

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

TAINÁ REGINATO MENEGAT

***UP THE IRONS: UMA ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DA BANDA IRON MAIDEN
POR MEIO DA REVISTA *KERRANG!****

**CAXIAS DO SUL
2019**

TAINÁ REGINATO MENEGAT

***UP THE IRONS: UMA ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DA BANDA IRON MAIDEN
POR MEIO DA REVISTA KERRANG!***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito obrigatório para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof^a Ma. Marliva Vanti Gonçalves

**CAXIAS DO SUL
2019**

TAINÁ REGINATO MENEGAT

***UP THE IRONS: UMA ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DA BANDA IRON MAIDEN
POR MEIO DA REVISTA KERRANG!***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito obrigatório para obtenção do grau
de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação
em Jornalismo, da Universidade de Caxias do Sul.

Aprovada em: __/__/__

Banca Examinadora

Prof^a. Ma. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul

Prof^a. Dra. Alessandra Paula Rech
Universidade de Caxias do Sul

Prof^a. Dra. Ivana Almeida da Silva
Universidade de Caxias do Sul

Dedico este trabalho para todos os *headbangers* que se sentem menosprezados. Pois estou aqui para representá-los.

AGRADECIMENTOS

São tantas pessoas que eu gostaria de agradecer que não sei se vou conseguir listar todas aqui, mas saiba que se você me ajudou, mesmo que tenha sido com um “vai dar tudo certo”, eu sou imensamente grata.

Passei por vários estágios durante a monografia: desespero, tristeza, cansaço, euforia, satisfação, orgulho e alegria. E todos esses foram acompanhados por aqueles que mais me incentivaram: meus pais. Obrigada Dona Marlene e Seu Nilto por entenderem porque a filha de vocês não estava tão presente. Obrigada por me oferecerem uma xícara de chá, quando vocês queriam fazer o trabalho por mim, vendo minha dificuldade. Mas saibam que esse chá me incentivou a continuar. E perdão por todas as vezes em que me excedi e descontei em vocês as minhas frustrações. Mas preciso agradecer especialmente à minha mãe por me ouvir falar da monografia, mesmo não entendendo nada. Obrigada por sempre estar do meu lado. Eu amo vocês.

Tenho que agradecer às minhas amigas de infância, Katriane, Siliane e Thaís, por não desistirem de mim. Todos os encontros, jantares, festas que recusei, obrigada por ainda tentarem me convidar. Obrigada por aguentarem minhas reclamações e por entenderem as minhas mensagens não enviadas. Mas agora que acabou, juro que vou estar presente em todos os eventos!

Aos meus chefes, Junior e Taís, por aceitarem que eu tirasse um dia ou dois de folga para tentar terminar o capítulo da semana. Isso me ajudou muito a não me atrasar demais.

Devo ao Jonas Sckazinski um muito obrigada por me aconselhar e me incentivar a ir até o fim. Agradeço profundamente também, por ter me ajudado na capa deste trabalho, me encho de orgulho só de olhar para ela. Ao Emanuel Henrique Portella, pelo *coaching* e por me ensinar a colocar metas e cumpri-las. Os teus incentivos me ajudaram a alcançar os meus objetivos.

Tenho um carinho enorme por todos os meus colegas de aula e companheiros de monografia. Obrigada por compartilharem suas experiências, suas dicas, seus erros e por todo o apoio que dedicamos uns aos outros. Isso fez com que crescêssemos e chegássemos ao fim, juntos.

Um agradecimento especial direto para Londres, a Sam Coare, editor-chefe da revista *Kerrang!*, que se prontificou a enviar as páginas restantes para que eu pudesse

realizar a análise da forma desejada. É desse tipo de empatia e ajuda que o mundo está precisando. Gostaria que mais pessoas fossem como você, Sam. *Thank you, from the bottom of my heart.*

E por último, mas não menos importante, muito obrigada, Marliva. Obrigada por me acolher no meio do caminho. Por me amparar quando eu achava que não iria conseguir. Pelos conselhos e pelas sessões de terapia. Por ser um pilar de confiança que eu poderia me apoiar. Pela disponibilidade em sempre me ajudar. Se não fosse por todas as verdades ditas de forma doce, meu trabalho não seria o que ele é agora: o meu maior orgulho.

“Have courage and be kind.”

Cinderela

RESUMO

Esta monografia tem como tema principal a trajetória da banda de *heavy metal*, Iron Maiden, por meio da revista britânica *Kerrang!*. A pesquisa gira em torno da questão norteadora que busca identificar qual o discurso promovido pela revista em relação à história da banda. O embasamento teórico deste estudo é composto por assuntos como cultura, com sua origem e caracterização; jornalismo, assim como a caracterização de jornalismo especializado de revista e musical; a história da música, as definições de gênero musical, e como surgiu o *heavy metal* e a banda Iron Maiden. Neste trabalho, foram analisadas cinco edições da revista *Kerrang!*, uma de cada década de existência da revista e da banda. A metodologia utilizada é constituída pelos métodos e técnicas da Análise de Conteúdo, propostos por Laurence Bardin (2016), além de utilizar a Análise de Discurso para se aproximar do movimento discursivo da revista. Com a finalização do estudo, foi possível verificar o resultado obtido, que indica que a revista segue com um discurso de modo a promover e a apoiar a banda Iron Maiden.

Palavras-chave: Jornalismo Especializado, Revista, *Kerrang!*, *Heavy Metal*, Iron Maiden

LISTA DE FIGURAS

Figura nº 1 Capa da edição nº 1.791, lançada em 21 set. 2019	45
Figura nº 2 Editorial da revista	46
Figura nº 3 Editoria <i>Up Close</i>	47
Figura nº 4 Editoria <i>The Big Story</i>	48
Figura nº 5 Página da editoria <i>Talking Loud</i>	49
Figura nº 6 Seção <i>Instant Expert</i> com a comic strip da Pandora	50
Figura nº 7 <i>Access All Areas</i> ocupa duas páginas da revista.....	51
Figura nº 8 Seção <i>New Noise</i> que informa bandas e músicas novas	51
Figura nº 9 Seção <i>Life is heavy</i>	52
Figura nº 10 A <i>No-one Knows</i> traz fatos curiosos sobre algum artista.....	53
Figura nº 11 As editorias <i>Cool Stuff</i> e <i>Kommunity</i> geralmente ficam em páginas próximas.....	54
Figura nº 12 Abre da matéria de capa.....	55
Figura nº 13 Entrevista da editoria <i>The K! Interview</i>	55
Figura nº 14 Editoria <i>Reviews</i> , a qual conta com críticas de novos discos e músicas	56
Figura nº 15 A seção <i>Lives</i> que avalia apresentações ao vivo.....	57
Figura nº 16 A editoria <i>Gig Guide</i> informa os próximos shows que irão acontecer...58	
Figura nº 17 Página final da <i>Kerrang!</i> em que consta o expediente.....	58
Figura nº 18 Capa do primeiro álbum autointitulado da banda, lançado em 14 de abril de 1980	78
Figura nº 19 Segundo álbum, <i>Killers</i> , lançado em 02 de fevereiro de 1981	79
Figura nº 20 Capa do terceiro álbum, <i>The Number Of The Beast</i> , lançado em 22 de março de 1982	81
Figura nº 21 Quarto álbum de estúdio, <i>Piece Of Mind</i> , lançado em 16 de maio de 1983	82
Figura nº 22 Capa do <i>Powerslave</i> , lançado em 03 de setembro de 1984.....	83
Figura nº 23 Capa do sexto álbum, <i>Somewhere in Time</i> , lançado em 29 de setembro de 1986	84
Figura nº 24 O sétimo álbum de estúdio lançado em 11 de abril de 1988, <i>Seventh Son of a Seventh Son</i>	85
Figura nº 25 <i>No Prayer For The Dying</i> , lançado em 1º de outubro de 1990	87

Figura nº 26 <i>Fear Of The Dark</i> , nono álbum lançado em 11 de maio de 1992	88
Figura nº 27 Décimo álbum lançado, <i>The X Factor</i> , em 02 de outubro de 1995	89
Figura nº 28 <i>Virtual XI</i> , décimo primeiro disco da banda, lançado em 23 de março de 1998	90
Figura nº 29 Álbum <i>Brave New World</i> , que renovou a banda, lançado em 29 de maio de 2000	91
Figura nº 30 Décimo terceiro álbum, <i>Dance of Death</i> , lançado em 02 de setembro de 2003	92
Figura nº 31 Álbum <i>A Matter of Life and Death</i> , lançado em 28 de agosto de 2006 ..	93
Figura nº 32 Décimo quinto álbum, <i>The Final Frontier</i> , lançado em 13 de agosto de 2010	94
Figura nº 33 Último álbum, lançado em 04 de setembro de 2015, <i>The Book of Souls</i>	95
Figura nº 34 Iron Maiden em sua primeira música da apresentação	155
Figura nº 35 Cenário da segunda música, <i>Where Eagles Dare</i>	156
Figura nº 36 Bruce lutando com o boneco Eddie	157
Figura nº 37 Execução da música <i>Sign Of The Cross</i>	158
Figura nº 38 Cenário da música <i>Flight Of Icarus</i>	159
Figura nº 39 O surgimento do Eddie "demônio"	160

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 THE BOOK OF SOULS (O LIVRO DAS ALMAS)	22
2.1 CULTURA	22
2.2 IDENTIDADE CULTURAL	28
3 LOOK FOR THE TRUTH (PROCURA PELA VERDADE)	32
3.1 O QUE É JORNALISMO	32
3.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO	35
3.2.1 Jornalismo de Revista	37
3.2.2 Jornalismo musical	39
3.3 REVISTA <i>KERRANG!</i>	42
3.3.1 Estrutura da revista	44
4 PHANTOM OF THE OPERA (O FANTASMA DA ÓPERA)	59
4.1 HISTÓRIA DA MÚSICA	59
4.2 GÊNEROS MUSICAIS	63
4.2.1 Regras formais e técnicas	64
4.2.2 Regras semióticas	64
4.2.3 Regras comportamentais	64
4.2.4 Regras sociais e ideológicas	65
4.2.5 Regras econômicas e jurídicas	65
4.3 O <i>ROCK N' ROLL</i> E O <i>HEAVY METAL</i>	66
4.3.1 Heavy Metal	70
5 THE LEGACY (O LEGADO)	77
5.1 HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO DA BANDA IRON MAIDEN	77
6 METODOLOGIA	97
6.1 EDIÇÕES SELECIONADAS DA REVISTA <i>KERRANG!</i>	99
6.1.1 Kerrang! nº 03	99
6.1.2 Kerrang! nº 329	102
6.1.3 Kerrang! nº 1.217	106

6.1.4 <i>Kerrang!</i> nº 1.613	112
6.1.5 <i>Kerrang!</i> nº 1.785	117
6.2 ANÁLISE	121
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	141
REFERÊNCIAS.....	145
APÊNDICE A – <i>HALLOWED BE THY CONCERT</i> (SANTIFICADO SEJA O VOSSO SHOW).....	154
APÊNDICE B - PROJETO DE MONOGRAFIA	162
ANEXO A – REVISTA <i>KERRANG!</i>	216
ANEXO B – REVISTA <i>KERRANG!</i>	220
ANEXO C – REVISTA <i>KERRANG!</i>	226
ANEXO D – REVISTA <i>KERRANG!</i>	233
ANEXO E – REVISTA <i>KERRANG!</i>	237

1 INTRODUÇÃO

Para desenvolver o presente trabalho, foi estabelecida a seguinte questão norteadora: qual o discurso promovido pela revista *Kerrang!* em relação à banda Iron Maiden? A partir disso, definiu-se o tema desta monografia que se refere à história da banda britânica de *heavy metal*, Iron Maiden, contada a partir do discurso da, também britânica, revista *Kerrang!*, em cinco exemplares selecionados previamente. Esses exemplares, para que seja possível o estudo da linha do tempo, seguem o seguinte critério: cada edição corresponde a uma década de existência da revista, sendo que o quinto e último são referentes ao ano vigente de 2019.

A escolha do tema é devido à vontade da pesquisadora de transformar o trabalho de conclusão de curso, que é tido por muitos como o “monstro” da graduação, em algo prazeroso de se trabalhar. Dessa forma, após muita reflexão, a pesquisadora decidiu que a banda Iron Maiden seria o objeto de estudo para a sua monografia. A relação da pesquisadora com a banda é relativamente recente, mas o seu gosto pelo *heavy metal* começou ainda na pré-adolescência.

A rebeldia é uma característica presente nessa etapa da vida, mas para a pesquisadora, a única área em que sentia a necessidade de se sentir rebelde e cheia de atitude era na música. Estranhando esse “lado” da filha, a sua mãe dizia que “era só uma fase que já vai passar”. Doze anos depois, a mãe ainda espera a fase passar. E para extravasar as energias e se sentir poderosa, nada melhor que uma boa dose de *heavy metal*. O Iron Maiden, no entanto, era uma das muitas bandas que a pesquisadora ouvia casualmente, sem saber de sua história, suas motivações e sua dedicação.

Porém, sendo influenciada por amigos que eram fãs da banda, a pesquisadora começou a pesquisar a sua história e ficou impressionada com a genialidade com que os integrantes produzem os seus álbuns. Em especial o sétimo álbum, que nada mais é que um disco conceitual, contando uma história mística desde a sua primeira música até a última. Após essa descoberta, a pesquisadora não conseguiu “largar” a banda e adentrou ainda mais no seu mundo, descobrindo fatos interessantes e conhecendo cada integrante como se fosse seu amigo. Resumindo, a pesquisadora se tornou fã da banda. Isso fez com que se decidisse trabalhar com o Iron Maiden na monografia, tornando o trabalho algo pelo qual valesse a pena todo o esforço concedido.

Dito isso, o objetivo da presente monografia é analisar a trajetória da banda por meio do discurso jornalístico da revista *Kerrang!*. A revista foi escolhida por ser a mais reconhecida revista do meio musical de *heavy metal* do mundo. A partir desse propósito, objetivos específicos foram traçados para que o trabalho seguisse uma lógica coerente. Sendo assim, esses objetivos incluem esclarecer o que é a cultura, desde a formação do seu significado primário à definição de cibercultura e identidade cultural, de modo a entender como o *heavy metal* é considerado uma cultura por si só e como isso se dá na era digital.

Além disso, busca-se explicar o que é jornalismo, mas principalmente o jornalismo especializado, em que se encontram o jornalismo de revista e o jornalismo musical. É nessas últimas áreas que a revista *Kerrang!* está inserida e por isso, o intuito também é expor a sua história e criação, além de identificar as editorias e seções que compõem a revista, de forma a explicar como é o seu trabalho.

Já que o *heavy metal* está presente tanto na revista quanto na banda, a intenção também é entender o que são gêneros musicais e como eles são formados, ou seja, que elementos são necessários para que uma música seja considerada de um determinado gênero. Além, é claro, de relatar a história do *rock n' roll* para depois entender como o *heavy metal* foi considerado um gênero e explicar as suas regras e códigos. Por último, apresentar a banda Iron Maiden, para que fosse possível analisar como a sua trajetória e todos os acontecimentos que a acompanharam foram explanados pela revista *Kerrang!*.

Para prosseguir com o trabalho, foi necessário explorar alguns conceitos, para ao final desta monografia, realizar a análise proposta. Dessa forma, o trabalho foi dividido em seis capítulos, cada um explicando os conceitos definidos pela pesquisadora, que tivessem coerência com o seu trabalho, construindo assim uma base teórica que serviu como sustentação para a última parte da metodologia.

No capítulo dois, tendo em vista que o primeiro capítulo é esta introdução, o assunto principal explorado foi a cultura. Para entender os costumes adotados por quem é adepto ao *heavy metal*, é necessário, primeiro, conceituar o que é a cultura e como é formada. Santaella (2004) resumiu a cultura em duas interpretações, em que uma pode estar inserida na outra. A primeira é que a cultura pode ser a descrição de um grupo específico de pessoas, de como esse grupo se porta em relação aos seus valores e a sua comunicação com outros grupos e o universo natural. Já a segunda é uma interpretação mais ampla, que está ligada aos costumes, às crenças, ao idioma,

aos conhecimentos técnicos e às tecnologias que fazem a comunicação desse grupo amplo com o ambiente.

Tendo isso em vista, Chauí (2008), por sua vez, destaca que a cultura possui uma abrangência nunca antes imaginada, podendo englobar todos os aspectos da vida do ser humano, seja a linguagem, a religião, a sexualidade, o trabalho, as formas de se vestir, o que se come, o que se ouve e o que se fala, envolvendo até mesmo estrutura familiar, os valores de guerra e paz, e a noção de vida e de morte. Todavia, a cultura acaba não sendo apenas algo natural ao ser humano, mas conforme o crescimento do uso da máquina, a indústria viu na cultura um “negócio” promissor, estabelecendo-se então, a Indústria Cultural.

Segundo Adorno e Horkheimer (2005), a Indústria Cultural tem como objetivo padronizar o gosto das pessoas; massificar a cultura, ou seja, reproduzir a cultura em grande escala de forma a vendê-la como um produto, promovendo o sistema capitalista. Isso aconteceu também com a informação e sua propagação. Tratando-a como um mercado, começou-se a vender notícia de modo a buscar uma lucratividade, em que a informação era produzida por um pequeno grupo de pessoas para ser transmitida para a grande população de um país, sem muito poder de escolha. No entanto, com o avanço tecnológico, a partir do momento em que o público começou a escolher que tipo de conteúdo gostaria de consumir, a cultura de massas passou a ser cultura das mídias (SANTAELLA, 2003).

A autora explica que com os novos meios de comunicação, pertencentes à cultura das mídias, as pessoas se tornaram independentes da informação, sem ficar à mercê dos veículos de comunicação de massa. Esses novos meios, como a televisão por assinatura e o correio eletrônico, permitiram essa escolha por parte do público, mas ainda assim as opções eram limitadas. Entretanto, a partir do ciberespaço, definido por Levy (2000) como um espaço de comunicação entre os computadores, o mundo pôde ser alcançado pelas pessoas.

Por meio do ciberespaço, com as tecnologias digitais, foi possível se comunicar com alguém fisicamente distante, tornando as pessoas virtualmente próximas. Essa facilidade também ajudou no conhecimento de novas informações e também no armazenamento de dados em um único lugar, em teoria, o imaginário da internet. Esse uso dos meios digitais e todo o comportamento virtual decorrente foi caracterizado por Levy (2000) como cibercultura, já que ela une todas as informações em um lugar só, que todos, ao menos teoricamente, podem acessar.

A cultura pode influenciar diretamente a identidade de um indivíduo, já que identidade é a inclinação que cada pessoa tem sobre determinados setores da vida humana, como na política, na economia, costumes regionais, artísticas, entre outros. Felippi (2006) destaca que a identidade individual é formada pelas identidades coletivas, mas que essa última sofre influências da identidade individual, já que cada um tem uma religião, uma nacionalidade, um gênero ou um gosto musical específico. Maffesoli (1998) também expõe que devido a essas identidades culturais e às afinidades que cada um possui com determinados assuntos ou pontos de vista, os seres humanos sempre viveram em tribos. Estas possuem interesses em comum que mantêm seus integrantes unidos, suprimindo a necessidade de viver em comunidade.

Com o advento da cibercultura, as pessoas foram encontrar seus companheiros de tribo na internet. Dessa maneira, foram formadas tribos que se localizam em um espaço e tempo indefinidos, mas que proporcionam a troca de informações sobre determinados aspectos, promovendo a interação entre pessoas distantes, mas com os mesmos interesses (MAFFESOLI, 1998).

No capítulo três, é apresentado o jornalismo, área de estudos da pesquisadora. Nesse capítulo é definido, conforme Bahia (1971), que o jornalismo é a informação dos fatos e acontecimentos por meio das notícias. As notícias, por sua vez, são um resumo desses fatos e acontecimentos, que são transmitidos por meio de um veículo de comunicação como o jornal, a revista, o rádio, entre outros (ALSINA, 2009).

No entanto, não são apenas fatos ocorridos que são noticiados pela imprensa, mas também análises e debates sobre o que está acontecendo no momento. Para a construção das reportagens, Rossi (2009) elenca alguns passos a serem seguidos, para que a matéria cumpra com o dever de informar o público. Primeiro está a pauta, que delimita quais os assuntos que o jornalista deverá tratar em suas matérias. Em seguida vem a coleta de informações com fontes confiáveis. Após, o jornalista roteiriza a reportagem seguindo as perguntas que compõem a abertura da matéria ou *lead*: quem, quando, onde, como, por quê, o quê. Bahia (1971) acrescenta que, além do *lead*, o jornalista também deve desenvolver um texto que seja agradável e interessante, para sustentar a atenção do leitor para toda a matéria. Principalmente na era da cibercultura, em que são encontrados inúmeros sites com as mesmas notícias, mas têm mais acessos aquele que consegue envolver o leitor, fazendo-o ler a matéria completa.

E dentro dessa cibercultura, o público é que escolhe quais as notícias que deseja consumir, sem precisar passar por informações que não são de seu interesse. Sendo assim, um novo jornalismo se forma, segmentando-se cada vez mais em um tema, direcionando-se para um grupo seletivo de pessoas, ou uma tribo. Esse é o jornalismo especializado, que produz conteúdos direcionados a um tema específico, com uma linguagem coerente com esse tema, para atingir em especial a parcela da população que tem interesse no conteúdo. Essa especialização do jornalismo pode abordar temas como esporte, economia, política, entretenimento, entre outros (SILVA, 2012; TAVARES, 2007).

No entanto, mesmo que seja um jornalismo especializado em um conteúdo específico, o mesmo não deve deixar de conter as características fundamentais do jornalismo. Deve-se trazer a atualidade para as informações apuradas, além de uma periodicidade para que as pessoas saibam quando poderão ler/assistir/ouvir/acessar novas notícias de novo, sem falar na difusão, para que se possa ter acesso a essas reportagens em diversas plataformas (SANTOS, 2012).

Há diversos meios de comunicação que podem se tornar especializados. No entanto, a revista foi um dos primeiros meios a se especializar. A revista, por si só, já é um meio diferenciado, pois sua linguagem é mais próxima do público e traz conteúdos em que o leitor pode se inspirar e aprender. Pode ser considerada uma fonte de conhecimento, ajudando as pessoas a se entender melhor pelas experiências dos outros, como também é uma fonte de entretenimento, proporcionando momentos de lazer (BENETTI, 2013; SCALZO, 2004; TAVARES, 2007). No entanto, de acordo com Scalzo (2004), ela pode se tornar ainda mais especializada se abordar temas exclusivos, como é o caso da música.

O jornalismo musical, conforme Nunes (2011), é muito seletivo e tem como objetivo principal, levar as novidades do mundo da música para o seu público. Mas não só isso. Janotti Junior e Nogueira (2010) explicam que a crítica musical também é um conteúdo encontrado em publicações referente ao assunto, indicando os melhores e piores artistas ou músicas do momento. No entanto, a crítica também é consumida como um produto jornalístico, afinal as pessoas se baseiam na opinião desses jornalistas especializados até mesmo antes de ouvir determinada banda. O público espera saber se uma música é boa ou não para poder escutá-la.

Esse é o caso da revista *Kerrang!*. Tendo sido criada nos anos 1980, a revista com foco no gênero *heavy metal*, apresenta e opina sobre bandas novas, álbuns

recém lançados e situações vividas pelos músicos. Brown (2007) afirma que um dos principais fatores responsáveis pelo sucesso da revista, foi o fato dela ser muito especializada em apenas um gênero musical. Por consequência, o público que é adepto ao gênero, adotou a revista como fonte principal para obter informações sobre seus ídolos favoritos.

Ainda nesse capítulo, são apresentadas todas as partes que compõem a *Kerrang!*, para entender como é o trabalho da revista. De periodicidade semanal, ela apresenta em torno de 60 a 70 páginas em cada edição, disponibilizando em média de seis pôsteres de artistas variados do mundo do metal. A revista é dividida em várias editorias e seções que podem trazer detalhes do cotidiano de um músico, listas das músicas mais ouvidas da semana, matéria de capa, entrevista especial e críticas de álbuns e apresentações ao vivo.

Já no capítulo 4, para contextualizar o cenário em que a revista está inserida, serão apresentadas as principais características do *heavy metal*. A começar por uma breve história da música, que segundo Montanari (2001) é a mais antiga das artes. No entanto, o primeiro registro de que se tem conhecimento sobre a música remete ao século V, após a queda do Império Romano, época que a sociedade tinha o teocentrismo como filosofia. Assim, a música era em contemplação e amor a Deus, para homenagear suas glórias (COSTA, 1992).

Com o passar do tempo, conforme as sociedades passavam por modificações, a música também sofria mudanças. Até que, a partir do século XX, começaram-se a produzir músicas da forma como são feitas até hoje. São dois principais sentimentos exprimidos nas composições: o de euforia e o de angústia, representando situações presentes na sociedade mundial, como também as próprias emoções do compositor (MONTANARI, 2001).

Outro fator que influenciou a música, foi o surgimento da Indústria Cultural e da cultura das mídias, já que a música, por ser um produto cultural, também acabou se tornando parte dessa indústria que visa o consumo e o lucro. A música então, deixou de ser produzida apenas para fins de apreciação, mas não perdeu o seu lado humano, compartilhando valores e gerando experiências (VLADI, 2010).

No entanto, segundo Vladi (2010), para esse consumo da música se dar de forma organizada, gêneros musicais foram estabelecidos para que as pessoas pudessem escolher mais facilmente e ter certeza sobre qual o tipo de música que deseja ouvir. Para se definir os gêneros musicais, Fabbri (1981) explica que eles são

um conjunto de regras estabelecidas socialmente que, se obedecidas, formam um gênero musical. E para que as pessoas se identifiquem com um gênero, é necessário que o mesmo atinja as expectativas do seu ouvinte em relação às ideologias tratadas nas letras das músicas, ao visual em torno do gênero e se, sonoramente, a composição é agradável para o seu consumidor (JANOTTI JUNIOR, 2003a).

O gênero musical *rock n' roll* surgiu no pós-Segunda Guerra Mundial, quando a sociedade estava ao mesmo tempo aflita com os resultados e amenizada pelo seu fim. Dessa forma, transpareciam, na música, esses sentimentos, com letras que chocavam e ritmos dançantes. Isso acontece até os dias de hoje. O rock é o gênero que as pessoas procuram para manifestar suas indignações, suas frustrações e até mesmo para começar protestos e movimentos sociais. Claro que o aspecto do entretenimento e do lazer não deixam de estar presentes (JANOTTI JUNIOR, 2003b).

Entretanto, como cada pessoa é diferente da outra, o rock foi ganhando outras marcas, outros sons e dessa maneira foram surgindo os seus subgêneros. Dentre eles, o *heavy metal*, criado no início da década de 1970. Todavia, nos anos 1980 ele se consolidou como um gênero musical por si só, devido às regras e códigos bem estabelecidos. Weinstein (2000) explica que as principais características do *heavy metal* provêm da sua sonoridade pesada, com guitarra evidente, baixo e bateria bem marcados e vocal que acompanha e evidencia os instrumentos.

Além do aspecto sonoro, o visual do gênero é inconfundível. A cor preta está sempre presente e seus temas que lembram o obscuro, o horror ou contos e fábulas épicas. Isso é muito encontrado nas capas dos álbuns das bandas, como também nos logos que as identificam. Inserido no visual está também o código de vestimenta, em que os “metaleiros” se diferenciam do restante das pessoas pelos seus cabelos compridos, camisetas pretas preferencialmente de alguma banda, acessórios como bandanas, *piercings*, tatuagens e maquiagens escuras (WEINSTEIN, 2000).

Para completar as características, outro setor que destaca o *heavy metal* é o verbal, ou seja, o que é dito em suas músicas. Basicamente, de acordo com Weinstein (2000), as letras podem apresentar dois temas: os prazeres da vida, atuando como um alívio em relação à vida real; e o caos, a destruição, as guerras, como uma forma de superar esses conflitos e transformá-los em arte. Como aconteceu com o rock, o *heavy metal* também acabou se dividindo em diversos subgêneros. Cada um permanece com as características principais do gênero, mas são acrescentados outros detalhes que os diferenciam dos outros subgêneros.

Dentro do *heavy metal*, encontra-se a banda Iron Maiden. No capítulo 5 conta-se a sua história. Criada em 1975, tem como líder Steve Harris. Ele não exige nada menos do que seriedade e profissionalismo dos integrantes da banda desde então. O grupo passou por diversas mudanças em relação aos seus membros, mas a formação atual do Iron Maiden, com seis integrantes, é a mais icônica: Steve Harris (baixo), Bruce Dickinson (vocal), Adrian Smith (guitarra), Dave Murray (guitarra), Janick Gers (guitarra) e Nicko McBrain (bateria).

Nesses 44 anos de trajetória, o Iron Maiden conta com 16 álbuns de estúdio, mais de 90 milhões de discos vendidos e ultrapassa duas mil performances ao vivo ao redor do mundo. E ainda está na ativa, promovendo shows, além de jogos e até marcas de cervejas que não deixam a banda ser esquecida.

É esse fenômeno que será analisado então, no capítulo 6, pelo olhar da revista *Kerrang!*. Para se alcançar os objetivos propostos por esta monografia, estabeleceram-se métodos e técnicas de pesquisa. O presente trabalho é classificado como uma pesquisa qualitativa quanto a sua abordagem. De acordo com Figueiredo (2008), as pesquisas qualitativas estão ligadas à investigação dos significados das relações humanas, as quais são influenciadas pelas emoções e sentimentos aflorados no cotidiano. Dessa forma, esse tipo de pesquisa coleta e analisa dados não quantificáveis, produzindo resultados narrativos.

Tendo isso em mente, adotou-se como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica. Esta é produzida com base em materiais já produzidos, principalmente em livros e artigos científicos (GIL, 2002). Revisar a literatura existente é necessário para se conhecer o que já foi publicado sobre o possível problema em questão (STUMPF, 2014). Após essa revisão, a pesquisadora delimitou um roteiro para definir a estrutura lógica do trabalho, de forma que os conceitos estivessem sistematicamente vinculados entre si e ordenados em função da unidade de conjunto, conforme aponta Gil (2002).

Em relação aos métodos utilizados, determinou-se para esta monografia o método da Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (2016) e a Análise de Discurso. Esta é uma metodologia que se pode aplicar em discursos diversos e a todas as formas de comunicação, seja qual for a natureza do seu suporte. Busca-se compreender as características, estruturas ou modelos que estão por trás dos fragmentos de mensagens levados em consideração. Assim, deve-se entender o sentido da comunicação, como se fosse o receptor normal, e, principalmente, desviar

o olhar, buscando outra significação, outra mensagem, passível de se enxergar por meio ou ao lado da primeira (GODOY apud CÂMARA, 2013).

Para realizar a Análise de Conteúdo, utilizaram-se as três fases definidas por Bardin (2016):

a) Pré-análise: fase da organização e do planejamento do trabalho. Nesta fase, também são decididos quais os documentos que serão analisados e a formulação dos objetivos do trabalho. Sendo assim, para a presente monografia, foi determinado que a análise se daria em relação à trajetória da banda de *heavy metal* Iron Maiden, pelo viés da revista *Kerrang!*. Para que se tivesse o caráter histórico, foram selecionados cinco exemplares da referida revista, sendo quatro representando cada década de existência da banda e conseqüentemente da revista, abrangendo os anos de 1981, 1991, 2008 e 2016. O último exemplar é referente ao ano vigente, 2019. São analisadas somente as matérias que dizem respeito à banda. A partir disso, foram estabelecidos os objetivos que já foram apresentados anteriormente.

b) Exploração do material: é a fase da apropriação do material, de codificação, decomposição ou enumeração dos documentos selecionados para a análise. Para se fazer essa caracterização, Bardin (2016) explica que é necessário elencar categorias para que o pesquisador não se perca na hora da análise. Dessa forma, com base nos aspectos em que se encontra o *heavy metal* e expostos por Weinstein (2000), decidiu-se utilizar os mesmos aspectos como categorias para caracterizar as revistas e suas matérias: o aspecto visual, relacionado ao design da revista e sua diagramação, elementos e cores utilizadas; aspecto verbal, referente ao que foi escrito sobre a banda, a forma dessa escrita nas matérias; aspecto sonoro, que indica em qual momento musical estava o Iron Maiden, na época em que foram publicadas as matérias da revista.

c) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: é a fase em que são compreendidos os resultados advindos da exploração do material. A partir das informações apuradas na segunda fase, foi possível propor considerações para essa relação entre a revista *Kerrang!* e a banda Iron Maiden, observando a história da banda e como ela foi representada pela revista em cada época da sua trajetória.

Por fim, no capítulo 7, a pesquisadora apresenta as suas considerações finais sobre os resultados da pesquisa como um todo. Na seção “Apêndice”, a pesquisadora conta a sua experiência como fã ao assistir um show da própria banda, em Porto Alegre.

2 THE BOOK OF SOULS (O LIVRO DAS ALMAS)

Cultura é um termo demasiadamente amplo e que pode definir diversas situações, pensamentos e comportamentos. Além disso, cada pessoa pode interpretar diferenciadamente o termo. No entanto, para que as interpretações da pesquisadora sobre o que é cultura sejam consideradas válidas, a mesma contou com o suporte de referenciais fundamentais para a definição do tema.

Neste capítulo, além da questão “o que é cultura”, serão abordadas a Indústria Cultural e cultura das mídias, além da definição de cibercultura e identidade cultural.

2.1 CULTURA

Para demonstrar que cultura é uma palavra difícil de se definir, Santaella (2004), ao abordar os seus significados, cita o filósofo alemão J. G. von Herder que afirma “(...) que nada poderia ser mais indeterminado do que a palavra cultura” (HERDER apud SANTAELLA, 2004, p.31).

Derivada das palavras em latim *colere* e *cultura*, cujo significado é o ato de cultivar o solo, o cuidado com a terra, com a agricultura, com a família e o divino, cultura em sua origem, portanto, é o fazer brotar, frutificar, florescer e cobrir de benefícios (CHAUÍ, 2008). Em todos os seus sentidos, tanto o social, intelectual ou artístico, cultura é uma metáfora por fluir como a vida. Dependendo da situação, a tendência da cultura é crescer, se desenvolver, proliferar e se fazer sempre presente (SANTAELLA, 2004).

No entanto, as transformações da sociedade ao longo dos anos e as evoluções e inovações que foram surgindo, fizeram com que a cultura ganhasse outra concepção. Em um período da história em que a padronização media o grau de civilização de uma sociedade, como no século XVIII, a cultura passou a ser percebida como um conjunto de práticas sociais que possibilitava avaliar e hierarquizar o valor das atitudes humanas (CHAUÍ, 2008). Nesse contexto, os sinônimos para o termo cultura que Santaella (2004) expõe são: civilização e tradição, por ser a cultura uma variável que se manifesta em instituições, padrões de pensamento, objetos materiais, que acabam se modificando ao longo da história.

[...] a cultura é a parte do ambiente que é feita pelo homem. Implícito nisso está o reconhecimento de que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e seu ambiente social. A definição também implica que a cultura é mais do que um fenômeno biológico. Ela inclui todos os elementos do legado humano que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível algo diferente, por processos de condicionamento - técnicas de várias espécies, sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta. A cultura, enfim, pode ser contrastada com os materiais brutos, interiores ou exteriores, dos quais ela deriva. Recursos apresentados pelo mundo natural são formatados para vir ao encontro de necessidades existentes (SANTAELLA, 2004, p.31).

Essa definição conversa com os ensinamentos de Chauí (2008) em relação às mudanças de valores que a palavra cultura sofreu ao longo dos séculos. No século XIX, por exemplo, ela foi considerada como a diferença entre a natureza e a história. Ou seja, a natureza e o meio ambiente em si não fazem história por si próprios e, por não fazerem história, não produzem cultura. Já o ser humano possui a linguagem e o trabalho que o definem como agente histórico, já que neles “há um sentido imanente que vincula meios e fins, que determina o desenvolvimento da ação como transformação do dado em fins e destes em meios para novos fins” (CHAUÍ, 2008, p.56-57). O ser humano, por ter o privilégio de pensar, criar e principalmente de fazer acontecer, consegue construir história e, ao mesmo tempo, produzir cultura.

Todavia, não se pode ignorar que naquele mesmo século, a cultura foi adicionada a um conceito de valor para distinguir as sociedades. Chauí (2008) explica que a sociedade que desenvolvesse um sistema de troca (mercado), comunicação (escrita) e poder (Estado) iguais ou parecidos aos da Europa Ocidental, era considerada de cultura superior. Já aquelas que não chegavam no mesmo sistema, eram consideradas de cultura “primitiva” ou até mesmo uma sociedade com ausência de cultura. E mais, essas que não haviam alcançado o “ponto mais alto” da cultura, necessariamente iriam chegar nele um dia, ou seja, deveriam evoluir.

A noção do primitivo só pode ser elaborada se for determinada pela figura do não-primitivo, portanto pela figura daquele que realizou a “evolução”. Isso implica não apenas um juízo de valor, porém mais do que isso, significa que aqueles critérios se tornaram definidores da essência da cultura, de tal modo que se considerou que aquelas sociedades que “ainda” estavam *sem* mercado, *sem* escrita e *sem* Estado chegariam necessariamente a esse estágio, um dia. A cultura europeia capitalista não apenas se coloca como *télos*¹, como o fim necessário do desenvolvimento de toda cultura ou de toda civilização, isto é, adota uma posição etnocêntrica, mas sobretudo ao se

¹ *Télos* significa finalidade, fim. Algo que se deseja alcançar. OLIVEIRA, Ibraim Vitor de. **Arché e Telos: Nihilismo filosófico e crise da linguagem em Fr. Nietzsche e M. Heidegger**. Roma: Editrice Pontificia Università Gregoriana, 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/2mbfsyf>> Acesso em: 23 set. 2019.

oferecer como modelo necessário do desenvolvimento histórico legitimou e justificou, primeiro, a colonização e, depois, o imperialismo (CHAUÍ, 2008, p.56, grifos da autora).

Em tempos atuais, ainda há quem considere os países subdesenvolvidos como “sem cultura”, principalmente países africanos, centro-americanos e do Oriente Médio, por não conseguirem acompanhar a evolução na mesma velocidade que a Europa ou a América do Norte. No entanto, são esses países que mais possuem a sua cultura definida em costumes, modos de agir e pensar, pois recebem menos influências externas, permanecendo com a sua cultura praticamente original. Enquanto que em países desenvolvidos, as influências recebidas são do mundo todo, ocorrendo uma mistura cultural, sem características próprias definidas. O que não quer dizer que um país seja mais ou menos cultural que o outro. Pelo contrário, toda a sociedade é cultural por ter a “cara” das pessoas que estão inseridas nela. Isso é o que Chauí (2008) explana, que cada cultura exprime a ordem humana simbólica com uma individualidade ou estrutura própria.

Tanto Chauí (2008) quanto Santaella (2004) acordam que foi no século XX que o termo cultura foi sendo melhor compreendido. Santaella (2004) explica que em meados dos anos 1950 foram estabelecidas 164 definições de cultura, divididas em seis categorias e que essas categorias podem ser reduzidas a apenas duas interpretações principais: a primeira é uma definição restrita, em que cultura é a descrição da organização simbólica de um grupo, da representação que o grupo faz de si mesmo em relação aos seus valores, suas relações com outros grupos e sua relação com o universo natural; já a segunda definição é mais ampla, mas que não contradiz a primeira, em que cultura se refere aos costumes, às crenças, à língua, às ideias, aos gostos estéticos, aos conhecimentos técnicos e a todo o conjunto tecnológico transmissível que regula as relações e os comportamentos de um grupo com o ambiente.

O termo cultura passa a ter uma abrangência que não possuía antes, sendo agora entendida como produção e criação da linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas do trabalho, das formas da habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte (CHAUÍ, 2008, p. 57).

Analisando o gênero musical central desta monografia, o *heavy metal*, é possível determinar que em torno dele existe uma cultura própria. Para ser mais específica, dentro dessas duas definições que Santaella apresenta, o *heavy metal* pode ser caracterizado como uma cultura restrita a determinado grupo. Isso porque os adeptos do estilo carregam valores e formas de expressão únicas. Conforme Weinstein (2000), uma das principais características do gênero, depois da sua sonoridade, é a sua dimensão visual e verbal. Os aspectos que diferenciam as bandas de metal dos outros gêneros musicais são os nomes em forma de logos, as capas dos álbuns, o visual das performances ao vivo, o show de luzes, vestuário próprio e coreografia. Os fãs, os *headbangers*², também acabam por se destacar, já que se apropriaram do código de vestuário e usam as camisetas das bandas preferidas. Há a predominância da cor preta, as jaquetas de couro, coturnos e os cabelos longos como uniforme (WEINSTEIN, 2000).

Mesmo que o *heavy metal* seja definido como uma cultura restrita, ele ainda se encontra dentro de uma cultura mais abrangente (segunda definição exposta por Santaella). O gênero possui adeptos em todas as partes do planeta e cada pessoa está inserida em sua própria cultura, sendo ela nacional, regional, municipal, familiar e, principalmente, individual. Para teorizar melhor, a cultura é o campo em que os indivíduos elaboram símbolos e signos, instituem práticas e valores, definem o que é possível e impossível, determinam o sentido da linha do tempo e as diferenças do espaço, os valores como verdadeiro e falso, belo e feio, justo e injusto (CHAUÍ, 2008). Ou seja, cada um é único devido a sua cultura.

Conforme o advento da industrialização³, em que houve o crescimento do uso da máquina, começou-se a produzir cultura em massa: com a reprodução facilitada também para objetos culturais, estabeleceu-se a Indústria Cultural. De acordo com a ideologia da Escola de Frankfurt, de Adorno e Horkheimer (2005), a Indústria Cultural tem como objetivo propagar o sistema capitalista, padronizando o gosto das pessoas, massificando a cultura e vendendo produtos. Desse modo, a arte no geral, que deveria

² Termo utilizado para distinguir os fãs de *heavy metal*. WEINSTEIN, Deena. **Heavy Metal: The music and its culture**. New York: Da Capo Press, 2000.

³ Processo histórico que teve como marco o surgimento da máquina a vapor, caracterizando uma sociedade capitalista, na qual o objetivo era a produção e reprodução em massa de mercadorias, visando o lucro. MORAES, Luís Edmundo. **História Contemporânea: da Revolução Francesa à Primeira Guerra Mundial**. São Paulo: Contexto, 2017. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=historia%2520contemporanea&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=2§ion=0#/legacy/115591>> Acesso em: 23 set. 2019.

ser uma forma de emancipação humana e crítica, acaba se tornando apenas uma mercadoria, como forma de sustentar essa indústria. Kellner (2001) aponta que os meios que produziam essa cultura em larga escala e a “vendiam” aos indivíduos, eram os veículos de comunicação. Devido a essa industrialização de conteúdo, também ganharam a denominação de comunicação de massa.

Um dos motivos para essa massificação da cultura, de acordo com Coelho (1993), foi justamente o fato da divisão e exploração do trabalho, em que o homem não tinha mais tempo livre e nem energia para pesquisar, ir em busca de coisas novas e estudar. Isso fez com que fosse preferível ao indivíduo, consumir o que já estava pronto e “mastigado” pelas mídias. E, como Adorno e Horkheimer (2005) indicam que a cultura de massa é um produto padronizado, Coelho (1993) afirma que essa cultura é feita para uma sociedade que “não tem tempo de questionar o que consome” (COELHO, 1993, p. 7).

No entanto, é nesse contexto de consumo de informação, que a cultura das mídias se estabelece, mas em um momento em que o ser humano começa a definir que tipo de conteúdo deseja consumir. Com o tempo, novos meios de informação foram surgindo e novas mídias foram criadas. De acordo com Santaella (2003), nas mídias de massa, ou seja, nos meios de comunicação tradicionais como o jornal, a revista, o rádio e a televisão, as mensagens eram produzidas por uma pequena parcela da população e transmitidas para uma grande massa de consumidores que não participava da escolha dessas mensagens que seriam “entregues” a eles. Com o surgimento de novos formatos de mídia, como a televisão por assinatura, o correio eletrônico, o videocassete, o videotexto, considerados meios mais interativos e bidirecionais, possibilitaram aos indivíduos a escolha de quais tipos de informação queriam consumir.

Santaella cita em seu livro “Cultura das Mídias” (2003), que os formatos de mídia anteriormente citados eram tidos como as mais novas tecnologias de disseminação da informação, isso no final do século XX. Porém, com a criação da Internet⁴, tais meios já ficaram, de certa forma, obsoletos, tendo em vista que na

⁴ A Internet foi um projeto militar que surgiu durante o período da Guerra Fria, entre os anos 1950 e 1960, como uma resposta do governo norte-americano ao lançamento do satélite Sputnik pela ex-União Soviética. A ideia inicial era conectar os centros universitários de pesquisa norte-americanos com o Pentágono, para uma rápida troca de informações. Já na década de 1970, foi criado o e-mail, o qual se tornou o primeiro uso da Internet entre os pesquisadores, pois possibilitava a comunicação, mesmo que o emissor e o receptor estivessem em cidades, estados ou países diferentes. Em 1992, então, foi lançado o WWW (*World Wide Web*), ou rede de abrangência mundial, que possibilitou a busca por informações sem sair de casa, além de poder

contemporaneidade, com o desenvolvimento da tecnologia de informação, é possível escolher entre diversas plataformas para se manter informado, assistir um filme, ouvir uma música ou divulgar a arte.

Lévy (2000, p. 92) apresenta um novo conceito para a era da internet, chamado de ciberespaço. Segundo ele, é um “(...) espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Com a criação das chamadas tecnologias digitais⁵, que são a casa e suporte desse espaço, um novo ambiente “(...) de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e conhecimento” foi formado (LÉVY, 2000, p. 32). O autor propõe em sua obra que, a partir do século XXI, o ciberespaço se tornaria o principal canal de comunicação e suporte da memória humana, e foi exatamente o que aconteceu.

Inúmeras possibilidades de comunicação surgem a cada momento, desde o e-mail, passando pelo ICQ⁶, MSN Messenger⁷, Skype⁸, até o atual e mais utilizado Whatsapp⁹. Assim como diversas formas de guardar e salvar documentos importantes foram disponibilizadas, seja na memória do computador, ou em um HD externo¹⁰ e até

conhecer novas pessoas no ambiente virtual. ROCHA, Glauco Capper da; FILHO, Veridiano Barroso de Souza. **Da guerra às emoções: história da internet e o controverso surgimento do Facebook**. IV Encontro Regional de História da Mídia, Rio Branco, 2016. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/norte/4o-encontro-2016/gt-historia-da-midia-digital/da-guerra-as-emocoes-historia-da-internet-e-o-controverso-surgimento-do-facebook/at_download/file> Acesso em: 23 set. 2019.

⁵ Tecnologia digital é um conjunto de tecnologias que permite a transformação de qualquer linguagem ou dado em números (0 e 1), sendo transmitidos na forma final em uma tela (computador, tablete, *smartphones* — os chamados “celulares inteligentes”). Surgiu no século XX, revolucionando a indústria, a economia e a sociedade e alterando as formas de armazenamento e de difusão de informação. Com a tecnologia digital, foi possível descentralizar a informação, aumentar a segurança de uma série de dados fundamentais e criar muitas outras tecnologias. Disponível em: <<http://www.ceale.fae.ufmg.br/app/webroot/glossarioceale/verbetes/tecnologia-digital>> Acesso em: 01 set. 2019.

⁶ O ICQ foi um dos primeiros aplicativos de bate-papo do mundo, criado em 1996, com o objetivo de possibilitar a comunicação instantânea entre usuários do sistema operacional Windows. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/11/20-anos-do-icq-relembre-evolucao-e-sucesso-do-mensageiro.html>> Acesso em: 01 set. 2019.

⁷ Aplicativo de bate-papo criado pela Microsoft em 1999, sob o nome de “MSN Messenger” e, em 2006, seu nome mudaria para “Windows Live Messenger”. Disponível em: <<https://br.ign.com/msn-1/62363/feature/5-anos-sem-msn-o-programa-de-mensagem-mais-completo-que-ja-existiu>> Acesso em: 01 set. 2019.

⁸ É o sucessor do MSN. Com ele, além de conversas, é possível fazer chamadas de áudio e vídeo. Criado em 2003 e pertence à Microsoft desde 2011. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2011/05/o-que-e-o-skype-conheca-mais-uma-forma-de-comunicacao-online.html>> Acesso em: 01 set. 2019.

⁹ Um aplicativo para *smartphones* criado em 2009, que permite a comunicação rápida e prática de seus usuários. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/28-curiosidades-sobre-o-whatsapp-que-talvez-voce-nao-saiba/>> Acesso em: 15 set. 2019.

¹⁰ Hard Disc externo é um dispositivo de memória que armazena seus dados fora do computador, podendo ser levado e utilizado em qualquer lugar. Disponível em: <<http://www.noteplace.com.br/artigo/o-que-e-hd-externo-e-para-que-serve>> Acesso em: 01 set. 2019.

mesmo em um armazenamento na nuvem¹¹. A maioria das pessoas que utiliza a internet e seus “acessórios” para trabalho, lazer, transações financeiras, também lida com a dificuldade de desconexão. Afinal, a maior parte das informações sobre suas vidas estão em suas mãos — no celular, por exemplo. E é em virtude disso que uma nova cultura se estabelece.

De acordo com Lévy (2000), essa cultura no meio digital é caracterizada como cibercultura. Santaella (2004) a define, resumidamente, como uma cultura em que todas as pessoas de toda parte do mundo, se conectam e compartilham sua cultura em um só lugar. Anteriormente, Lévy (2000, p. 247) chegou à definição de que o “universal” é a chave da cibercultura, em que o universal é “(...) a presença virtual da humanidade para si mesma”. Em outras palavras, a universalidade da cibercultura é unir todos os momentos atuais da humanidade em um único lugar, mas sem local nem tempo definidos; um lugar que todos possam acessar, formando assim uma única comunidade mundial virtual, no que Lévy (2000) chama de ciberespaço.

2.2 IDENTIDADE CULTURAL

Cultura e identidade são construções simbólicas e estão relacionadas, porém não são sinônimos. Cultura, como já foi visto, é uma dimensão de significados que podem representar objetos, ideias, comportamentos, sentimentos. Segundo Felippi (2006), esses significados possuem grande influência nas práticas sociais. Já a identidade é como os indivíduos se representam enquanto um e também como grupo. Identidade é a afinidade que cada ser humano possui em determinados setores da vida, sejam eles políticos, artísticos, econômicos e outros. Ou seja, sua identidade é determinada por uma estrutura de significados comuns e da linguagem.

A autora acrescenta que as identidades individuais são formadas através das identidades coletivas. Todavia, as coletivas sofrem influências das identidades individuais, já que cada ser humano é diferente um do outro e seus gostos e comportamentos podem se alterar.

¹¹ O armazenamento em nuvem é uma tecnologia que permite guardar dados na internet através de um servidor online, sem precisar de um HD no seu computador. Exemplos de nuvem são o Google Drive, iCloud, Dropbox e outros. Disponível em: <<https://www.weblink.com.br/blog/o-que-e-armazenamento-em-nuvem>> Acesso em: 01 set. 2019.

Mas há diferenças: as identidades individuais têm conteúdos psicológicos (caráter, estrutura psíquica) e um só relato identitário mais ou menos integrado, mesmo que a unicidade do sujeito seja ilusória. As identidades coletivas têm traços culturais que as caracterizam, mas são várias à disposição de cada sujeito, que pode ser interpelado — e se posicionar — por inúmeras identidades coletivas. As pessoas compartilham enquanto integrantes de uma nacionalidade, de um gênero, de uma etnia, de uma classe social ou de uma profissão, e com os demais membros formam comunidades imaginadas (FELIPPI, 2006, p. 50).

