding*, Resnick/Young, versão: Luis Keller), esta última revelando o desespero do amor que está prestes a se casar com outra, mas que, numa sociedade judaico-cristã, ousa ordenar ao juiz, autoridade máxima, diante de todos, a parar o casamento. A rebeldia estética assumia contornos políticos no mundo como rebeliões na França e na Tchecoslováquia, bem como movimentos contra as ditaduras militares instauradas em diversos países latino-americanos.

Sem nunca ter um discurso político, no sentido mais tradicional, Wanderléa influenciou toda uma geração de jovens mulheres brasileiras a lutar por um espaço de igualdade. Ela mesma, uma jovem em meio a executivos de gravadoras, emissoras de rádio e TV e empresários do meio musical, lutava para manter a sua autonomia, como ela diz numa entrevista, expressava sua rebelião contra o machismo, competindo com seus amigos homens, principalmente Roberto Carlos e Erasmo Carlos, os quais gostavam de exibir o símbolo de poder masculino dos novos-ricos: o carrão. Ela declarou, numa entrevista à revista TPM:

Eu nunca fui de ostentar. Tive meus carrões importados na época. Mas era para competir com o Roberto e com o Erasmo [risos]. Tive um Cadillac presidencial à prova de balas! Tudo por causa de uma rivalidade com os dois. Sempre quis um carro mais bonito que o deles. Pensava: “Se eles podem, também posso”. Encomendava os meus carros e, quando eles chegavam, os dois ficavam de olho, dizendo: “Olha o carro novo que a Wandeca comprou”. Era pura rivalidade de mulher com homem. Inclusive porque o meu pai também tinha uma coisa de que mulher não tinha que dirigir. Ter meu carro era uma forma de contestar (LEMOS, 2009).

Um dos grandes nomes femininos da Jovem Guarda, Rosemary lança, pela Chantecler, em julho de 1961, acompanhada pela orquestra de Guerra Peixe, o bolero *Fala coração 2* e o samba *Também sou mulher*. Em julho de 1963, grava o compacto duplo, pela RCA, com as canções *Eu te seguirei*, *Broto para amar*, *Igual a ti não há ninguém* e *Sempre aos domingos*. Em novembro do mesmo ano, a cantora lança, pela RCA, um compacto simples das versões: *Meu coração* (*Cuore - Heart, I hear you beating* - Mann, Weill, R. Wheeler e Rossi, versão: Helio Justo) e *As danças dos brotos* (*Il ballo del mattone* - Verde Canfora, versão: Helio Justo), obtendo sucesso imediato. Em março de 1964, a imprensa noticia a elegância da cantora Rosemary na Revista do Rádio 758. O maior sucesso de Rosemary aconteceu com *Feitiço do Broto* (Carlos Imperial), uma canção que a levou a se tornar a maior rival de Wanderléa. Loura platinada, enquanto Wanderléa tinha na época cabelos castanhos, Rosemary sempre se colocou como mulher independente, nunca declarou namoros nem casamento e permaneceu como uma espécie de diva inatingível até os dias de hoje.

Entretanto, temos em Vanusa, surgida já na fase final da Jovem Guarda, um perfil um pouco diferenciado, a qual, além de intérprete, compunha a grande maioria das letras dos seus álbuns, passando por temáticas que iam do questionamento dos casamentos fracassados à mulher submissa e à violência do homem contra a mulher, numa atitude que, para a época, se configurou em quebra de tabus. Canções como *Manhãs de setembro* (1973) e *Rotina*, ambas com música de Mário Campanha, além de *S.O.S. Mulher* (1982), já apontavam para uma intérprete incomodada com o papel da mulher na sociedade. Em *Mudanças*, um marco em sua carreira em parceria com Sérgio Sá, gravada em 1979, a intérprete torna-se, segundo relato da mesma, “uma exímia lutadora nas palavras” (FAOUR, 2006, p. 141), nos versos:

Hoje eu vou mudar/vasculhar minhas gavetas (...)
 Deixar de ser menina pra ser mulher
 Hoje eu vou mudar
 Pôr na balança a coragem
 Me entregar no que acredito
 Pra ser o que sou sem medo
 Dançar e cantar por hábito
 E não ter cantos escuros pra guardar os meus segredos
 (*Mudanças*, Sérgio Sá e Vanusa, 1979)

Entre os anos 1960 e 1970, além de Vanusa, outras compositoras e intérpretes ousaram expor seu ponto de vista em canções que começavam a exhibir o universo feminino de forma mais contundente, estando entre as mais importantes do período, Rita Lee, Marina e Angela RoRo.