Ou seja, um indivíduo, que é diferente do outro, pode se reconhecer em várias identidades coletivas, como nacionalidade, gênero, etnia, tribo e outros. Mas os membros dentro dessas identidades coletivas não são iguais entre si. É por isso que Felippi (2006) destaca que as identidades coletivas sofrem influências das identidades individuais. Nessa mesma linha, Pacheco (2010) salienta que identidade e diferença andam juntas, pois ambas são relações sociais e demarcar as diferenças é definir a sua identidade. Assim, a identidade cultural não é algo natural e nem próprio do indivíduo, ela é preexistente a ele e, como a própria cultura, se transforma.

A identidade cultural do sujeito não é estática e permanente, mas é fluida, móvel, e principalmente, não é uma imposição inocente, nem uma apropriação, de todo, inconsciente. A identidade cultural é por sua vez construída, manipulada e política (PACHECO, 2010, p. 3).

Os processos históricos serviram para fixar determinadas identidades, incluindo a consolidação de instituições como o Estado-nação, mas essas identidades entraram em crise devido às mudanças ocasionadas pelo ciberespaço. Com o mundo interconectado, as pessoas não se prendem mais a fronteiras físicas, pois as mesmas são flexíveis. Nesse cenário, é criada uma rede de relações de diferentes culturas, dando um fim à cultura isolada de cada sociedade. Isso interfere nas identidades culturais pessoal e coletiva dos grupos, provocando mudanças e crises. Pode até se considerar uma perda de identidades nacionais e regionais para uma cultura global e homogênea (FELIPPI, 2006).

Hall (2006) prevê três possíveis consequências do ciberespaço. A primeira seria a desintegração das identidades nacionais, como um resultado do crescimento da homogeneização cultural, já que as noções de tempo e espaço foram modificadas. O espaço se encolhe e o mundo se torna uma aldeia global, em que todos têm acesso à cultura dos outros. A segunda seria a resistência à globalização, reforçando as identidades nacionais e locais. Isso porque as identidades nacionais representam um

vínculo com lugares, eventos, símbolos, histórias particulares, ou seja, um vínculo particularista e de pertencimento. Só quem vive em uma realidade específica de cultura sabe o significado dela e é representado por essa identidade cultural. E a terceira, e última consequência é o surgimento de novas identidades culturais, ou ainda, identidades híbridas. A globalização explora a diferenciação do local, produzindo novas identificações globais e novas identificações locais.

É essa última consequência do ciberespaço que Felippi (2006) destaca. O fenômeno da globalização ou a predominância do ciberespaço e da cibercultura na vida das pessoas está produzindo diferentes identidades. A autora salienta que, de um lado, uma cultura global se prolifera, com padronização de produtos, gostos, formas de pensar, gerando uma identidade global. De outro lado, uma revisitação das culturas locais, proporcionada pelos meios de comunicação e tecnologias de informação ganham espaço, sendo difundidas e até mesmo sendo construídas novas identidades. Assim, surge uma pluralidade cultural que mistura o novo (cibercultura) e o velho (cultura original local). As comunidades buscam no passado as referências para a reafirmação de sua identidade a partir da raça, da etnia, do gênero, da sexualidade, da classe e do pertencimento em uma região, e fundem com aspectos advindos da cibercultura, da globalização, em "(...) uma tentativa de reafirmação do controle sobre a vida" (FELIPPI, 2006, p.53).

Maffesoli (1998) explica que, devido às identidades culturais, os seres humanos sempre se dividiram em tribos. Para o autor, tribos são grupos sociais formados a partir de um interesse comum, de forma a suprir a necessidade de viver em conjunto, compartilhar sentimentos e viver em sociedade. A partir desse sentimento que une as pessoas, são constituídas as comunidades locais, tribos ou, como o autor define, aldeias na cidade. Vale frisar que esses grupos sociais estão em constantes transformações, devido aos seres humanos serem instáveis e possuírem motivações diversas. Em função disso, torna-se possível uma mesma pessoa se identificar com diversas tribos, estas podendo ser regionais, ou de acordo com o gosto musical, ou devido aos princípios políticos e até mesmo religiosos. Para o ciberespaço, onde a mídia permite a comunicação rápida e facilitada com pessoas de todos os cantos do mundo, o autor afirma que os grupos sociais são ainda mais recorrentes e numerosos. Os indivíduos se encontram nesse território, que é simbólico, sem precisar de muito esforço. Sem sair de casa, proporciona-se a mesma troca de informações, de ideias e gostos pessoais entre um e outro, como se estivessem frente a frente.

Essa troca de informações a partir do ciberespaço, de um lado aproxima as pessoas que estão longe, mas ao mesmo tempo afasta as que estão por perto. Isso porque o ser humano acaba concedendo mais atenção para esse espaço simbólico do que para aquilo, e aqueles, que estão no espaço físico, acarretando em uma vivência mais virtual. Ou seja, o indivíduo vive por meio do ciberespaço, extinguindo as interações físicas, as conversas presenciais “olho no olho” que o poderiam tornar um humano empático e sensível.

Da mesma forma, a mídia também está se transferindo para o ciberespaço pela praticidade e agilidade oferecida. Assim como a questão da interação humana, essa migração da mídia para o virtual possui dois lados: um é a entrega de conteúdos inéditos para o público, que acaba se sentindo satisfeito e privilegiado pelo acesso rápido às informações; o outro é que isso acaba acostumando mal as pessoas: não se tem mais paciência para esperar uma notícia, por exemplo, resultando na menor investigação dos fatos, tanto de parte do público quanto dos próprios jornalistas. Sem falar que as mídias que não migram para o ciberespaço acabam perdendo espaço e ficando obsoletas e sem utilidade.

3 LOOK FOR THE TRUTH (PROCURA PELA VERDADE)

Em sequência aos conceitos para estruturar a análise desta monografia, é importante salientar o que é o jornalismo e suas características. Além do conceito geral, também será apresentada a definição de jornalismo especializado em revista e sua vertente: musical. Ao final, será exposto um breve histórico e contextualização sobre a revista britânica *Kerrang!*. A mesma é o meio de comunicação escolhido pela pesquisadora para analisar o discurso em torno da banda de *heavy metal*, Iron Maiden.

3.1 O QUE É JORNALISMO

Para entender o jornalismo, é necessário conceituar, anteriormente, o que é a informação, tendo em vista que ela é a matéria-prima da profissão jornalística.

Conforme apresenta Bahia (1971), a história da humanidade se desenvolveu a partir da linguagem. Afinal, ela é o meio que os homens encontraram para expressar seus pensamentos, opiniões e ideias, compartilhando-as com os outros. A linguagem, seja ela a palavra escrita, falada, em forma de imagens, símbolos, gestos ou sons, é o principal instrumento da transmissão de informações. E para ocorrer essa transmissão, a linguagem é organizada pelos jornalistas de forma que se obtenham as notícias.

Contudo, para que seja possível a construção da notícia, Alsina (2009) revela que é necessária a presença de um fato ou acontecimento que seja inédito ao público. A partir disso, é estabelecida a relação entre fato, notícia e informação, em que o fato é um fragmento da realidade; a notícia, que se utiliza da linguagem, é o resumo desse fato, sendo transmitida por algum meio de comunicação (jornal, revista, televisão, rádio e etc.); e a informação, que de acordo com Bahia (1971), é o ato de informar qualquer notícia que tenha significado e que entregue a ideia ou valor do fato ocorrido. Para ele, “(...) é jornalismo com todas as suas implicações profissionais, técnicas e artísticas” (BAHIA, 1971, p. 10).

Assim como Bahia (1971) afirma que é impossível separar a informação da linguagem, não se pode separar o jornalismo da informação. O autor define que jornalismo é a informação dos fatos por meio das notícias, que chegam ao público

com rapidez, clareza e que devem apresentar a atualidade, pensamento e ação. O jornalismo ainda é caracterizado pelo autor como arte, técnica e ciência.

Arte, porque compreende os componentes básicos da criação seja no plano da elaboração intelectual, seja no plano dos trabalhos plásticos e gráficos; técnica, porque harmoniza faculdades científicas e artísticas, assegurando rendimento prático ao processo de comunicação; ciência, porque tem como imperativa a necessidade de conhecimentos especiais, de métodos e de princípios só possíveis através do estudo e da pesquisa (BAHIA, 1971, p. 37).

Ainda de acordo com Bahia (1971), o jornalismo é o meio que possibilita à sociedade participar ativamente dos acontecimentos do espaço em que se localiza. Com ele, a sociedade mantém-se atualizada. O jornalismo é, portanto, uma necessidade humana.

As pessoas sentem uma necessidade intrínseca – um instinto – de saber o que se passa para além da sua própria experiência direta. Precisamos de notícias para vivermos, para nos protegermos, para criarmos laços, para identificarmos amigos e inimigos. [...] O jornalismo é, simplesmente, o sistema concebido pelas sociedades para fornecer essas notícias (KOVACH, ROSENSTIEL, apud COELHO, 2015, p. 22).

No entanto, ao se consolidar como fonte de informação, notícia e conhecimento, o jornalismo acaba por se envolver em uma “(...) batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes” (ROSSI, 2009, p. 7). Essa batalha pela atenção do público pode ser disputada por governos, partidos políticos, países, organizações sociais, entre veículos de comunicação e assim por diante. E, a principal “arma” utilizada, mesmo que aparentemente inofensiva, é a linguagem (ROSSI, 2009).

Esteves (apud COELHO, 2015) determina quatro padrões sobre os quais se baseia o jornalismo: independência, neutralidade, objetividade e profissionalismo. Esses são padrões norte-americanos. Baseiam-se na premissa de que a imprensa deve possuir uma posição neutra e publicar todos os fatos ocorridos, fazendo com que o leitor tire suas próprias conclusões (ROSSI, 2009).

Embora essas sejam características de um jornalismo ideal, não há como produzir uma reportagem com 100% de neutralidade e objetividade. Como afirma Rossi (2009), os jornalistas são pessoas que possuem uma formação cultural própria, crenças e opiniões únicas. É muito difícil exigir que se anule toda essa carga pessoal para produzir alguma notícia de caráter absolutamente imparcial sobre determinado

assunto. O autor ainda dá o exemplo de que é possível ser objetivo, mas em casos esporádicos, como em uma narração de acidente de trânsito, no qual são só apresentados os fatos ocorridos. Para os demais âmbitos, é impossível atingir a objetividade total, afinal, os jornalistas são seres pensantes e anular as suas convicções e pensamentos é anular a si mesmo, é trabalhar como um robô que não tem voz própria. Em virtude disso, muitos jornalistas e veículos de comunicação acabam sendo julgados como influenciadores, quando expressam a sua opinião. Mas cabe ao público a análise. O livre arbítrio ainda é um direito existente na nossa sociedade, portanto, é possível escolher e determinar o que é melhor para si próprio.

Todavia, conforme coloca Rossi (2009), a imprensa não informa somente fatos ocorridos no passado, mas também discussões, debates e análises do que está acontecendo no presente. E, para cada matéria ou reportagem produzida, existe uma rotina a ser seguida. Primeiro, o que delimita o que será publicado é a pauta, a qual é uma orientação para o trabalho dos repórteres, indica qual tema deverá ser abordado e como a reportagem deve ser estruturada, muitas vezes tornando as publicações ou transmissões do veículo, padronizadas.

Outro passo importante que deve ser seguido pelo jornalista é a coleta de informações, que deve ser a mais correta e precisa possível, já que qualquer declaração pode comprometer tanto quem a faz quanto quem a publica. Por isso, ao acrescentar as declarações na reportagem, é preciso ter o cuidado para não ocorrer “um desvio da ênfase noticiosa da informação” (ROSSI, 2009, p. 49), a fim de não prejudicar a fonte e construir um quadro informativo que explique ao leitor, da maneira mais fácil, o que está ocorrendo.

Para isso, quando o jornalista escreve ou roteiriza a notícia, deve seguir uma norma básica: “(...) toda reportagem deve responder a seis perguntas fundamentais: quem, quando, onde, como, por quê, o quê” (ROSSI, 2009, p. 25). Essas perguntas são denominadas de *lead*, e são respondidas, de preferência, no início da matéria, ou seja, o *lead* é a abertura da reportagem, entregando um resumo dos fatos logo no início das notícias.

De acordo com Bahia (1971), o *lead* pode não ser mais o fator principal para se redigir uma matéria. O autor comenta que é importante desenvolver uma sustentação de interesse do leitor pelo conteúdo, com lógica, consideração e sem enfeites, para que a pessoa tenha uma boa experiência ao ler a notícia. E não simplesmente ler o primeiro parágrafo, o qual já possui todas as informações principais.

Nessa era da cibercultura (ver capítulo 2), a agilidade é a principal demanda do público. Dessa forma, a atividade jornalística é orientada pela pressão do tempo e, uma das maneiras mais rápidas e práticas de publicar uma informação, é seguindo as perguntas do *lead*. Porém, é possível afirmar que, com o advento da tecnologia e o surgimento de diversos meios e ferramentas que facilitam o trabalho jornalístico, houve uma evolução na profissão. Além de gerar mais oportunidades de emprego, devido à demanda de notícias estar muito maior com essa facilidade tecnológica, o jornalista ganhou mais destaque, por ter em suas mãos o poder de despertar o interesse do público, criando novas formas de comunicar (SILVA, 2012).

Nessa perspectiva, um novo jornalismo vem se formando, o qual permite um aprofundamento maior das notícias, trazendo mais detalhes, se especializando em temas específicos e atingindo um grupo segmentado de pessoas.

3.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Destacando ainda a questão do avanço da tecnologia e o consumismo aflorado pelo sistema político e econômico, novos grupos de consumidores foram surgindo. Esses, sendo cada vez mais exigentes por dispor de mais informações, acabaram por criar uma demanda de conteúdos diferentes, especializados em determinados temas, para satisfazer as curiosidades e interesses sobre assuntos específicos (SANTOS, 2012).

Já a partir dos anos 1960, o jornalismo começou a incorporar outros assuntos e a explorar novos gêneros de texto, surgindo assim as editorias especializadas. Essas editorias, que dividiam o jornal em diversas partes, poderiam abordar temas como esporte, economia, lazer, vida social, cultura, crítica literária, notícias do âmbito policial, regional, nacional, internacional e muitas outras (SILVA, 2012).

Fontcuberta (apud SANTOS, 2012) traz a definição de que o tema é a principal fonte de existência do jornalismo especializado, no qual a produção, a linguagem e a recepção devem ser diferenciados, ou seja, deve-se produzir um conteúdo diferente daquele apresentado pelo jornalismo generalista, pois o público que se quer atingir é apenas uma parcela da população, aquela que está interessada em determinado assunto. Dessa forma, a linguagem utilizada também deve estar de acordo com o público-alvo. Por exemplo, se a editoria fala sobre esporte, o discurso usado será de acordo com o público consumidor de esporte, que poderá/deverá ser diferente do

público que se interessa por economia, que poderá/deverá ser diferente do público adolescente (TAVARES, 2007).

Ainda de acordo com Tavares (2009), que cita Fontcuberta, a especialização jornalística deve ser pensada como uma maneira diferente de se fazer jornalismo. Não se trata apenas de conteúdo e público específicos, mas de considerar um cenário em que tecnologias, capitalismo e diversos suportes midiáticos constituem um amálgama para uma produção jornalística diferenciada, especialmente no que diz respeito ao que é noticiado e à linguagem (SANTOS, 2012, p. 201).

Apesar de ser um jornalismo especializado, o mesmo não pode perder seu caráter fundamental. Ele ainda deve apresentar as características estruturais do jornalismo, em geral: universalidade, periodicidade, difusão e atualidade, além da investigação, interpretação e precisão dos fatos (SANTOS, 2012). Porém, tudo isso focando em um tema específico, buscando intermediar saberes especializados para aquela parcela da sociedade, construindo um discurso noticioso ou informacional que promova conhecimento e compreensão do tema.

A autora traz uma percepção interessante sobre os jornalistas de editorias especializadas. Para ela, nas redações, existem dois tipos de jornalistas: o jornalista especializado e o especialista jornalista, ou seja, o primeiro se especializa em determinada editoria e o outro é o especialista que se torna jornalista. De acordo com Santos (2012), é muito melhor para os veículos de comunicação que o jornalista se especialize, isso porque, além das questões econômicas, o jornalista já possuirá a técnica e conhecerá a ética de trabalho. Além do mais, ser um jornalista especializado é ter um conhecimento aprofundado sobre determinado tema, tornando-se um fator que o diferencia do jornalista generalista. Essa diferença é perceptível, principalmente, no texto redigido, ou no roteiro gerado, já que imergir sempre em uma mesma temática resulta em um discurso com maior profundidade.

Um dos tradicionais meios que produzem jornalismo especializado, segundo Tavares (2007), é a revista. Tendo em vista que esse meio, desde a sua criação, oferece conteúdos da contemporaneidade. De acordo com Scalzo (2004, p. 13), “[...] as revistas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura”. Mas não se pode dizer que apenas as revistas fazem um jornalismo especializado; existem rádios dedicadas a apenas um gênero musical, ou programas de televisão

que acabam adotando um tema específico. Todavia, a revista foi um dos primeiros meios de comunicação a se especializar.

3.2.1 Jornalismo de Revista

Benetti (2013) caracteriza o jornalismo de revista, em sua essência, como “complexo, diversificado e especializado” (BENETTI, 2013, p. 54), o qual se fortalece em suas produções de percepção do mundo, de si próprio e do outro. Assim como Scalzo (2004, p. 11) também afirma que revista é uma “mistura de jornalismo e entretenimento”, que serve como meio de comunicação, do mesmo modo que pode ser um produto, um negócio, uma marca, um objeto e até um conjunto de serviços.

Antes de prosseguir em sua definição, é interessante destacar que a primeira revista de que se tem notícia foi publicada no século XVII, mas que, na verdade, se parecia muito com um livro. Apenas foi considerada como revista por ser dirigida para um público específico e possuir vários artigos, aprofundando um determinado assunto, “mais que jornais, menos que livros” (SCALZO, 2004, p. 19). No século XIX, as revistas ganharam mais destaque por se tornarem um modo de educação da população, já que aprofundavam e detalhavam mais os assuntos do que os jornais. Dessa forma, elas se tornaram um complemento educativo, por possuir uma relação direta com a cultura e a ciência (SCALZO, 2004). Hoje, ainda segundo Scalzo (2004), as revistas continuam sendo consideradas um complemento da educação, mas também atuam como um veículo de entretenimento.

Tavares (2007) destaca que nesse universo das revistas, em que as mesmas possuem uma periodicidade variada, sendo semanal, quinzenal ou mensal, por exemplo, há uma forma específica de linguagem, a qual se adapta conforme o meio em que se encontra, ou quem se deseja atingir. Dessa forma, elas transmitem a realidade com sensibilidade e a partir de um determinado ponto de vista que seja próximo ao do público. Ainda mais se as revistas são especializadas em um tema, como por exemplo as revistas femininas, em que as notícias encontradas são diferentes daquelas diárias, lidas em jornais impressos, televisivos ou radiofônicos e até na Internet.

Benetti (2013) complementa as observações de Tavares ao dizer que, além de um discurso diferente dos demais veículos, as revistas proporcionam o conhecimento da experiência. Ou seja, “(...) indicam modos de vivenciar o presente: pelo estímulo à

experimentação, pela identificação com a experiência de outro, pelo conhecimento sobre o que cerca a experiência. O acontecimento é parte da experiência humana” (BENETTI, 2013, p. 47), ajudando o ser humano a entender a si mesmo pelas experiências dos outros.

Outro ponto apresentado pela autora fala sobre o vínculo emocional que o leitor acaba adquirindo com uma revista: o sujeito acaba sentindo como se aquela fosse a “sua” revista, feita especialmente para ele e, ainda, se tornando parte da rotina como uma necessidade ou algo ritualizado.

O que verdadeiramente pode julgar se alguma coisa é ou não real é o poder dessa coisa de nos suscitar uma reação emocional, e isso é ontologia emocional. *Quanto mais forte for a reação experimentada, mais “real” será considerado o objeto ou o evento que o produziu.* Ao mesmo tempo, quanto mais intensa for nossa reação, mais “reais” – ou mais verdadeiros – nos sentiremos naquele momento (CAMPBELL apud BENETTI, 2013, p. 48, grifos da autora).

E é nesse sentido que as revistas publicam mais informações pessoais, aquelas que verdadeiramente podem ajudar no cotidiano. Ao invés das informações clássicas, ou como Tavares (2007) classificou, as notícias da última hora. No entanto, é comum encontrar repetição de um mesmo tema em diversas reportagens, o que não significa que esteja-se falando sobre um mesmo viés e direcionando-o para o mesmo público.

Os temas de longa duração constituem a base do jornalismo de revista, fazendo com que ele seja durável e colecionável. Os temas de longa duração sobrevivem aos interesses circunstanciais, são debatidos e repassados para outros leitores, mas não se pode esquecer que o jornalismo trabalha com a atualidade. As revistas precisam encontrar sempre um fato “novo” para que possam abordar um tema já tão conhecido (BENETTI, 2013, p. 57).

Scalzo (2004) complementa ainda que é necessário diversificar a exploração de novas visões sobre um mesmo tema. Assim é possível focar no que o leitor realmente quer saber e entender. “Revista tem foco no leitor - conhece seu rosto, fala com ele diretamente. Trata-o por “você” (SCALZO, 2004, p. 15).

A revista, por si só, já é considerada um veículo de jornalismo especializado, mas ela ainda pode se segmentar em diversos temas. Os mais comuns são os gêneros, feminino ou masculino; podem se dividir por idade, como infantil,

adolescente, vida adulta; por cidade ou região; ou então pode ser uma revista só de cinema, ciência, esportes ou música (SCALZO, 2004).

Essa segmentação define bem o que é a revista especializada, o que acaba alterando um pouco a característica de opinião pública. Afinal, ela é direcionada para um público previamente específico e não para a sociedade no geral, dividindo-a assim, em diversos grupos sociais distintos (TAVARES, 2007).

3.2.2 Jornalismo musical

Dentre todas as possíveis editorias especializadas, a cultura certamente é a que mais possui diferentes segmentos. Assis (2008) afirma que o indivíduo tem a necessidade de saber o que ocorre pelo mundo para construir vínculos com grupos e comunidades, mas que esse saber não se resume a notícias apenas de política, economia, saúde, polícia e outras pautas mais procuradas pelo mercado da comunicação. Ele também destaca que as pessoas, igualmente, precisam de informações sobre artes, espetáculos, cinema, livros, música e outros tantos assuntos que podem ser consumidos, principalmente em momentos de descanso e lazer.

A música é um dos ramos culturais que podem ser abordados pelo jornalismo especializado e ainda, ganhar revistas dedicadas ao conteúdo. Nunes (2011) destaca que o jornalismo musical foi aquele que consolidou a música popular na hierarquia da produção cultural, trabalhando junto com artistas e grupos de audiência. A partir disso, houve a consolidação de ideologias e movimentos estéticos que ocorreram por causa do jornalismo musical, como foi o caso da contracultura¹² nos anos 1960, em que

¹² A contracultura pode ser definida como um movimento que vai de encontro ao momento político vivido por uma sociedade. Principalmente se esse regime político for autoritário ou ditatorial, o que causa uma comoção e até “rebeldia” por parte dos jovens, em especial, vendo na música uma forma de protestar contra a censura, prisão e exílio. Em meados dos anos 1960 ocorria a Guerra Fria, período histórico de disputas estratégicas e conflitos indiretos entre os Estados Unidos e a União Soviética; e a Guerra do Vietnã, que indiretamente também foi um conflito entre a União Soviética e os Estados Unidos. Em uma tentativa de reivindicar a paz, movimentos contraculturais surgiram como forma de protesto, como é o caso dos hippies. FLÉCHET, Anaís. **Por uma História Transnacional dos Festivais de Música Popular: Música, Contracultura e Transferências Culturais nas Décadas de 1960 e 1970.** Revista Patrimônio e Memória - UNESP, v.7, n.1, p. 257-271, jun. 2011. Disponível em: <<http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/205>> Acesso em: 23 set. 2019.

surgiu o movimento hippie¹³ e a revolução punk¹⁴ no final da década de 1970. Isso porque o jornalismo musical compartilha conteúdos e informações com os quais determinados grupos se identificam, acabando por encorajá-los a manifestar seus ideais sociais.

Devido à segmentação do público pelo jornalismo musical, ele geralmente é trabalhado em publicações especializadas. Shuker (apud JANOTTI JUNIOR e NOGUEIRA, 2010) classifica essas publicações em: revistas dedicadas à área musical; jornais voltados para os negócios relacionados à atividade musical; publicações semanais ou mensais voltadas para a música popular ou gêneros específicos. No entanto, nesta era da cibercultura (ver subcapítulo 2.1), não se pode deixar de lado as mídias digitais, em que, a cada dia, têm-se ganhado mais adeptos. Na Internet é possível encontrar diversos blogs, páginas em redes sociais que praticam o jornalismo musical, como também plataformas (sites) de consumo musical e até programas de televisão e rádio segmentados, voltados à música.

Uma das características utilizadas pelo jornalista musical, ao exercer a sua função, é adotar a técnica do *gatekeeping*, que é o processo em que as ideias e a informação são filtrados antes de serem publicados em qualquer veículo de comunicação (NUNES, 2011). Partindo disso, é possível perceber que a função do jornalista de música é pesquisar e selecionar o que merece ser publicado para o seu público, fazendo com que as reportagens voltadas à área musical tenham, muitas vezes, um viés crítico. Afinal, dentre as opções de reportagem, a mais comum encontrada no meio musical é o lançamento de novas músicas de um artista ou banda.

¹³ *Hippie* é um movimento contracultural que atua contra os valores da cultura judaico-cristã ocidental e contra os valores da sociedade norte-americana, principalmente nas questões de trabalho, família monogâmica, respeito à autoridade e submissão às regras da religião. O pensamento *hippie* é voltado para um viver ocioso, próximo à natureza, com livres relações afetivas e está sempre voltado à busca transcendental do eu interior. CARVALHO, Salo de. **Das Subculturas Desviantes ao Tribalismo Urbano: itinerários da Criminologia Cultural através do Movimento Punk**. In: LINCK, José Antônio Gerzson; MAYORA, Marcelo; PINTO NETO, Moysés; CARVALHO, Salo de (orgs.). Criminologia Cultural e Rock. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011. Disponível em: <https://www.academia.edu/2943152/Criminologia_Cultural_e_Rock_texto_integral_>

Acesso em: 23 set. 2019.

¹⁴ A revolução punk ocorre tanto no caráter estético, ou seja, no âmbito artístico, musical e visual, em que o objetivo é contrariar as condições impostas pela Indústria Cultural, fazendo um som com características amadoras ao invés de profissional; como também no caráter ideológico, em que as ideias vão de encontro aos valores do consumo e dos sistemas burocráticos que sustentam o poder político, social e cultural. CARVALHO, Salo de. **Das Subculturas Desviantes ao Tribalismo Urbano: itinerários da Criminologia Cultural através do Movimento Punk**. In: LINCK, José Antônio Gerzson; MAYORA, Marcelo; PINTO NETO, Moysés; CARVALHO, Salo de (orgs.). Criminologia Cultural e Rock. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011. Disponível em: <https://www.academia.edu/2943152/Criminologia_Cultural_e_Rock_texto_integral_>

Acesso em: 23 set. 2019.

E isso pode acarretar uma certa influência por parte do jornalista em relação ao gosto musical de seus leitores, já que o jornalista também tem seus gostos e preferências, além de ser especializado no assunto (JANOTTI JUNIOR e NOGUEIRA, 2010).

Alguns estudiosos da crítica pop-rock¹⁵ atribuem ao jornalista de música, sobretudo na sua vertente de crítico, um papel de *gatekeeper* do gosto ao seleccionar os artistas sobre os quais deve escrever e contribuir assim para a formação do gosto do consumidor e para a criação de uma comunidade selectiva de ouvintes, eles próprios tornados “*opinion-makers*”¹⁶ pela fruição de determinados géneros e estilos musicais propostos pelo crítico (NUNES, 2011, p. 6).

Como em qualquer outra área cultural, a crítica realizada pela imprensa envolvendo a música, além de analisar as canções, a qualidade do som e a performance ao vivo das bandas, também está destinada à orientação do consumo. Com a crítica musical é possível indicar ao público qual música, banda e estilo estão no centro das atenções, assim como também mostrar os valores dos produtos culturais e os motivos pelos quais uma música deve ou não ser consumida. Porém, o consumo musical não é apenas uma prática econômica, mas sim um conjunto de práticas mais amplas, envolvendo a busca por prestígio social através de trocas simbólicas (JANOTTI JUNIOR e NOGUEIRA, 2010). Ou seja, por meio da música as pessoas podem compartilhar seus gostos e opiniões, se identificando com uns, se diferenciando de outros, mas o mais importante, criando relações sociais.

A Internet pode possibilitar uma interação ainda mais direta, proporcionando essa troca de opiniões entre o próprio artista e o público. Pode-se pensar que isso poderia ocasionar o fim do jornalismo especializado e da crítica musical, já que não seria mais necessário um mediador de informações entre o músico e o seu fã. Os autores Janotti Junior e Nogueira (2010) não concordam com esse posicionamento.

Existe, portanto, um consumo da própria crítica como produto, não tanto para orientar o que deve ou não ser ouvido, mas para promover um pós-consumo de produtos culturais. Um complemento a experiência de ouvir, valorizando tanto o produto, como também a opinião que é dada sobre ele. Essa relação subverte o agendamento clássico (MCCOMBS & SHAW, 1972), já que pode partir de uma necessidade do público (JANOTTI JUNIOR e NOGUEIRA, 2010, p. 5).

¹⁵ Ver subcapítulo 4.2.

¹⁶ Tradução da pesquisadora: formadores de opiniões.

A partir da necessidade do público em consumir a própria crítica, revistas como a *Rolling Stone* e a *Billboard*, ambas revistas musicais norte-americanas, ainda estão em pleno funcionamento e hoje, também no meio digital. Mas não só os Estados Unidos possuem revistas segmentadas na área da música. A *Rolling Stone* está presente em diversos países do mundo, inclusive o Brasil. Nessa linha, uma das revistas mais especializadas no tema, especificamente em um só gênero musical (ver subcapítulo 4.1), é a revista britânica *Kerrang!*.

3.3 REVISTA *KERRANG!*

Criada em 1981, a *Kerrang!*, no início de sua circulação, era um complemento da revista britânica *Sounds*¹⁷, voltada especialmente para o gênero *heavy metal*, sendo lançada apenas uma vez por mês. Mas, logo sua popularidade aumentou, tornando-a uma revista independente, com tiragens semanais. “*It has been the only weekly magazine for British metal fans ever since, and as such it has held great importance to fans of the genre. Today it also caters for fans of punk and hard rock*”¹⁸ (HILL, 2010, p. 79). Brown (2007) a caracteriza como uma “*magazine-style*”, ou seja, uma revista focada naqueles gêneros musicais e “*market leader and champion of Nu-metal, Emo and Gothic-pop crossover styles, such as Slipknot, Linkin Park, Limp Bizkit, and female-fronted, Evanescence and Lacuna Coil*”¹⁹ (BROWN, 2007, p. 644-645).

Brown (2007) ainda explica que o nome da revista *Kerrang!* é proveniente do som que um acorde de força²⁰ de uma guitarra elétrica e distorcida faz ao ser tocado em alto volume. Robert Walser (apud BROWN, 2007) esclarece que esse som é a base musical do *heavy metal*, sendo uma metáfora bem adequada para o nome da revista. A partir disso e das suas publicações, pode-se concluir que a revista possui um “senso de juventude” ao traduzir em sua estética e estratégia textual, a energia

¹⁷ Revista semanal sobre música pop e rock. Lançada em 1970, teve sua última publicação em abril de 1991. Disponível em: <<https://www.rocksbackpages.com/Library/Publication/sounds>> Acesso em: 14 set. 2019.

¹⁸ Tradução da pesquisadora: “É a única revista semanal para os fãs de metal britânico de todos os tempos e, como tal, tem tido grande importância para os fãs do gênero. Hoje também atende fãs de punk e hard rock”.

¹⁹ Tradução da pesquisadora: “líder de mercado e campeã da mistura dos estilos Nu-metal, Emo e Pop Gótico, como as bandas Slipknot, Linkin Park, Limp Bizkit, e as bandas lideradas por mulheres, Evanescence e Lacuna Coil”.

²⁰ Acorde de força, ou *power chord*, é um acorde poderoso que transmite uma sensação de peso. Um acorde de força é formado por apenas duas notas (a tônica e a quarta nota), diferente dos demais estilos de acordes que são feitos por três notas (tríade). Disponível em: <<https://musicclan.com.br/blog/saiba-tudo-sobre-power-chords/>> Acesso em: 14 set. 2019.

dos jovens, o volume das músicas, as multidões e performances dos artistas. Sem falar que expõe aos seus leitores o estilo de vida que os músicos de *heavy metal* levam (BROWN, 2007).

Mesmo sendo a revista britânica mais antiga desse segmento, a *Kerrang!* não é nada tradicional. Desde o seu início, ela passou por diversas transformações editoriais e reposicionamentos, com o objetivo de mostrar e representar a mais recente e melhor banda do cenário do metal²¹, além de chamar e manter uma audiência por justamente falar sobre o que há de novo no mercado. Segundo Paul Rees (apud BROWN, 2007), editor da revista entre os anos 2000 e 2003, os leitores mais atraídos para a revista são aqueles que estão mais familiarizados com a mídia, ou seja, há uma tendência de os jovens estarem mais “ligados” em relação às novidades tecnológicas e é geralmente esse o público da revista.

Em virtude da necessidade de acompanhar a evolução tecnológica e do ciberespaço, a *Kerrang!* começou a ser pensada em termos de marca e não mais como apenas uma revista. Para se chegar ao público de formas diferentes, mudou-se um pouco o foco e começou-se, então, a vender um estilo de vida. Com os logos “*Life is Loud*”²² e “*Music with Attitude*”²³, junto com as cores amarelo e preto e fotografias marcantes das multidões que frequentam os shows de metal, a revista representa os jovens, se arriscando a colocar no mercado aquilo que não poderia ser vendido. Ou seja, um gênero e uma cultura que são vistos sob um olhar de estranheza, que é incomum, mas que agora estão tendo espaço e sendo representados por uma revista reconhecida mundialmente (BROWN, 2007; HILL, 2010).

De acordo com Brown (2007), um dos pontos positivos da *Kerrang!* e que acaba sendo uma característica do seu sucesso, é o fato de que quanto mais focada em um subgênero particular, mais leitores se tornarão adeptos da revista. Em suas edições, a revista possui diferentes editoriais, sendo divididas em notícias do mundo da música (mais especificamente do mundo do metal), estilo de vida dos músicos, críticas e opiniões sobre álbuns recém lançados, análises de shows, características de uma banda, relatórios dos estúdios de gravação, além da matéria de capa. Como é possível observar, a revista mantém um formato tradicional do meio, mas é a sua

²¹ Nesse contexto, “metal” está sendo usado para representar todos os subgêneros que provém do *heavy metal*, inclusive o punk e o hard rock. Além, é claro, do próprio *heavy metal* clássico.

²² Tradução da pesquisadora: “A Vida é Alta” (em termos de som).

²³ Tradução da pesquisadora: “Música com Atitude”.

abordagem e o uso de elementos característicos do gênero musical alvo que prendem a atenção do público.

No entanto, o que garantiu à *Kerrang!* boa parte do sucesso foi o fato dela ter se dividido em diversos outros formatos para atender o público em outras plataformas também. Além da revista impressa, existe a *Kerrang! Radio*, que pode ser ouvida pela estação 105.2 FM, no Reino Unido, ou no formato online²⁴, a qual toca as principais músicas das bandas trazidas pela revista, além de informar sobre novidades e shows; a *Kerrang! TV*, de propriedade da *The Box Plus Network*²⁵, em que se pode assistir os videoclipes das músicas favoritas do público; o canal no YouTube²⁶ que possui diversos quadros como entrevistas e brincadeiras com os artistas, incluindo shows exclusivos para a *Kerrang!*; além de possuir um site²⁷, em que se podem acessar diversos artigos e matérias produzidas e estar presente nas redes sociais Facebook²⁸, Instagram²⁹ e Twitter³⁰.

Ainda, a revista realiza a *The Kerrang! Awards*, que é uma premiação que destaca os melhores do ano no mundo do metal, entre performances ao vivo, produções de álbuns e artistas destaques. A premiação é feita em cerimônia televisionada (a deste ano de 2019 também pode ser conferida no canal do YouTube³¹), contando com artistas do meio para a apresentação e entrega dos prêmios (BROWN, 2007).

3.3.1 Estrutura da revista

Como dito anteriormente, a *Kerrang!* passou por diversas mudanças durante as suas quatro décadas de existência, mas algumas características ainda permanecem. O uso predominante das cores vermelho e preto é um exemplo, isso

²⁴ Disponível em: <<https://planetradio.co.uk/kerrang/player/>> Acesso em: 03 out. 2019.

²⁵ Empresa de televisão britânica voltada para o segmento da música. Pertence ao Bauer Group e à Channel Four Television Corporation. Disponível em: <<https://www.boxplus.com/careers/>> Acesso em: 14 set. 2019.

²⁶ Lançado em 2005, o YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, na qual é possível publicar e assistir vídeos online. BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a Revolução Digital**. São Paulo: Aleph, 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2mAsTaW>> Acesso em: 23 set. 2019. O canal está disponível em: <<https://www.youtube.com/user/KerrangPodcast>> Acesso em: 03 out. 2019.

²⁷ Disponível em: <<https://www.kerrang.com/>> Acesso em: 03 out. 2019.

²⁸ Página oficial da *Kerrang! Magazine* disponível em: <<https://www.facebook.com/kerrangmagazine/>> Acesso em: 03 out. 2019.

²⁹ *Kerrang! Magazine Official* disponível em: <https://www.instagram.com/kerrangmagazine_/> Acesso em: 03 out. 2019.

³⁰ *Kerrang! Magazine* disponível em: <<https://twitter.com/KerrangMagazine>> Acesso em: 03 out. 2019.

³¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dmkM5wkbeNw>> Acesso em: 03 out. 2019.

porque essas cores são intensas e representam o caos e a paixão que o *heavy metal* e suas vertentes despertam. A linguagem e a abordagem também seguem as primeiras edições da revista, que são voltadas principalmente para o público juvenil, apresentando gírias e jargões utilizados no cotidiano dos jovens em todo o mundo.

A *Kerrang!* é uma revista de periodicidade semanal, sendo lançada toda quarta-feira, no Reino Unido. Ela pode ser adquirida nas bancas do país pelo valor de £3,30 ou então *online*³², pelo valor de £4,48 e pode ser enviada para diversos países, inclusive o Brasil. A revista não disponibiliza versões digitais das publicações.

Cada edição possui, em média, de 60 a 70 páginas, contando a capa, a contracapa e os pôsteres de alguns artistas que são disponibilizados. É possível observar cerca de nove a dez anúncios publicitários, sendo a maioria relacionados a shows e turnês de bandas de metal, divulgação de aplicativos e acessórios da própria revista ou então, alertas de saúde, mais ligados a questões psicológicas.

Figura nº 1 Capa da edição nº 1.791, lançada em 21 set. 2019



Fonte: Downmagaz

³² Disponível em: <<https://kerrang.newsstand.co.uk/>> Acesso em: 04 out. 2019.

O primeiro item a ser considerado é a capa. Nela, sempre na parte superior central, encontra-se o nome da revista em caixa-alta e tipografia reta e compacta. Apresenta uma chamada principal, sendo referente à principal matéria da edição, e outras chamadas secundárias de alguns dos conteúdos presentes. Geralmente, essas chamadas são apenas os nomes das bandas presentes na matéria ou artigo. Uma dessas chamadas também é o anúncio referente ao artista ou banda que virou pôster da publicação. As capas são acompanhadas de imagens da banda sobre quem é a matéria principal, podendo ser de apenas um integrante, ou dois, ou da banda completa e até mesmo pode conter diferentes integrantes de várias bandas.

A próxima parte é o editorial, levando o nome *Welcome*³³, que contém um pequeno texto sobre a matéria de capa e a assinatura do editor, seguida de uma foto do mesmo e do objeto da reportagem principal. Encontra-se também, nesta página, o sumário, sendo que cada seção leva uma imagem da página com o número na qual se encontra.

Figura nº 2 Editorial da revista



Fonte: Downmagaz

³³ Tradução da pesquisadora: Bem-vindo.

Em seguida, começa as editorias da revista. A primeira é a *Up Close*³⁴, ocupando duas páginas contínuas, formada por um texto rápido e descontraído de apenas um parágrafo sobre alguma curiosidade do mundo do metal. A editoria traz uma imagem que ocupa o tamanho das duas páginas, geralmente da banda em questão em uma apresentação ao vivo.

Figura nº 3 Editoria *Up Close*

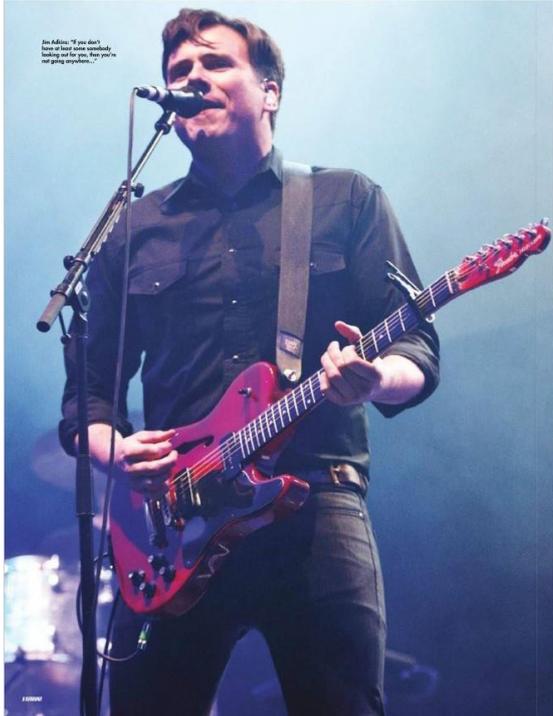


Fonte: Downmagaz

Na sequência é apresentada a próxima editoria: *The Big Story*³⁵. Ocupando três páginas, essa seção apresenta, regularmente, alguma história de superação de algum artista ou banda, podendo ser por questões de saúde, ou que voltaram a fazer sucesso compondo músicas e promovendo novas apresentações. O texto contém uma pequena introdução sobre o tema e é seguido por uma entrevista. A primeira página da seção é dedicada a uma foto do artista e outra imagem menor é encontrada na terceira página, finalizando a matéria.

³⁴ Tradução da pesquisadora: De perto.

³⁵ Tradução da pesquisadora: A Grande História.

Figura nº 4 Editoria *The Big Story*


THE BIG STORY

BUT TO SURVIVE...

As Arizona's finest, **JIMMY EAT WORLD**, reach double figures in their unrivaled discography, frontman **JIM ADKINS** takes Kerrang! inside the band's momentous forthcoming 10th album, **SURVIVING...**

Jim Adkins pours himself a sizeable, thick glass of black coffee to wash down his scrambled eggs and toast, and settles in for a long and often-heavy conversation. It's 10am in the upper-deck lounge of the K West Hotel in London on a gloomy Monday morning as the last vestiges of summer grasp for breath outside while exhaustion does its best to overpower the best laid plans – a combination of a flight from his native Phoenix, and going straight to Glastonbury festival where his band Jimmy Eat World provided main support to You Me At Six just 24 hours prior.

For his ready-to-kill, A-list, and this is the first time he'll be doing so with anyone anywhere about the evergreen quartet's new album, *Surviving* (due out on October 18 via The Orchard/ECW). You can't help but see the frontman excitedly rattles through the inspirations, meanings and the secrets behind the latest collection of songs he and the band have poured every ounce of their everything into. It turns out there's a lot to learn, as Jim gets into the core of the record's politics, its themes of hope and hopelessness, the underlying insecurities that inform its outlook and everything from high-concept philosophy to saxophone solos. The black coffee is very much required for this one...

No doubt you'd argue that every album is important, but *Surviving* feels like it might be a particularly pivotal record for Jimmy Eat World. Is that how you feel about it?

"After our year off before making 2016's album *Integrity Blues*, we got together and we asked ourselves, 'Why are we doing this?' I think where you're younger it's automatic. You don't really question why you're doing something. 'Oh, hey, I feel something – agh! Let's go, here's a song, here's an album!' You're just moving on youth and energy. But as you get older, you start asking yourselves why. And you better have an answer to that question. Because at this point, if you're just doing it because you're just doing it, then you're in trouble."

Is what way?

"Well, there are real things going on with each of us in our personal lives. And we have so much other material. So if we don't feel like what we come up with stands up to the best of our entire catalogue so far, then we need to keep working. So you've got to find that thing that's important and use that as something you elaborate on to develop into an album's worth of material."

What if you struggle to find an answer to the question of why?

"It's sort of why. I think that when you're starting out, when there's no material, you've just got out a record and you're tired of it, and now you want to try writing again, when you're looking at a blank page, you can't self-censor. Your hook, your theme, and the main thing you want to communicate might not be at the forefront of your mind. So, it's really important just to write. And even if it sucks, you have to complete what you're writing just to clear your head. You just go and you have to let that be. And no matter where you look, you're going to find yourself. As long as you're looking you'll start seeing a pattern emerge. And that usually happens in bursts of three or four songs that sort of feel like they're pointing toward the direction. And then you start asking yourself more questions about that direction. That gives you the why."

It feels like you went pretty deep on a lot of the songs on *Surviving*. Was that a tough thing to do?

"Well, *Integrity Blues* was a new way of looking at things, this is kind of like the 300-level course of looking at things within yourself. This is like a super intense inner deep dive. I think you always have to do that, though. You're always wanted to do things that might seem like a struggle, or things might be uncomfortable, but you don't have to do the entirety of it at once. There are just little pieces of it that you nibble at. And you don't die (laughs). You learn something, and then you develop a kind of internal reward system to keep going. And somehow you get to the end of it."

"THIS IS LIKE A SUPER INTENSE, INNER DEEP DIVE."

JIM ADKINS

PHOTO: JIMMY EAT WORLD / ANDREW HAYES

Fonte: Downmagaz

A próxima seção é a *Talking Loud*³⁶. Ocupando uma página, essa editoria é dedicada aos artistas, para que expressem suas opiniões. O texto é escrito em primeira pessoa e entre aspas, indicando a fala do músico. Em cada edição é selecionada uma pessoa do meio para comentar sobre determinado assunto. Esses assuntos são, principalmente, questões sociais vividas no meio da música, como por exemplo a saúde mental que já tirou a vida de diversos artistas, questões de gênero, dificuldades de quem está começando a carreira e muitos outros. Na página há também uma imagem do músico que está comentando.

³⁶ Tradução da pesquisadora: Falando alto.

Figura nº 5 Página da editoria *Talking Loud*

TALKING LOUD
STEREOTYPING ANY GENDER IDENTITY MUST STOP

No matter how you identify, there is too much pressure from society to try to live up to gender stereotypes, says **DOLL SKIN'S SYDNEY DOLEZAL**

"Growing up in this century as a young female is a statement in itself. There are so many things that seek to influence us, and for me trying to grow into the woman I want to ultimately become, I feel like I'm in this constant battle between what I want to be and who I feel I should be. I go back and forth between either feeling like my femininity is something I want, or like it's something I need.

I talk about this with my younger sibling a lot: they are non-binary, and they love their femininity, but at the same time feel detached from it; they feel like their femininity is forced, but also that in order to be non-binary they can't act feminine. Young men and non-binary youth, as well as women, are being taught to act a certain way with regards to gender, and that's something that doesn't sit right with me.

"If you identify as a female, I feel like there's this societal guideline that exists that you need to follow to pass as a woman. I was born female and identify that way, so it should come naturally to me to be a woman", but I don't always understand what's expected of me in that sense. I don't like having make-up or wearing feminine clothes all the time, but what I see on social media is that you need to do that in order to be female.

"These expectations are an accumulation of historical attitudes, and it's definitely the case that there's a lot of misogyny permeating our social climate in 2019. It's the same for men and how they supposedly need to act masculine in order to live up to being male. We see in old movies how a woman's place used to be in the kitchen doing the cooking and cleaning, and while we may look back on that and laugh, those attitudes still exist, just in a different way.

"If you're struggling with your identity and figuring out who you need to be, it's important to know that there are people out there who understand what you're going through. The music scene is generally very supportive, and it's always good to talk your issues through with someone. Paying attention to when your anxieties are coming from will help you to understand your feelings and, ultimately, the steps you can take to address them."

"THESE GENDER EXPECTATIONS ARE AN ACCUMULATION OF HISTORICAL ATTITUDES..."

DOLL SKIN'S LATEST ALBUM IS BEAR AND HE GIVES HER TO GET NOW VIA HOPELESS RECORDS

Fonte: Downmagaz

Ocupando dois terços de uma página, a seção *Instant Expert*³⁷ oferece seis fatos interessantes sobre alguma banda que está em destaque no momento, seja mundialmente ou no Reino Unido. Os fatos são dispostos em itens, lado a lado, acompanhados por uma imagem da banda em questão. No restante da página, é apresentada uma *comic strip*³⁸, de autoria do artista Ray Zell, que tem como personagem principal a Pandora, uma garota forte e sensível, com um estilo alternativo, característico de quem escuta *heavy metal* (ver subcapítulo 4.2) com cabelos vermelhos, piercings e tatuagem. As histórias são relacionadas ao mundo do metal, envolvem situações que aconteceram em formato de sátira. Em algumas *comic strips* aparecem alguns músicos e bandas participando da história, assim como os amigos da Pandora.

³⁷ Tradução da pesquisadora: Especialista instantâneo.

³⁸ Ou tirinhas cômicas. Essa expressão é importada dos Estados Unidos nas primeiras décadas do século XX junto com as produções em quadrinhos que vinham de lá. As *comic strips* são histórias em quadrinhos curtas, marcadas por um desfecho inesperado, tal qual uma piada. RAMOS, Paulo. **Tira ou tirinha? Um gênero com nome relativamente instável**. Estudos Linguísticos, v. 42, n. 3, p. 1281-1291. São Paulo, set-dez 2013. Disponível em: <<https://revistadogel.emnuvens.com.br/estudos-linguisticos/article/view/931/517>> Acesso em: 05 out. 2019.

Figura nº 6 Seção *Instant Expert* com a *comic strip* da Pandora

Fonte: Downmagaz

Na sequência da *Kerrang!* encontra-se a editoria *Access All Areas*³⁹, de duas páginas, em que são mostradas por meio de algumas fotografias e um breve texto, como é, ou foi, o processo de criação, gravação e edição de um álbum de alguma banda selecionada. Em seguida, tem-se a editoria *New Noise*⁴⁰, também disposta em duas páginas. A primeira página da editoria contém uma matéria com uma banda que seja iniciante, abordando as músicas produzidas pelo grupo, dando características e o motivo de ser importante para a renovação do cenário musical do metal. Na segunda página se encontra a seção *Now Hear This*⁴¹, em que alguém, seja integrante da revista, de alguma gravadora ou músico, apresenta dicas sobre quais músicas novas ouvir naquele momento. Ao lado, há a *Kerrang! Rock Chart*⁴², em que são apresentadas as músicas mais ouvidas da semana.

³⁹ Tradução da pesquisadora: Acesso em todas as áreas.

⁴⁰ Tradução da pesquisadora: Barulho novo.

⁴¹ Tradução da pesquisadora: Agora ouça isso.

⁴² Tradução da pesquisadora: Lista do Rock da Kerrang!

Figura nº 7 Access All Areas ocupa duas páginas da revista



Fonte: Downmagaz

Figura nº 8 Seção New Noise que informa bandas e músicas novas



Fonte: Downmagaz

A próxima editoria é a *Life is Heavy*⁴³, que aborda as seções nascimento, escola, rock e morte (*Birth. School. Rock. Death.*), que são os nomes fixos das matérias, em que algum artista é selecionado para explicar como superar ou ensinar algo relacionado às seções, a partir de músicas que eles mesmos usaram para isso. Basicamente, é uma lista das principais músicas ouvidas pelo artista em determinado momento. Essa editoria é composta por duas páginas e é acompanhada pela imagem do artista.

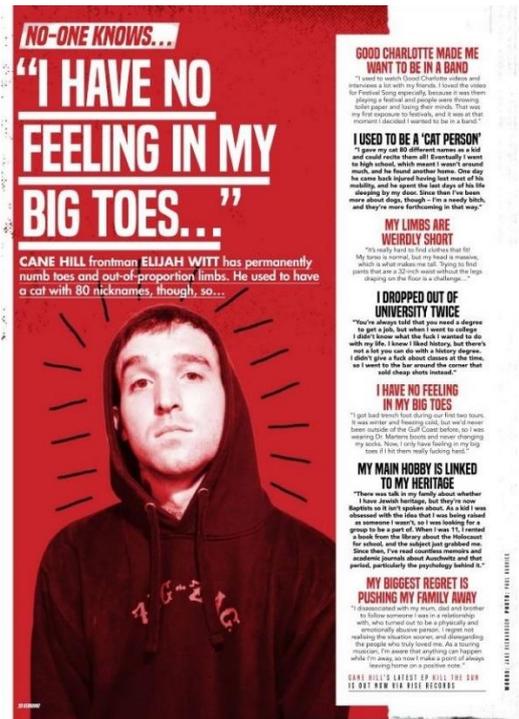
Figura nº 9 Seção *Life is heavy*

Fonte: Downmagaz

Em seguida, a editoria *No-One Knows...*⁴⁴ traz fatos curiosos que ninguém saberia sobre algum músico famoso. Esses fatos são apurados com o próprio artista em entrevista. Uma imagem da pessoa acompanha a matéria.

⁴³ Tradução da pesquisadora: A vida é pesada.

⁴⁴ Tradução da pesquisadora: Ninguém sabe.

Figura nº 10 A *No-one Knows* traz fatos curiosos sobre algum artista

Fonte: Downmagaz

A *Kerrang!* não trabalha só com músicas. A editoria seguinte, chamada *Cool Stuff*⁴⁵, com o título *Must HavEs*⁴⁶, apresenta roupas, acessórios, livros e discos em que os leitores possam investir. São itens relacionados com a cultura do *heavy metal* (ver capítulo 4.2) e com uma “pegada” mais jovem. As características e o valor acompanham cada objeto. Na sequência, encontra-se a editoria *Kommunity*⁴⁷, um espaço para os leitores mostrarem suas artes e fotos com os artistas favoritos.

⁴⁵ Tradução da pesquisadora: Coisas legais.

⁴⁶ Tradução da pesquisadora: Precisa ter. A letra “e” da palavra *have* é modificada pelo símbolo da libra esterlina, moeda do Reino Unido, significando que para se ter algum dos itens é preciso comprá-los.

⁴⁷ Tradução da pesquisadora: Comunidade. Na palavra original, trocou-se a letra “c” para a letra “k” em relação a nome da revista *Kerrang!* e para identificar os leitores da revista como parte da mesma.

Figura nº 11 As editorias *Cool Stuff* e *Kommunity* geralmente ficam em páginas próximas



Fonte: Downmagaz

Após, uma sequência de três a quatro matérias especiais são apresentadas, cada uma fazendo parte de uma editoria que pode variar dependendo a edição. No entanto, as que sempre estão presentes são: *Cover Story* e *The K! Interview*⁴⁸. A primeira é a matéria principal da revista, enquanto que a segunda é uma entrevista aprofundada com alguém do ramo do metal. Essas matérias especiais possuem entre três a oito páginas cada uma e, além do texto, há o uso de muitas imagens, principalmente dos artistas em destaque, das apresentações e do público que os assistem. Entre todas as reportagens especiais, somam-se, em média, 20 páginas de matéria, que formam a parte central da revista. Vale destacar que entre a matéria de capa e a entrevista especial, encontram-se de seis a dez páginas de pôsteres de bandas e artistas que os leitores podem utilizar para enfeitar suas paredes depois de feita a leitura da revista.

⁴⁸ Tradução da pesquisadora: História da Capa e Entrevista da K! (como é apelidada a revista).

Figura nº 12 Abre da matéria de capa



Fonte: Downmagaz

Figura nº 13 Entrevista da editoria The K! Interview



Fonte: Downmagaz

Já se encaminhando para o final da revista, encontra-se a editoria *Reviews*⁴⁹. Primeiro é feita uma análise e uma crítica de novos álbuns que estão sendo lançados e então, são avaliados entre quantidades de “K’s” (o mínimo é um, considerado ruim, e o máximo é cinco, considerado ótimo).

Figura nº 14 Editoria *Reviews*, a qual conta com críticas de novos discos e músicas



Fonte: Downmagaz

Na sequência, são feitas análises e críticas de apresentações ao vivo, se são ou não uma boa experiência, também avaliadas em quantidades de “K’s”, na seção *Lives*⁵⁰. Essa editoria ocupa em torno de oito páginas e é acompanhada de imagens dos álbuns lançados e dos shows.

⁴⁹ Tradução da pesquisadora: Análise e/ou crítica.

⁵⁰ Tradução da pesquisadora: Ao vivo.

Figura nº 15 A seção Lives que avalia apresentações ao vivo

LIVES
KERRANG! GUNNING FOR GLORY - JIMMY EAT WORLD - MILK TEETH - GUNNERSVILLE

GUNNING FOR GLORY

YOU ME AT SIX and friends take a trip down memory lane at new London gathering, GUNNERSVILLE...

How does it feel to do this 'concert series'?
Gunnerville is nevertheless outdoors, members standing in a park in West London, and has loads of bands on, and that's a festival. And a brand new one at that, which is an encouraging sign in 2019. That's especially true given that the last of the three days - which has also played host to headlining performances from indie heroes Doves and ska legends The Specials - is a celebration of rock music featuring a large British contingent.

First up, MILK TEETH (AKA) who, shorn of the backing singers they recruited for their Reading & Leeds sets, deliver a leaner, tighter and more satisfying set. Change is afoot, too, with Gold Kay drummer Jack Kenny replacing the departed Oli Hebrank. The only thing that seems missing when **BITE (AKA)** appear for their first show in two months - and last before they announce a departure of their own in October - is Langford-Bass - see Patty Wilmam - vocals. For all the singer's enthusiastic, Doves Hawk-like postulations, he's let down in the sound department. Thankfully, that's corrected in time for a beefed-up version of the Question. The Answer, which the singer describes as, "The heaviest song ever played at our festival." **THE ANSWER (AKA)** certainly aren't going to challenge that claim. The Answer encore are last bloomers, having only made their debut at Reading & Leeds this year, over a decade into their career, but they're far from jaded or bitter. In fact, they're pretty good, and the highlight of their relentlessly positive set comes when a young fan joins them for a rousing *Girls Do What They Want*.

For THE ANSWER (AKA), today is a sponsorship of a homecoming, with James Lock-Gilchrist being their recent tour of Australia and Asia had caused them to "lose their minds". The foreman has just had a really hard time to hang out with his mates in YMAA, but the band's enthusiasm to be on home soil is obvious - a feeling fortified by an impassioned performance of a monumental version of *Tigger*. Enjoying 'special guest' status on this bill, having been hand-picked by the headline,

GUNNERSVILLE
GUNNERSVILLE
21.07.2019

JIMMY EAT WORLD (KERRA) justify such reverence with a truly heroic set. While Jim Adkins and co lack in onstage banter, they make up for by ploughing through an immense library of classics. It's a love-in to loving it's difficult to pick a highlight, though a spine-tingling, industry 12 version of *Blood America* is up there, as is excellent new track *Criminal Energy*, and YMAA man, Chris Miller's cameo on guitar for *How You Made Me At Six (AKA)*, his headline slot is a vindication as much as it is a celebration. "So many people told us that You Me At Six wouldn't be on this stage in 2019," notes frontman Josh Franceschi. While he doesn't mean this stage, you get the point. In the band's 15-year career, some points have been more successful than others, but this 12-song set of men in it, whatever their creative fortunes have been.

"I never thought I'd be part of something as beautiful and profound as You Me At Six," says a steady-eyed Josh. Hearing their history in one chronological burst, where the fledgling fire of *The Consequence* featuring ex-Blackout frontman-turned-podcaster Sean Smith links up with the Royal Bloods of *Night People*, makes for a genuinely cohesive experience. That's because the spots might change, but the band's still with a tank hasn't, as most recent single *What It Is Like Inside*. With work on their seventh album starting soon, they're due a mighty return. Let's hope *Gunnerville* is too.

Who were you most excited to be playing with today?
With respect to everyone else on the bill, for us it's Jimmy Eat World. They're a band we grew up listening to, and the lead of band we put on when we're drunk on the bus and scream all the lyrics at each other. There are several bands on this bill that would be a treat if it wasn't for Jimmy Eat World, so to have them here with us today means so much.

What are the songs that proved most challenging to re-write?
The first live, where we had to revert back to being 17 years old and remember how to play them. I know that Dan [Fitz] is a great singer, but he's played a lot faster when he was younger. We were all being the f---, asking "Why did we write songs like *Kicking Feet*?"

Q&A
JOSH FRANCESCCHI
(KERRA)

How does it feel to do this 'concert series'?
It's a bonus celebration - an unexpected celebration. I think we first had the conversation about doing this in May. We've been doing a lot of festivals across the summer, so we wanted to give this one a more hospital feeling. Max [Franceschi] had the idea of doing the festival in music, so we decided to do it. This has been a mad summer for us, and one of the best we've had in terms of festivals, so this is an incredible way to finish things off.

Who were you most excited to be playing with today?
With respect to everyone else on the bill, for us it's Jimmy Eat World. They're a band we grew up listening to, and the lead of band we put on when we're drunk on the bus and scream all the lyrics at each other. There are several bands on this bill that would be a treat if it wasn't for Jimmy Eat World, so to have them here with us today means so much.

What are the songs that proved most challenging to re-write?
The first live, where we had to revert back to being 17 years old and remember how to play them. I know that Dan [Fitz] is a great singer, but he's played a lot faster when he was younger. We were all being the f---, asking "Why did we write songs like *Kicking Feet*?"

FACE IN THE CROWD

In this year being a band, three at Gunnerville's World, you've won a You Me At Six award. Could a picture of your band and your ticket to Gunnerville be your goal to claim your best?

PHOTO: DAVID HARRIS

Fonte: Downmagaz

A próxima seção é a *Gig Guide*⁵¹, na qual são listadas as próximas apresentações na região (Reino Unido), informando banda, data, horário e local. O guia ocupa duas páginas da revista. E, para finalizar, na última página da esquerda da *Kerrang!* encontra-se o expediente, com informações sobre a equipe responsável, como os editores, jornalistas, ilustradores, fotógrafos e os profissionais executivos, financeiros, comerciais, entre outros. Também são citados os principais contatos da revista, como telefone e e-mails. Nesta mesma página, são apresentados alguns dos assuntos que serão tratados na edição seguinte da *Kerrang!*.

⁵¹ Tradução da pesquisadora: Guia de Shows.

Figura nº 16 A editoria Gig Guide informa os próximos shows que irão acontecer

GIG GUIDE
TRIPLE THREAT
VOLBEAT are bringing BARRONS and DANKO JONES for their biggest UK tour to date. Bring earplugs.

NOW BOOKING

DATE
18.09.14
19.09.14
20.09.14
21.09.14
22.09.14
23.09.14
24.09.14
25.09.14
26.09.14
27.09.14
28.09.14
29.09.14
30.09.14
01.10.14
02.10.14
03.10.14
04.10.14
05.10.14
06.10.14
07.10.14
08.10.14
09.10.14
10.10.14
11.10.14
12.10.14
13.10.14
14.10.14
15.10.14
16.10.14
17.10.14
18.10.14
19.10.14
20.10.14
21.10.14
22.10.14
23.10.14
24.10.14
25.10.14
26.10.14
27.10.14
28.10.14
29.10.14
30.10.14
31.10.14
01.11.14
02.11.14
03.11.14
04.11.14
05.11.14
06.11.14
07.11.14
08.11.14
09.11.14
10.11.14
11.11.14
12.11.14
13.11.14
14.11.14
15.11.14
16.11.14
17.11.14
18.11.14
19.11.14
20.11.14
21.11.14
22.11.14
23.11.14
24.11.14
25.11.14
26.11.14
27.11.14
28.11.14
29.11.14
30.11.14
01.12.14
02.12.14
03.12.14
04.12.14
05.12.14
06.12.14
07.12.14
08.12.14
09.12.14
10.12.14
11.12.14
12.12.14
13.12.14
14.12.14
15.12.14
16.12.14
17.12.14
18.12.14
19.12.14
20.12.14
21.12.14
22.12.14
23.12.14
24.12.14
25.12.14
26.12.14
27.12.14
28.12.14
29.12.14
30.12.14
31.12.14

Michael Poulsen
How are the songs from new album *Revelation* flying around going down?
"Obviously we're very proud of the record, and I think we've managed to make an album where there's a lot of signature Volbeat in it, but most importantly you can hear the development and progress within our music. We are still very hungry and we still have a lot to prove. We dare to go to places that we haven't been to before. The audience were really good to everyone and for each and every challenge to go out with such extreme bands. We only had a one-hour set so we can't really compare it to what we're about to do when we come back to the UK because they're going to be our own shows. So if England fans have been sitting waiting for a Volbeat show from the gig tour, it really isn't helping much as it's going to be different!"

They've got Barrons and Danko Jones supporting you on this one. That's a pretty big line up.
"Totally! We've got friends with Danko Jones and we've shared stage shows with Barrons for ages as well. They're both great bands, great people and they have great records - we've all got a lot to wait for. It's almost a shame that the package is totally right. I don't want to bring it to people."

"WE'RE HUNGRY - WE STILL HAVE A LOT TO PROVE..."
Finally, the much-needed Europe tour is upon us and you want to get in the UK? Well, you're not only bringing the heavy playing stunts, but also the heavy metal sound. It's an absolute joy to see you guys playing with certain things in the production to go with them. To make songs from the new record come even more alive."

It's also your first album with Knapp being based on tracks - what does he bring to the band?
"First of all, he's a very skilled bass player - he's amazing! He's also very good at structure when it comes to songwriting and understanding the material, and he's very good at coming up with his own ideas. It's not just telling him where to play or just doing things. He's put his own stamp on this record and it's very inspiring because he's very experienced and he's always had a good positive mood. So it's been really great getting Knapp into the band, not just as a musician but as a person as well."

DATES
01.10.14 - London, UK
02.10.14 - London, UK
03.10.14 - London, UK
04.10.14 - London, UK
05.10.14 - London, UK
06.10.14 - London, UK
07.10.14 - London, UK
08.10.14 - London, UK
09.10.14 - London, UK
10.10.14 - London, UK
11.10.14 - London, UK
12.10.14 - London, UK
13.10.14 - London, UK
14.10.14 - London, UK
15.10.14 - London, UK
16.10.14 - London, UK
17.10.14 - London, UK
18.10.14 - London, UK
19.10.14 - London, UK
20.10.14 - London, UK
21.10.14 - London, UK
22.10.14 - London, UK
23.10.14 - London, UK
24.10.14 - London, UK
25.10.14 - London, UK
26.10.14 - London, UK
27.10.14 - London, UK
28.10.14 - London, UK
29.10.14 - London, UK
30.10.14 - London, UK
31.10.14 - London, UK
01.11.14 - London, UK
02.11.14 - London, UK
03.11.14 - London, UK
04.11.14 - London, UK
05.11.14 - London, UK
06.11.14 - London, UK
07.11.14 - London, UK
08.11.14 - London, UK
09.11.14 - London, UK
10.11.14 - London, UK
11.11.14 - London, UK
12.11.14 - London, UK
13.11.14 - London, UK
14.11.14 - London, UK
15.11.14 - London, UK
16.11.14 - London, UK
17.11.14 - London, UK
18.11.14 - London, UK
19.11.14 - London, UK
20.11.14 - London, UK
21.11.14 - London, UK
22.11.14 - London, UK
23.11.14 - London, UK
24.11.14 - London, UK
25.11.14 - London, UK
26.11.14 - London, UK
27.11.14 - London, UK
28.11.14 - London, UK
29.11.14 - London, UK
30.11.14 - London, UK
01.12.14 - London, UK
02.12.14 - London, UK
03.12.14 - London, UK
04.12.14 - London, UK
05.12.14 - London, UK
06.12.14 - London, UK
07.12.14 - London, UK
08.12.14 - London, UK
09.12.14 - London, UK
10.12.14 - London, UK
11.12.14 - London, UK
12.12.14 - London, UK
13.12.14 - London, UK
14.12.14 - London, UK
15.12.14 - London, UK
16.12.14 - London, UK
17.12.14 - London, UK
18.12.14 - London, UK
19.12.14 - London, UK
20.12.14 - London, UK
21.12.14 - London, UK
22.12.14 - London, UK
23.12.14 - London, UK
24.12.14 - London, UK
25.12.14 - London, UK
26.12.14 - London, UK
27.12.14 - London, UK
28.12.14 - London, UK
29.12.14 - London, UK
30.12.14 - London, UK
31.12.14 - London, UK

Fonte: Downmagaz

Figura nº 17 Página final da Kerrang! em que consta o expediente

KERRANG!
T: 0207 078 8427
E: FEEDBACK@KERRANG.COM

EDITORIAL
HEAD OF CONTENT: JAMES MCGEE
EDITOR: JAMES MCGEE
DEPUTY EDITOR: JAMES MCGEE
MANAGING EDITOR: JAMES MCGEE
PRODUCTION EDITOR: JAMES MCGEE
LITIGATION EDITOR: JAMES MCGEE
LEGAL EDITOR: JAMES MCGEE
CONTRIBUTORS: JAMES MCGEE

ADVERTISING
ADVERTISING DIRECTOR: JAMES MCGEE
ADVERTISING MANAGER: JAMES MCGEE
SALES MANAGER: JAMES MCGEE
SUBS/BACK ISSUES: JAMES MCGEE
WASTED TALENT: JAMES MCGEE

THE HEADLINES YOU WON'T BE SEEING...

Nu metal fan's game of hopscotch ended 'quite abruptly', says onlooker

Frontman of a "loose end" while bands load in equipment at top of four-storey venue

Entire crowd accidentally vaporised during headline band's 'over the top' production

FROM THE SPARK TO WHERE? ALL WILL BE REVEALED, ONLY IN NEXT WEEK'S KERRANG!, ON SALE SEPTEMBER 25

YOUR METALLICA PILE UP HERE!
DARK AS THERE'S LITTLE TO BE SEEN TO KNOW THE NUCLEAR PAIN FROM ANYONE WHO WOULDN'T BE IN ST. FRANCISCO'S TO SEE THE METALLICA MASTERY (AGAIN) BUT GET THEIR FANTASY, THE PRESENT FROM THE PENDING NEXT ISSUE GOING TO LIVE AGAIN IN YOUR HAND, THIS IS YOUR CHANCE!

Fonte: Downmagaz

4 PHANTOM OF THE OPERA (O FANTASMA DA ÓPERA)

Antes de adentrar ao processo de análise proposto pelo presente trabalho, é necessário introduzir um dos cenários em que o objeto de estudo, a banda Iron Maiden, se encontra: a música. Neste capítulo é contada brevemente a história da música, desde o seu surgimento aos dias atuais. Em seguida, explica-se o que são gêneros musicais e, ao final, aprofunda-se sobre o gênero *heavy metal*, no qual a banda se insere.

4.1 HISTÓRIA DA MÚSICA

Traçando um breve histórico, Montanari (2001) afirma que a música é a mais antiga das artes, pois de acordo com ele, basta estar vivo para se produzir música. Dessa maneira, é possível concluir que a música surgiu junto com as primeiras civilizações estudadas pela história: sumérios, hebreus, egípcios, chineses, gregos e romanos, entre outros. O autor explica que, segundo os historiadores, não há comprovação exata de como eram feitas as canções, mas deduz-se que a principal característica das primeiras músicas era o canto e que, em raras vezes, era acompanhado por instrumentos musicais. Conforme a evolução dos povos, cada civilização desenvolveu o seu próprio estilo musical de acordo com a sua cultura, mas uma finalidade da música era semelhante entre as sociedades: as canções eram executadas em celebrações. Estas, na maioria religiosas, em que cada povo idolatrava e reverenciava o seu próprio deus/deuses, ou então celebrações fúnebres, mas sempre com o objetivo de festejar e louvar suas crenças.

A partir disso, é na Idade Média que se tem registro da primeira canção, denominada cantochão, ou seja, música religiosa. O cantochão surgiu após a queda do Império Romano do Ocidente, em 476 d.C, e a fixação do Cristianismo na sociedade da época, o qual tinha por filosofia o teocentrismo, onde tudo girava em torno de Deus. Dessa forma, a Igreja Católica doutrinou todas as formas de artes, e assim, a música era feita “expressamente para a contemplação e o amor a Deus e para cantar suas glórias” (COSTA, 1992, p. 11). Basicamente, o cantochão era uma música apenas cantada, com ritmos irregulares que se faziam de forma livre, pelo despreparo dos fiéis em relação à música. Eles seguiam a acentuação das palavras

e o compasso natural da língua latina, que é a base do canto da música. Em algumas igrejas e abadias, hoje, ainda é utilizado o cantochão para as celebrações religiosas (BENNETT, 1986; MONTANARI, 2001).

Naquele mesmo período, durante os séculos XII e XIII, surgiram os trovadores, ou *troubadours*, com origem na palavra francesa *trouver* (descobrir). Eram aqueles que descobriam ou inventavam poemas e melodias e buscavam alguém que pudesse dar suporte musical para as suas rimas. Nas canções, eram tratados temas como o amor, a natureza, a lealdade, a honestidade e lendas épicas, podendo ser profundas, ou até mesmo em forma de sátira. No entanto, as músicas compostas na Idade Média não possuíam simetria, por não terem elementos de repetição e um ritmo regular, o que acabava transmitindo um sentimento de inquietação, de que se está em busca do infinito (COSTA, 1992).

Conforme Bennett (1986) explica, não há registros históricos que comprovem o uso de instrumentos pelos trovadores, no entanto, de acordo com a melodia e o ritmo da música, pode-se deduzir que havia, sim, o uso deles. Os instrumentos que deveriam acompanhar as canções dos trovadores incluíam: a charamela, um instrumento de sopro, anterior ao oboé; o rebeque, um instrumento de três cordas com formato de pera, acompanhado por arco; galubé e tamboril; flauta e tambor tocados por uma mesma pessoa, entre outros. No final da Idade Média, houve um pequeno conflito entre a Igreja e os artistas. Os religiosos não queriam que a música evoluísse, resultando até mesmo em um decreto assinado pelo Papa João XXII que abominava a evolução musical. Todavia, os músicos não desistiram e seguiram adiante com suas descobertas musicais (MONTANARI, 2001).

A partir do século XV, então, nasce um outro período que altera a visão do indivíduo e as artes passam a ser um trabalho individual, não mais feitas pelos artesãos, mas por intelectuais que se dedicam a ela e que buscam respostas sobre si mesmos. Esse período é o Renascimento. Também é nesse período que Deus deixa de ser o centro do universo e os seres humanos ocupam esse espaço (COSTA, 1992).

Segundo Bennett (1986, p. 23), o Renascimento foi marcado por grandes descobertas e explorações, além de um avanço perceptível na ciência e astronomia. Isso proporcionou às pessoas explorarem os “mistérios de suas emoções e de seu espírito”, o que ocasionou uma nova percepção de si mesmo e do mundo, além de incentivar o indivíduo a questionar mais e ir em busca das respostas. Esse modo de “entender o mundo” impactou todas as áreas e também aquilo que era criado, inclusive

a arte produzida, seja uma pintura, uma obra de arquitetura ou uma música representavam “(...) uma forma de afirmar-se e de cultivar todos os valores humanos”, em especial para quem a criava (COSTA, 1992, p. 39).

As canções renascentistas, diferentes das medievais, eram ricas em repetições melódicas, alternando entre uma voz e outra ou em uma mesma voz. A simetria é característica importante, assim como os ritmos regulares das vozes, que transmitiam às pessoas uma sensação de conhecimento do lugar onde se encontravam, de um mundo harmoniosamente estruturado (COSTA, 1992). Três estilos principais foram determinados naquele período: a música sacra, a música profana e a música instrumental. Conforme Bennett (1986) descreve, por mais que os indivíduos da época não tivessem tanto interesse na música religiosa, foi no Renascimento que se criaram algumas das principais obras para a Igreja — a música sacra, composta para ser cantada essencialmente por coral e *a capella*, ou seja, sem o acompanhamento de instrumentos musicais.

Naquela mesma época, surgiu a música profana, que era o que se considera hoje a música popular, pois, acompanhada por instrumentos, possuía ritmo alegre e um tempo perfeito para a dança. E também a música instrumental, que como o nome já diz, são as músicas feitas apenas com instrumentos. A partir do século XVI eles começaram a se tornar populares, principalmente para acompanhar espetáculos de dança e peças musicais para serem tocadas e apreciadas (BENNETT, 1986).

A transição do Renascimento para o período Barroco aconteceu por volta do século XVI para o século XVII, e de acordo com Montanari (2001) é a fase mais confusa da história da música. Isso porque a Europa passava por mudanças sociais e econômicas, principalmente pelo desenvolvimento da sociedade burguesa mercantil, caracterizada como pré-capitalismo, que passou a investir em arte. Também ocorriam a Reforma Protestante, contra o sistema da Igreja Católica, e as Grandes Navegações em busca de novas terras. Em resumo, foi um período conturbado que acabou ressoando na música. Nasceram as óperas, que são histórias contadas a partir da música, em que a mesma participa na condução e no desenvolvimento do enredo. E a música instrumental seguiu a sua evolução, chegando ao auge no período seguinte, se denominando “música clássica” (COSTA, 1992).

A definição “música clássica” corresponde às músicas compostas no período entre os anos 1750 e 1810. Nessa época, as composições para canto perderam a

importância e cresceu a valorização das músicas para instrumentos como o piano, violino, flauta, clarinete, trompete e tímpano. As composições eram complexas e enfatizavam características como beleza, equilíbrio e domínio da linguagem musical. Mas a textura sonora era leve, clara e descomplicada, ou seja, fácil de se ouvir. “(...) os compositores clássicos alcançaram o perfeito equilíbrio entre a expressividade e a estrutura formal” (BENETT, 1986, p. 46). Destacaram-se os compositores Mozart, Beethoven, Antonio Salieri e Gioacchino Rossini.

Enquanto os compositores clássicos atingiam o equilíbrio no século XIX, com o Romantismo, os românticos surgiram para desequilibrar a música. Inspirados pelas artes plásticas e a literatura, os compositores desse período tinham como objetivo a liberdade de expressar a emoção e o sentimento mais profundo, fazendo com que o ouvinte sentisse isso ao ouvir a música; diferente da música clássica, que era feita apenas para ser ouvida e apreciada, sem sentimentos e emoções (BENETT, 1986). Foi durante o Romantismo, também, que se desenvolveu o Nacionalismo, a partir do sentimento de inferioridade cultural das sociedades, conforme foi explicado no subcapítulo 2.1. Dessa forma, músicas foram criadas para destacar a cultura e autoafirmar as nações, com o uso de assuntos nacionais para óperas e concertos (COSTA, 1992). Montanari (2001, p. 54) afirma que o Romantismo foi o período mais “fértil da humanidade que viveu antes da existência de meios eletrônicos de comunicação”. Isso por causa de inúmeras obras, de qualquer âmbito artístico, que foram produzidas.

A música contemporânea produzida a partir do século XX exprime dois principais sentimentos: o primeiro, de euforia em virtude novas conquistas humanas, afinal, foi nesse período que aconteceram fatos surpreendentes, como o avanço da tecnologia, facilitando as atividades do ser humano e a melhoria nos meios eletrônicos de comunicação, que agilizaram as informações; o segundo pensamento é o de angústia, gerada pelas guerras e pelos males sem solução da humanidade. Dessa maneira, começaram a se refletir na música as situações sociais mundiais, além dos sentimentos que tomam conta do compositor (MONTANARI, 2001).

A evolução dos meios de comunicação e o surgimento da cultura das mídias e da Indústria Cultural (ver subcapítulo 2.1), influenciaram diretamente na música, pois ela já não era mais produzida para fins de apreciação, mas sim para o consumo em massa. Vladi (2010) apresenta a Indústria Musical, que é um segmento da Indústria Cultural, abrangendo empresas ligadas à música, como gravadoras, estúdios,

produtoras, escolas de música, produção e comercialização de instrumentos musicais, músicos, compositores, empresários, críticos e, é claro, os meios de comunicação. Onde nos períodos anteriores a música era apenas conhecida na Europa, local de acontecimentos da maioria dos períodos históricos, com os meios de comunicação a música e seus produtos (discos, instrumentos, shows) começou a ser disseminada para toda a população mundial. Foi a partir daí que se definiu o conceito de música pop, que nada mais é do que uma música comercial que se utiliza dos meios de comunicação para atingir o maior número de ouvintes.

A música pop desenvolve-se através da divulgação via cinema, rádio, TV, computador, etc; apoiando-se em modelos de divulgação em que até as divisões entre gêneros musicais tendem a ser embotados. Nessa direção, pode-se perceber como é possível falar de música pop tanto para se referir ao consumo indiscriminado de qualquer música, quanto para aludir aos gêneros musicais que colocam em relevo os aspectos homogeneizantes da cadeia midiática (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 6).

Para completar essa cultura midiática envolvendo a música, o surgimento da Internet ocasionou uma mudança no mercado musical (ver subcapítulo 2.1). Abriu-se um grande leque de opções de consumo de música, gerando uma autonomia do público sem precisar a intermediação das companhias de discos. A música continuou sendo consumida das mais variadas formas, seja no carro, no rádio, nos computadores ou celulares. A grande questão da Indústria Musical é como ela pode lucrar com isso, já que a venda de discos não é mais a principal forma de consumo. Criaram-se então novos formatos, agora dirigidos especialmente para o mundo virtual, a fim de atender as novas demandas exigidas pelo público, ou seja, música prática e acessível em qualquer momento e situação (VLADI, 2010).

Mesmo sendo produzida e difundida para fins de consumo, a música manteve o caráter humano de partilhar valores, sentimentos, experiências; a forma como é ouvida pode criar significados e sentidos profundos na vida de uma pessoa.

A experiência da música é uma prática humana, uma prática cultural por isso Frith tem razão quando diz que “a indústria joga um importante papel nesta cultura, mas não a controla”. (FRITH, 2006, p. 54), porque seu funcionamento depende da compreensão de que a experiência de consumo é parte da sociabilidade humana (VLADI, 2010, p. 3, grifos da autora).

4.2 GÊNEROS MÚSICAIS

Gênero musical é, segundo Fabbri (1981, p. 1), “um conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é regido por um conjunto definido de regras socialmente aceitas”. Da mesma forma, Weinstein (2000) explica que “gênero musical” significa muito mais do que os aspectos sonoros, mas também inclui elementos estéticos e significativos que complementam o som, como o visual e a expressão verbal.

Esse conjunto de regras que caracteriza os gêneros, foi dividido por Fabbri (1981) da seguinte maneira:

4.2.1 Regras formais e técnicas

São um conjunto de regras que observam a construção da música a partir dos procedimentos utilizados para construir a sua sonoridade e ritmo (notas, arranjos, combinações); quais os instrumentos utilizados e suas características; a performance da banda e do músico. Essas regras constituem a teoria básica para se criar uma música de um determinado gênero.

4.2.2 Regras semióticas

Mais presentes na letra da música, as regras semióticas se referem, principalmente, à narrativa da canção. Tendo em vista que cada gênero musical possui um foco principal a expressar, as regras semióticas, por meio de interpretações da letra da música, ajudam a distinguir quais são os sentimentos e as emoções presentes.

4.2.3 Regras comportamentais

Um determinado gênero, mesmo que inconscientemente, pode criar uma série de comportamentos e rituais, que as pessoas que se sentem atraídas por ele, acabam adotando. Isso, de certa forma, ocasiona a divisão da sociedade em grupos de diferentes identidades, em que cada um desses grupos desenvolve maneiras de conversação, vestimenta e diferentes regras sociais que se distinguem uns dos outros (ver subcapítulo 2.2).

4.2.4 Regras sociais e ideológicas

Gêneros podem possuir um propósito específico, ideais a serem seguidos que representam quem os escuta. Essas regras podem ser consideradas como representativas das principais divisões de gêneros, tendo em vista que ideologia é algo que aproxima ou afasta as pessoas, determinando os seus gostos musicais.

4.2.5 Regras econômicas e jurídicas

São os aspectos mais ocultados do público, pois, diferentes da ideologia, que pode ser descrita pelo músico ou por algum ouvinte, as regras econômicas e jurídicas são encobertas pela independência do artista ou da “fúria de uma geração” (FABBRI, 1981, p. 5). Porém, são essas regras que ditam o mercado musical, já que é a partir delas que se estabelece a lucratividade de determinado gênero.

Fabbri (1981) deixa claro que não há hierarquia de regras na hora de avaliar um gênero, isso porque um gênero pode ter maior evidência de uma das regras do que das outras. Ou seja, um gênero pode se preocupar mais com a ideologia, enquanto o outro se preocupa mais com a técnica e assim por diante.

O conceito de gêneros musicais também pode ser explicado a partir da Indústria Musical, a qual está inserida na Indústria Cultural, em que são produzidas músicas em massa e consumidas por grande parte da população. Para que esse consumo musical ocorra de forma ordenada, a divisão das músicas em gêneros facilita a seleção das pessoas em relação ao tipo de música que se deseja ouvir.

O uso da música torna-se mais eficiente se ela tem uma ampla oferta de produtos (...) assim a audiência consegue identificar o seu gosto de uma forma mais rápida e precisa. Este sistema classificatório vai trazer determinadas informações fundamentais para a comunicação daquele produto e para a orientação do seu consumo (VLADI, 2010, p. 3).

Claro que para classificar as músicas em gêneros, a Indústria Musical utiliza-se dessas regras e códigos estabelecidos, além de realizar pesquisas de mercado, para entender os modos de consumo das pessoas. Vladi (2010, p. 3) propõe que o gênero musical é uma divisão estratégica, um modelo de negócio “que tem o objetivo de impulsionar o consumo da música para atender audiências que respondem aos produtos de forma heterogênea e não unificada”, ou seja, atender audiências que

possuem gostos diferentes. Se não houvesse a separação por gêneros, haveria uma dificuldade por parte do público ao selecionar o que realmente se quer consumir. Janotti Junior (2006) cita que a classificação é um modo de mediação entre as estratégias produtivas e a recepção por parte do consumidor.

O autor ainda afirma que, assim como as regras expostas por Fabbri (1981), os gêneros na Indústria Musical podem ser definidos pelos “elementos textuais, sociológicos e ideológicos” (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 39), que estão ligados ao campo da produção e na forma como os produtos são recebidos e interpretados. Rotular uma música é um modo de compartilhar a experiência e o conhecimento musical. Ela pode variar de acordo com os elementos sonoros presentes, como a distorção, a altura, a intensidade da voz, as letras, a interpretação, a harmonia, o modo, a melodia, o ritmo, a performance, entre outros, os quais “ganham contornos e importâncias diferenciadas” (JANOTTI JUNIOR, 2006, p. 40-41) de acordo com o gênero musical.

São esses elementos que fazem com que o público se identifique com as músicas, sendo possível especificar qual o consumidor em potencial de determinado gênero. Entretanto, a partir dessa identificação também se pode distinguir o que o produto musical significa para o seu público-alvo, quais os valores e ideologias estão presentes nas expressões musicais. Só assim as músicas estarão aptas ao consumo, pois ao saber o que o produto representa para o seu consumidor, é estabelecido um objetivo ao redor da música, que seus ouvintes esperam alcançar (JANOTTI JUNIOR, 2003a).

4.3 O ROCK N' ROLL E O HEAVY METAL

Antes de definir o gênero musical *heavy metal*, é preciso falar sobre *rock n' roll*. Isso porque o *heavy metal* primeiramente surgiu como um subgênero do rock e só mais tarde ganhou autonomia para ser um gênero independente.

O rock emergiu nos Estados Unidos, durante a década de 1950, como uma junção de dois ritmos: o pop, “inventado” pelas pessoas de cor branca, o qual era definido como uma “máquina de sonho” por representar a vida ideal e desejada; e o *blues*, um ritmo levado aos Estados Unidos pelos escravos africanos, em que se expressava a vida sem ilusões, principalmente as alegrias e as dificuldades do povo afro-norte-americano (WEINSTEIN, 2000).

O termo *rock n' roll* aparece em canções no final dos anos 1940 como sinônimo de “dançar” e, como o estilo em ascensão possuía um ritmo animado e envolvente proveniente dos instrumentos utilizados (bateria, guitarra, baixo e vocal), o gênero foi batizado com esse nome. Artistas como Chuck Berry e Bill Halley foram os primeiros a produzirem músicas de rock, mas foi a partir do surgimento de Elvis Presley (um músico carismático, bonito e conhecido pelas suas danças), que o gênero começou a ser reconhecido e disseminado para o mundo todo⁵².

O rock surgiu em um cenário pós Segunda Guerra Mundial, no qual a sociedade se encontrava aliviada pelo fim da guerra, mas ao mesmo tempo angustiada com todas as atrocidades que haviam ocorrido. Esse sentimento atingiu principalmente os jovens, os quais possuíam muita vontade de transformar o mundo, mas não tinham recursos para isso. Foi o *rock n' roll* que oportunizou a esses jovens uma maneira de se fazerem ouvir, utilizando-se do ritmo e das músicas como uma forma de protesto. É por isso que os roqueiros (tanto os músicos e artistas, quanto os ouvintes e consumidores do gênero) ganharam a fama de “rebeldes”, já que a partir dessa música era possível expressar os seus sentimentos e desejos, o que acabava “incomodando” o restante da população de ideias mais tradicionais.

Contudo, o que ajudou o rock a ser considerado um movimento juvenil, foi o crescimento do consumo da música como um produto midiático, na mesma década de 1950. A partir desse consumo midiático, o rock passou a ser visto como algo mais do que apenas um gênero musical, mas como Grossberg (apud JANOTTI JUNIOR, 2003b) afirma: como uma série de práticas sociais e culturais (JANOTTI JUNIOR, 2003b).

Parte da energia e das expressões do rock passam por valores que envolvem os desejos, as frustrações e os medos presentes na adolescência. Mas não se pode pensar esses elementos sem lembrar a mediação existente entre afetos ligados aos momentos históricos e às culturas locais. A ênfase no sexo, na diversão e na ruptura na fase da adolescência, presente na década de 1950, foi fortemente influenciada pelas condições de produção do pós-guerra, assim como a politização do rock na década de 1960 está relacionada às condições de produção que envolviam, entre outros fatores, a Guerra do Vietnã e a penetração do rock nos ambientes universitários (JANOTTI JUNIOR, 2003b, p. 21).

⁵² Informações acessadas na matéria “Rock n’ Roll: Um, dois, três, quatro!” da Revista Superinteressante. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/rocknroll-um-dois-tres-quatro/>> Acesso em: 28 set. 2019.

Isso acontece com o gênero até os dias de hoje. Conforme o tempo vai passando, o rock tem a tendência de refletir o que acontece de importante na sociedade em determinado momento. Mas como cada indivíduo é diferente do outro e possui uma visão única dos fatos, o rock foi dividido em subgêneros, ou vertentes, como alguns gostam de chamar. É possível perceber essa divisão ainda na década de 1950, no seu surgimento, em que os ritmos foram separados em *classic rock*, que é a junção de dois estilos musicais, o pop e o *blues*, apresentados anteriormente, e é o subgênero mais conformista; e há também o *rockabilly*, um subgênero que tem influência da música country americana, apresentando artistas como Johnny Cash, Gene Vincent e Carl Perkins⁵³.

Na década seguinte, com o movimento da contracultura no início da Guerra Fria, os músicos clamavam por liberdade e amor, surgindo então o rock progressivo, com uma construção complexa e caracterizado pelas músicas de longa duração de bandas e artistas como Pink Floyd, Rush, Janis Joplin e Yes. O rock experimental, como o nome já diz, é uma experiência entre misturas rítmicas, tornando-o tão complexo quanto o rock progressivo, mas se diferenciando pelos estilos regionais e religiosos utilizados pelos Beatles (na fase final), Frank Zappa e Nação Zumbi⁵⁴.

Nessa mesma época, o uso de entorpecentes ilícitos se tornou constante, inclusive pelos artistas que tentavam transmitir em suas músicas o efeito que os químicos tinham sobre eles. Surgiu, assim, o rock psicodélico ou *acid-rock*, caracterizado pelas distorções no som e efeitos eletrônicos que bandas como The Doors, Grateful Dead e o músico Jimi Hendrix reproduziam. Nos anos 1960 também foi possível caracterizar o estilo que deu origem ao “*underground*” ou “submundo” no rock. O *garage rock* se preocupa apenas com o instrumental, em que a força está no som e não na letra; é um subgênero que promove libertação dos sentimentos oprimidos. Pode ser ouvido na música “Leader of the Pack” da banda americana The Shangri-Las⁵⁵.

Seguindo na década de 1970, Duarte (2018)⁵⁶ destaca três vertentes que representam diferentes questões: o *hard rock*, considerado o mais puro e clássico *rock n’ roll*, tratava a música de forma saudosista, ou seja, a produção seguia a forma das

⁵³ Informações disponíveis em: <<https://blog.chicorei.com/estilos-de-rock/>> Acesso em: 29 set. 2019.

⁵⁴ Idem ao item 53.

⁵⁵ Informações disponíveis em: <<https://blog.chicorei.com/estilos-de-rock/>> Acesso em: 29 set. 2019.

⁵⁶ Idem ao item 54.

primeiras canções de rock. AC/DC, Kiss, Deep Purple, Queen, Aerosmith, Guns N' Roses são exemplos de bandas que tocavam o *hard rock*. O *glam rock* é na verdade uma libertação sexual. Os músicos se preocupavam muito com o seu estilo, usando brilho e maquiagem, além dos cabelos longos e a característica do vocal com voz fina, como a do David Bowie e de bandas como New York Dolls e T-Rex.

O terceiro subgênero foi o punk rock, que nasceu no final dos anos 1970 como uma forma de rebeldia contra a Indústria Cultural. Os adeptos repudiavam tudo que fosse relacionado à produção musical em massa e ao mercado que girava em torno da música. A fama e o sucesso eram desprezados por eles, que consideravam um exagero as bandas que apenas almejavam esse luxo desnecessário. O punk também não se preocupava com músicas de qualidade, pois isso não era o mais importante, mas sim a mensagem de protesto e repúdio. Seus representantes são conhecidos por um estilo agressivo (CARVALHO, 2011). Integrantes das bandas Sex Pistols, Ramones, The Clash e Bad Religion criticavam muito os músicos dos outros estilos de rock, principalmente os do *hard rock*.

Também na década de 1970 começou a se solidificar o gênero *heavy metal* a partir do rock psicodélico, *blues* e *hard rock*, tendo sua continuidade e predominância nos anos 1980. O *heavy metal* será melhor abordado mais adiante (ver subcapítulo 4.3.1).

Os anos 1990 começaram com o surgimento do *grunge*, uma versão mais polida do punk, mas que em vez de revolução, abordava em suas letras questões sobre a depressão e a angústia, como era o caso das bandas Nirvana, Pearl Jam, Alice in Chains e Soundgarden. Nessa década também surgiram as bandas independentes denominadas *indie rock*, em que o foco era gostar daquilo que ninguém gostava, ser diferente. São exemplos as bandas Radiohead, White Stripes e The Strokes. A autora evidencia também o pop punk, que, como o nome já diz, se origina na “pegada” do punk rock, mas se mistura com o *grunge*. As letras se preocupavam em demonstrar o estilo de vida adolescente, sem compromisso. Basicamente, o pop punk tratava a vida sob um olhar de contos de fadas, com romances e príncipes encantados. Green Day, Blink-182 e The Offspring são os principais exemplos de bandas desse subgênero⁵⁷.

⁵⁷ Informações disponíveis em: <<https://blog.chicorei.com/estilos-de-rock/>> Acesso em: 29 set. 2019.

Seguindo a onda pop punk, os anos 2000 foram bastantes influenciados pelo pop rock, um subgênero que possui características técnicas do *classic rock*, mas com uma abordagem mais leve e suave, se assemelhando à música pop⁵⁸ (popular), que são orientadas ao consumo em massa. Pode-se considerar pop rock a banda Coldplay e The Killers. Outra vertente do rock que arrancou suspiros do público, foi o *emocore*, ou *emo*. É um estilo semelhante ao pop punk, mas com pegadas mais melódicas e letras tristes, tratando de sofrimentos e angústias, como as músicas da banda My Chemical Romance, Panic! At The Disco, Fall Out Boy e Paramore⁵⁹.

Discussões sobre a decadência do rock sempre são levantadas pelos críticos, consumidores e até mesmo pelos músicos. Mas o professor da Universidade de São Paulo (USP), Mario de Vivo, em seu programa para a Rádio USP, “História do Rock”⁶⁰ traz a reflexão de que o rock do século XXI está muito diferente daquele das outras décadas. Para ele, é como se não existissem mais os subgêneros do rock neste século, ou que bandas pioneiras não se apresentam mais. O rock e suas vertentes estão mais “nichados e com públicos cada vez mais específicos”. Como apresenta De Vivo (2019), o rock do século passado era um produto pesado, cheio de críticas sociais, diferente dos músicos atuais, que encontram na música uma forma de se sentirem mais leves e bem consigo mesmos. O rock do século XXI já não é mais tão revolucionário no quesito social (salvo as exceções), mas aborda questões sentimentais e psicológicas, no intuito dos artistas entenderem a si mesmos e “fugirem da vida real”.

4.3.1 *Heavy Metal*

Assim como o *rock n’ roll*, o *heavy metal* não é considerado apenas um gênero musical qualquer. Existe um conjunto de códigos e comportamentos que

⁵⁸ Além do rock, existem outros gêneros musicais que são considerados música popular como o sertanejo, o hip hop, o rap, a música eletrônica, entre muitos outros (SOARES, Thiago. **Percursos para estudos sobre música pop**. In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; SÁ, Simone Pereira de (org.). Cultura Pop. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/Cultura_pop_repositorio.pdf#page=20> Acesso em 28 set. 2019).

⁵⁹ Idem ao item 56.

⁶⁰ Rock Passou por Renovações Conceituais no Início do Século 21. **História do Rock**, São Paulo: Rádio USP, 18 de agosto de 2019. Programa de Rádio. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/rock-passou-por-renovacoes-conceituais-no-inicio-do-seculo-21/>> Acesso em 28 set. 2019.

acompanham o gênero. Por isso, é possível afirmar que o *heavy metal* é uma cultura por si só.

Entre os anos 1969 e 1972, o *heavy metal* ganhou forma a partir da influência de algumas ramificações do rock, como o *blues*, o rock psicodélico e o *hard rock*, sendo ele mesmo mais um desses subgêneros. Não há comprovações sobre quem teria criado o gênero, mas o assunto ainda é discutido por milhares, principalmente britânicos e norte-americanos. Cada um defende uma banda: os britânicos afirmam que Black Sabbath teria começado com o *heavy metal*, enquanto que os norte-americanos acreditam que foi o Led Zeppelin o seu pioneiro. Traçando o histórico de ambas as bandas, constata-se que as duas se tornaram bandas oficiais no ano de 1968, o que indica a contribuição dos dois grupos para o gênero *heavy metal*. Outras bandas como Steppenwolf, Blue Cheer e Iron Butterfly também podem ser rastreadas como pioneiras do gênero (WEINSTEIN, 2000).

O *heavy metal*, cujo significado literal é “metal pesado”, recebe este nome devido a sua sonoridade agressiva e à sensação de peso (*heavy*) em que os instrumentos musicais são equalizados e arranjados, principalmente as guitarras elétricas, para a criação das músicas. A base do som do heavy metal provém dos acordes de força (arranjados de maneira a produzir sons graves e intensos), dos *riffs* (sequência de notas repetidas em determinados momentos da música) e os solos de guitarra (SILVA, 2008).

No entanto, de acordo com Straw (1984), não foi só o aspecto sonoro que atraiu fãs e consumidores para o *heavy metal*, mas também o domínio dos instrumentos, a habilidade na execução das músicas e a performance ao vivo, principalmente do guitarrista solo. Silva (2008) destaca que esses instrumentistas são constantemente valorizados pelos fãs e até pela própria banda, que na hora da execução do solo em um show, se afasta, deixando apenas o guitarrista em destaque. Todavia, o autor ainda comenta que apesar de ser o instrumento mais marcante, a guitarra, sozinha, não é capaz de produzir a sonoridade do gênero.

É preciso acrescentar a marcação do contrabaixo, que é o que faz a música soar pesada e ser “sentida”, literalmente, no “peito” do ouvinte. Também a bateria, que é o instrumento que dita o padrão rítmico da música. Em alguns casos, deve-se incluir mais uma guitarra para dar suporte ao guitarrista principal. E os vocais, que sempre estarão presentes no *heavy metal*. Diferente de outros gêneros, a voz não é o principal destaque da música. Na verdade, a voz trabalha junto com os instrumentos em igual

importância, sem encobrir nenhum deles, pois “a combinação desses elementos produz no ouvinte a sensação de uma música poderosa e pesada” (SILVA, 2008, p. 15-16) que é o que a caracteriza como gênero.

Essa questão sobre os instrumentos e sua utilização é definida por Weinstein (2000, p. 21) como a “dimensão sonora” do *heavy metal*, que faz parte do código que rege esse gênero, como apresentado no subcapítulo 4.2. Além do som, aspectos visuais e verbais completam esse conjunto de códigos que definem o gênero.

Os aspectos visuais podem abranger diversos elementos. Entre eles, o logo da banda é um dos mais importantes, por ser o item que identifica o grupo, sendo estampado em camisetas, bonés, adesivos e *souvenires* usados pelos fãs, além de normalmente estarem presentes na arte da capa do álbum. Esta última serve para chamar a atenção do consumidor em potencial, identificando o produto pelo gênero e pela banda. As artes e *designs* das capas dos álbuns geralmente possuem um esquema de cores escuras, com o objetivo de parecer intenso, com o preto sendo a cor principal e o vermelho, a cor secundária; os desenhos devem sugerir a desordem e o grotesco, tendo em vista que os principais temas utilizados são o horror, as fantasias heroicas, as imagens de ficção científica ou as motocicletas.

O visual também inclui um código de vestimenta que sofreu algumas variações conforme o passar dos anos. Logo quando o *heavy metal* surgiu, eram usadas as calças *jeans* com camiseta e o típico cabelo comprido (que se mantém até hoje). Em seguida, passou-se a usar roupas de couro, remetendo ao estilo “motoqueiro” e, nos anos 1980, as calças de elastano⁶¹ começaram a ser usadas pela liberdade de movimentos proporcionada, aumentando a atividade dos músicos nos palcos. Juntamente com os itens citados, os shows são experiências visuais além das habilidades instrumentais. São produzidos cenários, jogos de luzes e coreografias que impressionam os espectadores (WEINSTEIN, 2000).