FÃS FOREVER

A Jovem Guarda no Brasil torna-se o mo(vi)mento ideal para este novo fenômeno. Assim, o grito de independência proferido nas canções destas jovens intérpretes, como Wanderléa na canção *Estou com raiva de você* ou em *Pare o casamento*, e de Waldirene, “a garota papo firme que Roberto falou” na canção do mesmo nome que afirma: “sou a garota que eles pensam que vão conquistar/ pois já pensei, e nem bola vou dar...” São artistas que já denotam uma independência amorosa, num jogo de sedução. Ainda na mesma canção, Waldirene diz: “Se tenho mil razões por ser assim/a minissaia fica bem em mim/eu vou deixar a turma toda louca/a turma toda com água na boca”. Então, elas detêm o poder de provocação, independência, escolha de parceiros.

É comum, nas canções da Jovem Guarda, o recitativo. Ao final da canção, usa-se trechos da mesma para reforçar o discurso da independência, da demarcação deste território conquistado. Ao falar de território, até a performance no palco das intérpretes da Jovem Guarda se transforma. Há um descongelamento do artista no palco. O rock prenuncia esta

atitude já a partir dos anos 1950. Porém, ainda são os homens que remexem e rebolam a pélvis.

Com a Jovem Guarda, as intérpretes, além de se vestirem de forma transgressora, e por vezes, unissex, exibirem em sua grande maioria cabelos louros platinados; ainda criam coreografias e movimentos ilustrativos nas canções. Como exemplos, Vanusa ao cantar *Sunny* (Bobby Hebb) exhibe uma *performance* que vai ao chão gritando. Aliás, esta sua *performance* repete-se ao cantar *Era um garoto que como eu amava os Beatles e os Rolling Stones* (*C'era un ragazzo che come me amava i Beatles e i Rolling Stones* - Migliacci e Lusini, versão: Brancato Júnior). Ou a mão de Wanderléa em riste, ao exigir que o juiz pare o casamento: “Senhor juiz, pare, agora!”.

Hoje, mais de meio século depois da estreia do Programa Jovem Guarda na televisão brasileira, seus artistas continuam vivos, não somente na lembrança nostálgica dos que viveram aquela época. Eles continuam fazendo shows pelo país, todos em torno dos 70 anos, guardando uma jovialidade que parece milagrosa, cantando os sucessos de 50 anos atrás. A exceção é Roberto Carlos, cuja carreira se desenvolveu em centenas de novas músicas que marcaram essas cinco décadas, permanecendo como o artista brasileiro de maior sucesso na música até hoje. Independentemente da trajetória de cada um, os artistas da Jovem Guarda, ao final das contas, mantiveram suas carreiras por mais de 50 anos cantando os mesmos sucessos dos anos 1960. E os fãs da época eternizaram-se de tal maneira que, de certo modo, congelaram a obra desses artistas ao repertório dos anos 1960, numa espécie de fantasia de eterna juventude. Como uma Jovem Guarda *forever*.

NOTAS

- 1 Submetido à RIGS em: nov. 2014. Aceito para publicação em: jan. 2018.
- 2 Pode ser considerada como um novo jeito de cantar (o canto falado, sussurrado, com texto bem pronunciado) em contraposição ao bel canto, a “grande voz”. Outra característica marcante da bossa nova é a forma como se toca o samba, particularmente ao violão, num diálogo entre o canto e este instrumento recheado de acordes dissonantes para a época, enriquecido pelas letras de temas mais leves. Vale ressaltar o crédito da invenção da batida da bossa nova a João Gilberto, bem como seu canto “falado”. Tom Jobim, Roberto Menescal, Carlos Lyra, Johnny Alf, Nara Leão, dentre outros, são também grandes representantes do gênero.