The visual imagery contextualizes the music or at least provides a clue to its meaning, a reference in terms of which to appreciate it. The impact is similar to that of the stained-glass images and filtered light that contribute to the total experience of listening to church music, or the psychedelic album covers and

⁶¹ O Elastano, também conhecido como *Spandex*, é uma fibra conhecida por sua característica elástica, sendo capaz de esticar até 600% sem se romper. É misturada a outras fibras, como o algodão e a seda, para reforçar as funcionalidades dos tecidos com os quais é misturada e proporcionar leveza e flexibilidade, sem atrapalhar o movimento. Disponível em: <<http://portalvirtuhab.paginas.ufsc.br/elastano/>> Acesso em: 29 set. 2019.

black-light posters that contributed so much to the acid-rock ambience (WEINSTEIN, 2000, p. 29)⁶².

Os aspectos verbais, juntamente com o visual, fazem o reconhecimento do gênero como *heavy metal* se tornar mais fácil. De acordo com Weinstein (2000), são três expressões independentes que formam a dimensão verbal: os nomes das bandas, os títulos das músicas e dos álbuns e as letras das canções. Assim como as artes dos álbuns, Silva (2008) cita que essas três expressões verbais utilizam-se das temáticas relacionadas ao caos, violência, fantasia, misticismo, questões religiosas, atos heroicos ou feitos épicos, mitologia, busca pelo prazer e fidelidade ao gênero musical. Para uma melhor compreensão dessa questão, seguem os nomes de algumas bandas mais conhecidas do *heavy metal*: Iron Maiden (“donzela de ferro” era um instrumento de tortura medieval), Judas Priest (“sacerdote de Judas”), Manowar (junção das palavras *man of war*, que significa “homem de guerra”), Poison (“veneno”), Scorpions (“escorpiões”), Sepultura (banda brasileira) e Slayer (“assassino”).

Nas letras das músicas, há duas formas de abordar esses temas: a forma dionisíaca⁶³, ligada aos prazeres da vida e que funciona como uma válvula de escape em relação às pressões do cotidiano, enfatizando a transgressão de normas e convenções sociais; e a forma caótica, a mais presente entre as músicas do *heavy metal*, expressam ideias de conflito, morte, destruição, violência e temas sombrios que são reprimidos pelas normas sociais. A insistência do uso dessas temáticas, de certa forma, é uma afirmação de poder: de enfrentar essas forças de desordem e transformá-las em uma forma de expressão artística (WEINSTEIN, 2000). Walser (apud SILVA, 2008) complementa, defendendo que esses temas inicialmente eram abordados em antigas canções folclóricas na Europa (que incluem os povos celtas, germânicos e escandinavos), evidenciando as tradições religiosas pagãs⁶⁴ do

⁶² Tradução da pesquisadora: As imagens contextualizam a música ou pelo menos fornecem uma pista do seu significado, uma referência em termos do que apreciar. O impacto é similar ao da luz filtrada pelos vitrais que contribuem para a experiência total de se ouvir música de igreja, ou as capas psicodélicas dos álbuns ou os pôsteres de luz negra que contribuem para o ambiente do *acid-rock*.

⁶³ Expressão baseada no deus do vinho e dos prazeres da mitologia grega, Dionísio, ou Baco, na mitologia romana. Disponível em: <<https://www.theoi.com/Olympios/Dionysos.html>> Acesso em: 08 out. 2019.

⁶⁴ O termo “pagão” tem origem no latim, e quer dizer alguém que vive no campo, mas é inicialmente utilizado com o significado de “não-civilizado” ou até mesmo “não-cristão”. Como designação religiosa, o termo caracteriza os participantes de religiões que possuem um profundo respeito e culto à natureza, que percebem a vida do ser humano em harmonia com os grandes ciclos e com o ritmo das estações (VIEIRA, Taís Borin. **Gênero e religião: paganismo e o culto à Deusa na contemporaneidade**. 2011. 85 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/743>> Acesso em: 29 set. 2019).

continente. O gênero *blues* também tratava desses assuntos sombrios, mas não tão explicitamente. O que o *heavy metal* fez foi apenas colocar esses temas obscuros em evidência, revitalizando-os com o poder da sua sonoridade.

Contudo, apesar de a temática das letras ser um destaque do gênero, Weinstein (2000) afirma que o mais importante não é o que se está dizendo, mas sim a forma como se está dizendo. É a entonação e a interpretação do vocalista que passa a mensagem da letra, tendo em vista que a voz “disputa” o espaço com os outros instrumentos, transformando a música em uma obra completa de profissionalismo e dedicação.

O *heavy metal* surgiu no início dos anos 1970 como um subgênero do rock, mas no final da década e no início dos anos 1980 ele se consolida como um gênero musical específico, principalmente pela série de códigos que abrangem as áreas sonora, visual e verbal. No entanto, o que contribuiu para essa consolidação, foi a cadeia midiática que surgiu ao redor do gênero. Percebendo a emergência do mesmo e o grupo de consumidores em potencial, o *heavy metal* ganhou programas de rádio e de televisão, revistas especializadas e publicações segmentadas, além de gravadoras direcionadas para esse gênero e circuitos/festivais de shows específicos, resultando na disseminação mundial do movimento (STRAW, 1984).

Como o rock, o *heavy metal* também acaba se dividindo em subgêneros. As músicas que foram criadas no surgimento do gênero são chamadas de *heavy metal* clássico, produzidos pelas bandas Black Sabbath, Led Zeppelin e Deep Purple. Mas essa emergência que foi notada pela mídia, se deu quando um novo estilo de músicas de *heavy metal* surgiu no início dos anos 1980, na Inglaterra. Esse movimento é chamado de *New Wave Of British Heavy Metal* (NWOBHM)⁶⁵, que foi uma resposta ao movimento punk que acontecia na época, como uma forma de resgatar a estética do *heavy metal* dos anos 1970 (MELLER, 2013). Mesmo negando e indo contra tudo o que o punk produziu, é possível perceber uma pequena influência da sonoridade e vocais despreocupados do punk rock nesse novo *heavy metal*. Mas, diferente do punk, o NWOBHM se preocupava com a qualidade das músicas, desde as suas letras à composição das melodias e a performance ao vivo (AZEVEDO, 2007). Podem-se citar as bandas Iron Maiden, Helloween, Def Leppard e Motörhead como principais artistas desse novo movimento.

⁶⁵ Tradução da pesquisadora: Nova onda de *heavy metal* britânico.

A partir do NWOBHM, subgêneros do *heavy metal* começaram a surgir, como é o caso do *hair metal*, também conhecido como *lite metal* ou *glam metal*. Esse subgênero combina elementos do *hard rock*, punk rock e música pop, além das habilidades prezadas pelo *heavy metal*. Mas é a aparência dos integrantes das bandas que dá o nome ao subgênero. Isso porque, além dos cabelos longos e volumosos, as roupas usadas eram de cores vibrantes e com muito brilho e saltos plataformas eram utilizados. A maioria das letras desse subgênero pode ser classificada como dionisiaca, por ressaltarem os prazeres da vida, sem falar no ritmo que era animado e contagiante. As principais bandas de *hair metal* são: Kiss, Van Halen, Poison, Bon Jovi, Mötley Crüe, Guns N' Roses, Skid Row e Twisted Sister (DUARTE, 2018; WEINSTEIN, 2000).

Weinstein (2000) apresenta também o *trash metal* ou *speed metal*, que recebe esse nome pelo ritmo rápido e agressivo. Influenciado diretamente pelo NWOBHM, o *trash metal* arrisca em inovações rítmicas com elementos do punk. É possível definir esse subgênero com uma linguagem caótica, por suas letras conterem elementos sobre violência, repúdio contra o estado e a economia e, quase sempre gritadas pelos vocalistas como forma de manifestação ou pedido de socorro. Bandas como Metallica, Megadeth, Slayer, Pantera e Sepultura são consideradas as formadoras desse subgênero.

O *black metal* possui um ritmo ainda mais rápido e desordenado, intercalando mudanças abruptas de tempo. Os temas abordados por esse estilo incluem o misticismo, a tortura e as violências no geral, repudiando opiniões religiosas. É o caso das bandas Venom, Mayhem e Cradle of Filth. Semelhante ao *black metal*, há o *death metal*, cuja temática está relacionada às aflições do corpo como doenças, torturas e expurgações em geral⁶⁶. Nesse cenário, encontram-se as bandas Death, Morbid Angel e Cannibal Corpse. Em contrapartida, Moore (2001) destaca o *white metal*, que possui sonoridade e técnicas parecidas com as apresentadas pelos subgêneros anteriores, mas a sua temática é oposta. Abordam-se questões religiosas, evangélicas e angelicais, como as bandas Stryper, Whitecross e Mortification.

Na década seguinte, meados de 1990, mais alguns subgêneros foram criados. O metal melódico, que também pode ser chamado de metal progressivo, *power metal* e metal sinfônico retomam a essência das bandas do início dos anos 1980. Entretanto,

⁶⁶ Informações disponíveis em: <<https://blog.chicorei.com/estilos-de-rock/>> Acesso em: 29 set. 2019.

possuem uma melodia leve e cadenciada, usando elementos líricos que são relativos à ópera, com característica poética e expressões de sentimentos e pensamentos íntimos. Nesse subgênero é comum a abordagem de temas épicos, feitos heroicos, mitologia e fatos históricos, como fazem as bandas Angra (brasileira), Nightwish, Rhapsody of Fire, Avantasia, Blind Guardian, Stratovarius, Sonata Artica e Dragonforce⁶⁷.

O *new metal*, também conhecido por *nu metal*, misturou as músicas urbanas, como o rap e a música eletrônica, com o *heavy metal*. O resultado é a sonoridade pesada típica, com elementos da música eletrônica e as letras faladas do rap. Esse subgênero surgiu para acabar com o purismo contido no gênero como um todo e desmistificar a ideia de que o *heavy metal* não pode “conversar” com outros gêneros musicais. Entre as bandas que revolucionaram o estilo estão Linkin Park, Korn, Slipknot e Limp Bizkit⁶⁸.

É nessa premissa do *nu metal*, que as bandas que surgem hoje se baseiam. Como afirma De Vivo (2019), no século XXI, todos os gêneros e subgêneros apresentados nesse capítulo ainda existem e suas bandas são muito aclamadas e ovacionadas por seus fãs. Inclusive novas bandas também produzem músicas de *heavy metal* clássico, como a banda norte-americana Greta Van Fleet, formada em 2012. No entanto, como os públicos estão cada vez mais divididos e específicos, surgirão novos subgêneros, tanto do rock quanto do metal, com cada vez mais influências de outros gêneros e culturas, de forma a agradar esses públicos diferenciados.

⁶⁷ Informações disponíveis em: <<https://blog.chicorei.com/estilos-de-rock/>> Acesso em: 29 set. 2019.

⁶⁸ Idem ao item 67.

5 THE LEGACY (O LEGADO)

Este capítulo é inteiramente dedicado à história e ao desenvolvimento da banda Iron Maiden. São apresentados fatos e momentos importantes para a história da banda, abrangendo desde o seu surgimento até os dias atuais. Todos os álbuns de estúdio são citados, incluindo características envolvendo as suas músicas.

5.1 HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO DA BANDA IRON MAIDEN

Formada em 1975, em Londres, na Inglaterra, a banda Iron Maiden contou com a passagem de diversos integrantes até encontrar o melhor grupo para compor e executar músicas de *heavy metal*. Constituída pelo baixista (e líder) Steve Harris, pelo vocalista Paul Di'Anno, pelos guitarristas Dave Murray e Dennis Stratton e pelo baterista Clive Burr, a Iron Maiden segue um estilo bastante usado pelas primeiras bandas de *heavy metal*, com guitarras distorcidas, baixo e bateria bem presentes, sendo considerados um “galope” devido ao som grave e vocais bem altos. Mas é possível também perceber influências de uma melodia e estrutura mais harmônicas, assim como há diversas mudanças de tempo na composição, características encontradas no rock progressivo (MELLER, 2013). Com o lançamento do primeiro álbum autointitulado, em 1980, eles foram considerados como um dos pioneiros do NWOBHM⁶⁹. Nesse álbum, percebem-se influências do *heavy metal* setentista produzido por Black Sabbath e Judas Priest, mas Paul Di'Anno entrega em seus vocais um pouco do “desleixo” encontrado no punk rock.

Popoff (2018) afirma que por mais incrível que o Iron Maiden seja, naquela época dos anos 1980 eles não conseguiram trazer uma inovação significativa para o gênero, produzindo mais do mesmo *heavy metal* já lançado na década anterior. Porém, Meller (2013) destaca que o que faz a banda se destacar é a composição das letras. O autor explica, no geral, que as letras do gênero seguem duas linhas: a invocação do mal (satanismo) ou falam sobre festa, sexo e drogas. Bem como Weinstein (2000) definiu: letras caóticas ou dionisíacas. No entanto, por mais que se encontrem influências de letras caóticas nas músicas do Iron Maiden, a maioria de suas músicas são inspiradas em fatos históricos e mitológicos, livros da literatura

⁶⁹ *New Wave of British Heavy Metal*. Tradução da pesquisadora: Nova onda de *heavy metal* britânico.

inglesa, filmes e poemas. Todas elas compostas pelos seus integrantes, principalmente Steve Harris.

Mesmo afirmando que a banda Iron Maiden não trouxe algo novo para o cenário da música de *heavy metal*, Popoff (2018) admite que a arte das capas dos álbuns foi algo surpreendente. O disco *Iron Maiden* traz em sua capa a primeira versão do que se torna a mascote da banda, o Eddie. Nessa arte, Eddie é uma espécie de zumbi, colocado em um cenário urbano em uma noite nebulosa, com uma feição assustadora e cabelos desgrenhados. As cores escuras e o nome da banda também são características que acabam facilitando a identificação de um álbum de *heavy metal*. É possível afirmar que foi a partir da capa do álbum que a banda começou a ganhar visibilidade, afinal, na década de 1980 a Internet ainda não havia sido criada e as pessoas iam às lojas para consumir música (POPOFF, 2018).

Figura nº 18 Capa do primeiro álbum autointitulado da banda, lançado em 14 de abril de 1980



Fonte: Google Imagens

Desde então, todos os álbuns da banda trazem a presença da mascote, encarnando diferentes personagens, representando as músicas presentes no disco. Analisando o primeiro trabalho, a música que abre o disco é *Prowler*, que na tradução

livre quer dizer “predador”, mas no contexto da canção é alguém que está se esgueirando pela cidade à noite⁷⁰, que é o que Eddie, na capa do álbum, representa.

No ano de 1981, foi lançado o segundo álbum de estúdio da banda, com a primeira alteração nos integrantes. Adrian Smith entra no lugar do guitarrista Dennis Stratton, acrescentando melodia e personalidade nas músicas. *Killers*⁷¹ é uma espécie de parte dois do *Iron Maiden*, pois é possível perceber uma similaridade nas músicas de ambos os álbuns, além do cenário encontrado na capa deste segundo álbum ser parecido com o do primeiro (POPOFF, 2018). Eddie volta para a capa, em um contexto ainda mais estranho, segurando um machado ensanguentado. Mãos o agarram. Isso é, principalmente, devido às canções presentes no disco. A música *Killers* fala sobre os sentimentos de um assassino em série sedento por sangue; *Murders in the Rue Morgue*⁷² é baseada em um conto de mesmo nome do escritor estadunidense de terror, Edgar Allan Poe, que fala sobre um investigador que tenta descobrir a origem dos assassinatos de mulheres que acontecem na Rua Morgue⁷³.

Figura nº 19 Segundo álbum, *Killers*, lançado em 02 de fevereiro de 1981



Fonte: Google Imagens

⁷⁰ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/05/historia-iron-maiden-1980.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

⁷¹ Tradução da pesquisadora: Assassinos.

⁷² Tradução da pesquisadora: Assassinatos na Rua Morgue.

⁷³ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/06/historia-killers-1981.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

Após esses dois primeiros álbuns, a banda já estava estabelecida como uma das esperanças do *heavy metal*, mas ainda não era mundialmente conhecida. Nessa mesma época, algumas opiniões e atitudes dos integrantes começaram a atrapalhar os planos iniciais da banda. Não se pode afirmar com certeza como tudo aconteceu, mas o baixista e líder, Steve Harris, não estava satisfeito com atitudes que o vocalista Paul Di'Anno andava tendo pós-lançamento do segundo álbum. Segundo Harris, Di'Anno ficava acordado durante as noites, em festa e, conseqüentemente, perdia a voz, tendo que cancelar as apresentações, sem falar no uso abusivo de álcool e drogas ilícitas. Em contrapartida, Di'Anno afirmou que não estava contente com o rumo que a banda estava tomando, já que preferia a linha mais punk do que a do *heavy metal*. Independente da razão principal, o fato é que Paul Di'Anno saiu do Iron Maiden deixando o lugar para Bruce Dickinson⁷⁴.

Foi então com a entrada de Bruce e o lançamento do terceiro álbum de estúdio, o *The Number Of The Beast*⁷⁵, que o Iron Maiden impressionou o mundo. Segundo Popoff (2018), esse foi o álbum que marcou o fim dos shows em bares e casas de shows e marcou o início de shows memoráveis em estádios. Considerado um dos melhores álbuns de *heavy metal*⁷⁶, o *The Number Of The Beast* ganhou o disco de platina nos Estados Unidos e no Reino Unido, foi triplo platina no Canadá e ganhou muitos discos de ouro ao redor do mundo. "*Frankly, those certifications seem low for what is one of the most famed and celebrated heavy metal albums of all time*"⁷⁷ (POPOFF, 2018, p. 42-43).

Além da qualidade das músicas e a voz potente de Dickinson, outro fator que chamou a atenção e até gerou controvérsias com os religiosos, foi a arte estampada na capa do disco. Nela se encontra a mascote Eddie, com o mesmo estilo dos álbuns anteriores, mas dessa vez ele está controlando uma marionete que é a imagem do diabo, ou como a própria banda o denomina, de besta. Os fiéis acusaram a banda de satanismo, no entanto, a imagem apenas representa o controle sobre o mal e a morte. As canções também apresentam essa conotação; a música que leva o mesmo nome

⁷⁴ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaidenbrasil.com.br/2016/11/iron-maiden-os-motivos-nas-demissoes-na.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

⁷⁵ Tradução da pesquisadora: O número da besta.

⁷⁶ Disponível em: <<https://www.rollingstone.com/music/music-lists/the-100-greatest-metal-albums-of-all-time-113614/iron-maiden-the-number-of-the-beast-1982-119556/>> Acesso em: 06 out. 2019.

⁷⁷ Tradução da pesquisadora: Sinceramente, essas certificações parecem pouco para o que é um dos mais famosos e celebrados álbuns de *heavy metal* de todos os tempos.

do álbum começa com os versos iniciais do Apocalipse, da Bíblia⁷⁸ e fala sobre a chegada da besta na Terra. *Hallowed Be Thy Name*⁷⁹, no entanto, conta a história de um prisioneiro que está a minutos de ser enforcado e suas lamentações. Outra música desse álbum que é muito aclamada fala sobre a chegada dos ingleses na América. *Run To The Hills*⁸⁰ retrata a fuga dos indígenas e a sua luta pela sobrevivência.

Figura nº 20 Capa do terceiro álbum, *The Number Of The Beast*, lançado em 22 de março de 1982



Fonte: Google Imagens

O terceiro disco também marcou o início de uma década de álbuns que marcaram a história do *heavy metal* e da música. Em 1983, mais uma mudança nos integrantes da banda ocorreu. Dessa vez, o baterista Clive Burr deixou o seu lugar para Nicko McBrain. Com a nova mudança, no mesmo ano foi lançado o quarto álbum do Iron Maiden, o *Piece Of Mind*⁸¹, que dessa vez trouxe um Eddie um pouco diferente. A mascote se encontra amarrada em um hospício, com expressão de loucura e ainda é possível perceber a lobotomia feita em seu cérebro. Uma das músicas que indica

⁷⁸ “Ai de vós que habitais a Terra e o Mar, pois o Demônio envia a besta com ódio. Porque ele sabe que o tempo é curto...Deixe aquele que compreende reconhecer o número da besta porque é um número humano, seu número é seiscentos e sessenta e seis”. Informação disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/combate-rock/number-of-the-beast-um-simbolo-de-uma-geracao/>> Acesso em: 06 out. 2019.

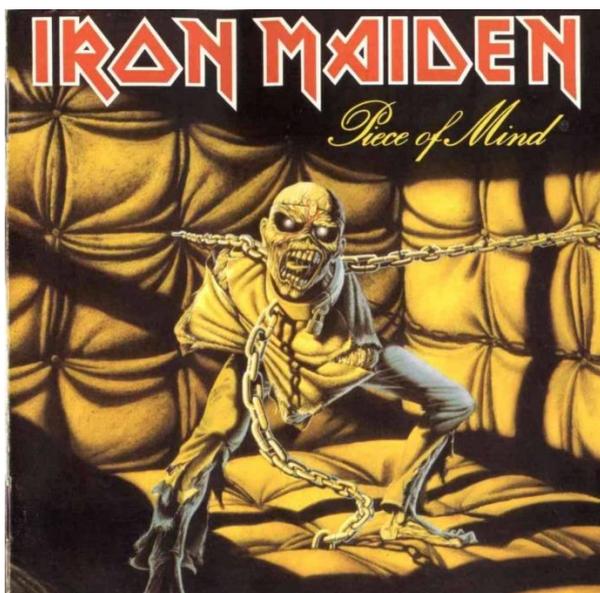
⁷⁹ Tradução da pesquisadora: Santificado seja o Vosso nome.

⁸⁰ Tradução da pesquisadora: Fuja para as colinas.

⁸¹ Tradução da pesquisadora: Paz de espírito.

insanidade é a *Still Life*⁸² que fala sobre um homem que se sente atraído por uma piscina e acaba tendo pesadelos com rostos nela. No final da canção ele se joga na água e morre afogado. A banda, inicialmente, iria chamar o álbum de *Food for Thought*, que significa “alimento para o pensamento”, justamente pelo enredo de suas músicas que instigam o ouvinte a pensar, mas acabaram optando pelo nome atual (POPOFF, 2018).

Figura nº 21 Quarto álbum de estúdio, *Piece Of Mind*, lançado em 16 de maio de 1983



Fonte: Google Imagens

Esse álbum possui grandes clássicos da banda, como *The Trooper*⁸³, que é uma música inspirada no poema *The Charge of the Light Brigade*⁸⁴, de Alfred Lord Tennyson. A letra fala sobre a Batalha de Balaclava na Guerra da Criméia entre o Império Russo e a coligação do Reino Unido, França e o Reino da Sardenha, em 1853. Assim que a música começa, é perceptível o som de cavalaria que a canção traz aos ouvintes⁸⁵. Mais uma peça que comprova o uso de assuntos históricos é a música *Flight of Icarus*⁸⁶, que representa uma parte da mitologia grega: a história de Dédalo e seu filho Ícaro, que fogem do labirinto do Minotauro usando asas de cera. No

⁸² Tradução da pesquisadora: Ainda vida.

⁸³ Tradução da pesquisadora: O Soldado.

⁸⁴ Tradução da pesquisadora: A Carga da Brigada Ligeira.

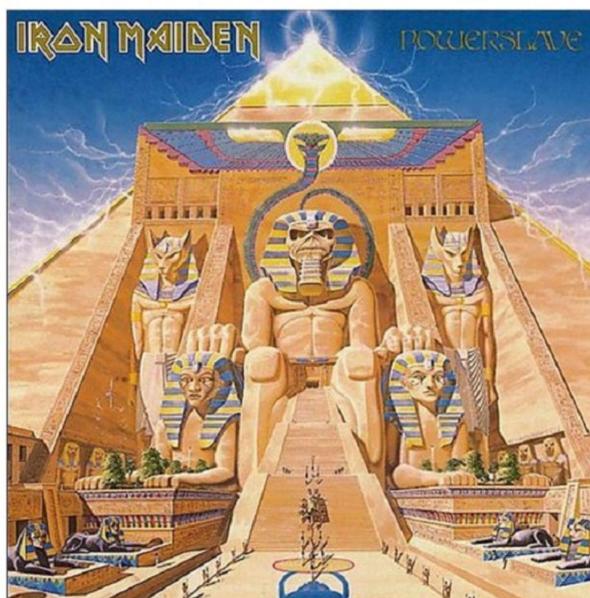
⁸⁵ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/10/historia-piece-of-mind-1983.html>> Acesso em 06 out. 2019.

⁸⁶ Tradução da pesquisadora: O voo de Ícaro.

entanto, Ícaro ignora os conselhos do pai e voa perto do Sol, o que derrete suas asas, causando a sua morte. Esse trágico conto é apresentado pelo épico poema “Metamorfoses” de Ovídio, um poeta romano que viveu entre 43 a.C e 17 d.C⁸⁷.

Seguindo essa mesma linha de produção, o quinto álbum da banda, o *Powerslave*⁸⁸, é considerado um dos melhores discos do Iron Maiden, não só pelas histórias contadas, mas também pela qualidade das músicas. A música que dá nome ao disco e que insere o Eddie na temática do antigo Egito, fala sobre um faraó que lamenta a limitação de seus poderes, pois ele não entende o motivo de morrer se ele é um deus⁸⁹. Por isso o nome *Powerslave*, um escravo poderoso.

Figura nº 22 Capa do *Powerslave*, lançado em 03 de setembro de 1984



Fonte: Google Imagens

É neste álbum, também, que a banda apresenta a primeira música com mais de dez minutos de duração, *Rime of The Ancient Mariner*⁹⁰, com 13 minutos e 45 segundos. Essa música é inspirada no poema de mesmo nome de Samuel Taylor Coleridge, de 1798. O poema, da mesma forma que a música, relata os eventos

⁸⁷ Informações disponíveis em: <<https://www.kerrang.com/features/the-unsung-influence-of-poetry-on-iron-maiden/>> Acesso em: 06 out. 2019.

⁸⁸ Tradução da pesquisadora: Junção de duas palavras: *power*, que significava poder, e *slave*, que significa escravo.

⁸⁹ Faraós eram considerados a encarnação do deus Hórus, a divindade mais importante da cultura egípcia. Eles possuíam poder vitalício, eram líderes administrativos, judiciais e religiosos. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-era-a-vida-de-um-farao/>> Acesso em: 06 out. 2019.

⁹⁰ Tradução da pesquisadora: Rima do antigo marinheiro.

sobrenaturais presenciados por um marinheiro. Os arranjos sofisticados da canção retratam exatamente as sensações de calma e desespero vivenciadas pelo protagonista. Em entrevista para a revista *Kerrang!* (ver subcapítulo 3.3), o baixista Steve Harris comenta que influenciar as pessoas a lerem literatura e poemas através de suas canções é muito melhor do que escrever apenas músicas populares⁹¹.

Powerslave também foi o álbum que proporcionou ao Iron Maiden uma das maiores turnês da sua carreira, a *World Slavery Tour*⁹², iniciada em 9 de agosto de 1984 e finalizada em 5 de julho de 1985, com o total de 189 apresentações em cerca de 25 países. E foi em função da turnê, que no ano de 1985 não foi lançado nenhum álbum. Inclusive, o tempo gasto na turnê e as dificuldades que os integrantes passaram durante as viagens, resultaram na música *Wasted Years*⁹³, lançada junto com o sexto disco da banda, *Somewhere in time*⁹⁴, em 1986 (POPOFF, 2018).

Figura nº 23 Capa do sexto álbum, *Somewhere in Time*, lançado em 29 de setembro de 1986



Fonte: Google Imagens

A banda se recuperava de uma maçante turnê enquanto produzia o seu sexto disco, mas mesmo assim ele atingiu a 11ª colocação na Billboard, revista semanal

⁹¹ Disponível em: <<https://www.kerrang.com/features/the-story-behind-powerslave-by-iron-maiden/>>
Acesso em: 06 out. 2019.

⁹² Tradução da pesquisadora: Turnê da Escravidão Mundial.

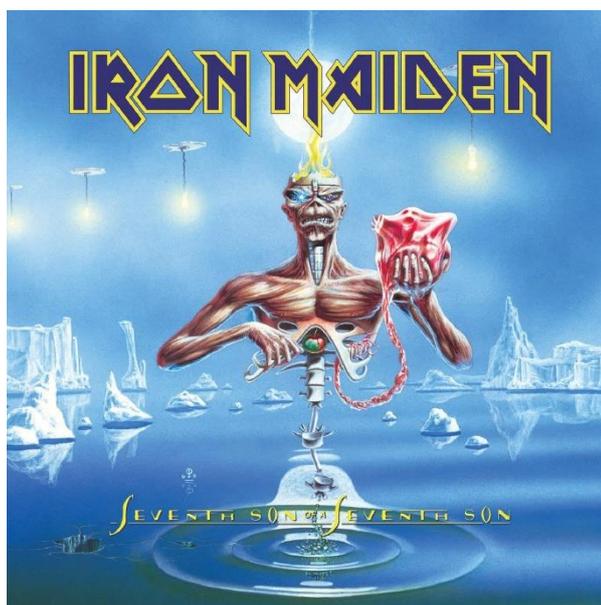
⁹³ Tradução da pesquisadora: Anos desperdiçados.

⁹⁴ Tradução da pesquisadora: Algum lugar no tempo.

americana especializada em informações da indústria musical. Ainda, o álbum ganhou disco de ouro na Alemanha e no Brasil e disco de platina duplo no Canadá (POPOFF, 2018). É possível observar na capa, que a arte traz diversos elementos que estavam presentes nos outros álbuns, complementando a ideia do título, em que Eddie se encontra em algum lugar no tempo.

Em 1988, Iron Maiden lança o seu sétimo álbum e o primeiro disco conceitual, *Seventh Son of a Seventh Son*⁹⁵, completamente inspirado na história de fantasia de Orson Scott Card, *Seventh Son*. O livro conta a história de uma profecia, em que o sétimo filho do sétimo filho irá salvar o mundo do mal. No entanto, ele acaba desacreditando que as pessoas sejam capazes de fazer o bem e, assim, sucumbe ao caminho do mal (POPOFF, 2018). E, é justamente isso que o sétimo disco da banda retrata. Em suas letras e melodias, o álbum tenta contar a história dessa criança que foi destinada a salvar o mundo.

Figura nº 24 O sétimo álbum de estúdio lançado em 11 de abril de 1988, *Seventh Son of a Seventh Son*



Fonte: Google Imagens

A música inicial, *Moonchild*⁹⁶, conta que Lúcifer fica sabendo de uma criança com os mesmos poderes de Jesus Cristo está para nascer. Ele manda um recado para os futuros pais: o de que está atrás de seus filhos e que irá matá-los. Na sequência,

⁹⁵ Tradução da pesquisadora: Sétimo filho do sétimo filho.

⁹⁶ Tradução da pesquisadora: Filho da Lua.

*Infinite Dreams*⁹⁷ revela que o “sétimo filho” já nasceu, mas que ainda não possui plena consciência de seus poderes. Esses, então, começam a se manifestar por meio de sonhos, o que cria a dúvida: se ele deverá usar seus poderes para o bem ou para o mal. *Can I play with madness?*⁹⁸ mostra que o escolhido já tem noção de seus poderes e vai em busca de um profeta para responder às suas dúvidas. Todavia, o profeta, sabendo do destino do rapaz, acaba mentindo para ele, o que causa uma discussão entre o profeta e o “sétimo filho”, que acaba, ao final, sem saber as respostas para a suas questões.

Em seguida, o título de *The Evil That Men Do*⁹⁹ é baseado no romance “Julio Cesar” (1599), de William Shakespeare, mas a música continua a jornada do “sétimo filho”. Ao se apaixonar pela filha do profeta, o mesmo acaba sacrificando a menina por não permitir que ela entre no caminho destinado ao escolhido. Dessa forma, o prometido se lamenta pela perda da amada e afirma que preferia ter ido no lugar dela. Mas a situação acabou fortalecendo-o, fazendo com que ele atingisse o total controle de seus poderes. A próxima música, *Seventh Son of a Seventh Son*, é a mais longa do álbum e é nesse momento que a profecia começa a se realizar, narrando toda a trajetória do escolhido até o momento. Com total consciência do que é capaz, ele tem o poder da cura para ajudar o povo contra o mal.

*The Prophecy*¹⁰⁰ é o momento da reviravolta da história. O “sétimo filho” prevê a queda do império do mal e alerta a população. Porém, o povo já não acreditava mais que existiria um salvador e, dessa forma, ninguém confia nele. Decepcionado com as pessoas, o escolhido começa a usar os seus poderes para o mal. Em *The Clairvoyant*¹⁰¹, o “sétimo filho” aumenta os seus poderes, tanto que começa a perder o controle e o medo toma conta dele, deixando-o louco. O final da música narra tudo o que ele foi capaz de fazer, inclusive prever o futuro, mas a única coisa que ele não previu foi a própria morte, o que acontece na última canção do álbum, *Only The Good Die Young*¹⁰², em que, tomado pela loucura por escolher usar seus poderes para o mal, o “sétimo filho” morre pelas mãos da luxúria, sem completar o grande propósito

⁹⁷ Tradução da pesquisadora: Sonhos infinitos.

⁹⁸ Tradução da pesquisadora: Posso brincar com a loucura?

⁹⁹ Tradução da pesquisadora: O mal que os homens fazem.

¹⁰⁰ Tradução da pesquisadora: A profecia.

¹⁰¹ Tradução da pesquisadora: O clarividente.

¹⁰² Tradução da pesquisadora: Só os bons morrem jovens.

a que foi enviado à Terra. Lúcifer comemora, expondo onde foi que o escolhido errou e afirmando que “todo o mal parece viver para sempre”^{103 104}.

A década de 1990 foi uma época difícil para as bandas de *heavy metal* no geral, devido à popularização de outros gêneros musicais como o *trash metal* e o *hair metal*, mas o Iron Maiden continuou seguindo, tentando algumas alternativas para se ajustar à época em que se encontrava. No entanto, o oitavo disco acaba não sendo tão bem aclamado quanto os anteriores (POPOFF, 2018). A arte do álbum *No Prayer For The Dying*¹⁰⁵ é uma crítica aos religiosos que reclamavam das bandas e músicas de *heavy metal*, alegando o satanismo e o pacto com o demônio. Assim como a música *Holy Smoke*¹⁰⁶ é uma sátira aos pregadores fiéis que existiam na TV.

Figura nº 25 *No Prayer For The Dying*, lançado em 1º de outubro de 1990



Fonte: Google Imagens

Esse álbum traz mais uma mudança nos integrantes da banda. O guitarrista Adrian Smith deixa o grupo para começar carreira solo e em seu lugar entra Janick Gers. Gers é um guitarrista tão habilidoso quanto Smith, porém Smith fez falta na

¹⁰³ Trecho tirado da música *Only The Good Die Young*.

¹⁰⁴ Informações sobre a história do sétimo álbum disponíveis em:
<<http://www.ironmaidenbrasil.com.br/2009/09/curiosidade-origem-de-seventh-son-of.html?m=1>>
Acesso em: 06 out. 2019.

¹⁰⁵ Tradução da pesquisadora: Sem orações para os moribundos.

¹⁰⁶ Tradução da pesquisadora: Fumaça Santa.

produção desse último álbum, no qual se percebe a decadência na qualidade das músicas¹⁰⁷.

Em seguida, em 1992, foi lançado o nono álbum de estúdio, o *Fear of the Dark*¹⁰⁸, o qual apresenta a música de mesmo nome, que se torna o próximo clássico da banda, depois de *Rime of the Ancient Mariner*. Ajudando na temática do disco, a capa traz Eddie transformado em uma criatura assustadora da noite, algo a ser temido, que é bem o que a música *Fear of the Dark* retrata. A banda continua a fazer músicas sobre questões históricas, como a canção *Afraid to Shoot Stranger*¹⁰⁹, que é inspirada na Guerra do Golfo, ocorrida entre os anos 1990 e 1991. A letra descreve como funciona a mente de um soldado ao se preparar para uma batalha, suas dúvidas e seus medos¹¹⁰. Esse álbum é marcado por ser o último com Bruce Dickinson, que deixa o Iron Maiden, também para seguir carreira solo (POPOFF, 2018).

Figura nº 26 *Fear Of The Dark*, nono álbum lançado em 11 de maio de 1992



Fonte: Google Imagens

A saída do seu vocalista desestruturou um pouco a banda, mas, liderada por Steve Harris, o Iron Maiden não desistiu e contratou um novo vocal, Blaze Bayley,

¹⁰⁷ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/01/historia-no-prayer-for-dying-1990.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹⁰⁸ Tradução da pesquisadora: Medo do escuro.

¹⁰⁹ Tradução da pesquisadora: Medo te atirar em estranhos.

¹¹⁰ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/03/historia-fear-of-dark-1992.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

permanecendo na ativa. Bayley possui timbres diferentes de Dickinson, mais graves e pesados, o que causou um pouco de estranhamento aos fãs da banda, que estavam acostumados com os agudos do vocalista anterior. Com essa nova formação, a banda gravou mais dois álbuns, o *The X Factor*¹¹¹, lançado em 1995 e o *Virtual XI*, lançado em 1998.

Figura nº 27 Décimo álbum lançado, *The X Factor*, em 02 de outubro de 1995



Fonte: Google Imagens

Esses dois últimos álbuns são considerados os mais obscuros da banda, tanto pela arte das capas, quanto pelo tom das músicas dado pela voz de Bayley. No entanto, esses álbuns não agradaram muito os fãs que criticavam Bayley pela sua performance não ser igual ou parecida com a de Dickinson. No esforço de agradar aos fãs, Bayley tenta atingir tons parecidos com os de Bruce, mas acaba prejudicando sua voz. Esse foi um dos fatores que acarretou a sua saída da banda em 1999 (POPOFF, 2018).

¹¹¹ Tradução da pesquisadora: O fator X.

Figura nº 28 *Virtual XI*, décimo primeiro disco da banda, lançado em 23 de março de 1998



Fonte: Google Imagens

Naquele mesmo ano, Bruce Dickinson e Adrian Smith retornam ao Iron Maiden, começando então, a Era de Ouro da banda. Agora com seis integrantes, visto que com a volta de Smith, Janick Gers permaneceu no grupo, a banda lançou o décimo segundo disco, o *Brave New World*¹¹², em 2000. Com o novo álbum, eles conquistam uma nova legião de fãs e, obviamente, agradando àqueles que estavam ansiosos por novas músicas com a formação original da banda. É com o lançamento desse álbum que o Iron Maiden faz um de seus shows mais memoráveis no Rock in Rio, festival realizado no Rio de Janeiro, em janeiro de 2001 (POPOFF, 2018).

Vale destacar que com a volta de Bruce Dickinson, a banda não deixou de tocar as músicas lançadas com Bayley nos vocais. Na verdade, o público começou a gostar mais das músicas daqueles dois álbuns depois que Dickinson deu voz a elas. Principalmente *Sign of the Cross*¹¹³, do *The X Factor*, que foi inspirada no livro “O Nome da Rosa”, do escritor italiano Umberto Eco¹¹⁴; e *The Clansman*¹¹⁵, do *Virtual XI*, que foi baseada no filme “Coração Valente”, lançado em 1995 e que traz Mel Gibson

¹¹² Tradução da pesquisadora: Corajoso mundo novo.

¹¹³ Tradução da pesquisadora: Sinal da Cruz.

¹¹⁴ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/03/historia-x-factor-1995.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹¹⁵ Tradução da pesquisadora: O Homem do clã.

no papel principal de William Wallace, um guerreiro escocês que liderou o exército contra os abusos ingleses do Rei Eduardo I¹¹⁶.

Figura nº 29 Álbum *Brave New World*, que renovou a banda, lançado em 29 de maio de 2000



Fonte: Google Imagens

O retorno de Dickinson e Smith para a banda não agradou apenas aos fãs, mas também a todos os integrantes da banda. Em entrevista concedida para a revista *Kerrang!* em 2018, ao falar sobre como foi voltar a fazer parte do Iron Maiden, Bruce declarou que naquele momento eles se tornaram uma família. Todos ao seu redor o incentivaram a voltar, pois “o mundo precisava do Iron Maiden” e com esse incentivo, Bruce, junto com Smith, fizeram do seu retorno a consagração da banda como uma das mais influentes da história do *heavy metal* e da música.

Levou três anos para a banda voltar a lançar novas músicas, mas em 2003 o grupo retornou com os sucessos do álbum *Dance of Death*¹¹⁷. Percebe-se que a capa traz uma arte inacabada, porém, segundo Popoff (2018), foi propositalmente construída desta forma, tendo Eddie representando a morte. Com o décimo terceiro álbum, o Iron Maiden se solidifica (ainda mais) como uma das maiores influências do *heavy metal* em uma era em que o pop e o rock alternativo estavam em alta.

¹¹⁶ Informações disponíveis em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/05/historia-virtual-xi-1998.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹¹⁷ Tradução da pesquisadora: Dança da morte.

Figura nº 30 Décimo terceiro álbum, *Dance of Death*, lançado em 02 de setembro de 2003



Fonte: Google Imagens

Como é possível imaginar, a morte é uma questão muito abordada pelo décimo terceiro disco de estúdio da banda, em músicas como *No More Lies*¹¹⁸, *Dance of Death* e *Journeyman*¹¹⁹, que faz uma reflexão sobre a jornada pela vida até a morte¹²⁰. As apresentações da turnê desse disco fortaleceram a banda como, de acordo com Popoff (2018, p. 200), uma “(...) vigorosa e vital banda de rock clássico da próxima geração”.

Em 2006, utilizando mais uma vez o “ingrediente morte”, o Iron Maiden lançou o *A Matter of Life and Death*¹²¹. A maioria das músicas desse álbum traz características e histórias de guerra, sejam elas da Segunda Guerra Mundial (*The Longest Day*¹²²), ou batalhas entre o bem e o mal (*For The Greater Good Of God*¹²³ e *Lord of Light*¹²⁴). Isso acabou influenciando a arte da capa, em que se encontra um Eddie soldado, em cima de um tanque de guerra, no comando de um exército de caveiras.

¹¹⁸ Tradução da pesquisadora: Sem mais mentiras.

¹¹⁹ Tradução da pesquisadora: Viajante.

¹²⁰ Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/06/historia-dance-of-death-2003.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

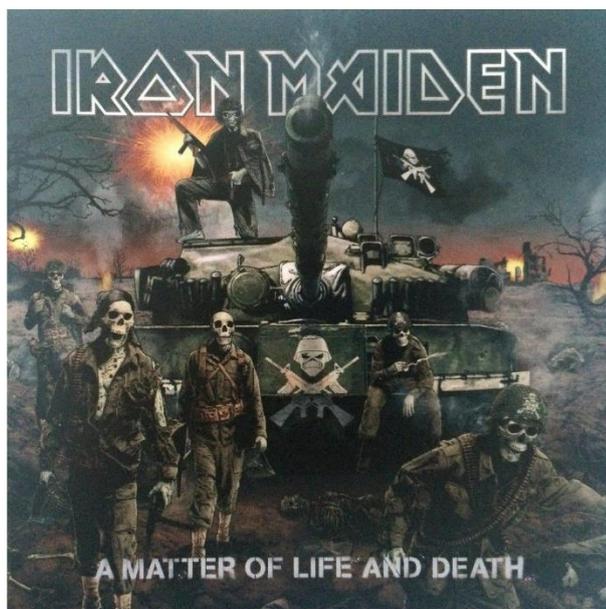
¹²¹ Tradução da pesquisadora: Uma questão de vida e morte.

¹²² Tradução da pesquisadora: O dia mais longo.

¹²³ Tradução da pesquisadora: Para o bem maior de Deus.

¹²⁴ Tradução da pesquisadora: Senhor da Luz.

Figura nº 31 Álbum *A Matter of Life and Death*, lançado em 28 de agosto de 2006



Fonte: Google Imagens

Durante a turnê *Somewhere back in time*¹²⁵, em meados de 2009, a banda lançou seu primeiro documentário, *Flight 666*¹²⁶, que retrata o cotidiano da banda em suas apresentações e viagens. Importante realçar que nesse ponto a banda já possuía um avião próprio, o *Ed Force One*¹²⁷, pilotado pelo vocalista Bruce Dickinson que, além de músico, é piloto, esgrimista, historiador, empreendedor e mestre cervejeiro (POPOFF, 2018).

Foi em 2010, com o lançamento do décimo quinto álbum de estúdio, *The Final Frontier*¹²⁸, que a banda ganhou o seu primeiro *Grammy*¹²⁹ de melhor performance de metal, com a música *El Dorado*¹³⁰.

¹²⁵ Tradução da pesquisadora: Em algum lugar de volta no tempo.

¹²⁶ Tradução da pesquisadora: Voo 666.

¹²⁷ Nome do avião da banda. Disponível em: <<https://ironmaiden.com/the-band>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹²⁸ Tradução da pesquisadora: A fronteira final.

¹²⁹ Grammy Awards é uma cerimônia de premiação dos melhores da música do ano vigente, feita pela Academia Nacional de Artes e Ciências de Gravação dos Estados Unidos. Disponível em: <<https://www.grammy.com/recording-academy>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹³⁰ Disponível em: <<https://ironmaiden.com/the-band>> Acesso em: 07 out. 2019.

Figura nº 32 Décimo quinto álbum, *The Final Frontier*, lançado em 13 de agosto de 2010



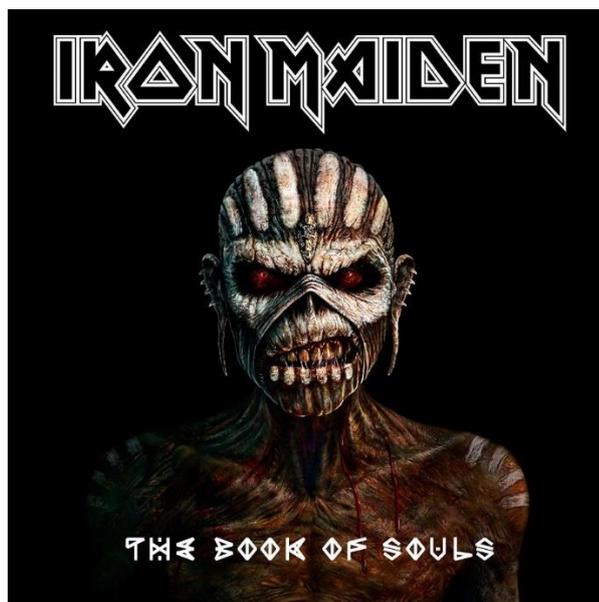
Fonte: Google Imagens

A banda não foi e, não é, muito tocada nas rádios populares, pois como Harris mencionou, o grupo produz músicas com embasamentos históricos e não sobre sentimentos relacionados ao amor¹³¹, por exemplo, que são mais comerciais e que difere de toda a proposta da banda. No entanto, um dos motivos que faz o Iron Maiden ser quem é hoje, é o seu comprometimento com a música e com seus fãs. Um exemplo disso é o último álbum de estúdio lançado, o *The Book Of Souls*¹³², no qual, Bruce Dickinson gravou todos os seus vocais mesmo diagnosticado com câncer na língua e na garganta. Críticos afirmam que, mesmo 40 anos depois, a qualidade das músicas ainda é muito melhor do que a de qualquer banda atual, principalmente os vocais de Dickinson (POPOFF, 2018).

¹³¹ Disponível em: <<https://www.kerrang.com/features/the-story-behind-powerslave-by-iron-maiden/>>
Acesso em: 07 out. 2019.

¹³² Tradução da pesquisadora: O livro das almas.

Figura nº 33 Último álbum, lançado em 04 de setembro de 2015, *The Book of Souls*



Fonte: Google Imagens

O último álbum apresenta um Eddie caracterizado como nativo da antiga civilização maia. O nome e a arte do álbum são sobre essa civilização que desapareceu, mas também é uma metáfora a todos os impérios que falharam e desapareceram, fazendo pensar sobre o que acontecerá com a civilização de hoje. É nesse álbum que se encontra a música mais longa da história do Iron Maiden. *Empire of the Clouds*¹³³, que supera *Rime of the Ancient Mariner*, com 18 minutos de duração. A canção conta a história de um dirigível britânico, mais especificamente o R101, construído em 1929-1930, com o objetivo de levar passageiros de um canto ao outro. Em uma viagem à Índia, o dirigível sofreu um acidente ao atravessar uma forte tempestade, deixando vários mortos.

O Iron Maiden é, sem dúvida, uma das bandas de *heavy metal* mais influentes de todos os tempos. São, ao todo, 16 álbuns de estúdio, mais de duas mil performances ao vivo e cerca de 90 milhões de discos vendidos no mundo inteiro. Também é possível afirmar que o público da banda venera o grupo e suas músicas e camisetas com estampas relacionadas à banda são usadas orgulhosamente. Assim como diversos outros produtos lançados pela banda são consumidos fervorosamente pelos seus fãs, como é o caso da cerveja que leva o nome da música *Trooper*¹³⁴. Para

¹³³ Tradução da pesquisadora: Império das Nuvens.

¹³⁴ Disponível em: <<https://www.ironmaidenbeer.com/about>> Acesso em: 07 out. 2019.

comprovar ainda mais a fidelidade dos fãs à banda, sites e blogs foram criados para homenagear o grupo, além de compartilhar informações e estudar suas músicas, como foi feito nos sites utilizados pela pesquisadora “Iron Maiden 666”¹³⁵ e “Iron Maiden Brasil”¹³⁶.

Popoff (2018), em seu livro *Iron Maiden: Album by Album*, declarou que ama quando uma banda que ele acompanhou desde o início e que cresceu consigo, continua emocionando-o e mantendo-o interessado em suas músicas, principalmente quando escrevem e produzem músicas no mesmo nível de seu início. Matt Heafy, vocalista e guitarrista da banda norte-americana Trivium, declarou para Popoff que

Bruce runs around twice as much as I do on stage. And he sounds way better than I do and better than all our peers in all the modern bands. Maiden needs to keep going, to keep making records, to keep boarding the plane. I don't know any other way to put it - the world still needs them (POPOFF, 2018, p. 245)¹³⁷.

¹³⁵ Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹³⁶ Disponível em: <<http://www.ironmaidenbrasil.com.br/>> Acesso em: 07 out. 2019.

¹³⁷ Tradução da pesquisadora: Bruce corre duas vezes mais do que eu no palco. E ele soa muito melhor que eu e melhor do qualquer novato de uma dessas bandas modernas. Maiden precisa continuar em frente, continuar fazendo discos, continuar pilotando o avião. Eu não sei outra forma de colocar isso - o mundo ainda precisa deles.

6 METODOLOGIA

Conforme já explicado na introdução, este trabalho possui um caráter qualitativo, utilizando-se do procedimento metodológico de pesquisa bibliográfica. Para o método da pesquisa, foi realizada a Análise de Conteúdo para se aproximar do movimento discursivo (Análise do Discurso) da revista *Kerrang!* no que se refere às matérias correspondentes à banda Iron Maiden.

Para a caracterização das fontes utilizadas nas cinco edições da revista, foi utilizado o seguinte critério de avaliação: recorreu-se aos termos “com serifa” ou “sem serifa”, já que a pesquisadora não teve acesso à fonte exata que compõe as reportagens da *Kerrang!*.

Além disso, foram selecionadas algumas categorias para descrever as matérias relacionadas à banda Iron Maiden, com base no subcapítulo 4.2.1, quando Weinsten (2000) elenca as áreas ou elementos que compõem os gêneros musicais. As categorias ficaram assim adaptadas:

- a) **Aspectos visuais:** elementos que compõem a página, como as cores, caracteres, estilo da fonte;
- b) **Aspectos verbais:** o conteúdo da matéria, o que é dito sobre a banda;
- c) **Aspectos sonoros:** em que momento musical a banda Iron Maiden se encontrava na mesma época da referida matéria.

Antes de adentrar na caracterização das páginas selecionadas da revista para a referida análise, é importante informar alguns dos termos que serão utilizados ao longo da Análise de Conteúdo. Para a descrição dos termos expressos a seguir, foi utilizado o “Dicionário Essencial de Comunicação”, de Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa (2014).

Abertura: texto introdutório ou apresentação de uma matéria.

Alinhamento: ato ou efeito de alinhar. Fazer com que as letras fiquem em disposição exata na linha tipográfica horizontal e no sentido vertical (à esquerda, à direita, centro ou justificada).

Antetítulo ou cartola: serve como um elemento de introdução ao grande tema ou assunto da matéria. Geralmente é composto por uma palavra ou pequena frase e sua formatação varia conforme o projeto gráfico do jornal ou revista.

Boxe: do inglês *box*, também é conhecido como quadro ou caixa, é um espaço delimitado por fios, que traz informações complementares dentro de uma matéria. O texto do boxe geralmente é produzido em tipo diferente do corpo da matéria.

Cabeçalho: apresentação visual que permite a rápida identificação do jornal/revista pelos leitores. É composto pelo nome, data, número da edição, preço e outras informações adicionais.

Caixa alta: letra maiúscula.

Caixa baixa: letra minúscula.

Capa: proteção exterior de um impresso. É o primeiro contato visual do consumidor com o produto, sendo utilizada para atrair a sua atenção, informando sobre o conteúdo presente na edição e distinguindo o jornal/revista dos demais na prateleira.

Capitular: letra de corpo bastante superior ao restante do texto, usada no início de uma matéria. Ocupa várias linhas do texto.

Chamada: pequeno título e/ou resumo de uma matéria, publicado na primeira página de um jornal ou na capa de uma revista, com o objetivo de atrair o leitor para o conteúdo presente nas páginas internas.

Coluna: divisões verticais do texto de uma página, ou de tabela separadas por fio de coluna.

Corpo do texto: parte mais desenvolvida do texto de uma notícia.

Design gráfico: projeto de representação visual de uma ideia, objeto ou mensagem.

Diagramação: ato ou efeito de diagramar, projeto gráfico.

Edição: unidade de periodicidade de uma publicação (cada número de jornal, revista ou outro periódico).

Editor: pessoa que dirige e coordena uma publicação periódica.

Editoria: cada uma das seções de um jornal ou revista, sob a responsabilidade de um editor especializado.

Entrevista: apuração jornalística que pressupõe o contato pessoal entre o repórter e um ou mais pessoas, de destaque ou não, que se disponham a prestar informações para a elaboração de notícias. As entrevistas podem ser noticiosas, de opinião, com personalidade, de grupo ou coletiva, ou exclusiva.

Entrevista pingue-pongue: quando é importante transmitir ao leitor as perguntas e respostas, valorizando cada palavra do entrevistado e sua reação de acordo com as perguntas realizadas.

Fio: traço produzido por qualquer processo de impressão, usado para trabalho gráfico em mídia impressa ou eletrônica, para separar colunas, contorno de quadros ou ilustrações, efeitos ornamentais, entre outros.

Fonte: conjunto de caracteres de uma família tipográfica, em um ou vários corpos e variações (redondo, grifo, caixa alta ou baixa, etc.).

Grifo: característica que permite que as letras fiquem inclinadas. É normalmente usado em meio a um texto de tipos redondos, para dar ênfase a determinadas palavras e expressões, distinguir palavras de outros idiomas, termos de gíria, citações e títulos de obras diversas.

Legenda: texto breve que acompanha uma ilustração, com o objetivo de ampliar a significação daquilo que acompanha. Geralmente é colocada abaixo da fotografia ou desenho, mas pode ser usada ao lado da imagem, acima ou dentro do seu espaço.

Linha de apoio: subtítulo composto por frase que agrega mais informações ao título, geralmente de uma linha e sem ponto final.

Matéria: tudo o que é publicado, ou feito para ser publicado, por um jornal, revista, incluindo textos e ilustrações.

Olho: pequeno trecho destacado da matéria, diagramado em corpo maior e colocado em janelas da composição corrida.

Serifa: pequeno traço, em forma de filete, barra ou simples espessamento, que finaliza as hastes das letras, de um ou de ambos os lados, na maioria dos caracteres tipográficos.

Título: palavra ou frase composta em corpo maior do que o utilizado no texto, situada em destaque no alto da página, antes do início da matéria, para indicar o assunto e chamar a atenção do leitor para o texto.

6.1 EDIÇÕES SELECIONADAS DA REVISTA *KERRANG!*

Foram selecionadas cinco edições da revista, correspondentes aos anos 1981, 1991, 2008, 2016 e 2019. A escolha dessas edições foi com o objetivo de, por meio da Análise de Conteúdo, chegar ao movimento discursivo da *Kerrang!* desde o seu surgimento até o momento atual, no que se refere às matérias relacionadas ao Iron Maiden.

6.1.1 *Kerrang!* nº 03

Lançada em setembro de 1981, a terceira edição da revista, que ainda era de periodicidade mensal, contém uma matéria de duas páginas sobre a banda Iron Maiden, localizada nas páginas 22 e 23. Essa edição possui 48 páginas, sendo que as primeiras edições da *Kerrang!* eram impressas em preto e branco, salvo a capa, a matéria principal e os pôsteres que eram impressos em cores. A capa da terceira edição traz David Coverdale, vocalista da banda de *hard rock* britânica Whitesnake. Há, no total, 22 chamadas, que são os nomes das bandas presentes nas matérias publicadas na revista, incluindo a banda Iron Maiden. Ao lado do nome de cada banda encontra-se um ponto de exclamação (!), remetendo ao nome da revista, que também leva o caractere. A cor utilizada para as chamadas é o branco, para se destacar do fundo escuro da imagem da capa. O logo da *Kerrang!* possui a cor vermelha e apresenta letras “garrafais” em caixa alta e a fonte é sem serifa.

Em relação à matéria sobre o Iron Maiden, que foi escrita pelo jornalista Robbi Millar, a caracterização foi separada nas categorias antes elencadas:

a) Aspectos visuais: a página inicial da matéria, a número 22, possui fundo preto, com o texto escrito na cor branca. O título se localiza no alto da página, no canto esquerdo, alinhado ao texto da matéria, com letras “garrafais” em caixa alta. Abaixo se encontra a linha de apoio que dá uma breve explicação sobre o que será encontrado no texto localizado abaixo.

Para acompanhar o texto, há uma imagem em preto e branco da banda, no canto inferior esquerdo da página. O texto contorna a fotografia, dividido em quatro colunas, as quais possuem alinhamento do texto à esquerda. A primeira linha do texto está com as palavras em caixa alta, como acontece em todas as outras matérias da revista. A fonte utilizada no corpo do texto é a mesma utilizada no título e linha de apoio, mas em tamanho menor e regular, sem grifos. É uma fonte sem serifa, que é usada no restante da revista também. No final do texto se encontra a assinatura da matéria, também com a mesma fonte, mas em tamanho maior que o corpo do texto e em negrito.

Na segunda página que compõe a matéria, a número 23, há apenas duas imagens que ocupam a totalidade da página. Ambas as fotos estão em preto e branco e trazem momentos de apresentações feitas pela banda. As imagens não são acompanhadas por legendas, o que dificulta o conhecimento dos locais dos shows e a data.

b) Aspectos verbais: o título, *Iron Filings*¹³⁸, que “brinca” com o nome da banda, indica que a matéria se refere aos “arquivos” da banda e o que os membros falam sobre eles. Na linha de apoio que vem em seguida, lê-se: *Maiden take time out from conquering the States to squash those rumours...*¹³⁹. Isso porque, no tempo em que passou na América do Norte, a banda teve que cancelar alguns shows devido à falta de voz do vocalista Paul Di’Anno e houve alguns rumores de que estavam sendo feitas audições para um novo cantor.

Isso também é explicado durante a matéria. O autor abre a reportagem enfatizando o sucesso que a banda estava alcançando, principalmente depois de acompanhar a banda já estabelecida Judas Priest, que proporcionou uma visualização de âmbito mundial para o Iron Maiden e, para a turnê norte-americana do segundo álbum, *Killers*. Em seguida, o autor Robbi Millar explica que, devido a alguns cancelamentos de apresentações nos Estados Unidos, alguns rumores estavam sendo espalhados: primeiro, o vocalista Paul Di’Anno estaria com problemas em sua voz, em virtude do consumo de álcool, drogas e muitas noites em festa; e, segundo, que audições para um novo vocalista estariam sendo feitas. Essas questões são explicadas por falas de alguns membros do grupo, mais especificamente de Di’Anno e Steve Harris, desmentindo a questão das audições e contornando a situação do cancelamento, alegando que estava tudo certo com todos os integrantes da banda.

Outro fato polêmico levantado por Millar foram algumas supostas afirmações polêmicas de que o baixista Harris teria dado em entrevista para outros veículos de comunicação, indicando que o Iron Maiden seria muito melhor que os pioneiros do *heavy metal*, Black Sabbath e Judas Priest. Também cita falas do baixista coletadas em entrevista. O autor explica que essas afirmações podem ter sido feitas propositalmente pelos ditos veículos para causar “discórdia” entre as bandas.

No final da matéria, então, é dito que o grupo ainda tinha alguns shows finais a fazer nos Estados Unidos e que, em seguida, retornariam ao Reino Unido para se concentrar e produzir o terceiro álbum da banda.

c) Aspectos sonoros: no mesmo momento em que a revista *Kerrang!* foi lançada, em 1981, a banda Iron Maiden também estava no início de sua carreira. Haviam sido lançados apenas dois álbuns de estúdio e Paul Di’Anno e Clive Burr ainda

¹³⁸ Tradução da pesquisadora: Arquivos de Ferro.

¹³⁹ Tradução da pesquisadora: Maiden tira uma folga de conquistar os Estados Unidos para “esmagar” aqueles rumores...

faziam parte da banda, nos vocais e na bateria, respectivamente. O Iron Maiden já havia conquistado um grupo de fãs no Reino Unido e haviam elevado seu *status* para superestrelas no Japão. Daquela vez, então, era a vez de conquistar a América do Norte, onde se encontravam na época em que foi lançada a terceira edição da revista.

É importante destacar que, mesmo que a matéria dê a entender que Paul Di'Anno permaneceria na banda, logo que voltaram da turnê o integrante saiu do grupo. Bruce Dickinson entrou em seu lugar, que foi quem deu a voz para o terceiro álbum da banda, o *The Number of the Beast*, lançado no ano seguinte (1982), que até hoje é considerado um dos melhores álbuns de *heavy metal* de todos os tempos.

6.1.2 *Kerrang!* nº 329

Essa edição foi lançada em 23 de fevereiro de 1991, época em que a revista já havia alterado sua periodicidade para semanal. E não foi apenas essa a mudança, mas também a quantidade de páginas, já que a edição 329 possui 65 páginas, além do *design* da revista ter sido modificado. Observa-se na capa a mudança do logo, que que permanece com a cor vermelha, visto na primeira edição analisada, mas é agora acompanhado por uma “sombra” na cor amarela. A fonte utilizada continua a mesma, apenas as letras apresentam alguns “cortes”, lembrando as ondas sonoras “eletrizantes” de quando um acorde de força é tocado, com borda na cor azul (ver subcapítulo 3.3).

As chamadas principais, além de conter o nome das bandas, apresentam um pequeno texto sobre o que trata a reportagem. As matérias secundárias continuam apenas tendo o nome das bandas na capa, como é o caso do Iron Maiden. As cores utilizadas nas chamadas variam entre o vermelho, nos nomes das bandas, e o amarelo para o texto que acompanha. Também são usadas as cores preta e branca na composição da capa. A fonte utilizada para as chamadas é nos moldes daquilo que Weinstein (2000) informa ser utilizado no gênero heavy metal: letras com muitas angulações e diversas “pontas”, lembrando runas de sociedades antigas (ver subcapítulo 4.3.1). A imagem utilizada para a edição 329 é a do guitarrista Jeff Hanneman, da banda norte-americana Slayer, tocando sua guitarra em um dos shows do grupo. Também no canto inferior direito da capa, há a imagem de dois integrantes da banda norte-americana Guns N' Roses, em uma apresentação no festival Rock In Rio, no Rio de Janeiro.

A reportagem sobre a banda Iron Maiden, escrita por Jason Arnopp, ocupa três páginas da revista, localizada entre as páginas 12 e 14. Há também uma menção sobre o vocalista Bruce Dickinson na seção *Mayhem*¹⁴⁰, na página cinco. Essa seção de três páginas era dedicada a informações rápidas, como anúncio de próximos shows ou novos álbuns, ou então separações de bandas e até alguns fatos interessantes sobre integrantes de alguma banda. O nome da seção remete ao caos, justamente pelo fato de que nenhuma das informações ali apresentadas apresentarem ligação entre si.

a) Aspectos visuais: a começar pela página cinco, o título da seção se encontra no alto e no centro das páginas quatro e cinco, em fonte que lembra o caos e letras em caixa alta na cor amarela com bordas vermelhas. No canto direito da página se localiza uma fotografia de Bruce Dickinson, com um microfone na mão em uma das apresentações com o Iron Maiden. A imagem possui um fio verde como borda e inserido na foto, na cor azul, está o título da nota: *Dickinson slams Nazi slur*¹⁴¹. Abaixo segue um box na cor lilás, com o texto da nota em amarelo.

A primeira página da matéria, de número 12, possui fundo azul celeste, com o título e as letras capitulares escritas em vermelho; a linha de apoio em amarelo e o corpo do texto em branco. Completando o fundo azul, há a palavra “Maiden” escrita em preto, na tipografia usual da banda, que ocupa toda a página do canto inferior esquerdo ao canto superior direito. O título *McBrain of Britain*¹⁴² foi escrito na mesma fonte utilizada para as chamadas na capa da revista, em fonte angulada e com pontas. Assim como as letras capitulares.

Já a fonte da linha de apoio é a mesma utilizada no restante da revista e também na primeira edição analisada pela pesquisadora, sem serifa. No entanto, para as matérias principais, foi utilizada uma fonte com serifa no corpo do texto. Este último é dividido em quatro colunas, sendo alinhado à esquerda. A cada novo parágrafo em que ou jornalista aborda uma nova pergunta, é colocada uma capitular, ocupando três linhas do texto. Um olho é acrescentado no final da página, centralizado. Ele é destacado por uma caixa retangular em vermelho e a fala em destaque do Nicko, em

¹⁴⁰ Tradução da pesquisadora: caos.

¹⁴¹ Tradução da pesquisadora: Dickinson bate calúnia Nazista.

¹⁴² Tradução da pesquisadora: McBrain da Britânia.

amarelo, em que se lê: *“Every five minutes y’get a break. Just before a saucy bit in a movie or sumfink, it cuts for a bloody comercial”* - Nicko on American TV¹⁴³.

A página seguinte, de número 13, é ocupada por uma fotografia do baterista em meio plano (do peito para cima), em que Nicko apresenta feições de surpresa. Também no final da página, sobreposto à imagem e centralizado, há mais um olho destacando uma das falas do músico, em uma caixa retangular vermelha e letras em amarelo: *“God bless that man. He is Iron Maiden. He is Eddie!”* - Nicko on manager Rod Smallwood¹⁴⁴.

A última página, a de número 14, volta ao mesmo modelo da número 12, com fundo azul e a palavra “Maiden” acompanhando na cor preta. O corpo do texto é em branco e em fonte com serifa. No início da página foi adicionado o título *McBrain* para indicar a continuação da matéria, com a mesma fonte já utilizada no título e na cor vermelha. Ainda há o uso das capitulares antes mencionadas a cada nova pergunta. No canto superior direito, consta uma imagem da banda Iron Maiden em um palco com alguns fãs. A imagem leva uma borda em vermelho e a legenda inserida na foto está escrita em amarelo, em fonte sem serifa. Outra imagem está localizada no canto inferior direito, também com bordas vermelhas. Retrata o baterista Nicko McBrain tocando sua bateria. Nessa fotografia, está inserido mais um olho no mesmo formato antes registrado, que também é uma fala destaque de Nicko: *“Didn’t he do a review o fus before, somewhere? Uh... I don’t care anyway. ‘E’s a tosser!”* - Nicko on Chris Watts¹⁴⁵.

b) Aspectos verbais: na seção *Mayhem*, como já explorado anteriormente, o vocalista da banda foi citado por estar associado a uma polêmica política. A nota explica que em seus dias de ensino médio, Dickinson era um rebelde apoiador da Frente Nacional Britânica, um partido de extrema direita, chegando a interromper aulas de história para discutir com o professor e seus colegas sobre a posição política e até para hastear uma bandeira da União Britânica. Dickinson, segundo a nota, foi expulso da escola, mas por outros motivos e não por ser um rebelde político. O vocalista afirmou que essa história era um “lixo total”, negando os acontecimentos. No

¹⁴³ Tradução da pesquisadora: “A cada cinco minutos tem uma pausa. Logo antes de um momento tenso em um filme, corta para um maldito comercial” - Nicko sobre a TV Americana.

¹⁴⁴ Tradução da pesquisadora: “Deus abençoe aquele homem. Ele é o Iron Maiden. Ele é o Eddie!” - Nicko sobre o empresário Rod Smallwood.

¹⁴⁵ Tradução da pesquisadora: “Ele não fez uma análise sobre nós antes, em algum lugar? Uh... Eu não me importo de qualquer maneira. Ele é um idiota!” - Nicko sobre Chris Watts.

final da nota, ainda há a informação de que a banda está em turnê nos Estados Unidos.

Seguindo para a reportagem sobre o Iron Maiden, como já dito, o título *McBrain of Britain* brinca com o nome do baterista da banda, Nicko McBrain que rima com a palavra *britain*, de onde ele é. O título também indica que a entrevista que se segue é apenas com o baterista da banda. A linha de apoio já entrega um resumo daquilo que foi apresentado pelo texto, em que se lê: *Holed up in Connecticut, Iron Maiden drummer, star of 'Sooty' and all-round good ol' Cockernee geezer Nicko McBrain bends our young Jason Arnopp's ear' ole about the band's American tour, the possibility of another live álbum, and how he can't wait to get back onstage with Matthew Corbett again...*¹⁴⁶.

A reportagem possui caráter de entrevista pingue-pongue, em que as falas do baterista são descritas fielmente, incluindo seus vícios de linguagem. No entanto, o autor acrescenta algumas observações pessoais sobre o que ele está achando da conversa que teve por telefone com McBrain, já que a banda estava nos Estados Unidos na época e a redação da revista se localiza em Londres, no Reino Unido.

A entrevista segue com perguntas sobre a turnê e o que os integrantes da banda acham da “América”. McBrain responde que eles não são grandes fãs dos Estados Unidos, principalmente Dickinson, que não se importa com o país. Já o baterista afirma que casou com uma mulher norte-americana e se sente um pouco parte do país, mas mesmo assim algumas coisas ainda o incomodam, como é o caso da TV aberta. Outro fato que Nicko compara com o Reino Unido é que a banda teve que cortar duas músicas do repertório para não ultrapassar o tempo proposto para a apresentação pelo local, pois se eles ultrapassassem esse tempo, iria custar 15 mil dólares a mais, o que não acontece na Europa.

Outro ponto abordado pelo jornalista foi o motivo de uma das rádios britânicas não tocar as músicas do Iron Maiden. Nicko responde francamente que não se importa de não serem tocados pela rádio. Isso porque, mesmo que a emissora não tenha reproduzido nenhuma música do grupo, a canção *Bring Your Daughter... To The*

¹⁴⁶ Tradução da pesquisadora: Escondido em Connecticut, o baterista do Iron Maiden, estrela do programa 'Sooty' e um bom e velho Cockernee (termo utilizado para designar quem nasceu no leste de Londres) Nicko McBrain cansou a orelha do nosso jovem Jason Arnopp sobre a turnê norte-americana da banda, a possibilidade de um outro álbum ao vivo e como ele mal pode esperar para voltar ao palco com Matthew Corbett (apresentador do Sooty) de novo.

*Slaughter*¹⁴⁷ atingiu o número um nas paradas britânicas. Mesmo com o sucesso, a emissora não tocou a música do Iron Maiden. Isso levou a conversa para o oitavo álbum recém lançado, *No Prayer for the Dying*, do qual Nicko sente orgulho por ter produzido. Estava em seus planos produzir mais um naquele estilo e quem sabe, mais um álbum ao vivo.

Encaminhando-se para o final da entrevista, Arnopp pergunta para McBrain como foi a experiência de participar do programa Sooty, um programa de marionetes para crianças e o baterista explica que, no início, ele não queria participar. Mas ao mencionarem que seu filho iria se divertir com o pai na TV, ele cedeu e acabou tendo uma ótima experiência. Disse que se chamassem, ele iria de novo.

c) Aspectos sonoros: em 1991, lançamento da 329ª edição da *Kerrang!*, a banda Iron Maiden já era um sucesso mundial e havia passado por algumas mudanças. Nessa época, Bruce Dickinson completava quase uma década como um integrante da banda e Adrian Smith havia recém deixado o grupo, entrando no seu lugar, Janick Gers. Com o lançamento do oitavo disco, a banda saiu em uma turnê de divulgação e, em fevereiro de 1991 se encontrava nos Estados Unidos. Nicko, na entrevista, afirma que Janick Gers participou da turnê solo de Bruce Dickinson, do álbum *Tattooed Millionaire* e foi a partir disso que Gers entrou para o Iron Maiden. Isso também é um indício do que estaria por vir três anos depois, já que Bruce deixaria o grupo para seguir carreira solo.

Esse último álbum lançado foi o último do Iron Maiden a receber o disco de ouro nos Estados Unidos. No Canadá, onde sempre atingia o disco duplo platina, dessa vez alcançou apenas o disco de platina simples, mas no Reino Unido permaneceu com o disco de ouro, com a música *Bring Your Daughter... To The Slaughter*, alcançado o número um das “paradas” britânicas, como dito anteriormente.

6.1.3 *Kerrang!* nº 1.217

Para conseguir fazer a caracterização deste exemplar, a pesquisadora entrou em contato com o atual editor-chefe da *Kerrang!*, Sam Coare, via Twitter, solicitando a ajuda dele para conseguir imagens dessa edição da revista. O mesmo se

¹⁴⁷ Tradução da pesquisadora: Traga sua filha... Para o abate.

disponibilizou a fotografar as páginas necessárias para a pesquisa e as enviou para a pesquisadora via e-mail.

Passado um pouco mais de uma década depois da edição anterior analisada, o exemplar número 1.217 foi lançado em 05 de julho de 2008. Neste exemplar, também é possível observar algumas mudanças na diagramação, principalmente no logo da revista e nas chamadas das matérias, que estão mais “limpas”, visíveis e identificáveis. O logo da revista, dessa vez, está na cor preta em um fundo branco. A sua fonte foi modificada por uma sem tantos adereços, com letras em caixa alta e sem serifa. Há apenas algumas linhas finas, em branco, que lembram cortes e uma arte que remete ao processo de deterioração do papel, mas nada que dificulte a leitura. Apesar da mudança de cor no logo, as principais cores utilizadas para as chamadas ainda são o vermelho e o amarelo, com algumas em branco também. As chamadas das matérias são nos moldes da primeira revista analisada, em que constam apenas os nomes das bandas destaques na edição. Também há três imagens ilustrativas dos pôsteres que estão inclusos nessa edição, no canto inferior esquerdo da capa.

O destaque dessa edição é a banda Iron Maiden. A capa traz uma imagem do baixista Steve Harris tocando o seu instrumento em uma das apresentações do grupo. Na chamada, em que se lê: *Iron Maiden - The Beast Comes Home!*¹⁴⁸, o nome da banda está escrito na fonte usual do logo da banda, em vermelho com bordas brancas e o restante está na fonte usual da revista, sem serifa, em caixa alta e na cor branca com bordas pretas. A reportagem foi feita pelo jornalista Daniel J. Lane.

a) Aspectos visuais: como o Iron Maiden é capa dessa edição, a revista designou cinco páginas para a matéria principal, da 22 à 26. A capa já foi caracterizada anteriormente, seguindo então para as páginas da reportagem. A primeira página traz o nome da banda como cartola, para identificar como matéria da capa. A cartola, além do nome da banda escrito em branco, com letras em caixa alta e uma fonte sem serifa, também possui uma tarja na cor preta que segue até a página seguinte, onde consta o autor da matéria e das fotografias. O título *Aces High*¹⁴⁹ é o nome de uma das músicas do Iron Maiden e está escrito na fonte clássica do logo da banda, apenas com o contorno em amarelo e o meio das letras vazio, aparecendo a cor preta que está no fundo. A linha de apoio, em que se lê: *Get ready people of Britain, our greatest*

¹⁴⁸ Tradução da pesquisadora: Iron Maiden - A Besta volta para casa!

¹⁴⁹ Tradução da pesquisadora: Ases às alturas.

*ever heavy metal band is coming home...*¹⁵⁰, reverencia a banda e está escrito com letras em caixa alta e na cor branca. Acompanhando o título e a linha de apoio, ao fundo, há uma seta na cor preta que indica o centro da revista, com um fio branco como borda. Esse conjunto de título, linha de apoio e seta localiza-se no lado esquerdo da página.

Abaixo, também localizada à esquerda, segue a introdução da matéria em dois parágrafos, com alinhamento à esquerda. O primeiro parágrafo é acompanhado pela primeira letra capitular, que também usa a mesma fonte do logo da banda, ocupando seis linhas. O fundo do texto é na cor branca, enquanto que as letras são pretas, na fonte usual da revista, sem serifa. O texto se localiza no único espaço existente no meio da colagem de fotos da banda. A colagem começa nessa primeira página 22, no alto e abaixo do texto e segue até a página 23, a qual não possui nenhum texto que dê continuidade à matéria. As fotos são todas relacionadas à turnê *Somewhere Back in Time Tour*¹⁵¹, seja das performances do grupo ao vivo ou dos bastidores e até mesmo de situações corriqueiras que os integrantes da banda fazem por si só, como dirigir. As fotos são separadas por uma borda na cor branca.

Virando a página, as de número 24 e 25 são uma composição de imagens com texto, onde na 24 encontra-se uma imagem que ocupa a página inteira. É Bruce Dickinson com o microfone na mão. No canto inferior esquerdo dessa página há um boxe com alguns “segredos” do sucesso da banda. O boxe é na cor preta, com uma linha fina branca como borda; o título *Revelations*¹⁵² está na fonte utilizada no logo da banda e na cor amarela, assim como os subtítulos também estão em amarelo. O restante do texto utiliza a fonte genérica da revista na cor branca.

Começando na página 24 e seguindo pela página 25, há mais uma coluna de fotos dos bastidores e dos shows da banda, seguida por um olho localizado bem no centro, em que se lê: *“The media have no fucking clue what’s going on here...” Bruce Dickinson*¹⁵³. O olho é formado pela mesma seta utilizada no título da matéria, mas dessa vez apontando para o lado esquerdo da página par. A seta aparece na cor preta, com borda branca. As palavras de Bruce no olho também estão na cor branca e apenas o nome do cantor, fica em amarelo. Ao lado dessa coluna de imagens, já na

¹⁵⁰ Tradução da pesquisadora: Se preparem povo da Britânia, nossa maior banda de *heavy metal* de todos os tempos está voltando para casa...

¹⁵¹ Tradução da pesquisadora: Turnê “algum lugar de volta no tempo”.

¹⁵² Tradução da pesquisadora: Revelações.

¹⁵³ Tradução da pesquisadora: “A mídia não faz ideia do que está acontecendo aqui...” Bruce Dickinson.

página 25, segue o texto da entrevista realizada com Steve Harris e Bruce Dickinson, disposta em duas colunas, com alinhamento à esquerda. As perguntas do jornalista estão destacadas em caixa alta, enquanto que as respostas dos músicos estão na formatação normal. Ao final da página, no canto inferior direito, se encontra mais uma foto do cenário utilizado nos shows.

Na página 26, última página da matéria, a metade superior é composta por quatro imagens de apresentações ao vivo do Iron Maiden, sendo uma imagem maior e as outras três menores, separadas por uma borda na cor branca. Na imagem maior, há mais um olho, também no mesmo padrão utilizado anteriormente, com uma das falas de Bruce Dickinson: “*This isn’t just about creating some monster machine that crunches up countries...*”¹⁵⁴. Abaixo das fotografias, o texto da entrevista continua, dividido em três colunas, seguindo com o alinhamento à esquerda.

b) Aspectos verbais: O título da matéria, *Aces High*, além de utilizar o nome de uma das músicas da banda, remete ao sucesso da banda e o quão “em alta” ela estava, principalmente acompanhado pela linha de apoio que já indica que é a maior banda de *heavy metal* de todos os tempos do Reino Unido.

A matéria indica que o Iron Maiden está em meio a uma das maiores e mais extravagantes turnês de sua carreira, a *Somewhere Back in Time Tour*, que relembra a turnê mais longa da história da banda, a *World Slavery Tour*. Com cenários impressionantes, pirâmides e sarcófagos gigantes, um Eddie vestido de múmia com cerca de oito metros de altura e alguns lança-chamas, a matéria mostra que a banda faz um retorno triunfante aos palcos.

Seguindo no texto, é possível perceber que a matéria é uma entrevista pingue-pongue feita com o vocalista Bruce Dickinson e o baixista Steve Harris, realizada antes de um dos shows que o Iron Maiden fez no sul da Califórnia, nos Estados Unidos. E um dos fatos daquela turnê que impressionou tanto o jornalista quanto os integrantes da banda foi a quantidade de jovens e crianças que estavam assistindo à apresentação. Dickinson até afirmou que a presença deles o deixou um pouco nervoso, pois era a primeira vez, e talvez única, que esses jovens estariam assistindo a um show do Iron Maiden. Dessa forma, a pressão de fazer um ótimo trabalho se tornava ainda maior.

¹⁵⁴ Tradução da pesquisadora: Isso não é apenas sobre criar uma máquina monstruosa que esmaga países...

A primeira pergunta feita aos integrantes, além de indicar que fazia 23 anos desde a *World Slavery Tour*, indagava se parecia que já havia passado tanto tempo desde aquela turnê, ao que Harris responde que ao mesmo tempo que parecia sim, tanto tempo, já que muita coisa havia acontecido entres esses anos, também não aparentava ter sido um longo período, devido ao show ser parecido, principalmente pelo repertório. Já Dickinson, em tom irônico, responde que as coisas na Califórnia ainda permaneciam as mesmas de 23 anos atrás, como o chuveiro ruim, as maçanetas das portas e as placas das estradas, o que deu a ele a impressão que não fazia tanto tempo assim.

Seguindo na entrevista, o jornalista Daniel Lane entra no assunto da turnê mundial atual, na qual foram vendidos praticamente todos os ingressos de todos os shows, tendo estádios lotados e a venda dos *souvenires*, que também estava indo muito bem. Harris concorda, porém, declara que na carreira de qualquer músico ou banda há “altos e baixos” e que, numa carreira tão longa quanto a deles, nunca se tem certeza do que vai acontecer depois. Naquele momento eles estavam muito bem, mas Harris acrescentou que depois de dois anos eles não poderiam saber se permaneceria igual.

Dickinson, também respondendo de forma segura, explica que isso (se referindo ao trabalho da banda) não é sobre estatística de quantas camisetas estão sendo vendidas ou sobre construir um monstro que “destrói” países, mas é sobre permanecer no mesmo nível todos esses anos. Ele fala em manter o mesmo nível de “amadorismo” do início, pois assim consegue entregar o máximo de si em um show, apresentando aos fãs a melhor apresentação da vida deles. O entrevistador pergunta se eles ainda ficam nervosos antes de um show e Dickinson responde que sim, mas ao mesmo tempo não, pois vai depender de como vem acontecendo a série de apresentações anteriores. Já Harris, como um bom pai, confessou que fica mais nervoso quando um filho se apresenta do que quando ele próprio o faz¹⁵⁵.

Ainda interessado na fama da banda, o jornalista pergunta se eles sabem como explicar a popularidade do Iron Maiden. Harris confessa que não há como explicar isso, pois a banda, desde o início, vem fazendo shows atrás de shows, incansavelmente, e ele acredita que é o comprometimento deles com o público que os fez ser quem são hoje. Dickinson complementa que eles (o grupo inteiro) foram

¹⁵⁵ Na ocasião da turnê, um dos artistas que abria o show para o Iron Maiden era a filha do baixista, Lauren Harris.

construindo a imagem da banda ao longo dos anos, que não foi algo imediato. Ele acredita que a mídia os tenha ajudado, no entanto, afirma que a mídia não tem nenhuma ideia do que acontece nos shows, nos bastidores e no meio da “galera” e que ela não sabe o que fazer com isso. Dickinson, confiante, reconhece que o grupo inteiro é bom e que, mesmo em um dia em que o show não saiu como planejado, as pessoas ainda irão achar que aquele foi o melhor show da vida delas e é isso que o Iron Maiden é: além de uma banda, eles são performistas.

Mudando um pouco o rumo da conversa, Lane pergunta à Dickinson como ele faz para ter energia depois de um show inteiro correndo de um lado para o outro e no dia seguinte pilotar o avião da banda para a nova cidade em que eles irão se apresentar. Harris brinca e comenta que também não sabe como o vocalista faz, mas Dickinson tranquiliza o jornalista, dizendo que sem descansar por 12 horas ele não pilota o avião. Isso é uma regulamentação da CAA (*Civil Aviation Authority*¹⁵⁶) que Bruce segue fielmente. Quando o *Ed Force One*¹⁵⁷ não está levando a banda para as cidades da turnê, tanto o avião quanto Dickinson faziam viagens para a extinta companhia aérea Astraeus. Em uma das ocasiões em que estava na África, contou o vocalista, os passageiros que não conheciam a banda não queriam entrar no avião porque era “coisa do demônio” e poderia dar azar, então tiveram que tirar a imagem do Eddie para que fosse concluído o voo.

Depois disso, o jornalista focou na atual turnê, perguntando quais seriam os próximos lugares das apresentações: após a América do Norte, seguiriam para o final da turnê na Europa e leste da Ásia. Lane ainda pergunta para os dois integrantes qual foi o melhor lugar para se tocar na turnê. Ambos respondem que a América do Sul, pois o povo sul-americano é o mais caloroso de todos.

O jornalista finaliza a matéria revelando que durante os 25 anos de carreira da banda, o primeiro show em estádio na terra natal da banda iria acontecer naquele final de semana. Após, ele informa o local do show, Twickenham Rugby Stadium; as atrações de abertura que ficaram a cargo de Lauren Harris, da banda Within Temptation e Avenged Sevenfold; e a data certa, sábado dia, 05 de julho de 2008, mesma data de lançamento dessa edição da revista.

¹⁵⁶ Tradução da pesquisadora: Autoridade de Aviação Civil.

¹⁵⁷ Nome do avião que a banda utiliza para as suas viagens nas turnês. O avião é um Boeing 757, que leva o logo da banda e uma imagem do Eddie na cauda.

c) Aspectos sonoros: como já abordado no item anterior, nessa época a banda estava em meio a uma das suas maiores turnês, que começou na Ásia e Oceania, depois passou pelas Américas e finalizou na Europa. No mesmo dia 05 de julho, a banda fez o único show “em casa”, em Londres, no Reino Unido, também “lar” da revista *Kerrang!*. É por isso que a banda foi capa dessa edição.

O Iron Maiden, em 2008, passava por um dos melhores momentos da carreira. A banda já havia passado por todas as suas mudanças e dificuldades: a saída de Bruce Dickinson dos vocais, a entrada de Blaze Bayley em seu lugar e a volta de Dickinson e Adrian Smith para a banda, com o triunfante álbum *Brave New World*. A banda de seis integrantes, então, lançou mais dois álbuns: o *Dance of Death*, em 2003 e o último lançado em 2006, o *A Matter of Life and Death*. A cada lançamento, é padrão para o grupo fazer turnês de divulgação. No entanto, em 2008, sem nenhum lançamento em vista, a banda decidiu trazer de volta uma das maiores turnês já feitas por eles e viajar o mundo inteiro com mais de 90 apresentações com a *Somewhere Back in Time Tour*.

Além de ser uma das turnês mais rentáveis do Iron Maiden, vendendo praticamente todos os ingressos e lotando todos os estádios por onde passou, a banda ainda gravou um documentário nos primeiros 45 dias de turnê, o que incluiu o Brasil, sobre os bastidores das apresentações, as viagens com o comandante Bruce Dickinson e como é a sensação de estar em turnê com o Iron Maiden. O documentário *Iron Maiden: Flight 666 - The Film*¹⁵⁸ teve sua estreia mundial no dia 21 de abril de 2009.

Como os próprios integrantes da banda afirmaram na entrevista, o sucesso e a popularidade da banda foram sendo construídos ao longo dos anos e um dos fatores que tornaram o grupo “grande” foi o seu comprometimento ao entregar um espetáculo para os fãs, em especial fãs jovens, pois o gosto pelo Iron Maiden passa de geração em geração. Como a revista mesma divulgou, em 2008, o Iron Maiden era a maior banda de *heavy metal* de todos os tempos.

6.1.4 *Kerrang!* nº 1.613

¹⁵⁸ Tradução da pesquisadora: Iron Maiden: O voo 666 - o filme. O nome do documentário faz referência à música mais conhecida da banda, *The Number Of The Beast*.

O próximo exemplar analisado já faz parte da década de 2010. A edição número 1.613 foi lançada em 2 de abril de 2016 e mais uma vez é perceptível a mudança da diagramação da revista. Essa edição é a mais próxima dos exemplares de hoje, pois a revista já era dividida em editorias bem definidas, o que as edições anteriores deixavam a desejar. A edição número 1.613 possui, no total, 64 páginas.

A capa, diferente da edição de oito anos antes, está mais “cheia”, com mais chamadas do que o usual, e todas elas com a formatação em caixa alta. Usa-se ainda o mesmo método das chamadas serem os nomes das bandas abordadas na edição. Este exemplar lembra o segundo analisado, pois além do nome, possui um pequeno texto que o acompanha, explicando ao leitor o que ele encontrará na matéria. A capa traz a imagem do trio norte-americano PVRIS, o qual é a matéria principal desta edição. Além das chamadas, há a indicação de seis pôsteres dentro da revista. Tal indicação é acompanhada com quatro imagens ilustrativas de como serão os pôsteres. O logo da revista não mudou desde a última edição analisada, permanece com a mesma fonte sem serifa, em caixa alta; o que muda é a cor, já que nesta edição ele está na cor branca com os fios finos em preto e sem fundo.

É importante destacar que as cores utilizadas nessa edição da Kerrang! fogem um pouco daquilo que a revista está acostumada a usar, pois a capa inteira está em tons de cinza e azul. O logo e a maioria das chamadas estão na cor branca e o restante, para destacar, está na cor vermelho cereja, que se aproxima da cor rosa. Outro fato que chama a atenção para a capa é a chamada para a matéria sobre a banda Iron Maiden, pois, localizada no alta da página, apresenta, além do nome da banda, a frase: *Live in Brazil, down the front at the year's must-see tour!*¹⁵⁹, acompanhada do mascote Eddie “transformado” no Cristo Redentor, ponto turístico da cidade do Rio de Janeiro. Essa matéria, produzida por Amit Sharma, ocupa apenas duas páginas da revista, na editoria *News*¹⁶⁰, na seção *The Big Story*¹⁶¹, localizada nas páginas quatro e cinco.

a) Aspectos visuais: a matérias está localizada em páginas contínuas, o que transforma as duas páginas em um único painel sobre a banda. Bem no centro das duas páginas se encontra o Eddie Cristo Redentor visto na capa, mas ocupando toda

¹⁵⁹ Tradução da pesquisadora: Ao vivo no Brasil, na frente da turnê mais imperdível do ano!

¹⁶⁰ Tradução da pesquisadora: Novidades.

¹⁶¹ Tradução da pesquisadora: A grande história.

a altura da folha. O fundo é um céu cheio de nuvens com suas cores um gradiente, partindo do preto no alto da página, até o vermelho no inferior da página.

Na margem esquerda da página par e na margem direita da página ímpar, encontra-se uma faixa amarela e preta que é padrão para todas as matérias dessa editoria, lembrando as faixas de “perigo” que a polícia usa em locais onde ocorreram acidentes ou outras tragédias. No canto superior esquerdo da página quatro se localiza a cartola da editoria, que está escrita em fonte sem serifa, em letras “garrafais” e é acompanhada por alguns desenhos utilizando a técnica do grafite, feitos a lápis e com sombreamento. Esses desenhos incluem uma caveira, um corvo, alguns raios e outros elementos que são abrangidos pelos gêneros musicais abordados pela revista.

Abaixo da cartola da editoria, encontra-se a cartola da seção, um retângulo na cor amarela, disposto na diagonal, que inclui o nome *The Big Story - The most important thing ever*¹⁶². Um dos braços do Eddie Cristo Redentor sobrepõe essa última cartola, escondendo parte das letras, mas não ao ponto de impossibilitar a leitura. Abaixo da cartola e do braço do Eddie, localiza-se o título da matéria: *Maiden take Brazil!*¹⁶³, no qual a palavra “*Maiden*” está escrita na fonte usual do logo da banda, na cor amarela, em tamanho grande. “*Take*” está formatado em caixa alta e em uma fonte sem serifa, na cor branca. Em ambos os lados desta palavra se encontram dois fios brancos, de espessura considerável. E abaixo, a palavra “*Brazil!*”, também em branco, em letras “garrafais” no mesmo tamanho da primeira palavra. O título, dessa vez, sobrepõe a imagem do Eddie Cristo Redentor.

A linha de apoio, em fonte padrão da revista, mas em caixa alta, se localiza abaixo do título, em que se lê: *A broken plane, Steve Harris turning 60 and the best metal show Brazil has ever seen... We go inside Iron Maiden’s Tour of Latin America*¹⁶⁴. Em seguida, vem o texto da matéria, em formatação usual, em fonte sem serifa, disposto em duas colunas. Não há letra capitular nessa matéria, mas indicando o início do texto há um quadrado em amarelo, contendo uma flecha em preto, apontando para a palavra inicial. O texto tem continuidade na página ímpar, também disposto em duas colunas, que se moldam conforme o Eddie Cristo Redentor. Há um olho, com uma das frases de Bruce Dickinson no show do Rio de Janeiro, na parte

¹⁶² Tradução da pesquisadora: A coisa mais importante de todas.

¹⁶³ Tradução da pesquisadora: Maiden leva o Brasil. No sentido de “elevar”, de pegar o país e fazer uma ótima apresentação.

¹⁶⁴ Tradução da pesquisadora: Um avião quebrado, Steve Harris fazendo 60 anos e o melhor show de metal que o Brasil já viu... Nós ficamos por dentro da turnê latino-americana do Iron Maiden.

inferior da página quatro, próximo ao centro da revista, sobreposto a imagem do Eddie, em que se lê: “*Rio is the f**cking main event!*”¹⁶⁵.

Um boxe é encontrado também sobreposto à imagem do Eddie, na página cinco, quase centralizado. O boxe contém a lista de músicas que foram tocadas no show do Rio de Janeiro em 17 de março de 2016, na HSBC Arena. Foram no total 15 músicas, o que corresponde a quase duas horas de apresentação. Para completar as duas páginas sobre o Iron Maiden, há 12 imagens dos shows que aconteceram na América do Sul, não só dos integrantes em ação no palco e do cenário, mas também dos fãs que estavam presentes. Duas imagens estão localizadas no canto inferior esquerdo da página quatro; uma na parte superior da página, ao lado da cartola da editoria e acima do braço do Eddie; duas também na parte superior da página, mas localizadas na página cinco, também acima do outro braço do Eddie; e o restante, abaixo do mesmo braço, contornando tanto a imagem do Eddie quanto o texto da matéria. Cada fotografia possui uma legenda explicando o que estava acontecendo no momento da foto. As legendas, em tamanho menor que o corpo do texto e também escritas em branco, estão inseridas em um retângulo preto com um fio fino na cor amarela.

b) Aspectos verbais: a matéria de duas páginas expõe para o leitor como foi a turnê latino-americana da banda Iron Maiden, depois do lançamento do seu último álbum, *The Book Of Souls*. Mais especificamente, relata o show que aconteceu no Brasil, em março de 2016. O autor abre a matéria lembrando o histórico show da banda no festival Rock in Rio, em janeiro de 2001, que marcou o retorno de Bruce Dickinson e Adrian Smith para o grupo. Naquela época, cerca de 250 mil pessoas prestigiaram a apresentação com os antigos e icônicos integrantes da banda, fazendo do Brasil um lugar especial para o Iron Maiden.

Seguindo o texto, o jornalista explica que a turnê do último álbum começou na Flórida, EUA, e logo após, a banda aterrissou com o seu novo Boeing 747, nomeado *Ed Force One* na América do Sul. No entanto, houve um acidente no aeroporto chileno, em que o avião colidiu com um dos caminhões de reboque, o que ocasionou um alvoroço na equipe técnica da banda. Esse incidente, felizmente, não atrapalhou nenhum show que estava previsto, pois os consertos foram logo feitos e o avião pôde ser utilizado novamente. Mas atrapalhou as comemorações do 60º aniversário do

¹⁶⁵ Tradução da pesquisadora: Rio é o evento principal.

baixista e líder da banda, Steve Harris, o qual não se deixou abalar, pois no final deu tudo certo.

Depois disso, a turnê alcançou o Brasil em uma única apresentação no Rio de Janeiro. Bruce Dickinson falou para a multidão que já haviam passado por diversos países da América do Sul, mas que o Brasil era o evento principal. E, ainda, que haviam preparado muitas coisas legais para aquela noite. Isso porque muitas coreografias e surpresas no cenário foram preparadas, além de tocarem músicas inéditas do novo álbum, que o povo brasileiro ainda não havia presenciado. Claro que os clássicos também foram tocados, afinal, os fãs esperavam fervorosamente para que os *riffs* de *The Trooper* e *The Number of the Beast* fossem executados pelos guitarristas.

Amit Sharma finaliza a matéria avisando que três meses depois do lançamento da revista, a banda estaria voltando para os solos britânicos, onde faria o show de fechamento do *Download Festival*¹⁶⁶. E ainda lançou uma campanha para ganhar ingressos para curtir o show.

c) Aspectos sonoros: naquele ano de 2016, como já mencionado, a banda começava a turnê de divulgação do seu último álbum de estúdio, o *The Book of Souls*, lançado em setembro do ano anterior.

No entanto, é preciso explicar que logo depois das gravações desse disco em 25 de novembro de 2014, Dickinson foi diagnosticado com câncer na garganta e na língua¹⁶⁷. A turnê estava prevista para começar ainda em fevereiro de 2015, mas teve que ser adiada para que Bruce fizesse o tratamento. A doença do vocalista não foi divulgada até que Bruce começasse o tratamento e apresentasse sinais de melhora.

Após Dickinson vencer a doença, a turnê foi remarcada para o ano de 2016 a qual foi declarada, na época, a maior turnê da banda. Não se sabe se foi por causa da doença, mas Bruce e toda a banda deram o seu melhor para entregar um espetáculo para os fãs, concluindo essa tarefa com sucesso. O Iron Maiden com o lançamento do novo álbum que revisitou a sonoridade do quinto álbum *Powerslave*; a nova turnê e a performance do vocalista sendo ainda mais impressionante depois de tudo o que ele passou, colocou a banda, mais uma vez, à frente dos holofotes.

¹⁶⁶ Um dos maiores festivais de rock e heavy metal britânico. Disponível em: <<https://downloadfestival.co.uk/history/>> Acesso em: 27 out. 2019.

¹⁶⁷ Informações disponíveis na autobiografia do cantor "Para que serve esse botão?", lançada em 2017.

6.1.5 *Kerrang!* nº 1.785

A última edição a ser caracterizada é a número 1.785, lançada em 10 de agosto de 2019. Lembra-se que o critério utilizado pela pesquisadora é o de analisar a trajetória da banda Iron Maiden pela revista *Kerrang!*, com um exemplar de cada década de existência da revista e um do ano vigente.

Essa edição possui a mesma diagramação explanada no subcapítulo 3.4, com editorias definidas e que aparecem em todas as edições. A capa, comparando com os outros exemplares caracterizados, é a mais bem organizada, sem informações em excesso. Há apenas quatro chamadas, destacando-se uma para a matéria de capa, localizada no canto inferior esquerdo da página, sobreposta à imagem de alguns integrantes da banda Slipknot, sobre quem é a matéria. A fonte utilizada nas chamadas continua sendo sem serifa e as letras estão em caixa alta. A mudança aparente é que a fonte não é tão condensada quanto a da edição anterior analisada e há um espaçamento considerável entre as letras. São utilizadas as cores vermelha (para destacar as palavras mais importantes da chamada) e a branca, para o restante.

As outras três chamadas estão localizadas no alto da capa, acima até mesmo do logo da revista, e contêm parte dos nomes das bandas destaques, incluindo o Iron Maiden, em tamanho grande, acompanhados por um pequeno texto ilustrativo, em tamanho menor. Essas chamadas estão escritas na cor preta, lado a lado, apenas separadas por dois travessões na cor vermelha. No lado esquerdo das chamadas, no canto superior, há duas imagens ilustrativas que mostram de quem são os pôsteres dessa edição. O logo da revista segue abaixo, dessa vez modificado. O nome da revista está escrito em uma placa na cor vermelha, com formato de paralelogramo, ou um retângulo com os lados inclinados. As letras, dessa vez em uma fonte condensada e em caixa alta, não são preenchidas com a cor da placa; elas trazem a cor do fundo da imagem, que nesse caso é um tecido em tons claros. Este logo se adapta conforme o tema da edição da revista. Para finalizar, no lado direito da capa, próximo à margem, se encontra a imagem de uma impressão de arte da banda Slipknot, que acompanha a revista.

A edição número 1.785 possui 68 páginas e traz uma revisão e análise de um dos shows da banda Iron Maiden, em sua mais nova turnê: *The Legacy of the Beast*

*Tour*¹⁶⁸. Essa análise, feita por Misha Pearlman, se encontra na editoria *Reviews*, na seção *Lives*, a qual pontua a apresentação em quantidades de “K’s”. Foram disponibilizadas duas páginas para essa revisão: 56 e 57.

a) Aspectos visuais: localizada em duas páginas contínuas, a formatação da matéria junta as duas páginas em uma só. A apresentação que foi avaliada pela revista foi a que aconteceu na Filadélfia, EUA, em 30 de julho de 2019. Dessa forma, uma imagem produzida naquela ocasião ocupa as duas páginas inteiras. Nessa imagem é possível identificar qual das músicas o grupo estava tocando no momento, devido ao cenário produzido. Há um telão no fundo com uma imagem do Eddie montado em um cavalo, segurando a bandeira do Reino Unido e em um uniforme de guerra, símbolo clássico da música *The Trooper*. Percebe-se também que a imagem foi produzida do meio do palco para o lado direito, pois aparecem apenas o baixista Steve Harris, o guitarrista Janick Gers, o vocalista Bruce Dickinson portando a bandeira dos Estados Unidos e a bateria do Nicko McBrain, já que o mesmo fica escondido atrás do instrumento. Isso porque os outros dois integrantes geralmente têm seu lugar marcado no outro lado do palco.