REFERÊNCIAS

- AGUILLAR, Antonio. **Histórias da Jovem Guarda**. São Paulo: Globo, 2005.
- ALBIN, Ricardo Cravo. **O livro de ouro da MPB: a história de nossa música popular de sua origem até hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- ANAZ, Silvio. A importância da Jovem Guarda. **Revista Superinteressante** (Digital). 2009. Disponível em: <<http://lazer.hsw.uol.com.br/jovem-guarda1.htm>>. Acesso em: 11 dez. 2014.

- ARAUJO, Paulo Cesar de. **Roberto Carlos em Detalhes**. São Paulo: Planeta, 2006.
- BASSANEZI, Carla. Mulheres do Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das Mulheres do Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.
- CARLOS, Erasmo. **Minha fama de mau**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- CASTRO, Ruy. **A Noite do Meu Bem**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- CORTEZ, Afonso. Introdução. In: ALMEIDA, Luis Pinheiro de. **Biografia do Ié-ié**. Sintra: Documenta, 2014.
- FAOUR, Rodrigo. **História sexual da MPB: a evolução do amor e do sexo na canção brasileira**. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- _____. **Ângela Maria – A eterna cantora do Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2015.
- GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **A contracultura através dos tempos: do mito Prometeu à cultura digital**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.
- JUNIOR, Gonçalo. **Liberdade cabeluda: o inusitado caráter político da contracultura brasileira**. 2009. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2009/01/01/liberdade-cabeluda/>>. Acesso em: 09 dez. 2014.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru-SP: EDUSC, 2001.
- LEMONS, Nina. Sem perder a ternura. **Revista TPM (Digital)**, 2009. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/revista/81/sem-perder-a-ternura/page-2.html>>. Acesso em: 11 dez. 2014.
- LIPOVETSKI, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MONTEIRO, Denilson. **Dez, nota dez! Eu sou Carlos Imperial**. São Paulo: Editora Planeta, 2015.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1969.
- _____. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- PUGIALLI, Ricardo. **Almanaque da Jovem Guarda**. São Paulo: Ediouro, 2006.
- SANTANNA, Marilda. **As donas do canto. Uma interpretação sociológica das estrelas-intérpretes no Carnaval de Salvador**. Salvador: EDUFBA, 2009.
- STEARNS, Peter N. **História das relações de gênero**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

ZIMMERMANN, Maíra. **Jovem Guarda**: moda, música e juventude. São Paulo: Estação das Letras, FAPESP, 2013.

**Marcelo
Dantas**

Doutor em Sociologia pela Universidade de Paris VII – Dennis Diderot, Mestre em Administração, Especialista em Gestão Pública e Graduado em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia - UFBA. Professor Adjunto do CECULT – Centro de Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas da UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, e Professor Pesquisador do CIAGS – Centro Interdisciplinar de Gestão Social da UFBA, nas áreas de Economia da Cultura, Gestão Cultural, Identidade e Cultura, Cultura Organizacional, Diversidade Cultural e Gestão Pública e Social. Livros publicados: DANTAS, Marcelo. Olodum – De bloco afro a holding cultural. Salvador: Editora Grupo Cultural Olodum – Casa de Jorge Amado, 1994. 132 p.; FREITAS, Maria Ester de; DANTAS, Marcelo (Org.). Diversidade Sexual e Trabalho. São Paulo: Editora Cengage, 2012. 380 p.

mdantas50@gmail.com

**Marilda
Santanna**

Professora Doutora Associada do Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade Pós-cultura IHAC-UFBA. Coordenadora do grupo de pesquisa Canto de cada canto, associado ao Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – CULT. Cantora com três álbuns lançados (1994, 2002, 2013). Livros publicados: As Donas do Canto: uma interpretação sociológica das estrelas-intérpretes no Carnaval de Salvador. Salvador: EDUFBA, 2009; Caymmi 100: panoramas diversos (Org.). Salvador: EDUFBA, 2014; As Bambas do Samba: mulher e poder na roda. (Org.). Salvador: EDUFBA, 2016.

marilda_santanna@yahoo.com