No canto superior esquerdo da página par, encontra-se a cartola da seção que é o mesmo paralelogramo usado no logo da revista, mas com a palavra *Lives* escrita em branco, com fonte sem serifa e condensada. Logo abaixo da palavra e ainda dentro do paralelogramo, há uma tarja na cor preta em que estão inseridas as possíveis notas que os shows poderão receber: KKKKK - um clássico; KKKK - excelente; KKK - bom; KK - mediano; e K - pobre. Abaixo da cartola, encontra-se o título da revisão, *Maiden America*, escrito em caixa alta, em uma fonte sem serifa, mas condensada com sublinhado. Logo abaixo segue a linha de apoio, também acompanhada pelo sublinhado, mas com a fonte regular e formatação usual em que se lê: *Iron Maiden conquer as they bring The Legacy Of The Beast Tour stateside*¹⁶⁹.

O texto é desenvolvido na página ímpar, disposto em duas colunas com alinhamento à esquerda, escrito em fonte sem serifa usual e na cor branca. No início do texto é usada uma capitular de mesma fonte, mas que ocupa cinco linhas do texto e que está na cor vermelha. Entre as duas colunas de texto, centralizado no topo está localizado um retângulo em vermelho, com uma faixa em preto, que possui as

¹⁶⁸ Tradução da pesquisadora: Turnê do legado da besta.

¹⁶⁹ Tradução da pesquisadora: Iron Maiden conquista enquanto leva a turnê do Legado da Besta para os Estados Unidos.

informações sobre o show, seu local e data. Por último, a nota da avaliação da apresentação. O texto leva a mesma fonte, mas em caixa alta e na cor branca.

Ao final do corpo do texto há a assinatura da avaliação, feita por Mischa Pearlman e abaixo, para indicar que não há mais textos, um fio de espessura média e na cor branca foi adicionado, tendo o comprimento da segunda coluna do texto. Ao lado direito da matéria, próxima à margem direita da página 57, há uma coluna a parte do texto da avaliação, com fundo branco, que é dedicada à opinião de quem estava presente no show. No alto se encontra o título dessa pequena parte, *How was it for you?*¹⁷⁰, escrito na cor vermelha e em caixa alta. Abaixo, estão localizadas as três imagens dos fãs escolhidos, acompanhadas de um fio vermelho como borda. Ao lado, o nome da pessoa em vermelho; abaixo, o local de onde ela é; em preto, o texto com a sua opinião. Os três fãs são separados por fios finos na cor cinza.

Abaixo dos três fãs, há mais uma parte da coluna, dessa vez em vermelho, em que consta o título: *Face in the crowd*¹⁷¹, acompanhado por uma foto das pessoas que estavam assistindo ao show, com um círculo e uma flecha na cor branca, indicando um dos fãs. Abaixo da imagem há um pequeno texto que explica aos leitores o que deverá ser feito.

b) Aspectos verbais: o título e a linha de apoio já entregam o que a avaliadora achou do show, principalmente ao escrever que o Iron Maiden conquistou o “lado dos estados” com sua apresentação, brincando com o nome do país, Estados Unidos. Já no início do texto, Pearlman incrimina a banda por ser boa demais e que não é justo com os outros grupos. Ele informa que já era de se esperar que a banda apresentasse um bom show, devido aos seus quase 45 anos de carreira, mas não tão bom assim. Diz ainda que todos os integrantes estando na faixa dos 60 anos, eles ainda têm a mesma, se não mais, energia que as bandas com um terço da idade deles possuem.

O jornalista declarou, na avaliação, que sentiu um pouco de compaixão pela banda de abertura, The Raven Age, da qual o filho do Steve Harris faz parte. Isso porque o espetáculo que veio depois não se compara com a apresentação anterior. Entretanto, ele confessa que o repertório da banda é digno de fazer parte da turnê do Iron Maiden. Seguindo em sua avaliação, ele afirma que a banda está em um mundo só deles, conduzindo o público da forma que eles querem e entregando uma imensa experiência imersiva nas histórias que as músicas do grupo contam.

¹⁷⁰ Tradução da pesquisadora: Como foi para você?

¹⁷¹ Tradução da pesquisadora: Rosto na multidão.

Bruce Dickinson muda algumas peças de roupas de acordo com a próxima música, assim como o cenário ao fundo também se adapta. Alguns grandes momentos definidos pelo avaliador foram: no início do show, quando um avião de caça inglês sobrevoa o palco; quando Dickinson aparece com um lança-chamas duplo na música *Flight Of Icarus*¹⁷² e lança chamas para o ar; quando o mascote Eddie entra em cena e “trava uma briga de espadas” com o vocalista; e na música *Sign Of The Cross*¹⁷³, em que Dickinson se veste de sacerdote e encena como se estivesse disseminando a palavra da sua religião. Ele ainda escreve, impressionada, sobre os alcances vocais que o vocalista consegue atingir em todas as músicas tocadas.

No final da avaliação ele conta que mesmo que o público soubesse o que estava por vir no encerramento do show, as pessoas se comportaram como se não estivessem esperando o fechamento com a música *Run To The Hills*¹⁷⁴, que foi muito ovacionada. Para finalizar a matéria, Pearlman afirma que a apresentação foi um triunfo em dois âmbitos: teatral e musical. Esse show é a prova de que, por mais injusto que pareça, o Iron Maiden continua sendo uma das melhores bandas ao vivo que alguém poderá prestigiar, disse ela. Com essa avaliação, a nota dada para o show da *The Legacy Of The Beast Tour* na Filadélfia, em 30 de julho de 2019, foi de KKKKK, um clássico.

Na coluna ao lado, onde se encontra a opinião de três fãs selecionados, foi unânime entre eles que o show foi o melhor já visto em suas vidas e que, com certeza, irão assistir o Iron Maiden mais vezes. Por último, o texto que acompanha a foto do fã no final da página, explica que se o leitor souber ou for a pessoa que estava na plateia gritando, era para enviar para a revista uma foto do rosto e do ingresso do show para se identificar. O prêmio seria entregue para a pessoa.

c) Aspectos sonoros: a banda, ainda no ano de 2018, um ano depois do final da *The Book Of Souls Tour*, sai novamente em turnê, dessa vez com shows que entregariam toda a história do “legado da besta”, ou mais especificamente falando, da mascote Eddie. E não só isso. Além desse legado, eles estavam promovendo a história em quadrinhos e o jogo para *smartphones* com o mesmo nome da turnê, *The Legacy Of The Beast*. Sem falar na cerveja *The Trooper*, que o próprio vocalista ajudou a produzir.

¹⁷² Tradução da pesquisadora: O voo de Ícaro.

¹⁷³ Tradução da pesquisadora: Sinal da Cruz.

¹⁷⁴ Tradução da pesquisadora: Corra para as colinas.

De maio a agosto de 2018, o grupo levou a turnê por toda a Europa. Já em 2019, durante os meses de julho a outubro, a banda levou a sua turnê para as Américas. Começando pela América do Norte, seguiu para a América do Sul, em que participou do festival Rock In Rio, ocorrido em setembro e outubro de 2019, na cidade do Rio de Janeiro. Ainda se apresentou em mais duas cidades brasileiras: São Paulo, SP, e Porto Alegre, RS.

Mesmo que a banda não tenha lançado músicas novas para apresentar na turnê, o objetivo dessas apresentações foi justamente reviver toda a trajetória da banda. O Iron Maiden toca desde os clássicos dos primeiros álbuns de estúdio até os mais atuais, sendo uma homenagem aos fãs mais antigos. Estes tiveram a oportunidade de ver mais uma vez a banda tocar algumas de suas canções favoritas. Mas, não só o público de idade foi agradado. Na verdade, todos que prestigiaram os shows do Iron Maiden dessa turnê saíram satisfeitos. Como Pearlman afirmou na sua avaliação, os shows do Iron Maiden são experiências imersivas e totalmente visuais.

Essa resposta do público e o cuidado que a banda tem ao produzir um espetáculo para os fãs, os colocaram mais uma vez de volta ao *showbusiness*. A banda já está cotada para comandar dois festivais na Europa, no ano de 2020. Sem falar nas especulações de que talvez haja um disco novo em breve.

6.2 ANÁLISE

Após a caracterização das edições das revistas selecionadas, parte-se para a análise. Será feita a relação entre o material caracterizado e os conceitos e reflexões trazidos nos capítulos anteriores.

É importante destacar que os dois principais objetos de análise, a revista *Kerrang!* e a banda Iron Maiden, estão mais ligados do que se imagina. Além da banda ser do gênero *heavy metal* e a revista desenvolver seus conteúdos com base no mesmo gênero, os dois são “filhos” do mesmo movimento. Ou seja, ambos foram criados no surgimento do NWOBHM¹⁷⁵, no final dos anos 1970 e início dos anos 1980 e foram crescendo e se desenvolvendo paralelamente, ao mesmo tempo. Por isso foi possível utilizar as mesmas categorias para caracterizar ambos, revista e banda.

¹⁷⁵ Conforme nota de rodapé nº 69.

Nos anos 1980, como visto no capítulo 5, a banda era jovem e estava começando a conquistar fãs com um trabalho intenso de apresentações em casas de shows e bares por toda a Europa e também nos Estados Unidos. O intuito era serem vistos. Fazer com que o público os conhecessem e soubessem como era o trabalho da banda Iron Maiden ao vivo. Era dessa forma, junto com os discos vendidos nas lojas e as reportagens em jornais e revistas que uma banda se fazia conhecer nos tempos em que a internet não existia.

Ao mesmo tempo, associa-se a esses fatos o histórico da revista, como citado no capítulo 3. A *Kerrang!* surgiu como uma extensão da antiga revista *Sounds* (que era um periódico sobre música, especialmente rock e punk) para suprir a necessidade de conteúdos voltados especialmente para o *heavy metal*. Sendo assim, a jovem revista também estava em busca de fãs leitores. Mas, nos 1980, como ainda não havia as tecnologias e o meio digital para se promover e divulgar as publicações (capítulo 2), a forma de conseguir leitores fiéis para a revista nada mais era do que fazer um bom trabalho jornalístico, de design e diagramação, definir uma linguagem característica para atingir o seu público e ser pontual na publicação. Ou seja, ter credibilidade junto ao público.

Expondo essa pequena história de dois elementos diferentes (uma banda e uma revista), mas que são pertencentes ao mesmo “mundo”, é perceptível a formação de uma cultura ao redor do gênero musical *heavy metal*. Como abordado no capítulo 2, de acordo com as duas interpretações principais de Santaella (2004), o *heavy metal* pode ser uma cultura restrita a um determinado grupo de pessoas, afinal, não é todo mundo que gosta e se identifica com o gênero musical e os seus aspectos. Mas é justamente por suas características sonoras, visuais e verbais, explicadas no capítulo 4, que o gênero pode ser considerado uma cultura. Nessas características encontram-se comportamentos perante a sociedade e costumes em relação à vestimenta, por exemplo.

Todavia, o *heavy metal* se encontra inserido em uma cultura maior ainda. Por mais que o gênero tenha sido criado e disseminado primeiramente nos Estados Unidos e Reino Unido, é possível encontrar o *heavy metal* em diversos lugares do mundo. A cultura desse gênero está em todo o lugar, em um espaço indefinido e ela é complementar às outras. Ou seja, os fãs de *heavy metal*, além de escolherem a cultura do gênero, estão inseridos em uma cultura familiar, local e até mesmo nacional, tornando-os, dessa forma, pessoas multiculturais.

Como exemplo, em uma das apresentações do Iron Maiden feita na Alemanha, em 2016, para mais de 80 mil pessoas, Bruce Dickinson se impressionou com o tamanho do público presente, principalmente em meio à chuva que estava caindo. Isso o fez discursar sobre como o *heavy metal*, o Iron Maiden mais especificamente, consegue juntar tantas pessoas para celebrar a música. Em suas palavras, o vocalista declarou que em um mundo cheio de ódio, onde pessoas se matam todos os dias, aquela era uma verdadeira demonstração de amor, pois estavam presentes pessoas de vários países do mundo, de diferentes religiões, diferentes idades, diferentes cores e ideologias, que só o *heavy metal* consegue juntar. Segundo Dickinson, aquela era uma “família”¹⁷⁶.

Portanto, é possível definir o *heavy metal* como uma tribo, de acordo com Maffesoli (1998), citado no capítulo 2. O autor explica que tribos são grupos formados a partir de um interesse comum. A tribo do *heavy metal* existe para que as pessoas adeptas encontrem outros que gostem do mesmo gênero para conversar, trocar informações, compartilhar sentimentos relacionados às suas bandas e músicas preferidas. Na época do surgimento do gênero, os fãs, que eram na maioria jovens adolescentes, se encontravam na escola ou na casa de um deles para falar, ouvir e até mesmo tocar *heavy metal*. Ia-se às lojas de música para saber se havia lançamentos de álbuns das bandas favoritas e para se conhecer novos grupos também. Conteúdos sobre o gênero eram encontrados em veículos que faziam parte da cultura das mídias (capítulo 2), como rádios, emissoras de TV e revistas especializadas no assunto, que é o caso da *Kerrang!*.

No entanto, com o surgimento da internet e conseqüentemente do ciberespaço, os adeptos do *heavy metal*, mesmo que distantes um do outro de modo geográfico, acabam se encontrando nesse espaço aberto ou criado pelas tecnologias. É possível se comunicar com qualquer indivíduo de qualquer lugar do mundo, se tornando aquilo que Dickinson afirmou em seu discurso: uma família mundial. Além dessa interação social, o ciberespaço proporciona a informação rápida, ou seja, não é mais necessário ir às lojas de música ou bancas de jornais e revistas para saber o que está acontecendo no mundo do *heavy metal*. Basta acessar a internet e as mídias digitais para se manter informado. Isso é o que o Levy (2000) denominou cibercultura, conforme explicado no capítulo 2.

¹⁷⁶ O discurso pode ser visto pelo: <<https://www.youtube.com/watch?v=xHRPEPpK00E>>
Acesso em: 03 nov. 2019.

Dito isso, não só a tribo do *heavy metal* e, conseqüentemente, do Iron Maiden é que se encontram nesse espaço, mas também a revista *Kerrang!*, por ser parte da cultura do gênero. A revista é um produto da Indústria Cultural, tendo em vista a produção de informações direcionada para o consumo de um determinado grupo de pessoas. Na época dos anos 1980, a *Kerrang!* conquistou seu espaço e seus leitores por ser uma publicação que levava a sério o gênero musical e tinha a “cara” dos jovens da época, principalmente a sua linguagem.

Já nos tempos atuais, se a revista não tivesse se adaptado às mídias digitais, ela não teria o espaço que tem hoje. Ela passou por um processo de convergência¹⁷⁷, adotando outros meios para disseminar o seu conteúdo: as mídias digitais. Isso fez diferença na hora do público consumir o conteúdo proposto, porque, além da revista impressa que permanece como o “carro chefe” da *Kerrang!*, é possível ler uma matéria *online* no seu site, assistir uma entrevista no YouTube, ouvir as músicas mais pedidas na rádio da *Kerrang!* e ainda acompanhar a publicação de notícias “frescas” pelas redes sociais (subcapítulo 3.3).

Um exemplo de como o ciberespaço interliga o mundo inteiro é a interação que a revista tem com seu público nas redes sociais. Existe uma comunicação e troca de ideias entre leitor e revista. Além de apenas interagir socialmente, a revista lê e analisa as críticas, sugestões e pedidos do seu público, para entregar a eles o melhor conteúdo. Assim como aconteceu com a pesquisadora, que solicitou ajuda ao editor-chefe da *Kerrang!*, que lhe respondeu prontamente.

Seguindo a análise, como já exposto no capítulo 3, a revista *Kerrang!* é considerada um veículo de jornalismo especializado. Mas, mesmo que uma revista seja considerada jornalismo especializado por si só, Scalzo (2004) apresentada no capítulo 3, alerta que a revista pode ainda se segmentar em diversos temas. No caso da *Kerrang!*, a música é o principal elemento do periódico. E sendo ainda mais específica, a revista traz apenas músicas do gênero *heavy metal*, incluindo as suas vertentes, que já foram apresentadas no capítulo 4: o *nu metal*, o *trash metal*, o *lite metal*, o metal melódico, entre outros e também alguns subgêneros do rock, como o punk, o *grunge*, o pop punk e o *emocore*, que são os mais próximos do *heavy metal*.

¹⁷⁷ Convergência é um processo migratório dos públicos dos meios de comunicação às mídias sociais, que vão em busca de novas experiências de entretenimento. Esse processo não ocorre, somente, devido às mudanças tecnológicas, mas também há uma transformação cultural em que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões por meio dos conteúdos midiáticos (JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009).

Esse foco em apenas um gênero e seus subgêneros musicais torna a *Kerrang!* ainda mais especializada. Ou seja, pode-se considerar a revista um produto de jornalismo especializado em música de metal. Para incluir o gênero *heavy metal* e todos os subgêneros em uma única definição, Weinstein (2000), citada no capítulo 4, define esse “mundo” da música como “metal” apenas, termo que a pesquisadora utiliza em algumas ocasiões.

Todavia, na época de criação da *Kerrang!*, como citado no subcapítulo 3.3, o *heavy metal* ainda era um subgênero do rock, em ascensão para se tornar um gênero próprio. Dessa forma, em seu início, a revista era focada apenas no *heavy metal* clássico e na nova “onda de *heavy metal* britânico” que estava sendo criada nos anos 1980, tendo em vista que os subgêneros do *heavy metal* ainda não existiam, como visto no capítulo 4. Os subgêneros do *heavy metal* começaram a ser formados após a solidificação do NWOBHM¹⁷⁸, que tem o Iron Maiden como uma das bandas pioneiras.

Exposto isso, antes de continuar a análise da revista, é interessante verificar se realmente o *heavy metal* pode ser considerado um gênero musical, de acordo com as cinco regras propostas por Fabbri (1981), elencadas no capítulo 4. Partindo do princípio de que não há hierarquia entre as regras, sendo que um gênero pode ter mais ênfase em uma das regras do que na outra e que, segundo Weinstein (2000), o *heavy metal* possui três características principais: sonora, visual e verbal, é possível refletir que sim, *heavy metal* é um gênero musical.

A característica sonora do *heavy metal* faz parte da primeira regra de Fabbri (1981): regra formal e técnica. A sonoridade do *heavy metal*, como descrito no subcapítulo 4.3.1, provém dos instrumentos utilizados e da forma como são arranjados, sempre buscando aquele som mais “pesado”, com a guitarra evidente e bateria e baixo bem marcados. O acorde de força é também uma característica essencial do gênero, já que está presente em praticamente todas as músicas. Outro fator importante para o gênero é a performance da banda ao vivo e a execução com maestria dos seus instrumentos.

O aspecto visual de Weinstein (2000) faz parte da terceira regra de Fabbri (1981): a regra comportamental. Ela engloba comportamentos e rituais presentes no gênero, como a maneira de conversar e de se vestir que são bem característicos do

¹⁷⁸ Conforme nota de rodapé nº 69.

heavy metal. Durante as apresentações, o público realiza gestos com as mãos e movimentação a cabeça, sacudindo o cabelo. São gestos e coreografias executados em qualquer show de metal. Os *headbangers*, ou metaleiros, são facilmente reconhecidos no meio da multidão: os homens costumam usar cabelos compridos; camisetas pretas, de preferência de alguma banda; acessórios em couro; tatuagens e *piercings* também podem ser um diferencial. Todavia, esse aspecto visual também faz parte da segunda regra de Fabbri (1981): a regra semiótica.

Essa segunda regra, conforme citado no subcapítulo 4.2.2, abrange principalmente a narrativa das canções. No entanto, conforme Santaella (2019) explica, a semiótica é o estudo de todas as linguagens: escrita, falada, imagética, cantada, dançada e assim por diante. O objetivo da semiótica é compreender quais processos inseridos nessas linguagens permitem a função de significar, serem interpretadas e produzir sentido para o ser humano. Dessa forma, o aspecto visual de Weinstein (2000) também pode ser considerado parte da regra semiótica, já que as bandas de metal criam um logo próprio para identificá-las, assim como as capas dos álbuns, que sempre carregam elementos escuros, com a predominância das cores preta e vermelha. Essas cores são muito utilizadas devido ao preto significar mistério, morte e luto; já o vermelho, no contexto do *heavy metal*, representa a agressividade, o poder e o desejo¹⁷⁹. Sem falar nas artes das capas, que devem transmitir a desordem e o grotesco em temas como o horror, a fantasia heroica, a ficção científica, entre outros.

Ainda de acordo com a segunda regra (semiótica), percebe-se que além do visual, o contexto verbal de Weinstein (2000) também está inserido nela. Esse aspecto verbal não diz respeito a, apenas, às letras das canções do *heavy metal*, mas também aos nomes das bandas do gênero e seus respectivos álbuns. Assim como as artes de seus álbuns e logos, os nomes e as músicas das bandas de *heavy metal* também devem transparecer a desordem, o caos, a agressividade, o grotesco e as fantasias épicas.

Todavia, esse aspecto verbal pode abranger a quarta regra de Fabbri (1981): regras sociais e ideológicas. Em alguns casos, algumas bandas adotam um comportamento em relação a determinados assuntos, como religião ou política e expõem suas opiniões na música. Mas não só nas canções. O relacionamento dos

¹⁷⁹ Informações disponíveis em: <<https://www.significadodascores.com.br/>> Acesso em: 03 nov. 2019.

músicos com a mídia e seus fãs fora dos palcos também pode influenciar o seu público, tendo em vista que os mesmos são vistos como ídolos e heróis. Dessa forma, os fãs do *heavy metal* tendem a se comportar conforme as ideias propostas pelas bandas do gênero.

A última regra definida por Fabbri (1981), a econômica e jurídica, pode ser considerada a menos perceptível, ao menos para os leigos em relação ao *heavy metal*. Mas, como falado no capítulo 4, o *heavy metal* possui sim, regras econômicas e jurídicas que são organizadas pelos empresários das bandas e as empresas gravadoras e produtoras musicais. Para exemplificar como funciona esse mercado, há o filme *The Dirt*, lançado pela Netflix¹⁸⁰ em março 2019, que conta a história da banda norte-americana de *lite metal* Mötley Crüe. No filme, além dos momentos vividos pela banda, é mostrado como funciona o processo de contratação de empresário e gravadora para se produzir um disco, depois lançá-lo e fazer apresentações para divulgar as músicas. Com isso, pode-se dizer então, que o *heavy metal* é um gênero musical bem estabelecido.

Tendo isso definido, é possível analisar se a banda Iron Maiden faz parte do gênero ou não. Selecionando os aspectos de Weinstein (2000), do capítulo 4, pode-se afirmar que o Iron Maiden atinge todos as três áreas, sendo considerada uma banda de *heavy metal*, mais especificamente da “nova onda de heavy metal britânico” (NWOBHM), devido ao seu surgimento próximo dos anos 1980. Como já explicado no capítulo 5, o Iron Maiden utiliza os instrumentos básicos para fazer músicas de *heavy metal*, com o diferencial do baixo ter um destaque muito próximo ao da guitarra. Hoje, a banda usa três. Suas melodias, arranjos e *riffs* são característicos do gênero e o vocal agudo e “gritado” complementa o aspecto sonoro¹⁸¹.

No aspecto verbal, a banda é cuidadosa para que todas as suas composições sejam relacionadas ao gênero. Como colocado por Silva (2008) no capítulo 4, a começar pelo nome da banda, que significa “donzela de ferro”, um instrumento de tortura medieval. Isso já abrange os temas que são relacionados ao mundo do *heavy metal*, como a violência e o caos. No capítulo 5, em que é contada a história da banda e explicados os seus álbuns, nota-se que o grupo é meticoloso em relação às músicas

¹⁸⁰ Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/>> Acesso em: 03 nov. 2019.

¹⁸¹ Para exemplificar como é o som do Iron Maiden, há o vídeo da música Aces High, tocada em uma recente apresentação da banda no Rock In Rio. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ID_s9aMShRw> Acesso em: 15 nov. 2019.

produzidas e aos álbuns em que se encontram, sendo que tudo deve ser interligado. Ou seja, as letras compostas não apenas envolvem os temas propostos pelo *heavy metal*, como a banda inclui fatos históricos de guerras e tragédias, ou então se baseia na literatura ou poemas épicos. E o nome dos álbuns acabam seguindo a mesma linha.

Como exemplo, traz-se a música *Aces High*, do quinto álbum *Powerslave*. Como a banda é britânica e a mesma preza pela história de seu país, essa canção retrata como eram os ataques e defensas aéreas na Segunda Guerra Mundial, pelo ponto de vista dos britânicos. O trecho da música “*There goes the siren that warns of the air raid / Then comes the sound of the guns sending flak / Out for the scramble, we've got to get airborne / Got to get up for the coming attack*”¹⁸² mostra como eram anunciados os ataques e como os pilotos se preparavam para isso. Ao seguir na música, em seu ápice, Dickinson exclama: “*Run, live to fly, fly to live, do or die*”¹⁸³, em referência ao que os pilotos viviam em cada combate na guerra: correr, se manter vivo para poder voar em seus aviões, voar para poder se manter vivo e atirar nos outros ou morrer.

O visual também é uma questão muito valorizada pela banda. As artes dos discos, apresentadas no capítulo 5, seguem os temas que Weinstein (2000) sugere no capítulo 4 e ainda apresentam a mascote Eddie, que é o principal personagem em suas capas. Eddie, em cada álbum, é apresentado de forma que condiz com o significado das músicas presentes naquele conjunto. Como por exemplo, no último álbum de estúdio, o *The Book Of Souls*, Eddie aparece com características da antiga civilização maia em referência à música de mesmo nome, que é sobre essa civilização poderosa que acabou falhando e foi extinta.

O logo da banda, que nada mais é que o nome da mesma, leva uma fonte criada para o grupo, que é imediatamente reconhecida no meio do metal. Sem falar na aparência dos integrantes que seguem o padrão imposto ainda nos 1970, quando o *heavy metal* foi criado: cabelos compridos, algumas tatuagens, acessórios de vestimenta em couro e o uso predominante do preto.

¹⁸² Tradução pelo Letras: Lá vai a sirene que avisa do ataque aéreo / Depois vem o som das armas mandando bala / Para o combate, nós temos de decolar / Temos de nos preparar para a chegada do ataque. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/iron-maiden/19286/traducao.html>>: Acesso em: 15 nov. 2019.

¹⁸³ Tradução da pesquisadora: Corra, viva para voar, voe para viver, faça ou morra.

Outro aspecto de suma importância para o Iron Maiden, se não o principal, é a apresentação ao vivo e sua performance. Nos shows, a banda e sua equipe técnica preparam um cenário de acordo com o tema da turnê, incluindo acessórios, trocas de roupa, bonecos gigantes e show de luzes. Sem falar que o líder Steve Harris, guiado pelos princípios do *heavy metal*, em que é necessária a execução perfeita dos instrumentos, exige a melhor performance dos integrantes da banda para entregar uma apresentação impecável para o público. O que a banda consegue triunfantemente, pois segundo o jornalista Pearlman, da revista *Kerrang!*, na última edição analisada, ele se impressionou com a qualidade do show da banda, elogiando a produção e a sua performance, principalmente de Bruce Dickinson, que havia cantado melhor do que o esperado.

Seguindo na análise relacionada ao *heavy metal*, pode ser observado que a revista *Kerrang!* também apresenta as características de Weinstein (2000). Com o objetivo de ser uma revista que informa sobre os principais acontecimentos no mundo do metal, adotou-se um visual e um contexto verbal que corresponde ao gênero. O nome da revista já faz relação com a música e o principal instrumento do gênero, a guitarra, conforme explicado no subcapítulo 3.3. Além dele ser bem destacado na capa da revista, em letras em caixa alta, geralmente na cor vermelha, em algumas edições ganha detalhes que fazem referência à sonoridade do *heavy metal* e aos temas utilizados pelo gênero.

A cor vermelha também é utilizada em outros textos dentro da revista, seja em títulos ou subtítulos, A cor preta é predominante e nas edições que foram publicadas nos anos 1990, a revista utilizou-se de todas as cores para compor suas páginas. Naquela década, houve a emergência da música pop e de estilos que levavam muitas cores e, para se adaptar ao momento, a *Kerrang!* utilizou-se desse recurso em suas páginas. Hoje, a revista tem uma diagramação bem determinada, usufruindo das características do metal, com a predominância do vermelho e preto em suas páginas, imagens que possam representar esse mundo, principalmente nas apresentações ao vivo das bandas, mas sem deixar de lado os movimentos da contemporaneidade.

O texto da revista, desde a sua criação, é bem característico do *heavy metal*, utilizando expressões e jargões próprios do gênero, fazendo brincadeiras e trocadilhos com os nomes das bandas e suas músicas. A linguagem utilizada é bem simples, fácil de entender. Brown (2007) explica que o principal público da revista são os jovens,

por isso, a revista ainda utiliza gírias do momento, o que acaba aproximando ainda mais o público do periódico.

Como já abordado anteriormente, a revista *Kerrang!* é considerada uma publicação do jornalismo especializado. No entanto, por mais especializado que seja, o jornalismo da revista não deixa de apresentar as principais características do jornalismo tradicional. De acordo com Santos (2012), abordada no capítulo 3, a revista deve apresentar universalidade, periodicidade, difusão, atualidade e a investigação, interpretação e precisão dos fatos. A partir disso, observa-se que a *Kerrang!* apresenta essas características. A revista britânica é universal dentro do tema proposto, afinal, não se faz *heavy metal* apenas no Reino Unido e nos Estados Unidos. A revista traz também bandas de metal de outros países, inclusive brasileiras, como a banda Sepultura ou japonesas, como a BABYMETAL. Sem contar que a sua equipe viaja com as bandas para poder entregar uma avaliação de suas apresentações e como é a resposta do público de determinado país em relação à banda. Além de, por meio de pedidos realizados em seu site, os exemplares da revista são entregues em todo o mundo.

A periodicidade está presente na revista, já que é lançada semanalmente há 38 anos, toda quarta-feira, trazendo notícias e novidades da atualidade dentro do “universo” do metal. Além de, hoje, fazer essa difusão por outros meios digitais já mencionados, como o canal do YouTube e as redes sociais. Além disso, a revista se preocupa com a investigação e a apuração dos fatos que serão apresentados para os leitores, levando informações concretas, utilizando fontes confiáveis, principalmente entrevistas com integrantes ou empresários das próprias bandas.

Nas matérias caracterizadas anteriormente, sobre a banda Iron Maiden, foi percebido esse contato dos jornalistas da revista com o elemento principal da reportagem: a banda. Em três das cinco edições analisadas, as matérias com o grupo apresentam caráter informativo. Como visto no capítulo 3, Alsina (2009) destaca que para a construção da notícia é necessário um fato ou acontecimento que seja inédito ao público. Na edição nº 03, de 1981, o jornalista Robbi Millar constrói a matéria em torno de alguns rumores e situações polêmicas envolvendo a jovem banda, entregando suas respostas genuínas para o leitor.

Millar começa a matéria falando sobre como a banda estava se tornando grande e agradando ao público norte-americano. Mas, conforme suas palavras “*while*

the cat's away, the mice will play and the Maiden's case has been no exception"¹⁸⁴, ele se refere aos rumores de que, devido a um número de shows cancelados por causa dos problemas que o vocalista Paul Di'Anno estava tendo, a banda estaria fazendo audições para um substituto. No intuito de entregar esse acontecimento inédito definido por Alsina (2009), o jornalista vai à Nova York, local onde a banda iria fazer a próxima apresentação, conversar diretamente com o grupo para que ele mesmo pudesse esclarecer essas questões.

"*Tell 'em it's a load of bollocks*"¹⁸⁵, respondeu Di'Anno para Millar. O grupo, um pouco revoltado com a mídia negativa que o estava rondando, responde quase que agressivamente para o repórter. Enquanto que o líder da banda, Harris, também parecendo cansado com tanta "besteira" que estava sendo dita, apenas afirma que os "veículos de comunicação esquecem que o Iron Maiden começou muito antes de 1980 e que antes de Clive Burr havia outro baterista, que saiu da banda por justamente não se encaixar com o perfil da mesma". Essas afirmações contidas na revista podem levar à reflexão de que a *Kerrang!* trabalha com transparência, tentando fazer uma apuração precisa das informações. Quando foi publicada, em 1981, essa afirmação do baixista pode ter passado despercebida em meio às negações do vocalista e do empresário da banda. Todavia, ao ler a matéria nos dias de hoje, depois de todos os acontecimentos relacionados à banda, é possível afirmar que Steve Harris estava avisando que a substituição poderia acontecer e que não seria nada extraordinário, tendo em vista que isso já havia acontecido antes.

No final da matéria, Robbi Millar teve a percepção de que estava começando a "forçar" os ânimos da banda e muda de assunto, para "amenizar um pouco" o clima. O jornalista, então, pergunta aos músicos se eles estavam gostando dos Estados Unidos, os quais responderam que não, mas Millar ainda informa que, felizmente, o sentimento do povo norte-americano era contrário em relação à banda. Para finalizar, Millar informa que, por causa do trabalho duro que vinham fazendo, a banda haveria de alcançar muito sucesso. Essa frase final mostra que os jornalistas têm liberdade para se expressarem mais "humanamente".

Após terminada a turnê norte-americana, o Iron Maiden volta ao Reino Unido e os rumores que deram origem à matéria se concretizam. Como pode ser observado

¹⁸⁴ Tradução da pesquisadora: enquanto o gato não está, os ratos brincam e o caso do Maiden não é nenhuma exceção.

¹⁸⁵ Tradução da pesquisadora: Fale para eles que isso é um monte de besteira.

no histórico da banda no capítulo 5, a troca de vocalista acontece, entrando Bruce Dickinson no lugar de Paul Di'Anno. É importante deixar claro que em nenhum momento o jornalista opinou sobre se os rumores estavam certos ou não; ele deixou que a banda respondesse a isso, do seu jeito. Há apenas dois momentos que Robbi Millar “entrega” a sua opinião.

O primeiro, no início da matéria, em que ele escreve: “*Dare I say it? Iron Maiden, who have conquered Britain [...] are moving in strong on their last portion of unclaimed territory, the US of A and this, I must admit, is not hype*”¹⁸⁶. Essa fala é referente à turnê do segundo álbum lançado, o *Killers*, que estava sendo um sucesso. A segunda, então, foi para defender a banda, ao dizer que “*My personal opinion is that, since their first UK headline tour in the spring of last year, a lot of very big things have happened to the Maiden in a very short space of time*”¹⁸⁷, o que acabou prejudicando um pouco a inocência da banda e colocando os seus nervos “à flor da pele”, explicando o motivo das atitudes impensadas do grupo.

Como visto no capítulo 3, Rossi (2009) explica que segundo os padrões norte-americanos de jornalismo, as matérias devem ser o mais neutras possível. No entanto, o autor defende que é muito difícil anular as crenças de quem produz a matéria, que foi o que aconteceu nessa primeira edição analisada. Sem deixar de expor a resposta da banda, ele opinou sobre a sua situação naquele momento, mesmo que de modo discreto. Não foram usadas palavras que elevassem a banda a um *status* de “maior banda do mundo”, apenas foram utilizadas as expressões “sucesso” para aquilo que a banda estava alcançando, “devoção” àquilo que os fãs sentem em relação ao *heavy metal* no geral e “conquistou, capturou e se tornaram superestrelas”, se referindo ao sucesso já alcançado pela banda.

Já na edição nº 329, dez anos depois e com quase 16 anos de carreira, a banda esteve mais uma vez na *Kerrang!*, dessa vez com uma entrevista com o baterista, Nicko McBrain. Sendo o baterista quem dá a entrevista e não o vocalista ou o líder da banda, já se torna um fato inédito, pois, afinal, o que poderia dizer o baterista? Muitas coisas. A entrevista foi feita por telefone, tendo em vista que o Iron Maiden estava,

¹⁸⁶ Tradução da pesquisadora: Me atrevo a dizer? Iron Maiden, que conquistou o Reino Unido [...] estão indo com tudo para a última parte do território ainda não conquistada, os EUA e isso, tenho que admitir, não é exagero.

¹⁸⁷ Tradução da pesquisadora: Minha opinião pessoal é que, desde o primeiro show no Reino Unido como atração principal na primavera do ano passado, muita coisa grande aconteceu para o Maiden em um curto espaço de tempo.

mais uma vez, em turnê nos Estados Unidos, pelo lançamento do seu oitavo álbum de estúdio. Sendo assim, esse foi um dos assuntos abordados pelo jornalista Jason Arnopp, o qual teve o cuidado de transcrever, na íntegra, as falas do baterista, incluindo os seus vícios de linguagem característicos do povo inglês. Como por exemplo: “*Bloody ‘ell*”¹⁸⁸, “*y’ can*”¹⁸⁹ ou “*over ‘ere*”¹⁹⁰, o que traz para a matéria um ar divertido e que traduz muito bem a personalidade do músico. Além de também brincar com o jeito de ser de Nicko. Arnopp escreve: “(...) *yet the man’s more than able to merrily ramble on... (Did I say ramble on? Pardon me, I meant converse)*”¹⁹¹.

Conforme é exposto na entrevista, Nicko realmente é tagarela, falando de tudo um pouco. No início, Arnopp fez questão de transcrever as falas em que Nicko dizia para o seu segurança que ainda estava vivo e apenas conversava pelo telefone. A reportagem pode ser considerada uma entrevista pingue-pongue, em que estão evidenciadas as perguntas do jornalista para o músico e as respostas do mesmo também estão identificadas. Porém, a maioria das perguntas foi muito impressionante. Foram perguntas essenciais ao entrevistar um músico ou banda. Ou seja, Arnopp fez perguntas sobre o momento atual da banda, que estava nos Estados Unidos para uma série de apresentações da turnê do oitavo álbum; se o Iron Maiden gosta daquele país, e a resposta foi “nem tanto”; expectativas para um novo álbum, em que Nicko responde que está animado para compor novas músicas.

No entanto, houve uma pergunta que poderia ter incomodado o baterista, mas Nicko manteve o bom humor, respondendo com tranquilidade. Arnopp questiona se o fato da Radio One¹⁹² se recusar a tocar as músicas do Iron Maiden os ajudou a alcançar o número um das músicas mais tocadas. “*It must have pushed up the single’s sale, because it drew attention to the matter in hand. Maybe people read the paper and saw we were climbing the charts without airplay. If it didn’t make ‘em buy the thing then at least it got us talked about a bit more. Who knows?*”¹⁹³, foi a resposta dele.

¹⁸⁸ Tradução da pesquisadora: expressão usada para indicar surpresa, como “minha nossa”.

¹⁸⁹ Tradução da pesquisadora: abreviação de “you can”, que significa “você consegue”.

¹⁹⁰ Tradução da pesquisadora: abreviação de “over here”, que significa “aqui”. Britânicos, especialmente os do interior, tem a tendência de encurtar as palavras.

¹⁹¹ Tradução da pesquisadora: (...) o homem já estava mais do que capaz de divagar alegremente... (Eu disse divagar? Me perdoem, eu quis dizer conversar)

¹⁹² Emissora de rádio britânica pertencente à BBC. Disponível em: <<https://www.bbc.co.uk/radio1>> Acesso em: 16 nov. 2019.

¹⁹³ Tradução da pesquisadora: Deve ter aumentado as vendas da música, porque isso chamou atenção para o assunto em questão. Talvez as pessoas leram o jornal e viram que nós estávamos subindo na lista sem sermos tocados no rádio. Se isso não fez eles comprarem a música, pelo menos fez eles falarem de nós. Quem sabe?

Mas, além da banda, o foco da entrevista também foi o próprio Nicko. Jason Arnopp separou algumas perguntas sobre a vida do baterista, já que ele participou de um programa para crianças no Reino Unido e sua participação foi bem recebida.

Ao identificar os traços de personalidade do músico na revista, é perceptível a precisão com que a *Kerrang!* entrega as suas informações, tornando-se uma referência confiável tanto para os fãs quanto para os músicos. Como foi explicado no capítulo 3, a partir das afirmações de Rossi (2009), o jornalista deve ter o cuidado para não causar um desvio da informação. Nessa entrevista se percebeu que a relação entre jornalista e fonte é amigável e Arnopp seguiu aquilo que Rossi (2009) preza, a coleta e a transcrição das informações precisas.

Claro que, como é uma revista mais descontraída e a relação do jornalista com o músico era amena, Jason Arnopp não pôde deixar de expor um pouco a sua opinião diretamente para o baterista. Em relação a uma das músicas da banda, Arnopp afirma para Nicko: *"I'd say that the extremely catchy 'Hooks In You' would make a rather fine single. A single far superior to its two predecessor, in fact"*¹⁹⁴, em que Nicko concorda que é uma música muito boa e que estava cotada para ser uma das músicas de divulgação, mas no final selecionaram as outras, *Holy Smoke* e *Bring Your Daughter... To The Slaughter*.

Outro fator interessante nessa entrevista é como Nicko fala com naturalidade sobre a saída do guitarrista Adrian Smith e que, naquele momento, Janick Gers estava em seu lugar. Em nenhum momento o jornalista questionou esse fato, mas em ocasiões diferentes, Nicko fala do novo guitarrista de uma forma como se ele sempre tivesse sido parte da banda e menciona que a música *Hooks In You* foi escrita por Bruce e Adrian, como se ele ainda permanecesse no Iron Maiden. Dessa forma, foi possível perceber que a saída de Adrian não foi tão conturbada quanto a saída de Paul Di'Anno. Na edição de 1991, também não foram usadas palavras muito evidentes para exaltar a banda, mas pode-se perceber um respeito pelo grupo, já que naquela época eles tinham oito álbuns de estúdio e possuíam um público de fãs fiéis.

Na próxima edição analisada, a nº 1.217, 17 anos se passaram em relação à edição anterior. Nessa, a revista traz o Iron Maiden como matéria de capa. O principal foco da reportagem é a turnê mundial *Somewhere Back In Time*, que revisita os clássicos da banda e o fato de que o grupo iria se apresentar pela primeira vez em um

¹⁹⁴ Tradução da pesquisadora: Eu preciso dizer que a música extremamente cativante 'Hooks In You' seria uma boa música de divulgação. Muito superior que as suas predecessoras, na verdade.

estádio em sua cidade natal, Londres. A matéria é caracterizada também como uma entrevista pingue-pongue, mas antes, o jornalista Daniel J. Lane faz uma introdução em que explica que a entrevista estava sendo feita após a apresentação do Iron Maiden no Sul da Califórnia, nos Estados Unidos, mas que iria seguir para a Europa, onde faria a apresentação em Londres também.

Ainda na introdução, Lane escreveu que fazia 23 anos que a banda não tocava na Califórnia e, no meio do público ele encontrou um homem de 49 anos, que foi na primeira apresentação do Iron Maiden em 1985. Este homem havia voltado para levar os seus dois filhos, de 12 e 14 anos ao show. *“It’s their first concert, and I wanted them to star with the best!”*¹⁹⁵ falou o homem para o jornalista. Após essa afirmação, Lane concordou escrevendo: *“And he’s not wrong. Not only is the stage set-up of the Somewhere Back In Time tour suitable mind-blowing [...] but the scale of the tour is quite frankly immense, too”*¹⁹⁶. Essa questão dos jovens foi levantada por Bruce Dickinson na entrevista, em que ele afirma que aquilo era muito fascinante, o fato deles (os jovens) nem terem nascido quando eles fizeram a *World Slavery Tour* em 1985 e que, provavelmente, aquela seria a última vez que eles poderiam ver um show daqueles.

A entrevista então, segue para o fato de que a banda já tinha mais de três décadas de carreira; questionando os “segredos” do seu sucesso e como os integrantes explicam a permanente popularidade do grupo. Steve Harris responde que *“You can’t really explain it that well other than the fact that we’ve toured our arses off over the years”*¹⁹⁷, se referindo ao trabalho árduo que eles fizeram para colocar a banda “na estrada” e sempre entregar um bom trabalho para os fãs. Já Dickinson foi ainda mais confiante, afirmando: *“I think we are a pretty impressive band live. I know how well we can play. Even on what we consider a bad night, most people will never twig”*¹⁹⁸. Isso foi em relação à verdadeira fama da banda, em que Dickinson destaca que mesmo que a mídia possa ter ajudado, de certa forma, na fama da banda com divulgações, avaliações das músicas e shows, ela não sabe o que realmente acontece

¹⁹⁵ Tradução da pesquisadora: É o primeiro show deles e eu queria que eles começassem com o melhor!

¹⁹⁶ Tradução da pesquisadora: E ele não está errado. Não só o cenário para o palco da turnê *Somewhere Back In Time* está adequadamente impressionante, mas a dimensão da turnê também é francamente imensa.

¹⁹⁷ Tradução da pesquisadora: Não dá pra explicar melhor do que de fato nós fizemos turnês incansáveis ao longo dos anos.

¹⁹⁸ Tradução da pesquisadora: Eu acho que nós somos uma banda impressionante ao vivo. Eu sei o quão bem a gente pode tocar. Mesmo em uma noite que consideramos ruim, a maioria das pessoas nunca vai perceber.

na hora da apresentação. A popularidade da banda se deu de “boca a boca”, quando uma pessoa vai ao show e depois conta para a outra como foi bom e assim por diante.

Dessa vez, diferente das duas primeiras edições que trataram a banda normalmente, pode-se perceber nesta matéria, um tom de reverência e um certo orgulho por parte do jornalista Daniel Lane em relação à banda. A começar pela linha de apoio em que ele escreve que o Iron Maiden é a maior banda britânica de *heavy metal* de todos os tempos. Ele utiliza as palavras “*our greatest ever heavy metal band*”¹⁹⁹ para exaltar que o Iron Maiden é a “nossa” melhor banda de *heavy metal*, ou seja, do Reino Unido. Na introdução, o jornalista também utiliza “triunfante” para caracterizar o vocalista; “lendária” para a frase dita em todas as apresentações da banda; “ícones do *heavy metal* britânico” para os integrantes da banda; e, ainda, revela que o álbum ao vivo *Live After Death* é referência para todos os álbuns ao vivo de todas as bandas, além de “*has also become na unofficial rock star training vídeo, religiously watched and mimicked over the years by everyone*”²⁰⁰.

Com isso, percebe-se que em 2008 a banda já era considerada um fenômeno mundial. Dessa vez, fazendo shows não só na Europa e Estados Unidos, mas também na América Latina e Ásia. Foi nesse ano e nessa turnê que o Iron Maiden gravou o seu documentário. Nele é demonstrado ainda mais o impacto da banda em seu público, principalmente em lugares onde tocaram pela primeira vez, como no Chile. É explicado no filme que eles não tocaram no país antes, devido à proibição da Igreja e do governo do Chile. As instituições alegavam que as letras das músicas estavam “vinculadas” ao diabo. Mas, naquele mesmo ano, o Iron Maiden finalmente se apresentou no Chile, lotando o local da apresentação com pessoas que já não aguentavam esperar por aquele momento. “*Iron Maiden is my religion*”²⁰¹, declarou um fã chileno.

Essa afirmação confirma ainda mais o quão grande a banda havia se tornado naquela época. Eles já não eram mais jovens em busca de reconhecimento, eles eram um “fenômeno” capaz de proporcionar uma experiência única ao seu público. A *Kerrang!*, em sua matéria, tenta passar ao leitor exatamente esse sentimento: fazer uma matéria que seja digna do espetáculo que é o Iron Maiden. Afinal de contas, eles

¹⁹⁹ Tradução da pesquisadora: nossa melhor banda de heavy metal de todos os tempos.

²⁰⁰ Tradução da pesquisadora: também ter se tornado um vídeo de treinamento de rock star não-oficial, religiosamente assistido e imitado ao longo dos anos por todo o mundo.

²⁰¹ Tradução da pesquisadora: Iron Maiden é minha religião.

são uma banda pioneira do NWOBHM²⁰², com uma bagagem de experiências e estão firmes e fortes, mesmo passando por momentos de turbulência, como as saídas e voltas de integrantes.

Dando seguimento às edições analisadas, as últimas duas têm um caráter um pouco diferente das três primeiras. Elas seguem o que Janotti Junior e Nogueira (2010) afirmam (capítulo 3), de entregar ao leitor uma crítica musical como um conteúdo jornalístico. Isso é principalmente pela convergência da revista para as mídias digitais e redes sociais, como já explicado nos capítulos 2 e 3. Com essa nova tecnologia, os leitores podem acessar notícias e “ficar por dentro” das novidades pela internet. A revista, como um veículo impresso, teve que se reinventar e criou seções especiais de críticas e até de curiosidades que só aparecem na versão impressa. Dessa forma, o leitor tem a sua disposição um conteúdo impresso inédito, com opiniões que não constam nos canais *online* da revista. Assim, ele pode primeiro ver qual é a crítica da *Kerrang!* e depois comentar e debater sobre o assunto nas redes sociais, com a própria revista ou outros leitores. Essa estratégia fez a *Kerrang!* fortalecer o seu relacionamento com o público leitor, garantindo o seu espaço na mídia tradicional e nas digitais.

Para exemplificar ainda mais esse relacionamento com o leitor, tem-se a matéria especial sobre a apresentação do Iron Maiden no Rio de Janeiro, na edição 1.613. Nessa reportagem, encontram-se diversas fotos do público que estava presente no show, assim como fotos do show feitas pelos fãs. Nessa edição, o jornalista Amit Sharma não esconde a sua opinião, fazendo da matéria, além de informativa, uma crítica à apresentação, características já vistas no capítulo 3. Oito anos após a edição anterior analisada, o Iron Maiden volta à *Kerrang!* com a turnê de divulgação do seu novo álbum, *The Book of Souls*. O jornalista então, entrega ao leitor detalhes sobre como foi a apresentação do grupo no Rio de Janeiro, já que a América do Sul, especialmente o Brasil, são lugares queridos para a banda, pois é onde se encontra o seu público mais caloroso, segundo eles próprios.

O foco da matéria não foi apenas a recente apresentação. Na abertura da reportagem, Amit relembra apresentações anteriores da banda no Brasil, explicando o motivo de eles sempre voltarem. Também explora informações da nova turnê, como locais por onde já passaram e bandas convidadas para abertura. A partir daí, Amit

²⁰² Conforme nota de rodapé 69.

comenta que “*it hasn’t been as smooth na operation as envisioned...*”²⁰³. Isso porque o avião da banda colidiu com um caminhão de reboque no aeroporto do Chile, mas sem causar nenhum ferido. O baixista estava comemorando o seu aniversário naquele dia, mas, mesmo assim, forçou a banda a mudar os planos e seguir logo para o próximo destino, enquanto o avião recebia os devidos reparos.

O jornalista segue na sua descrição do show do Iron Maiden no Rio de Janeiro, sem deixar de comentar que a apresentação foi algo que os latino-americanos jamais haviam visto. Foram tocadas seis músicas inéditas para o público e ainda ele afirma que “*they’ve dusted off long-time fan-favourites Children Of The Damned and Powerslave, which, along with stone-cold classics such as The Trooper and The Number Of The Beast, cover a vast portion of their groundbreaking 41 years as a band*”²⁰⁴. E os elogios não pararam por aí: “*the Maiden stage-show is one that continues to make all others look more like your local school nativity play*”²⁰⁵. No final, Amit ainda afirma que a banda iria retornar para o Reino Unido para o *Download Festival* e que eles, os fãs britânicos da banda, mal conseguiam dormir de ansiedade.

Percebe-se, nessa edição, uma liberdade maior para escrever abertamente o que se está pensando, com metáforas e comparações que são próprias do jornalista. Isso é resultado da convergência explicada anteriormente, em que a revista teve que se modificar para ficar cada vez mais próxima do seu público alvo. Gírias e expressões do momento são bem característicos nas matérias, tornando a leitura mais agradável e mostrando como a revista, de fato, entende o leitor. A matéria também é bastante visual. Além das imagens, há os elementos característicos da própria revista, mas também da banda, como o Eddie Cristo Redentor localizado bem no centro da página.

Seguindo na mesma linha desse exemplar, com apenas três anos de diferença, na edição mais recente nº 1.785, de agosto de 2019, a matéria sobre a banda foi escrita especialmente para a editoria de análises e críticas da revista. Nesta avaliação, foi analisado um recente show do Iron Maiden na Filadélfia, Estados Unidos. O jornalista Mischa Pearlman começa o texto da seguinte forma: “*It’s not fair. Iron Maiden*

²⁰³ Tradução da pesquisadora: não deu tudo certo quanto o previsto.

²⁰⁴ Tradução da pesquisadora: eles exploraram os favoritos dos fãs de longa data, *Children of the Damned* e *Powerslave*, que, juntamente com os sólidos clássicos como *The Trooper* e *The Number of the Beast*, cobrem uma grande parte de seus 41 anos inovadores como banda.

²⁰⁵ Tradução da pesquisadora: o palco do Maiden é algo que continua fazendo todos os outros parecerem como a apresentação de Natal da sua escola.

*have no right to be this good*²⁰⁶. Com base nesse início, o jornalista já entrega que a apresentação da banda foi boa. Mais do que boa.

Expondo ainda mais a sua opinião, Pearlman escreveu que “*Steve Harris’ mob have been doing this for almost 45 years now, so they should know what makes a good gig. But this good?*”²⁰⁷, o que indica que já se esperava uma boa apresentação da banda, afinal ela já é veterana. No entanto, o jornalista se impressionou com a qualidade das músicas ao vivo, principalmente da voz de Bruce Dickinson; com o cenário que muda a cada música e que de certa forma interage com o público; sem falar que todos os integrantes têm mais energia para “rodar um show” do que bandas com um terço da idade deles.

Além do mais, após descrever música por música como foi o show, usando palavras e expressões como “melhor show”, “a melhor experiência visual ao vivo” e “surpreendente”, Pearlman dá a nota máxima para o “espetáculo”. Para finalizar, ele escreve: “*this is a triumph of both theatricality and music. It’s proof that Maiden – unfair as it may be – are stil one of the best live bands you could ever see*”²⁰⁸. Com o uso dessas palavras não há dúvida de que a banda é “endeusada”, reverenciada e tratada como um fenômeno. Fazendo uma comparação, é como se a banda fosse o Elvis Presley ou a Madonna do metal. Todo o empenho que todos os integrantes colocaram nesse projeto fez com que eles fossem tratados dessa forma pelas revistas e fãs. O Iron Maiden, com seu trabalho, com as músicas e as apresentações, se tornou referência para muitas bandas novas, que veem no Iron Maiden um ponto a ser alcançado. Um fato interessante, é que esses jovens músicos, quando sobem ao palco para se apresentar, usam camisetas do Iron Maiden. Enquanto isso, os integrantes do Iron Maiden usam as camisetas do próprio Iron Maiden.

Benetti (2013), citada no capítulo 3, explica que uma revista que é segmentada a um tema específico, acaba abordando diversas vezes um mesmo assunto. Mas como o veículo tem a obrigação de ser atual, a revista precisa encontrar maneiras diferentes para falar de um mesmo conteúdo. E é isso o que acontece com a *Kerrang!* e o Iron Maiden. A revista e a banda têm uma trajetória muito próxima. O Iron Maiden, como já descrito no capítulo 5, foi uma banda formada no ano de 1975, mas começou

²⁰⁶ Tradução da pesquisadora: Não é justo. Iron Maiden não tem o direito de ser bom desse jeito.

²⁰⁷ Tradução da pesquisadora: o grupo de Steve Harris está fazendo isso há quase 45 anos, então eles devem saber o que precisa para fazer um bom show. Mas bom desse jeito?

²⁰⁸ Tradução da pesquisadora: isso é um triunfo para ambos teatralidade e música. Isso é prova de que o Maiden – por mais injusto que pareça – ainda é uma das melhores bandas ao vivo que você poderia ver.

a ficar realmente conhecida depois do lançamento do seu primeiro álbum, em 1980. A revista, por outro lado, como já abordado no subcapítulo 3.3, começou a sua publicação no ano de 1981, quando a banda já havia lançado o segundo disco, começando a conquistar fãs ao redor do mundo. O grupo ainda foi citado na primeira publicação da revista, em julho de 1981.

Com isso, nesses 38 anos de revista e 44 anos de banda, em paralelo, ambos evoluíram no mesmo período, ao mesmo tempo. Hoje, o Iron Maiden é considerado como uma das maiores bandas de *heavy metal* de todos os tempos, enquanto que a *Kerrang!* é considerada a “bíblia” do gênero. Outras revistas surgiram inspiradas na *Kerrang!*, como foi o caso da já extinta Love Rock, uma revista brasileira que também tinha o metal como tema principal. Inclusive a sua diagramação era parecida com a *Kerrang!*, com o uso das mesmas cores, elementos e a abordagem jovem também. Ela foi criada em 2006 e finalizada em 2011.

Tendo em vista o fato da banda e da revista terem caminhado juntas no mesmo movimento, foi inevitável que os dois se comunicassem. A banda, além das edições apresentadas, foi abordada muitas outras vezes pela *Kerrang!*, seja como matéria de capa ou em matérias secundárias. E todas as vezes em que o grupo apareceu no periódico, foi de formas diferentes, tratando de assuntos variados: novos álbuns, estilo de vida, turnês, mudança de integrantes, curiosidades e assim por diante, como pode ser visto nas caracterizações das cinco edições realizadas, em que as matérias abordaram diferentes assuntos, mas atuais para a sua época.

É possível considerar que a banda é, como coloca Benetti (2013), um tema de longa duração trazido pela revista. Isso pode ser observado ainda na segunda matéria caracterizada, já que a banda possuía praticamente 16 anos de carreira na época. Mas, para ser destacada por uma revista especializada em música de um gênero diversas vezes como o Iron Maiden, o mérito é todo deles. A banda designou o seu melhor para a produção das músicas e dos shows, promovendo experiências novas para o seu público, como a cerveja da banda, o jogo de *smartphone* e outras ações.

Benetti (2013) ainda afirma que esses temas de longa duração sobrevivem aos interesses casuais e são discutidos e repassados entre as pessoas, mas sempre lembrando que se deve trabalhar com a atualidade. E é dessa forma que ocorre com o Iron Maiden na *Kerrang!*: a banda volta para a revista de tempos em tempos, sendo tratada como um tema de longa duração e até mesmo colecionável, mas sempre apresentando fatos atuais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *heavy metal* é um gênero musical que continua “fazendo a cabeça” das pessoas, tanto os ouvintes fiéis de longa data, quanto os novos que são atraídos pelo ritmo e pela qualidade das músicas produzidas. Isso é válido, principalmente, para a banda britânica Iron Maiden, que mesmo depois de 44 anos de carreira, ainda enche estádios ao redor do mundo em suas apresentações. Tendo isso em vista, decidiu-se trabalhar com a banda nesta monografia, mas sob o olhar da também britânica revista *Kerrang!*. A revista, por estar inserida na cultura do *heavy metal*, possui uma trajetória que se intercala com a da banda. Dessa forma, estabeleceram-se alguns objetivos para se chegar à resposta da questão norteadora: qual o discurso promovido pela revista *Kerrang!* em relação à banda Iron Maiden?

Para alcançar os objetivos, todos os procedimentos necessários foram realizados – desde o embasamento teórico provido pela pesquisa bibliográfica, aos métodos e técnicas presentes na metodologia de Análise de Conteúdo de Bardin (2016). Para se aproximar do movimento discursivo da revista, utilizou-se também a Análise de Discurso. Quanto ao objetivo geral, que propunha analisar a trajetória da banda Iron Maiden por meio do discurso da revista *Kerrang!*, é possível afirmar que, de acordo com a análise produzida, fundamentada na pesquisa bibliográfica realizada nos cinco primeiros capítulos desta monografia, ele foi atingido. No entanto, para se chegar a esse resultado, foi necessário passar pelos objetivos específicos.

A começar pelo primeiro objetivo, que se propôs a esclarecer o que é cultura. Para isso, construiu-se o capítulo 2, em que se explicou como foram criadas as culturas, desde o seu início, até a formação da Indústria Cultural, cultura das mídias e cibercultura. Alcançou-se o objetivo.

No capítulo 3, para atingir o objetivo de explicar o que é o jornalismo e o jornalismo especializado, foram desenvolvidos, por meio de uma bibliografia consistente, os conceitos referidos, além de expor também o jornalismo de revista e musical. São nessas áreas que a revista *Kerrang!* está inserida e, a partir de um breve histórico e da exploração de todas as seções e editorias da revista, pôde-se explicar como é o trabalho da mesma, alcançando-se assim, mais um objetivo.

Para entender o que são gêneros musicais e como são formados, partiu-se do princípio de explanar a história da música. Após, foram esclarecidos os fatores que levam uma música a se enquadrar em um gênero musical específico. Dessa forma,

no capítulo 4, foi aprofundado esse histórico e mostrada a classificação das regras e normas que caracterizam um gênero musical. Antes de entender se o *heavy metal* poderia ser ou não considerado um gênero próprio, relatou-se a história do *rock n' roll*, para então adentrar ao *heavy metal*, que tem sua origem no rock. E, na análise produzida, seguindo as regras estabelecidas no capítulo 4, pôde-se identificar que o *heavy metal* é um gênero musical próprio.

A trajetória da banda também foi explanada, seguindo os próprios relatos do grupo e do livro “*Iron Maiden: Album by Album*”, escrito pelo jornalista Martin Popoff (2018), que abrange toda a história do grupo. Dessa forma, com todos os conceitos definidos, o trabalho da revista explanado e a história da banda apresentada, conseguiu-se atingir o objetivo geral de analisar a trajetória do Iron Maiden por meio do discurso jornalístico da *Kerrang!*.

Para responder, então, a questão nortadora deste trabalho, após os objetivos serem alcançados e os métodos e técnicas, aplicados, foi possível identificar uma linha do tempo de evolução de ambos os objetos de estudo: por meio da revista pôde-se perceber o caminho da banda no cenário musical, desde o seu começo até os dias atuais; também foi percebido que, enquanto o Iron Maiden crescia como banda, conquistando milhares de fãs, a revista também se desenvolveu e se adaptou para se transformar em uma referêncida de jornalismo musical. Tendo em vista que os “caminhos” da banda e da revista se cruzam, é possível fazer a analogia de que a cada matéria produzida em relação ao Iron Maiden, é como se a *Kerrang!* falasse de si mesma, relatando todos os acontecimentos e mudanças que foram acontecendo com a revista ao longo dos anos.

Em relação ao discurso, observou-se que no início da carreira, o Iron Maiden ainda era tratado como uma banda em ascensão. Mas, mesmo sendo um grupo novo, pôde-se perceber uma “faísca de esperança” inclusa nas entrelinhas da matéria analisada, ou seja, de que a banda seria grande um dia, alcançando muito sucesso. Na segunda edição da revista, com uma diferença de dez anos em relação à primeira, a banda já era tratada com um pouco mais de atenção, afinal o Iron Maiden já tinha um público bem estabelecido, vários anos de experiência e oito discos gravados. Mesmo assim, notou-se que ainda eram tratados como “iguais” pelo jornalista, mas nunca “inferiores”, ou como uma “banda menor” no cenário do *heavy metal*.

Todavia, nos últimos três exemplares analisados, são nítidas a adoração e o respeito com que o Iron Maiden é retratado pelas reportagens. Em cerca de 17 anos,

a banda passou a ser vista como ícone e seus membros, como heróis do *heavy metal*, além de um fenômeno mundial. A revista transparece isso em suas matérias, como é o exemplo da edição mais recente, de agosto de 2019, em que o jornalista escreve que é uma injustiça para as outras bandas o Iron Maiden ser tão bom.

Portanto, é possível afirmar que o discurso da revista *Kerrang!* em relação ao Iron Maiden sempre foi de forma a promover a banda, de reverência, veneração e respeito. De forma a sempre estar ao lado da banda, apoiando-a, sem deixar de apresentar algumas das características fundamentais do jornalismo: a coleta precisa de informações e a atualidade.

A partir desse estudo produzido pela pesquisadora, verifica-se, em relação ao jornalismo, a importância de aprofundar-se nos temas das matérias e conhecer melhor as fontes. Dessa forma, pode-se fazer reportagens mais consistentes e com conteúdos que inspirem as pessoas. Quanto mais especializado for o veículo de comunicação, mais conteúdo de qualidade é possível produzir, sempre acompanhando a contemporaneidade e as opiniões do seu público-alvo.

Com esta monografia, também foi possível considerar que para o jornalista que trabalha com jornalismo especializado, além de ser considerado um especialista no assunto, é possível atuar em uma área com a qual se tenha afinidade. É quase como transformar o seu *hobbie* no seu trabalho.

Além disso, a pesquisadora se descobriu curiosa por querer conhecer mais a banda, mas também o *heavy metal* no geral. Este trabalho foi um aprendizado, mas também uma prospecção para desenvolver, no futuro, um projeto em torno do gênero, como a revista *Kerrang!* o faz. Quem sabe fazer parte da equipe da revista britânica, já que, no Brasil, o *heavy metal* ainda é considerado um gênero musical peculiar e que não traz tanto lucro.

O trabalho da pesquisadora também foi feito para desmistificar o *heavy metal*, explicando que o gênero não é só “barulho e gritaria” e que existe todo um trabalho para que uma banda seja coerente com o gênero. Existem códigos, modelos e toda uma cultura do *heavy metal*, que as pessoas acabam seguindo por se identificarem com as ideias e estilo de vida decorrente daquele gênero. O *heavy metal* pode até parecer “coisa do demônio”, mas não se pode negar a qualidade das músicas e do manuseio dos instrumentos pelas bandas. Sem falar que o público é um dos mais fiéis entre os gêneros musicais.

Isso serviu também para mostrar o trabalho “duro” da banda Iron Maiden. Hoje, o grupo atingiu um patamar de fenômeno devido ao seu comprometimento com a música, desde as composições que possuem um fundamento histórico (social, político, religioso ou mitológico), até as suas apresentações, que como foi visto, são espetáculos sensoriais. Dessa forma, a pesquisadora atingiu um objetivo pessoal, que foi o de mostrar que o conteúdo da banda não é fútil e que possui fundamento. Como esse trecho da música *For The Greater Good Of God* diz: *More pain and misery in the history of mankind / Sometimes it seems more like the blind leading the blind / It brings upon us more famine, death and war / You know religion has a lot to answer for*²⁰⁹.

²⁰⁹ Tradução da pesquisadora: Mais dor e miséria na história da humanidade / Às vezes mais parece que é o cego liderando os cegos / Isso nos traz mais fome, morte e guerra / Você sabe que a religião tem bastante a responder.

REFERÊNCIAS

Livros e e-books

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **A Indústria Cultural: O Iluminismo como Mistificação de Massa**. In: LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BAHIA, Juarez. **Jornalismo informação comunicação**. São Paulo: Martins, 1971.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. 3. reimp. São Paulo: Edições 70, 2016.

BENNETT, Roy. **Uma breve história da música**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

BENETTI, Marcia. **Revista e jornalismo: conceitos e particularidades**. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (org.). A revista e seu jornalismo. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 44-57. Disponível em: <https://www.academia.edu/34150206/Revista_e_jornalismo_conceitos_e_particularidades> Acesso em: 10 out. 2019.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a Revolução Digital**. São Paulo: Aleph, 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/2mAsTaW>> Acesso em: 10 out. 2019.

CARVALHO, Salo de. **Das Subculturas Desviantes ao Tribalismo Urbano: itinerários da Criminologia Cultural através do Movimento Punk**. In: LINCK, José Antônio Gerzson; MAYORA, Marcelo; PINTO NETO, Moysés; CARVALHO, Salo de (orgs.). Criminologia Cultural e Rock. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011. Disponível em: <https://www.academia.edu/2943152/Criminologia_Cultural_e_Rock_texto_integral_> Acesso em: 23 set. 2019.

COELHO, Pedro. **Jornalismo e Mercado: os novos desafios colocados à formação**. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2015.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 35. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

COSTA, Clarissa L. da. **Uma breve história da música ocidental**. São Paulo: Ars Poetica, 1992.

FIGUEIREDO, Nébia Maria Almeida de. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3. ed. São Caetano do Sul: Yendis, 2008. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/159486/pdf>> Acesso em: 10 nov. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HILL, Rosemary. **'I'm a Metalhead'**: The representation of Women Letter Writers in Kerrang! Magazine. In: HILL, Rosemary; SPRACKLEN, Karl (org.). *Heavy Fundamentalisms: Music, Metal and Politics*. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2010. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/51866.pdf>> Acesso em: 10 out. 2019.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. **Aumenta que isso aí é Rock and Roll**: mídia, gênero musical e identidade. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003b.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MONTANARI, Valdir. **História da Música**: Da Idade da Pedra à Idade do Rock. 2. ed. 2. imp. São Paulo: Ática, 2001.

MORAES, Luís Edmundo. **História Contemporânea**: da Revolução Francesa à Primeira Guerra Mundial. São Paulo: Contexto, 2017. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=historia%2520contemporanea&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=2§ion=0#/legacy/115591>> Acesso em: 23 set. 2019.

OLIVEIRA, Ibraim Vitor de. **Arché e Telos**: Nihilismo filosófico e crise da linguagem em Fr. Nietzsche e M. Heidegger. Roma: Editrice Pontificia Università Gregoriana, 2004. Disponível em: <<http://bit.ly/2mbfsyf>> Acesso em: 23 set. 2019.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário Essencial de Comunicação**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2014. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=dicionario%2520de%2520comunica%25C3%25A7%25C3%25A3o&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-8§ion=0#/legacy/158542>> Acesso em: 13 out. 2019.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10. ed. 9. reimp. São Paulo: Brasiliense, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das Mídias**. 3. ed. São Paulo: Experimento, 2003.

_____. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Estética & Semiótica**. Curitiba: InterSaberes, 2019. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/171287/pdf>> Acesso em: 03 nov. 2019.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SOARES, Thiago. **Percursos para estudos sobre música pop**. In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; SÁ, Simone Pereira de (org.). *Cultura Pop*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/Cultura_pop_repositorio.pdf#page=20> Acesso em 28 set. 2019.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica, in: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio - org. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2014.

WEINSTEIN, Deena. **Heavy Metal: The music and its culture**. New York: Da Capo Press, 2000.

Artigos

ASSIS, Francisco de. **Jornalismo cultural brasileiro: aspectos e tendências**. *Revista de Estudos da Comunicação*, v. 9, n. 20, p. 183-192. Curitiba, set-dez, 2008. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/16586>> Acesso em: 10 out. 2019.

AZEVEDO, Cláudia. **Fronteiras do metal**. In: XVII Congresso ANPPOM. São Paulo, 2007. Disponível em: <https://antigo.anppom.com.br/anais/anaiscongresso_anppom_2007/etnomusicologia/etnom_CAzevedo.pdf> Acesso em 28 set. 2019.

BROWN, Andy R. **“Everything Louder Than Everything Else”**: The Contemporary metal music magazine and its cultural appeal. *Journalism Studies*, v. 8, n. 4, p. 642-655. London, 2007. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/14616700701412209>> Acesso em: 14 set. 2019.

CÂMARA, Rosana Hoffman. **Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações**. Brasília. Gerais: *Revista Interinstitucional de Psicologia*, p. 179-191, julho/dezembro 2013. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03.pdf>> Acesso em: 10 nov. 2019.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. Crítica y emancipación: *Revista latinoamericana de Ciencias Sociales*, v. 1, n. 1, p. 53-76. Buenos Aires, jun 2008. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/CyE/cye3S2a.pdf>> Acesso em: 10 out. 2019.

FABBRI, Franco. **A Theory of Musical Genres: Two Applications**. First International Conference on Popular Music Studies. Amsterdam, 1981. Disponível em: <https://docgo.net/detail-doc.html?utm_source=a-theory-of-musical-genres-two-applications-franco-fabbri> Acesso em: 10 out. 2019.

FLÉCHET, Anaïs. **Por uma História Transnacional dos Festivais de Música Popular: Música, Contracultura e Transferências Culturais nas Décadas de 1960 e 1970**. Revista Patrimônio e Memória - UNESP, v.7, n.1, p. 257-271, jun. 2011. Disponível em: <<http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/205>> Acesso em: 10 out. 2019.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. **À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva**. ECO-PÓS, v. 6, n. 2, p. 31-46. Rio de Janeiro, ago-dez 2003a. Disponível em: <http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Jannotti-A_procura_da_batida_perfeita.pdf> Acesso em: 10 out. 2019.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. **Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia**. Comunicação, Mídia e Consumo, v. 3, n. 7, p. 31-47. São Paulo, jul 2006. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/69/70>> Acesso em: 10 out. 2019.

JANOTTI JUNIOR, Jeder e NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. **Um museu de grandes novidades: Crítica e jornalismo musical em tempos de internet**. XIX Encontro da Compós - PUC/RJ. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11_jeder_janotti_bruno_nogueira.pdf> Acesso em: 10 out. 2019.

MELLER, Lauro. **Historical Themes in Iron Maiden Songs (Part I): From the Cavemen to the Vikings**. Revista Brasileira de Estudos da Canção, n. 3, p. 198-215. Natal, jan-jun 2013. Disponível em: <http://www.rbec.ect.ufrn.br/RBEC_N3_A14> Acesso em 06 out. 2019.

MOORE, Allan F. **Categorical Conventions in Music Discourse: Style and Genre**. Music & Letters, v. 82, n. 3, p. 432-442. Oxford, ago 2001. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/3526163>> Acesso em: 29 set. 2019.

NUNES, Pedro Belchior. **Os Jornalistas de Música e a Indústria Musical: entre o gatekeeping e o "cheerleading"**. Trajectos, v. 18, n. NA, p. 53-69. Lisboa, jan 2011. Disponível em: <https://www.academia.edu/3102731/NUNES_Pedro_2011_Os_Jornalistas_de_M%C3%BAsica_e_a_Ind%C3%A1stria_Musical_entre_o_gatekeeping_e_o_cheerleading_in_Trajectos_18_53-69> Acesso em: 10 out. 2019.

PACHECO, Joice Oliveira. **Identidade cultural e alteridade: problematizações necessárias**. Spartacus Revista Eletrônica dos Discentes de História. Santa Cruz do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.unisc.br/site/spartacus/edicoes/012007/pacheco_joice_oliveira.pdf> Acesso em: 10 out. 2019.

RAMOS, Paulo. **Tira ou tirinha?** Um gênero com nome relativamente instável. Estudos Linguísticos, v. 42, n. 3, p. 1281-1291. São Paulo, set-dez 2013. Disponível em: <<https://revistadogel.emnuvens.com.br/estudos-linguisticos/article/view/931/517>> Acesso em: 05 out. 2019.

ROCHA, Glauco Capper da; FILHO, Veridiano Barroso de Souza. **Da guerra às emoções:** história da internet e o controverso surgimento do Facebook. IV Encontro Regional de História da Mídia, Rio Branco, 2016. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/norte/4o-encontro-2016/gt-historia-da-midia-digital/da-guerra-as-emocoes-historia-da-internet-e-o-controverso-surgimento-do-facebook/at_download/file> Acesso em: 23 set. 2019.

SANTOS, Marli dos. **O perfil de jornalistas na cobertura especializada em ciência.** Comunicação & Informação, v. 15, n. 1, p. 197-216. São Paulo, jan-jun 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/22510>> Acesso em: 10 out. 2019.

SILVA, Rodrigo Carvalho da. **História do Jornalismo:** evolução e transformação. Revista Temática, ano VIII, n. 07. São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/23677>> Acesso em: 10 out. 2019.

STRAW, Will. **Characterizing Rock Music Cultures:** The Case of Heavy Metal. Canadian University Music Review / Revue de musique des universités canadiennes, n. 5, 1984, p. 104-122. Disponível em: <<https://www.erudit.org/en/journals/cumr/1984-n5-cumr0431/1013933ar/>> Acesso em: 29 set. 2019.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado.** VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Passo Fundo, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0648-1.pdf>> Acesso em: 10 out. 2019.

VLADI, Nadja. **O negócio da música – como os gêneros musicais articulam estratégias de comunicação para o consumo cultural.** XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Vladi-O_negocio_da_musica.pdf> Acesso em: 27 set. 2019.

Rádio

ROCK Passou por Renovações Conceituais no Início do Século 21. **História do Rock**, São Paulo: Rádio USP, 18 de agosto de 2019. Programa de Rádio. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/rock-passou-por-renovacoes-conceituais-no-inicio-do-seculo-21/>> Acesso em 28 set. 2019.

Revistas

ARNOPP, Jason. McBrain of Britain. **Kerrang! Megazine**. Londres, n. 329, p. 12-14, fev. 1991.

LANE, Daniel J. Aces High. **Kerrang! Megazine**. Londres, n. 1.217, p. 22-26, jul. 2008.

MILLAR, Robbi. Iron Filings. **Kerrang! Magazine**. Londres, n. 3, p. 22-23, set. 1981.

PEARLMAN, Mischa. Maiden America. **Kerrang! Megazine**. Londres, n. 1.785, p. 56-57, ago. 2019.

RUSKELL, Nick. Living with the beast. **Kerrang! Magazine**. Londres, n. 1.713, p. 24-31, mar. 2018.

SHARMA, Amit. Maiden take Brazil. **Kerrang! Megazine**. Londres, n. 1.613, p. 04-05, abr. 2016.

Sites

A Origem de Seventh Son of a Seventh Son. **Iron Maiden Brasil**, 17 set. 2009. Disponível em: <<http://www.ironmaidenbrasil.com.br/2009/09/curiosidade-origem-de-seventh-son-of.html?m=1>> Acesso em: 06 out. 2019.

ALIAGA, Victor. 5 anos sem MSN, o programa de mensagem mais completo que já existiu. **IGN**, 27 mai. 2018. Disponível em: <<https://br.ign.com/msn-1/62363/feature/5-anos-sem-msn-o-programa-de-mensagem-mais-completo-que-ja-existiu>> Acesso em: 01 set. 2019.

BARCINSKI, André. Rock n' Roll: Um, dois, três, quatro! **Superinteressante**, 16 nov. 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/rocknroll-um-dois-tres-quatro/>> Acesso em: 29 set. 2019.

DEMARTINI, Marina. 28 curiosidades sobre o WhatsApp que talvez você não saiba. **Exame**, 13 set. 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/28-curiosidades-sobre-o-whatsapp-que-talvez-voce-nao-saiba/>> Acesso em: 15 set. 2019.

DIONYSOS. **Theoi Greek Mythology**. Disponível em: <<https://www.theoi.com/Olympios/Dionysos.html>> Acesso em: 11 out. 2019.

DUARTE, Cristina de Moraes. Quantos estilos de rock existem? **Blog Chico Rei**, 06 jul. 2018. Disponível em: <<https://blog.chicorei.com/estilos-de-rock/>> Acesso em: 29 set. 2019.

ELASTANO. **Portal Virtuhab** - UFSC. Disponível em: <<http://portalvirtuhab.paginas.ufsc.br/elastano/>> Acesso em: 29 set. 2019.

FACEBOOK. **Kerrang! Magazine**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/kerrangmagazine/>> Acesso em: 03 out. 2019.

FERRARI, Daniela. 20 anos do ICQ: relembre evolução e sucesso do mensageiro. **TechTudo**, 15 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/11/20-anos-do-icq-relembre-evolucao-e-sucesso-do-mensageiro.html>> Acesso em: 01 set. 2019.

FRAGA, Olivia. Como era a vida de um faraó? **Mundo Estranho**, São Paulo, 22 mar. 2013. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-era-a-vida-de-um-farao/>> Acesso em: 06 out. 2019.

GLOSSÁRIO Ceale. Disponível em: <<http://www.ceale.fae.ufmg.br/app/webroot/glossarioceale/verbetes/tecnologia-digital>> Acesso em: 01 set. 2019.

GRAMMY Awards. Disponível em: <<https://www.grammy.com/grammys/awards>> Acesso em: 07 out. 2019.

HISTORY. **Download Festival**. Disponível em: <<https://downloadfestival.co.uk/history/>> Acesso em: 27 out. 2019.

INSTAGRAM. **Kerrang! Magazine Oficial**. Disponível em <https://www.instagram.com/kerrangmagazine_/> Acesso em: 03 out. 2019.

KERRANG! Radio. **Planet Radio**. Disponível em: <<https://planetradio.co.uk/kerrang/player/>> Acesso em: 03 out. 2019.

LEONEL, Flávio. 'Number of the Beast', um símbolo de uma geração. **Estadão**, São Paulo, 14 out. 2013. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/combate-rock/number-of-the-beast-um-simbolo-de-uma-geracao/>> Acesso em: 06 out. 2019.

MILAS, Alexander. The Band. **Iron Maiden**. Disponível em: <<https://ironmaiden.com/the-band>> Acesso em: 07 out. 2019.

NETFLIX. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/>> Acesso em: 03 nov. 2019.

O que é Armazenamento em Nuvem? **WebLink**, 07 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.weblink.com.br/blog/o-que-e-armazenamento-em-nuvem>> Acesso em: 01 set. 2019.

O que é HD externo e para que serve? **Noteplace**. Disponível em: <<http://www.noteplace.com.br/artigo/o-que-e-hd-externo-e-para-que-serve>> Acesso em: 01 set. 2019.

POWER Chords: Saiba tudo sobre o acorde mais poderoso do mundo. **Music Clan**. Disponível em: <<https://musicclan.com.br/blog/saiba-tudo-sobre-power-chords/>> Acesso em: 14 set. 2019.

RADIO 1. **BBC**. Disponível em: <<https://www.bbc.co.uk/radio1>> Acesso em: 16 nov. 2019.

SIGNIFICADO DO PRETO. **Significado das Cores**. Disponível em:
<<https://www.significadodascors.com.br/significado-do-preto.php>> Acesso em: 03 nov. 2019.

SIGNIFICADO DO VERMELHO. **Significado das Cores**. Disponível em:
<<https://www.significadodascors.com.br/significado-do-vermelho.php>> Acesso em: 03 nov. 2019.

SOARES, Igor. História: Dance of Death - 2003. **Iron Maiden 666**, 29 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/06/historia-dance-of-death-2003.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: Fear of the Dark - 1992. **Iron Maiden 666**, 17 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/03/historia-fear-of-dark-1992.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: Iron Maiden - 1980. **Iron Maiden 666**, 27 mai. 2012. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/05/historia-iron-maiden-1980.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: Killers - 1981. **Iron Maiden 666**, 18 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/06/historia-killers-1981.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: No Prayer for the Dying - 1990. **Iron Maiden 666**, 20 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/01/historia-no-prayer-for-dying-1990.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: Piece of Mind - 1983. **Iron Maiden 666**, 17 out. 2012. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/10/historia-piece-of-mind-1983.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: Powerslave - 1984. **Iron Maiden 666**, 24 out. 2012. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2012/10/historia-powerslave-1984.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

_____. História: The X Factor - 1995. **Iron Maiden 666**, 24 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/03/historia-x-factor-1995.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

_____. História: Virtual XI - 1998. **Iron Maiden 666**, 20 mai. 2013. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2013/05/historia-virtual-xi-1998.html>> Acesso em: 07 out. 2019.

SOUNDS. **Rock's Backpages Library**. Disponível em:
<<https://www.rocksbackpages.com/Library/Publication/sounds>> Acesso em: 14 set. 2019.

TEMOTEO, Alexandre. Os motivos das demissões na banda (Paul Di'Anno). **Iron Maiden Brasil**, 12 nov. 2016. Disponível em:

<<http://www.ironmaidenbrasil.com.br/2016/11/iron-maiden-os-motivos-nas-demissoes-na.html>> Acesso em: 06 out. 2019.

THE 100 Greatest Metal Albums of All Time. **Rolling Stone**, 21 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.rollingstone.com/music/music-lists/the-100-greatest-metal-albums-of-all-time-113614/iron-maiden-the-number-of-the-beast-1982-119556/>> Acesso em: 06 out. 2019.

TOASE, Steve. Metal and Meter: The Unsung Influence of Poetry on Iron Maiden. **Kerrang!**, 15 ago. 2019. Disponível em: <<https://www.kerrang.com/features/the-unsung-influence-of-poetry-on-iron-maiden/>> Acesso em: 06 out. 2019.

TRADUÇÃO Aces High. Iron Maiden. **Letras**. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/iron-maiden/19286/traducao.html>> Acesso em: 15 nov. 2019.

TRADUÇÃO For The Greater Good Of God. Iron Maiden. **Letras**. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/iron-maiden/773079/traducao.html>> Acesso em: 19 nov. 2019.

TRAVERS, Paul. The Story Behind Powerslave By Iron Maiden. **Kerrang!**, 27 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.kerrang.com/features/the-story-behind-powerslave-by-iron-maiden/>> Acesso em: 06 out. 2019.

TWITTER. **Kerrang! Magazine**. Disponível em: <<https://twitter.com/KerrangMagazine>> Acesso em: 03 out. 2019.

YOUTUBE. **Kerrang!** Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/KerrangPodcast>> Acesso em: 3 out. 2019.

Teses e Dissertações

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora**. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade dos Meios de Comunicação Social) - PUC. Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/2227>> Acesso em: 10 out. 2019.

SILVA, Jaime Luiz da. **O heavy metal na revista Rock Brigade: aproximações entre jornalismo musical e produção de identidade**. Porto Alegre, 2008. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/14932>> Acesso em: 10 out. 2019.

VIEIRA, Taís Borin. **Gênero e religião: paganismo e o culto à Deusa na contemporaneidade**. 2011. 85 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/743>> Acesso em: 29 set. 2019.

APÊNDICE A – HALLOWED BE THY CONCERT (SANTIFICADO SEJA O VOSSO SHOW)

Neste apêndice, apresento a minha experiência como fã, durante o show do Iron Maiden que aconteceu no dia 09 de outubro de 2019, na Arena do Grêmio, em Porto Alegre. Para este relato, tomo a liberdade de referir a mim mesma em primeira pessoa, para expor a partir da minha perspectiva, como foi o show da banda.

Antes de iniciar o projeto da monografia eu já havia decidido qual seria o tema em que eu gostaria de trabalhar: a banda Iron Maiden. Isso foi, provavelmente em novembro ou dezembro de 2018. Eu só não esperava que alguns meses depois, a banda confirmasse três apresentações no Brasil, parte da *Legacy Of The Beast Tour*. Coincidência? Sorte? Destino? Qualquer coisa. Só sei que tudo estava conspirando a favor e eu estava “pulando” de alegria. Ainda estou, na verdade.

Isso, com certeza, fez com que eu trabalhasse ainda mais para fazer um trabalho excelente. Mergulhei de cabeça na história da banda, li um livro sobre todo o trabalho que eles fizeram. Sei os nomes de todos os integrantes de cor, ouvi todos os álbuns e todas as músicas que eles lançaram. Tornei-me ainda mais fã. E como uma boa fã, obviamente, comprei o ingresso e fui assistir essa que se tornou uma das minhas bandas favoritas.

No dia do show, a Natália Zucchi (amiga que o jornalismo me deu) e eu, havíamos combinado de nos encontrar no lugar da apresentação. De certa forma nos encontramos, uma de cada lado da grade, bem no centro da pista. Eu fui sozinha, apesar de vários conhecidos terem ido também. Mas, sozinha, consegui chegar perto do palco. Não tanto quanto eu gostaria, mas pelo menos assisti à apresentação sem empecilhos.

Eu havia chegado às 16h30min ao local e o show da banda estava marcado para as 21h. Começou pontualmente. Mas, antes, duas bandas se apresentaram para deixar o público ainda mais ansioso pela principal atração da noite. Eu vi nessas duas bandas uma oportunidade de conhecer novas músicas e novos trabalhos, mas muitos que estavam ao meu lado não estavam interessados e nem prestavam atenção no que estava acontecendo. O que importava mesmo, para eles, era o Iron Maiden. Eu não tenho como julgá-los, eu também estava lá pela banda.

Cinco minutos para começar o show e, um vídeo começa a ser passado no telão: é a divulgação do jogo para *smartphones* da banda, que deu nome a turnê.

Nesse momento, o pessoal já começou a ficar mais agitado, já sabendo o que viria a seguir. E então, um trecho da música *Doctor Doctor*, da banda UFO, começou a tocar, clássico em todos os shows do Iron Maiden. Pelo menos, é assim que eu ouvi dizer.

Assim que o trecho terminou, os *riffs* da música *Aces High* começaram a ser tocados. O público agora tinha virado parte da música, com seus gritos sendo misturados na melodia da canção. As luzes foram ligadas e demos “de cara” com um avião, uma réplica de um Spitfire utilizado na Segunda Guerra Mundial, pendurado sobre as cabeças dos integrantes da banda, em movimento. Todo o restante do palco estava caracterizado como se fosse um ambiente de guerra. Isso é devido à música de abertura ser sobre a Segunda Guerra. Só de ter visto essa primeira música, com esse cenário e, principalmente, com a performance da banda, eu poderia ter ido para casa bem feliz. Mas, para a minha sorte, ainda havia mais 15 músicas.

Figura nº 34 Iron Maiden em sua primeira música da apresentação



Fonte: Tainá Menegat

Tudo o que eu li e estudei sobre a banda, posso agora dizer com propriedade, que é verdade. Vivi a experiência de assistir uma apresentação ao vivo do Iron Maiden

e comprovar que eles realmente são teatrais, entregam uma experiência sensorial de cada música e a execução de cada solo de guitarra, baixo e bateria são fantásticos. Bruce Dickinson, entretanto, é um “super-homem”. Não tenho palavras para descrever a energia que aquele homem tem, de correr o tempo inteiro no palco e ainda ter fôlego para cantar e segurar as notas agudas. É muito mais que impressionante. E quero que saibam que, enquanto escrevo isso, lágrimas de nostalgia caem dos meus olhos.

As duas músicas seguintes continuaram no “clima de guerra”, *Where Eagles Dare* e *2 Minutes To Midnight*. São músicas bem parecidas com a primeira, com a bateria “nervosa” e a guitarra “ansiosa”, lembrando um campo de batalhas. E o público não se aguentava de emoção e cantava junto, em cada refrão.

Figura nº 35 Cenário da segunda música, *Where Eagles Dare*



Fonte: Tainá Menegat

Após essas três músicas, Bruce falou com o público pela primeira vez. No caso, tentou falar, já que devido à emoção, nós não parávamos de gritar. Mas, em meio aos gritos, Bruce revelou que, naquela noite, eles estavam se apresentando para o maior público que eles haviam tido em Porto Alegre: cerca de 45 mil pessoas. Sem falar que fazia 11 anos que a banda não fazia um show na cidade. Mas, eles prometeram voltar

em breve e eu realmente espero que isso aconteça. Porque no próximo show eu quero tentar chegar ainda mais perto.

Depois da pausa, eles tocaram mais duas músicas clássicas que fizeram a galera “surtar”: *The Clansman*, que é originalmente cantada por Blaze Bayley, mas que na voz de Bruce, fica espetacular; e *The Trooper*, em que Eddie entra no palco para travar uma luta de espadas com o vocalista. Bruce hasteou a bandeira do Brasil nessa hora, o que fez o público vibrar ainda mais. Nessa última música eu tive a certeza que eu iria ser pisoteada e esmagada devido à multidão ter começado a se mover de maneira brusca, mas, felizmente, me mantive viva e consegui assistir o resto do show.

Figura nº 36 Bruce lutando com o boneco Eddie



Fonte: Tainá Menegat

Depois dessa música, o cenário mudou novamente e, dessa vez, fomos levados para o interior de uma igreja. A Igreja da Donzela de Ferro, onde ela espalha sua palavra do “senhor nosso deus, Eddie”. Por mais que isso seja uma sátira às religiões, é dessa forma que eu me senti naquele momento. Principalmente quando eles tocaram *For The Grater Good Of God*, que é uma música mais melódica e que

indaga sobre o que é a vida, o que estamos fazendo aqui e por que há tanta dor no mundo. Bruce cantou com tanto pesar e dor essa música que eu senti tudo isso que a música fala. Nessa hora, eu realmente percebi como uma interpretação faz diferença ao apresentar uma música. Porque é bem diferente ouvir uma canção que é apenas tocada e uma que, além de tudo, é interpretada.

O que me leva para uma das melhores músicas da noite, falando por mim: *Sign Of The Cross*. Nessa canção, o cenário mudou mais uma vez. Agora ele ficou mais próximo daquilo que se torna a “igreja infernal” depois. Bruce vestiu uma capa de monge, preta, e manuseou uma cruz que é metade do seu tamanho. A produção do cenário, das luzes e a execução da música foram impecáveis e tudo muito sincronizado, o que me fez arrepiar até os cabelos.

Figura nº 37 Execução da música *Sign Of The Cross*

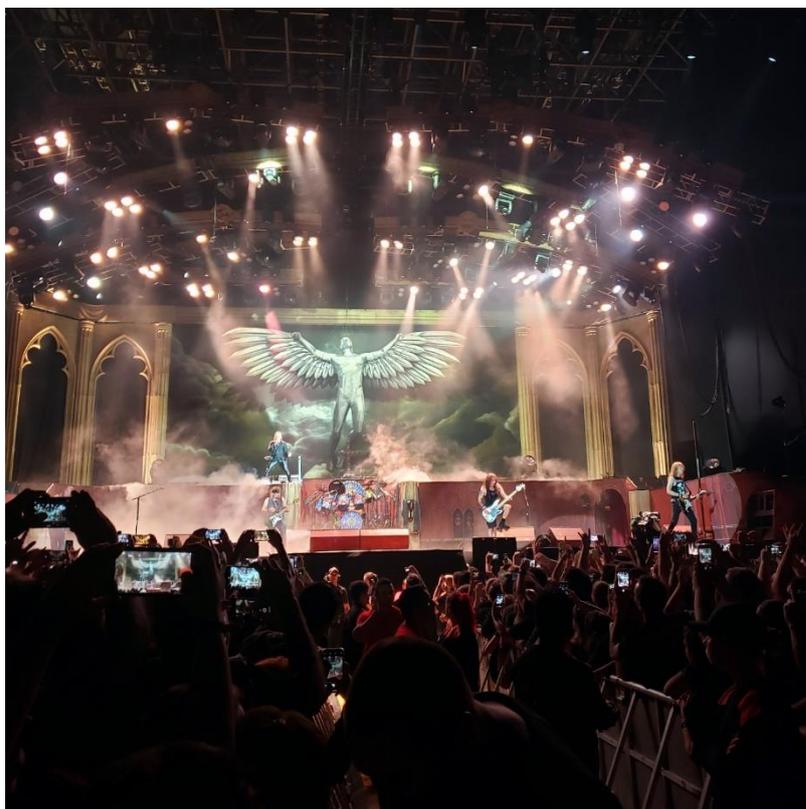


Fonte: Tainá Menegat

O avião e o boneco Eddie não foram as únicas “personalidades” presentes na apresentação. Antes de mudar o cenário totalmente para a “igreja infernal”, o Iron Maiden tocou *Flight Of Icarus*, que é sobre o conto de Dédalo e seu filho Ícaro, da mitologia grega. Para representar esse mito, um Ícaro gigante surgiu atrás da banda (sinceramente não sei de onde ele saiu, porque não deu para ver!) e Bruce “vestia”

um lança-chamas. Bruce é praticamente o Sol, ou melhor dizendo, os raios solares que causam a morte de Ícaro. E, no final da música, o Ícaro gigante “derrete”, causando ainda mais impacto.

Figura nº 38 Cenário da música *Flight Of Icarus*



Fonte: Tainá Menegat

E antes da pausa do “bis”, o cenário já estava completamente como uma “igreja infernal”. Um Eddie “demônio” surgiu na música Iron Maiden, também atrás da banda, mas dessa vez todo mundo o viu subindo. E quando isso aconteceu, não teve um metaleiro sequer que ficou quieto. Eu olhava todas aquelas chamas e bonecos e luzes como uma criança olha um parque de diversões pela primeira vez.

Figura nº 39 O surgimento do Eddie "demônio"



Fonte: Tainá Menegat

No final, o Iron Maiden tocou os clássicos *Hallowed Be Thy Name* e *Run To The Hills* para finalizar com “chave de ouro”. Até a última nota cantada, a banda não diminuiu o ritmo, que foi frenético o show inteiro. Steve Harris, com seu baixo, é uma máquina. Ele também não para um minuto e sempre chama o público para participar. Janick Gers é uma figura peculiar, ele gira e joga a sua guitarra como se fosse de brinquedo, além de pular, correr e dançar enquanto toca. Dave Murray é um pouco mais quieto, talvez seja a idade, mas talvez seja o jeito dele assim mesmo, mas quando ele executa os solos não tem como se impressionar (principalmente com suas caretas, elas são muito engraçadas). Adrian Smith é um mito, uma lenda da guitarra. Ele pode demonstrar ser um pouco frio, devido ao seu lado britânico, mas tem muita presença de palco. O Nicko McBrain eu não vi muito, só no final do show, quando ele levantou de trás da bateria para se despedir. No entanto, ele está de parabéns, tocar daquela maneira com 63 anos de idade não é para qualquer um.

Bruce Dickinson, como já falei, ele é “o cara”. É um homem baixinho perto dos outros, mas no palco parece que tem uns três metros de altura. A presença dessa pessoa no palco é inacreditável, sem falar na qualidade com que ele canta. A voz dele

não falha nem enquanto corre. Eu até havia começado a escrever que eu não sabia como ele conseguia isso, mas a verdade é que ele tem praticamente 45 anos de experiência. Se ele não sabe como fazer, ninguém saberá. Mas, mesmo assim, é impressionante eles entregarem um show tão espetacular e grandioso com a idade que têm. Talvez seja até melhor do que quando eram jovens (mas isso não poderei afirmar).

Além de tudo o que eu relatei aqui, ainda há mais um fator que me impressionou: o público. Todas as pessoas que estavam lá deram um show à parte. A cada música era um coro diferente que se misturava com as batidas e os acordes. Principalmente na música *Fear Of The Dark*. Juro que passei uma parte da música encantada com as pessoas ao meu redor. A emoção e o sentimento que emanava da multidão era quase palpável. Depois, é claro, me juntei a eles. E fazer parte daquilo foi a segunda melhor experiência da noite.

Só sei que passar sete horas e meia em pé, economizando na água para não precisar ir ao banheiro e perder o lugar, foi totalmente compensado depois desse espetáculo. E vou ter que concordar com o jornalista da *Kerrang!*: o Iron Maiden faz as outras bandas parecerem simples demais.

APÊNDICE B - PROJETO DE MONOGRAFIA

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

TAINÁ REGINATO MENEGAT

O JORNALISMO ESPECIALIZADO NO GÊNERO MUSICAL *HEAVY METAL*

Caxias do Sul
2019

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

TAINÁ REGINATO MENEGAT

O JORNALISMO ESPECIALIZADO NO GÊNERO MUSICAL *HEAVY METAL*

Projeto de Monografia apresentado como
requisito para aprovação na disciplina de
Monografia I.

Orientadora: Ana Laura Paraginski

Caxias do Sul
2019

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Representação global dos fãs mais fiéis da música	08
Gráfico 02 - Fãs mais fiéis de cada gênero musical dos Estados Unidos	09
Gráfico 03 - Fãs mais fiéis de cada gênero musical da Grã Bretanha	10
Gráfico 04 - Fãs mais fiéis de cada gênero musical do Brasil	11

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Capa do primeiro álbum da banda, <i>Iron Maiden</i>	36
Figura 02: Capa do segundo álbum, <i>Killers</i>	37
Figura 03: Capa do terceiro álbum, <i>The Number Of The Beast</i> , lançado em 1982	38
Figura 04: Quarto álbum de estúdio, <i>Piece Of Mind</i>	39
Figura 05: <i>Powerslave</i> , lançado em 1984	40
Figura 06: <i>Somewhere in time</i> , lançado em 1986	41
Figura 07: O sétimo álbum de estúdio lançado em 1988, <i>Seventh Son of a Seventh Son</i>	42
Figura 08: <i>No Prayer For The Dying</i> , lançado em 1990	43
Figura 09: <i>Fear Of The Dark</i> , nono álbum lançado em 1992	44
Figura 10: Décimo álbum lançado, <i>The X Factor</i>	45
Figura 11: <i>Virtual XI</i> , décimo primeiro disco da banda	46
Figura 12: Álbum <i>Brave New World</i> , que renovou a banda	47
Figura 13: Décimo terceiro álbum, <i>Dance of Death</i>	48
Figura 14: Álbum <i>A Matter of Life and Death</i>	49
Figura 15: Décimo quinto álbum, <i>The Final Frontier</i> , lançado em 2010	50
Figura 16: Último álbum lançado em 2015, <i>The Book of Souls</i>	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	06
1.1 PROCESSO DE DESCOBERTA	07
2 TEMA	08
2.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	08
3 JUSTIFICATIVA	08
4 QUESTÃO NORTEADORA	13
5. OBJETIVOS	13
5.1 OBJETIVO GERAL	13
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
6. METODOLOGIA	14
6.1 PESQUISA CIENTÍFICA	14
6.2 PESQUISA QUALITATIVA	15
6.3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	16
6.4 ESTUDO DE CASO	17
6.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO	18
6.6 CAMINHO METODOLÓGICO ESCOLHIDO	19
7. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	19
7.1 CULTURA	19
7.1.1 Cultura de massa	20
7.1.2 Cultura musical	21
7.2 IDENTIDADE CULTURAL	22
7.3 JORNALISMO	24
7.4 JORNALISMO ESPECIALIZADO	26
7.4.1 Jornalismo especializado em cultura e música	28
7.5 GÊNEROS MUSICAIS	31
7.6 ROCK E HEAVY METAL	32
7.7 A BANDA IRON MAIDEN	35
8. ROTEIRO DOS CAPÍTULOS	52
9. CRONOGRAMA	53
REFERÊNCIAS	54

1 INTRODUÇÃO

O *rock n' roll* é um estilo musical que surgiu nos Estados Unidos da América, no final da década de 1940 e início da década de 1950, por influências de outros estilos musicais, como o *folk*, *country*, *jazz* e *R&B*. É caracterizado pelo som marcante da guitarra, que explora também outros timbres e efeitos, sendo o principal instrumento do gênero.

No entanto, é a partir de 1950, com músicos como Elvis Presley, Bill Halley, Chuck Berry, que o *rock* alcançou as paradas musicais de todo o mundo, com canções que são conhecidas até hoje. E por ter sido espalhado mundo afora, muitos outros artistas adaptaram o estilo, criando diversas vertentes do *rock*. Dentre eles podem ser identificados o *punk rock*, *hard rock*, *pop rock*, *grunge*, *heavy metal* e assim por diante. Mesmo dentro de um grande gênero, essas vertentes se diferenciam entre si pelo tom da guitarra, pelas letras, pelo comportamento da banda e de seus adeptos.

O *heavy metal*, cujo seu significado literal é metal pesado, recebe este nome devido a sua sonoridade agressiva e a sensação de peso que os instrumentos musicais são equalizados e arranjados, principalmente as guitarras (SILVA, 2008). No entanto, não é só o aspecto sonoro que atrai fãs e consumidores do *heavy metal*, mas também o domínio dos instrumentos, a habilidade na execução das músicas, sobretudo os solos de guitarra (STRAW, apud SILVA, 2008); e, talvez um dos principais fatores, o comportamento dos músicos em relação ao mundo. De acordo com Silva (2008), que aborda os estudos de Weinstein, o gênero é um fenômeno cultural com um código próprio que, além da música, contempla o visual e o verbal.

Muitos pesquisadores, jornalistas e músicos diferem em suas opiniões sobre qual a banda que criou propriamente o som pesado do *heavy metal*. A primeira música que trouxe o termo foi "*Born to be wild*", do Steppenwolf, a qual se refere a vida dos motoqueiros e ao som metálico das motocicletas, conforme o trecho: *I like smoke and lightning / Heavy metal thunder / Racin' with the wind / And the feelin' that I'm under*. Todavia, as bandas mais citadas como pioneiras do *heavy metal* são Black Sabbath, Led Zeppelin e Blue Cheer, em meados de 1970.

Mesmo assim, o *heavy metal* não se consolidou até o início da década de 1980, período em que o estilo se fortaleceu como um gênero musical específico, com uma série de práticas sociais e culturais relacionadas (STRAW apud SILVA, 2008). Dentre

elas, a constituição de uma cadeia midiática formada por gravadoras especializadas, programas de rádio e televisão específicos sobre o gênero, publicações segmentadas e, ainda circuitos específicos de shows em clubes, festivais e arenas (SILVA, 2008).

A existência desse circuito midiático, ou de parte dele ao menos, permitiu o surgimento do que Straw chama de cenas, ou seja, espaços onde se dá o consumo e a reapropriação de um gênero musical de forma localizada. Assim, a partir dos anos 1980, já é possível falar em cenas de heavy metal em vários países, regiões ou cidades. O desenvolvimento de uma cadeia própria de circulação e consumo para o heavy metal também serviu como uma espécie de contraponto ou resistência à apreciação feita pela crítica musical dos grandes veículos de comunicação, que, via de regra, sempre tratou o gênero como algo que incorporava “os piores excessos da música popular, particularmente o sexismo e o narcisismo” (SHUKER apud SILVA, 2008, p. 22).

1.1 Processo de descoberta

O *rock n' roll*, em termos gerais, sempre foi uma área de interesse da pesquisadora. Não só o ritmo, a batida e as letras que a interessavam, com também o comportamento dos músicos dentro e fora dos palcos e de toda a cultura que gira em torno do gênero musical. Além de estar sempre presente em suas *playlists* diárias.

Ao se aproximar da conclusão do curso de Jornalismo, definir qual será o objeto de estudo da monografia começou a ser uma preocupação. Como o aluno dispõe cerca de um ano para trabalhar na monografia, o assunto da mesma deve ser de alguma relevância para quem a produz. Partindo desse princípio, a pesquisadora então definiu que o *heavy metal*, por estar inserido em sua vida constantemente, deveria ser a questão principal de seu trabalho.

Assim, será abordada a questão do jornalismo no gênero *heavy metal*, com o intuito de mostrar que o estilo continua presente na vida das pessoas, além de estar ganhando cada vez mais destaque devido aos filmes biográficos de bandas que estão sendo lançados. Um exemplo disso é o filme “*The Dirt*”, lançado em 22 de março de 2019 pela empresa de *streaming* Netflix, que conta a história da banda Mötley Crüe. Segundo a Billboard, revista semanal americana especializada em informações da indústria musical, o álbum que acompanha o filme de mesmo nome, chegou ao Top

10 dos álbuns mais vendidos depois do lançamento do filme. O último álbum do Mötley Crüe que chegou ao Top 10 foi “*Saints of Los Angeles*”, em 2008.

Enfim, trazer algo que se gosta para a área de atuação é a verdadeira realização pessoal. É juntar o útil ao agradável. E é essa a intenção do trabalho desta monografia.

2 TEMA

Jornalismo especializado em música.

2.1 Delimitação do tema

O jornalismo no gênero *heavy metal*.

3 JUSTIFICATIVA

O gênero *heavy metal* vem sendo um assunto polêmico desde a sua criação. De um lado se têm aqueles que o desprezam, alegando que é a “música do demônio”. Do outro, há os fanáticos pela música e que a defendem com a alma. No entanto, para ajudar a mostrar que o *heavy metal* faz parte da sociedade mundial e que merece o respeito de todos, há alguns fatores que comprovam a força do gênero musical.

O Spotify, serviço de *streaming* de música e podcasts, em seu blog publicou quais são os fãs mais fiéis no mundo da música. Para descobrir isso, primeiro foi identificado qual o principal artista de cada gênero musical e, para criar a média de lealdade de gênero, foi dividido o número de streams, ou seja, a quantidade de vezes que foram ouvidos, pelo número de ouvintes.

O resultado foi que, mundialmente, os fãs de metal são os mais fiéis entre todos os gêneros musicais. Isto é, todos possuem um tipo de música que adora e que combina consigo e para o qual sempre acabam voltando e, conforme a pesquisa do Spotify, os *headbangers* são os que mais voltam para o seu ritmo confortável. Entre os gêneros que possuem os fãs mais fiéis estão também o pop, folk, country, rock, hip hop, reggae, jazz, EDM (eletronic dance music), música clássica e blues, conforme o gráfico 1 abaixo.

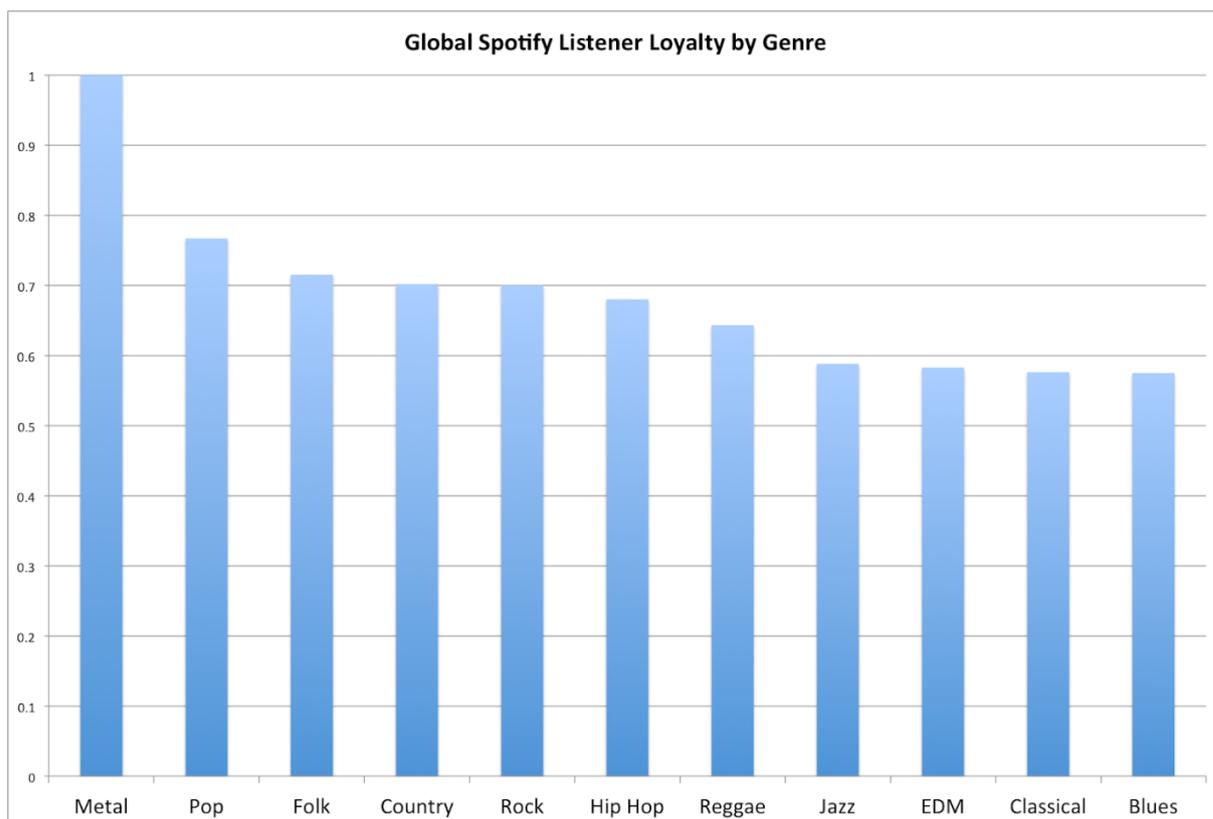


Gráfico 1 - Representação global dos fãs mais fiéis da música. Fonte: Spotify Insights.

A pesquisa também foi feita por país. Nos que foram analisados, o *heavy metal* sempre está presente entre os dez principais gêneros, junto com músicas dos gêneros locais de cada país, como também o pop, o folk, o hip hop e entre outros, como pode ser observado nos gráficos 2 e 3 abaixo.

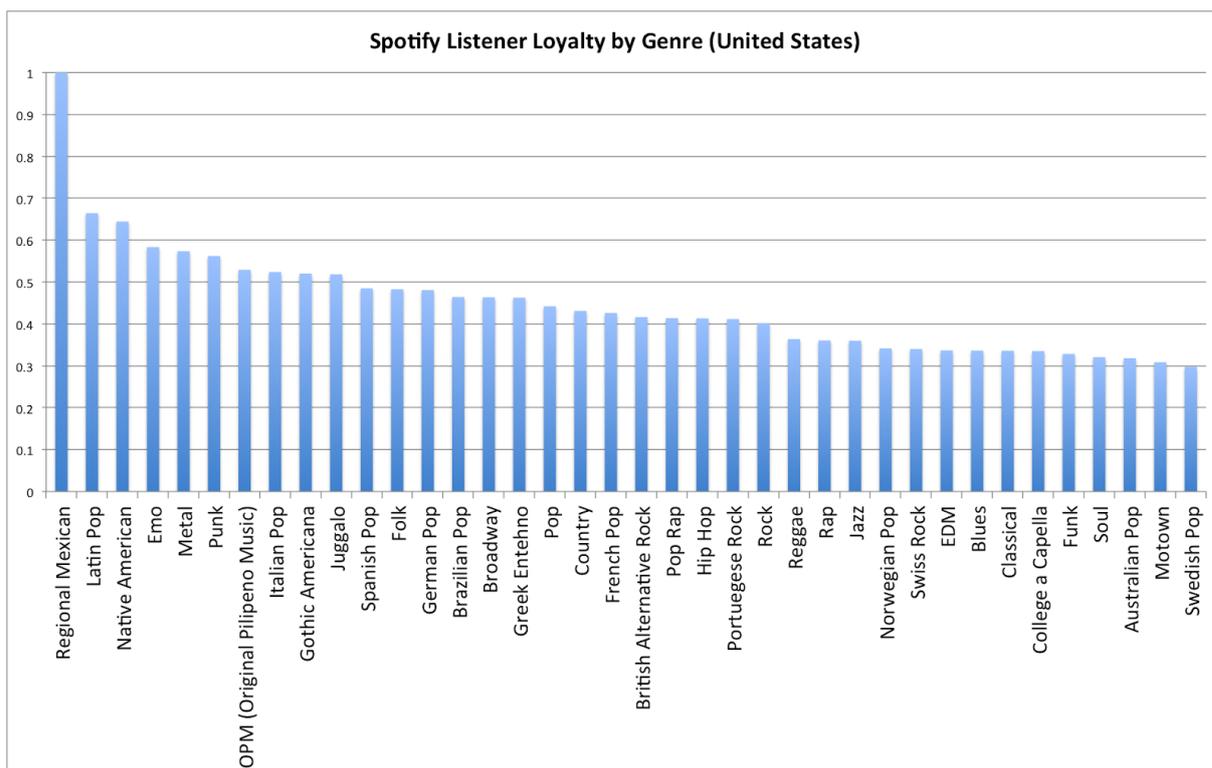


Gráfico 2 - Fãs mais fiéis de cada gênero musical dos Estados Unidos. Fonte: Spotify Insights.

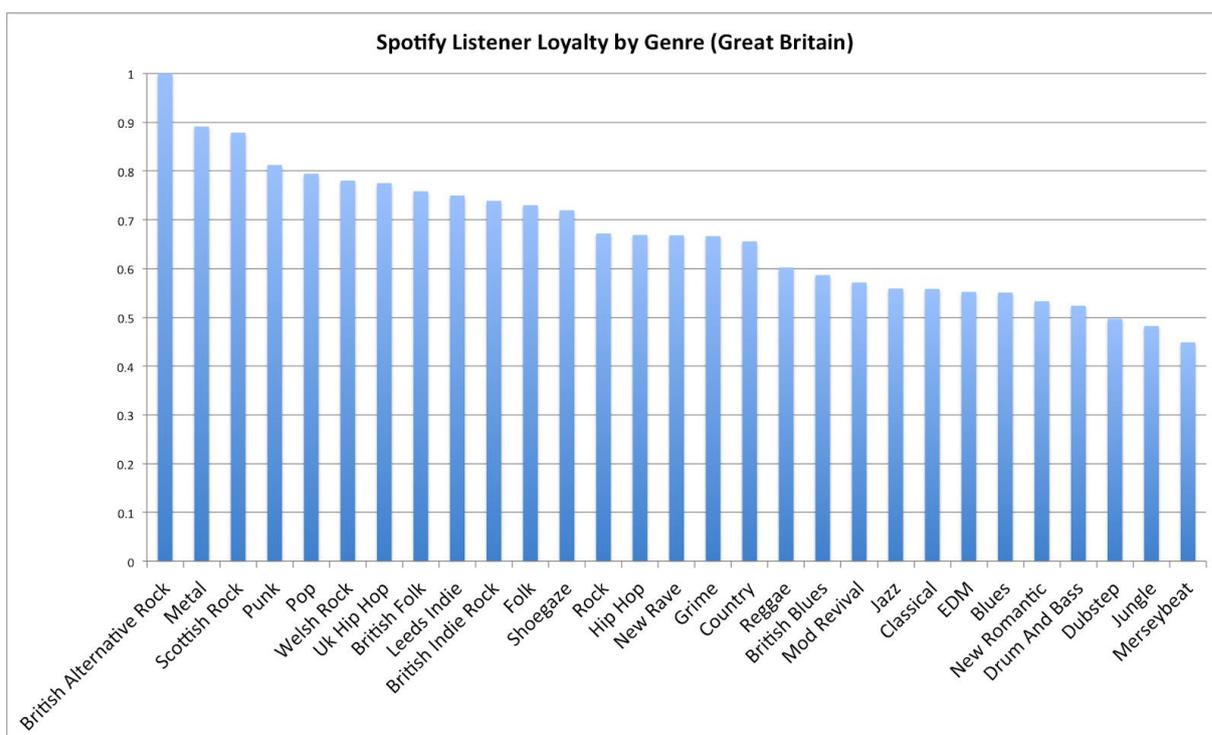


Gráfico 3 - Fãs mais fiéis de cada gênero musical da Grã Bretanha. Fonte: Spotify Insights.

O Brasil foi igualmente analisado (gráfico 4) e bem como os outros países, o *heavy metal* se faz presente entre os gêneros com os fãs mais leais, conquistando a

quarta posição atrás do punk brasileiro, do rock gaúcho e do pop brasileiro. É possível observar também, que o *heavy metal* está na frente de gêneros bem marcantes e característicos do país, como o MPB (música popular brasileira) e o samba.

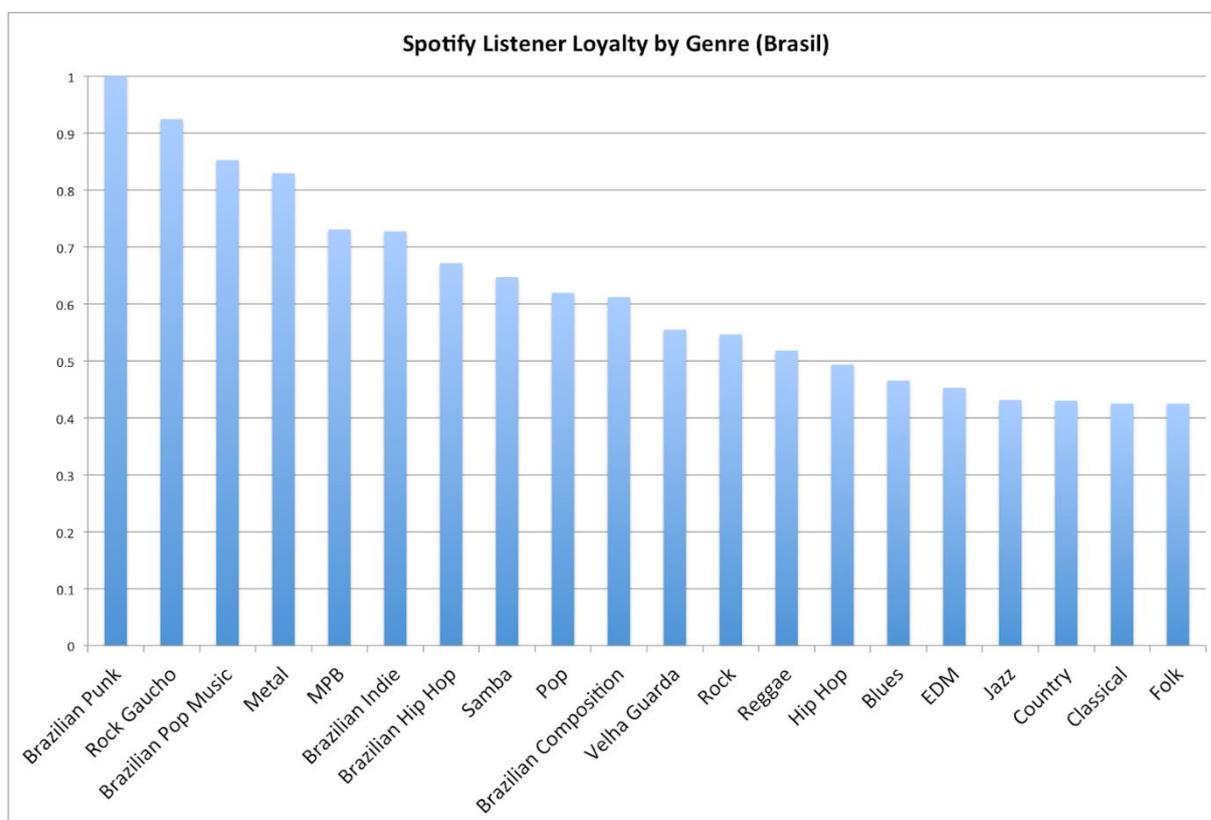


Gráfico 4 - Fãs mais fiéis de cada gênero musical do Brasil. Fonte: Spotify Insights.

Outra evidência de que o cenário do *heavy metal* está apenas se fortalecendo, é que a cidade canadense de Montreal, no dia 15 de abril de 2019, foi oficialmente reconhecida como a cidade do heavy metal. Em matéria publicada pela Rádio Rock, o projeto do vereador da cidade, Craig Sauv e, foi aprovado, declarando Montreal uma “cidade em excelência” no heavy metal. De acordo com Sauv e, o som que eles fazem é bem visto em todo o mundo e ele acredita que isso prov m da vantagem técnica de Montreal possuir uma abordagem acad mica especializada em música, contribuindo para o tipo de metal que nasce na cidade. O som pesado do *heavy metal*   uma das características do cenário musical há pelo menos 36 anos.

Com isso, é possível observar a influência que o gênero possui sobre a sociedade mundial e também, que os fãs de *heavy metal* lutam até o fim para consagrar o estilo. E é justamente isso que será analisado neste trabalho, o papel do

jornalismo ao disseminar a cultura do *heavy metal* e se é um jornalismo influente ou não.

E, independente da influência do jornalismo na cultura do *heavy metal*, este é um mercado para quem é fã do gênero. O jornalista que deseja seguir este caminho deve saber que o mercado especificamente do *heavy metal* não é muito promissor no dias de hoje, devido aos diversos estilos que surgiram ao longo dos anos e ao fato de cada pessoa possuir um estilo próprio. Mas, ainda há diversos meios de comunicação que reservam um espaço para este tipo de música, como a revista americana Rolling Stone, as rádios paulistas Kiss Fm e a Rádio Rock, além de sites que são especializados neste estilo musical. O importante é que existe sim campo para aqueles que desejam seguir este jornalismo especializado e, que não deixe morrer esta cultura tão adorada pelos seus seguidores.

4 QUESTÃO NORTEADORA

De que forma o *heavy metal* é retratado pelo jornalismo, desde a sua criação?

5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo geral

Identificar como o jornalismo especializado divulga a cultura do *heavy metal*.

5.2 Objetivos específicos

- Apresentar os diferentes gêneros musicais;
- Estudar o jornalismo especializado em música e o seu comportamento focado no gênero *heavy metal*;
- Identificar os principais veículos de comunicação voltados para o gênero *heavy metal* e os jornalistas deste segmento;
- Realizar estudo de caso sobre o jornalismo em torno da banda Iron Maiden;
- Analisar como foi a construção da identidade cultural e musical da banda Iron Maiden.

6 METODOLOGIA

Para o presente projeto serão utilizados específicos métodos de pesquisa a fim se chegar ao resultado pretendido, ou seja, especificar de que forma o *heavy metal* é disseminado pela mídia. Abaixo cada um dos métodos serão abordados e explicados de acordo com o uso pretendido.

6.1 PESQUISA CIENTÍFICA

Para se construir uma pesquisa científica não basta ter criatividade e ser original. Todo o trabalho criativo necessita seguir procedimentos e disciplinas determinadas, ou seja, um roteiro. Este roteiro nada mais é que as diversas fases do método científico (RUDIO, 2002, p.16).

E para estabelecer quais serão as fases do método para este trabalho, o mesmo foi caracterizado como uma pesquisa não experimental, isso porque o objetivo não é delinear um experimento, mas sim um “estudo descritivo com orientação fenomenológica, em que se busca apreender o que as pessoas pensam e sentem, a forma como elas agem em seus ambientes naturais” (FIGUEIREDO, 2008, p.103). Ou seja, é um estudo em que será visto o comportamento da mídia e do jornalismo em geral em relação ao gênero musical *heavy metal*.

Ainda é possível caracterizar este projeto como uma pesquisa exploratória. Segundo Gil (2002, p. 41), a pesquisa exploratória tem como objetivo viabilizar uma maior familiaridade sobre o assunto, aprimorando ideias com intenção de tornar o problema mais explícito. Portanto, o planejamento destas pesquisas são mais flexíveis, de modo que há a possibilidade de considerar diversos aspectos relativos ao fato estudado, sendo utilizados métodos como levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado, ou então, análise de exemplos que estimulem a compreensão (SELLTIZ et al., apud GIL, 2002, p. 41).

Gil (2002, p. 41) ainda afirma que a pesquisa exploratória, na maioria dos casos, assume o formato de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso. Contudo, este projeto irá utilizar estes dois formatos. O primeiro será para apresentar os diferentes gêneros musicais e identificar o *heavy metal* no jornalismo e o segundo será utilizado em torno da banda britânica Iron Maiden para definir como a banda era, e

ainda é, retratada pela mídia e como se sucedeu a criação de sua identidade cultural e musical. Além destes critérios, uma pesquisa de dados na Internet deverá ser realizada para especificar quais os meios de comunicação são voltados para a cultura do *rock* e *heavy metal*, assim como os principais jornalistas do segmento.

6.2 PESQUISA QUALITATIVA

Após caracterizado o projeto, percebe-se que deverão ser utilizados os critérios de uma pesquisa qualitativa. Isto é, para os objetivos deste trabalho não há a possibilidade de investigar por meio de dados estatísticos os elementos voltados para a percepção, intuição e subjetividade. A pesquisa qualitativa está ligada à investigação dos significados das relações humanas, as quais são influenciadas pelas emoções e sentimentos aflorados no dia a dia (FIGUEIREDO, 2008, p. 96).

As pesquisas qualitativas trabalham com dados não quantificáveis, coletam e analisam materiais pouco estruturados e narrativos, que não necessitam tanto de uma estrutura, mas em compensação, requerem o máximo envolvimento por parte do pesquisador. Dessa forma, esse tipo de pesquisa produz grandes quantidades de dados narrativos, dispensando grandes amostras, visto que o pesquisador qualitativo tem de evitar controlar a pesquisa, para que o estudo permaneça no contexto naturalista (FIGUEIREDO, 2008, p.97).

Como o objetivo é estudar e analisar o jornalismo especializado em música no segmento do *heavy metal*, não há margem para dados quantitativos, mas como o gênero musical é retratado pela mídia e veículos de comunicação no geral. O resultado serão percepções e pontos de vista, algo que não é mensurável.

Jornais, revistas, programas de rádio e televisão, pertinentes à música e ao *heavy metal*, vão ser selecionados e estudados a fim de determinar de que maneira o estilo musical é apresentado para quem consome esta espécie de conteúdo. Se de maneira positiva ou negativa, se de forma entusiástica ou depreciativa. E, ainda, como os mesmo ajudaram o gênero na formação de uma cultura própria e determinadas bandas na criação de sua própria identidade.

6.3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

A pesquisa bibliográfica é produzida com base em materiais já produzidos, principalmente em livros e artigos científicos (GIL, 2002, p.44). Revisar a literatura existente é necessário para se conhecer o que já foi publicado sobre o possível problema em questão. À medida que se vai lendo sobre o assunto, começa-se a identificar conceitos que se relacionam até chegar a uma formulação objetiva e clara do problema a ser investigado (STUMPF, 2014, p. 52).

De acordo com Gil (2002, p. 63), após formulado o problema e sua delimitação, um plano de assunto deverá ser construído para definir a estrutura lógica do trabalho, de forma que as partes estejam sistematicamente vinculadas entre si e ordenadas em função da unidade de conjunto. Seguindo um plano de assunto, o pesquisador não corre o risco de se afastar do assunto em questão, atrasando todo o projeto científico.

Para localizar documentos que façam parte do plano de assunto, é necessário primeiro identificar e selecionar quais serão suas fontes de pesquisa, sejam elas livros de leitura corrente, obras de referência, periódicos científicos, teses e dissertações. E, ainda, qual será o local da pesquisa, se em biblioteca convencional, biblioteca online, base de dados ou mecanismos de busca (GIL, 2002, p. 64).

São inúmeras as fontes e formas de pesquisa que podem ser utilizadas na produção do projeto científico, em função disso é sábio organizar como serão feitas as buscas. Para este projeto, após definido o tema e problema em questão, foi decidido que será realizada a pesquisa em biblioteca convencional e online, a procura de livros e obras de referência para construir esta etapa da metodologia. Para a próxima etapa, a revisão bibliográfica, serão realizadas pesquisas em mecanismos de busca, portais, acervos de bibliotecas e editoras para que sejam localizadas teses e dissertações, obras de referência, reportagens de jornais e revistas para se construir uma base teórica abundante.

Com os documentos em mãos, deverá ser feita a leitura dos mesmos e anotações sobre o que poderá ou não ser utilizado no projeto. Após, o pesquisador já conseguirá redigir o seu texto. Se caso na redação convém utilizar as ideias de um autor, deve-se citar seu nome e a data do trabalho em que encontrou a ideia. Ou se for usar as exatas palavras do autor, devido à elas se encaixarem perfeitamente no texto redigido, deve se fazer uma citação entre aspas, apontando o nome do autor, a data do trabalho e a página de onde foram copiadas (STUMPF, 2014, p. 61).

6.4 ESTUDO DE CASO

Com a necessidade de entender fenômenos sociais complexos, surge, então, a pesquisa diferenciada do estudo de caso. Isso porque o projeto em questão possui a necessidade de explicar questões de “como” ou “por que” algum fenômeno social acontece (YIN, 2015, p. 4). Ou seja, de que modo a banda Iron Maiden é apresentada pelo jornalismo e, como foi criada a identidade da banda dentro da cultura do *heavy metal*.

Em resumo, um estudo de caso permite que os investigadores foquem um “caso” e retenham uma perspectiva holística e do mundo real – como no estudo dos ciclos individuais da vida, o comportamento dos pequenos grupos, os processos organizacionais e administrativos, a mudança de vizinhança, o desempenho escolar, as relações internacionais e a maturação das indústrias (YIN, 2015, p. 4).

De acordo com Duarte (2014, p. 215), a análise mais aprofundada do estudo de caso revela, além de diversas possibilidades de pesquisa, a sua capacidade de compartilhar conhecimentos. Isso porque, o pesquisador trabalha com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas que está sempre em construção e vai em busca de novas respostas ao longo da investigação.

Neste método, é possível destacar a multiplicidade de dimensões presentes em uma determinada situação. Os detalhes de um objeto o tornam único e suas imperfeições traduzem sua história. “Cada fenômeno analisado é, portanto, fruto de uma história que o torna exclusivo” (DUARTE, 2014, p. 233). A realidade pode ser vista de diferentes perspectivas, não existindo uma única versão verdadeira.

Em resumo, o estudo de caso é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais, sociais ou políticos. É o estudo das peculiaridades, das diferenças daquilo que o torna único e por essa mesma razão o distingue de o aproxima dos demais fenômenos (DUARTE, 2014, p. 234).

Assim, o estudo de caso permite que sejam investigados os vários elementos que constituem uma situação ou problema, permitindo que outros leitores tirem suas próprias conclusões.

6.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para Godoy (1995b), a análise de conteúdo consiste em uma técnica metodológica que se pode aplicar em discursos diversos e a todas as formas de comunicação, seja qual for à natureza do seu suporte. Com esta análise, o pesquisador busca compreender as características, estruturas ou modelos que estão por trás dos fragmentos de mensagens levados em consideração. Assim, o analista deve entender o sentido da comunicação, como se fosse o receptor normal, e, principalmente, desviar o olhar, buscando outra significação, outra mensagem, passível de se enxergar por meio ou ao lado da primeira (GODOY apud CÂMARA, 2013).

Bardin (2011) afirma que a análise de conteúdo pode se caracterizar como sendo:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p. 47).

Para se fazer uma análise de conteúdo, pode-se organizar os estudos em três fases cronológicas (BARDIN apud JÚNIOR, 2014, p. 290):

- a. **Pré-análise:** é o planejamento do trabalho, procurando organizar as ideias iniciais com o desenvolvimento de ações sucessivas, contempladas num plano de análise;
- b. **Exploração do material:** é a análise propriamente dita, seguindo o planejamento da pré-análise;
- c. **Tratamento dos resultados obtidos e interpretação:** é a fase em que são compreendidos os resultados advindos da exploração do material. A partir das informações apuradas, é possível então propor conclusões para a pesquisa.

A análise de conteúdo é a principal ferramenta que vai dar vida a este projeto. Isso porque, após coletadas as informações, sejam por meio da pesquisa bibliográfica ou do estudo de caso, os documentos serão analisados e só assim será possível compreender de que forma o jornalismo difundiu a imagem do *heavy metal* e, como

foi construída a identidade da banda Iron Maiden perante aos adeptos do gênero musical e a sociedade em geral.

6.6 CAMINHO METODOLÓGICO ESCOLHIDO

De acordo com os métodos acima descritos, este projeto se trata de uma pesquisa qualitativa, por não possuir resultados quantitativos e, sim, os significados das relações humanas sobre determinado problema. Neste caso se trata então de como o heavy metal, como gênero musical e cultura, foi disseminado pelo jornalismo e, de qual maneira a banda Iron Maiden foi retratada pela mídia e como isso ajudou a fortalecer a imagem da banda com ícone cultural.

Serão utilizadas das pesquisas bibliográficas em livros, artigos acadêmicos e também em reportagens jornalísticas para coletar informações sobre o tema em questão. Após será realizada a análise do conteúdo apurado para desenvolver todo o projeto.

7 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

7.1 CULTURA

Derivada do latim *colere*, cultura, em sua origem, significa cultivo e cuidado. Ou seja, o cultivo e cuidado com a terra, a agricultura, o cuidado com a família e o divino. Era o fazer brotar, frutificar, florescer e cobrir de benefícios. Já no século XVIII, com o surgimento do Iluminismo, a cultura ganha outra concepção. É o padrão ou o critério que mede o grau de civilização de uma sociedade. Dessa forma, a cultura passa a ser percebida como um conjunto de práticas sociais que possibilita avaliar e hierarquizar o valor dos regimes políticos (CHAUÍ, 2008).

Já no século XIX, foi introduzido um conceito de valor para distinguir as formas culturais e, ainda, se tornou um sinônimo de evolução. A sociedade que continha Estado, mercado e escrita era considerada superior e, aquelas que ainda não haviam chegado nesse estágio, necessariamente iriam alcançar, um dia (CHAUÍ, 2008). Entretanto, Chauí (2008) explica que, no mesmo século, a ideia de cultura é alterada pela filosofia alemã, em que é considerada como a diferença entre a natureza e a história. A ordem natural é o equilíbrio do todo; a ordem biológica é a adaptação do

organismo ao meio ambiente; e, a ordem humana é simbólica, é a capacidade de se relacionar por meio da linguagem e do trabalho. Estes últimos é o porquê do homem se diferenciar da natureza, pois ele deixa de aderir ao meio como o animal o faz. A linguagem e o trabalho é o que define o homem como agente histórico, nos quais “há um sentido imanente que vincula meios e fins, que determina o desenvolvimento da ação como transformação do dado em fins e destes em meios para novos fins” (CHAUÍ, 2008, p.56-57).

De acordo com Chauí (2008), é a partir dessa concepção que, no século XX, que a cultura ganha um significado ainda maior, em que cada cultura exprime a ordem humana simbólica como uma individualidade ou estrutura própria.

O termo cultura passa a ter uma abrangência que não possuía antes, sendo agora entendida como produção e criação da linguagem, da religião, da sexualidade, dos instrumentos e das formas do trabalho, das formas da habitação, do vestuário e da culinária, das expressões de lazer, da música, da dança, dos sistemas de relações sociais, particularmente os sistemas de parentesco ou a estrutura da família, das relações de poder, da guerra e da paz, da noção de vida e morte (CHAUÍ, 2008, p. 57).

Assim, cultura passa a ser o campo em que os indivíduos elaboram símbolos e signos, instituem práticas e valores, definem o que é possível e impossível, determinam o sentido da linha do tempo e as diferenças do espaço, os valores como verdadeiro e falso, belo e feio, justo e injusto (CHAUÍ, 2008). Tudo isso para se diferenciar uns dos outros, em que cada um é único devido a sua cultura.

7.1.1 Cultura de Massa

Segundo Coelho (1993), a indústria cultural, os meio de comunicação e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização e, ainda, são aplicados os mesmos princípios da produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do trabalho humano ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador e a divisão do trabalho. Dessa forma, o homem sem tempo livre e instrumentos teóricos que poderiam lhe possibilitar a crítica de si mesmo e da sociedade, se torna então, um homem alienado a tudo.

Assim, a cultura que antes era vista como um instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, passa a ser conhecida como um produto trocável por dinheiro

e que deve ser consumida como qualquer outro produto. Um produto que deve ser padronizado para uma sociedade que “não tem tempo de questionar o que consome” (COELHO, 1993, p. 7). Coelho (1993) ainda destaca que esse momento do aparecimento da cultura de massa é caracterizado por um lado, pelos períodos da Era da Eletricidade (fim do século XIX) e da Era da Eletrônica (século XX), quando os meios de comunicação se tornam um poder irrefreável. E, por outro lado, está ligada ao fenômeno do consumo, quando o capitalismo cria condições para uma sociedade de consumo cimentada, principalmente, em veículos como a televisão.

Setton (2004) afirma que os produtos da cultura de massa são controversos e complexos, pois ora manipulam e ora são a resistência de uma cultura do *status quo*; ora educam com métodos hedonistas e ora educam para a emancipação. No entanto, segundo ela

A cultura de massa privilegia o aspecto criativo do processo de produção/recepção cultural das mensagens. Ressalta novas possibilidades de interação a partir da difusão e troca de signos, valores e saberes sociais. Concordando com as colocações de Edgar Morin, apóio a idéia de que a cultura de massa pode ser considerada uma *terceira cultura*, ou seja, uma cultura que se alimenta a partir de uma relação de interdependência com outras culturas, seja esta escolar, nacional ou religiosa (SETTON, 2004, p. 61).

7.1.2 Cultura musical

Blacking (2007) cita que o conceito de cultura é um esboço abstrato de todos os padrões de pensamento e interação, em que um sistema de símbolos persiste nas comunidades ao longo do tempo. E os instrumentos musicais e as transições ou partituras das músicas não são a cultura dos seus criadores, mas sim as manifestações dessa cultura, isto é, o resultado material dos hábitos e competências que o homem adquire enquanto membro da sociedade.

Todo o show, concerto, performance musical é um evento padrão, cujo significado não pode ser entendido ou analisado isoladamente dos outros eventos no sistema, mas sim o que ele representa no âmbito geral. Geertz (apud BLACKING, 2007) define que um artista trabalha com signos que possuem um lugar no sistema semiótico, se estendendo para além do ofício que ele pratica, mas Blacking (2007)

destaca que isso não significa que todas as atividades musicais devam ser reduzidas a uma variedade de atividade social e interpretadas da mesma maneira.

A música é o aspecto mais importante do fazer musical, não somente para quem a estuda, mas também para aqueles que participam dela. Este é o caráter especial das atividades musicais que é sociológica e antropologicamente problemático, mais que as características que elas têm em comum com outras atividades sociais (BLACKING, 2007, p. 204).

Afinal, não só a performance de músicos e compositores são válidas para caracterizar a cultura musical, mas principalmente a opinião dos “leigos” é que fazem a diferença. Isso porque, são eles que consomem a música e atribuem a ela os significados e funções que representam o seu cotidiano, ou até mesmo seus sentimentos (BLACKING, 2007).

7.2 IDENTIDADE CULTURAL

Cultura e identidade são construções simbólicas e estão relacionados, porém não são a mesma coisa. Cultura é uma estrutura de significados que representam objetos, ideias, sentimentos e, uma vez que esses significados regulam as práticas sociais, têm efeitos concretos. E, identidade é como os indivíduos se representam e representam aos outros, por meio de uma estrutura de significados comuns e da linguagem (FELIPPI, 2006).

Felippi (2006) acrescenta que identidades individuais são formadas através das coletivas, e estas sofrem influências das identidades individuais, já que a sociedade se reproduz e muda por meio de ações individuais.

Mas há diferenças: as identidades individuais têm conteúdos psicológicos (caráter, estrutura psíquica) e um só relato identitário mais ou menos integrado, mesmo que a unicidade do sujeito seja ilusória. As identidades coletivas têm traços culturais que as caracterizam, mas são várias à disposição de cada sujeito, que pode ser interpelado — e se posicionar — por inúmeras identidades coletivas. As pessoas compartilham enquanto integrantes de uma nacionalidade, de um gênero, de uma etnia, de uma classe social ou de uma profissão, e com os demais membros formam comunidades imaginadas (FELIPPI, 2006, p. 50).

Pacheco (2010) destaca que identidade e diferença andam juntas e ambas são relações sociais e, demarcar a diferença constitui o componente chave de qualquer sistema de classificação que visa definir quem é a “identidade” e quem é a “diferença”. Segundo Cuche (apud PACHECO, 2010) impor diferenças significa afirmar a única identidade legítima, a do grupo dominante, do que reconhecer as especificidades culturais. Em outras palavras, é necessária a negatividade da diferença para afirmar a positividade e a normalidade da identidade.

Assim, a identidade cultural não é algo natural e nem próprio do indivíduo, ela é preexistente a ele e, como a própria cultura, se transforma.

A identidade cultural do sujeito não é estática e permanente, mas é fluida, móvel, e principalmente, não é uma imposição inocente, nem uma apropriação, de todo, inconsciente. A identidade cultural é por sua vez construída, manipulada e política (PACHECO, 2010, p. 3).

Os processos históricos da modernidade que serviram para fixar determinadas identidades, incluindo a consolidação de instituições como o Estado-nação moderno, entraram em crise devido às transformações relacionadas à globalização. Com o mundo interconectado, coordenadas básicas que formam as identidades culturais sofrem modificações. Agora as fronteiras do mundo são flexíveis, causando uma inter-relação de diferentes culturas e coloca um fim ao isolamento e purismo cultural, interferindo nas identidades culturais pessoal e coletiva dos grupos, provocando mudanças e crises. Pode até se considerar uma perda de identidades nacionais e regionais para uma cultura global e homogênea (FELIPPI, 2006).

Stuart Hall (2006) previu três possíveis consequências da globalização. A primeira seria a desintegração das identidades nacionais, como um resultado do crescimento da homogeneização cultural, já que as noções de tempo e espaço foram modificadas. O espaço se encolhe e o mundo se torna uma aldeia global, em que todos têm acesso à cultura dos outros.

A segunda consequência seria a resistência à globalização, reforçando as identidades nacionais e locais. Isso porque as identidades nacionais representam um vínculo com lugares, eventos, símbolos, histórias particulares, ou seja, um vínculo particularista e de pertencimento, que só quem vive isso sabe o real significado de estar inserido nessa cultura e ser representado por essa identidade (HALL, 2006).

A terceira, e última, consequência é o surgimento de novas identidades culturais, ou ainda, identidades híbridas. Na qual, a globalização explora a diferenciação do local, formando uma nova articulação entre “global” e “local”, produzindo novas identificações globais e novas identificações locais (HALL, 2006).

Felippi (2006) também cita que a globalização tem produzido diferentes identidades. Ela destaca que de um lado, uma cultura global se prolifera, com padronização de produtos, gostos, formas de pensar, gerando uma identidade global. De outro lado, uma revisitação das culturas locais, proporcionada pelos meios de comunicação e tecnologias de informação, ganham espaço, sendo difundidas e até mesmo sendo construídas novas identidades, ocasionando uma pluralidade, que são postas em cena por meio das redes sociais. Dessa forma, as comunidades buscam no passado as referências para a reafirmação de sua identidade a partir da raça, da etnia, do gênero, da sexualidade, da classe e do pertencimento em uma região. “Mas acabam por criar novas identidades, como forma de resistência à cultura de massa global e uma reação ao processo desenfreado de globalização, uma tentativa de reafirmação do controle sobre a vida” (FELIPPI, 2006, p.53).

7.3 JORNALISMO

O jornalismo, o registro e o relato dos acontecimentos da sociedade, a transmissão de notícias, surge antes da profissão jornalista, isso no século XVII (ZELIZER, apud COELHO, 2015). Coelho (2015) cita que autores como Bill Kovach e Tom Rosenstiel, alertam para a vigência dos valores notícia que sobrevivem desde os primórdios:

As pessoas sentem uma necessidade intrínseca – um instinto – de saber o que se passa para além da sua própria experiência direta. Precisamos de notícias para vivermos, para nos protegermos, para criarmos laços, para identificarmos amigos e inimigos. [...] O jornalismo é, simplesmente, o sistema concebido pelas sociedades para fornecer essas notícias (KOVACH, ROSENSTIEL, apud COELHO, 2015, p.22).

E foi só após estes relatos sociais serem feitos por mensageiros especializados que o jornalismo se concretizou como profissão, além da influência das transformações sociais, econômicas, políticas e culturais que ocorreram no século XIX (COELHO, 2015).

O jornalismo foi caracterizado como dependente do presente, escravo do momento em que o novo se impõe, refém da atualidade. Segundo Carey (apud, COELHO, 2015), a profissão se “governa do aqui e agora” e os profissionais apenas se interessam pelo o que acontece em determinado momento e local. Coelho (2015) ainda aborda que Tuchman considerava os jornalistas como pescadores, ou seja, tudo o que caía na “rede” dos jornalistas virava notícia, também se referindo ao lugar de abrangência dessa “rede”. O restante que não era capturado ou o alcance era longe, ficava sem cobertura midiática.

Tempos mais tarde, não apenas pessoas qualificadas foram incubidas com a tarefa de transmissão dos fatos notáveis, mas também um conjunto de regras foi estabelecido, agregando um valor de profissão ao jornalismo. Estes acontecimentos passíveis de serem transformados em notícia passaram a obedecer algumas técnicas específicas: lead, a pirâmide invertida, responder às perguntas o quê, quem, quando, onde, como e por quê; que só agentes profissionais poderiam pôr em prática, tornando assim, o jornalismo mais neutro (COELHO, 2015). De acordo com Esteves (apud COELHO, 2015), este “novo jornalismo” atua sobre padrões que ainda predominam até hoje: independência, neutralidade, objetividade e profissionalismo.

Ainda no século XIX, Traquina (apud SILVA, 2012) afirma que se teve início o processo de comercialização do jornalismo, tratando a notícia como um produto. A expansão do jornalismo permitiu a criação de novos empregos e um número gradativo de pessoas começa a se dedicar integralmente a uma atividade que ganhou um novo objetivo, fornecer informação e não propaganda. Foi o período de maior importância para a imprensa, consagrando-se como um negócio lucrativo e rentável e ganhando independência econômica em relação aos subsídios políticos que a ditavam originalmente.

Com o surgimento dos novos meios de comunicação social, como a televisão e o rádio, no século XX, que o jornalismo e, por conseguinte, a imprensa, conquistou um espaço fixo no mercado. Fatores sociais colaboraram para essa expansão, especialmente a escolarização da sociedade e o processo de urbanização (TRAQUINA apud SILVA, 2012). O capitalismo também é um elemento presente no jornalismo de massa, afinal, segundo Silva (2012) a profissão é praticada “a fim de reproduzir comportamentos ao invés de somente informar a sociedade”. Ou seja, fatores econômicos se sobressaem às responsabilidades dos jornalistas e veículos de comunicação (SILVA apud SILVA, 2012).

Silva (2012) afirma que na atualidade a atividade jornalística está ligada à aprovação do mercado pelas opiniões do público e os resultados da audiência. Além de ser orientada pela pressão do tempo, do imediatismo e pelo “furo” de reportagem após o surgimento de novas tecnologias, que demandam agilidade (BOURDIEU apud SILVA, 2012).

Essa agilidade solicitada e o pouco tempo de produção, segundo Silva (2012), pode ocasionar coberturas jornalísticas superficiais, em que os profissionais não conseguem reportar os acontecimentos de acordo com o sistema e contexto em que estão inseridos. No entanto, pode-se afirmar que houve um crescimento e evolução na profissão jornalismo, tendo os meios de comunicação de descobrir e produzir notícias em uma escala muito maior para atender a demanda, ocasionando um aumento de oportunidades de emprego. Logo, o repórter e jornalista também ganharam mais destaque, tornando-se responsáveis por descobrir os acontecimentos, apurar e enquadrar os fatos em conformidade com a perspectiva de notícia, tendo em suas mãos o poder de despertar o interesse do público (SODRÉ, apud SILVA, 2012).

7.4 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Conforme o capitalismo foi tomando conta da sociedade e a tecnologia foi avançando, novos grupos de consumidores se formaram, nascendo assim, novas demandas de conteúdos para esses grupos (SANTOS, 2012). O jornalismo então, a partir dos anos 1960, começa a incorporar outros assuntos e a explorar novos gêneros de texto e, surgem as editorias especializadas (SILVA, 2012). Segundo Luca, citado por Silva (2012), os temas e abordagens das editorias podem ser caracterizados como esportes, lazer, vida social, cultura, crítica literária, notícias policiais, regionais, nacionais, internacionais e etc.

O jornalismo especializado está ligado a um tema, considerado assim um jornalismo temático. Esse estilo de jornalismo não perde seu caráter abrangente, independentemente do seu tema, se remete a uma editoria do jornalismo de informação geral, não sendo considerado um fenômeno ou modalidade a parte (ROVIDA apud SANTOS, 2012). E, ainda permanece com as características estruturantes do jornalismo de grandes editorias, como a universalidade, periodicidade, difusão e atualidade (SANTOS, 2012).

No entanto, Roviada apud Santos (2012) acredita que uma especialização mais profunda pode restringir a comunicação jornalística a interesses de um grupo de pessoas específico, com interesses e necessidades bem definidos, perdendo a noção de comunicação generalista. Roviada ainda esclarece que essa divisão de públicos geralmente é mais presente em revistas, as quais a linguagem é adequada a determinados segmentos.

Santos (2012) cita que Tavares também classifica as revistas como espaço tradicional do jornalismo especializado “reconhecendo que essas publicações, desde seu surgimento, têm se dedicado a assuntos da contemporaneidade” (2012, p. 200) e que esses periódicos encontram no “hoje” a oportunidade de lançar novos e diferentes títulos. Mas não se pode generalizar que apenas as revistas fazem um jornalismo especializado. Existem rádios dedicadas a apenas um gênero musical, ou programas de televisão que acabam adotando um tema específico. Todavia, a revista foi uma das primeiras no meio da comunicação a se especializar.

Ainda de acordo com Tavares (2009), que cita Fontcuberta, a especialização jornalística deve ser pensada como uma maneira diferente de se fazer jornalismo. Não se trata apenas de conteúdo e público específicos, mas de considerar um cenário em que tecnologias, capitalismo e diversos suportes midiáticos constituem um amálgama para uma produção jornalística diferenciada, especialmente no que diz respeito ao que é noticiado e à linguagem (SANTOS, 2012, p. 201).

E, para complementar esse pensamento de Santos (2012), ela cita que Tavares atribui a esse jornalismo o papel de buscar intermediar saberes especializados na sociedade, construindo um discurso noticioso ou apenas informacional, que promova um outro tipo de conhecimento que se agrega na compreensão conjunta do universo científico e do senso comum.

De acordo com Santos (2012), nas redações existem dois tipos de jornalistas: o jornalista especializado e o especialista jornalista. Entretanto, é muito melhor para os veículos que o jornalista se especialize em determinado assunto, do que o especialista se transformar em jornalista. E não só por questões econômicas, mas também pelos quesitos técnica e ética de trabalho.

Ser um jornalista especializado é ter um conhecimento aprofundado sobre um tema, se tornando um fator que o diferencia do generalista. O texto também é outro

diferencial, já que imergir sempre em uma mesma temática resulta em um texto com maior profundidade (SANTOS, 2012).

7.4.1 Jornalismo especializado em cultura e música

Dentre todas as possíveis editoriais especializadas, a cultura certamente é a que levanta mais discussões. Assis (2008) afirma que o indivíduo tem a necessidade de saber o que ocorre pelo mundo para construir vínculos com grupos e comunidades, mas que esse saber não se resume à apenas notícias de política, economia, saúde, polícia e outras pautas mais procuradas pelo mercado da comunicação. Ele também destaca que as pessoas igualmente precisam de informações sobre artes, espetáculos, cinema, livros, música e outros tantos assuntos que podem ser consumidos em momentos de descanso e lazer.

No entanto, segundo Basso (2008), não se deve considerar jornalismo cultural apenas os assuntos relacionados às sete artes, isto é, arquitetura, escultura, pintura, música, literatura, dança e cinema; ou mesmo a cultura erudita. Deve-se levar em consideração também os modos de vida, sistemas de valores, tradições e crenças (BASSO, 2008).

Basso (2008) ainda destaca que o jornalista cultural, ou crítico de cultura, recebe o papel de levar para a análise e interpretação as formas de organização da sociedade através das artes e da produção cultural, de forma de entregar elementos mais profundos para o leitor. Além de apresentar a filosofia estética de uma obra, também se deve uma reflexão sobre as circunstâncias sociais e históricas em que foi concebida, de forma a “apresentar a obra como um processo cultural, na tentativa de captar o movimento vivo das idéias, e não apenas como produto do mercado da indústria cultural” (BASSO, 2008, p. 69).

O jornalista cultural é alguém que deve ser “capaz de colocar um fato cultural numa perspectiva histórica (e crítica), relacionada ao que está sendo tratado”. Nesse aspecto, Coelho chamou a atenção de que o verdadeiro jornalista cultural é aquele “capaz de encontrar a sua voz pessoal distintiva” (COELHO apud BASSO, 2008, p. 69).

Todavia, além de toda a questão apresentada por Basso, trabalhar com essa especialidade é algo que atrai alguns jornalistas, isso porque une o útil ao agradável.

Ou seja, enquanto se exerce a profissão, é possível visitar exposições de arte, assistir filmes e peças de teatro, ouvir músicas, ler livros, entrevistar artistas, participar de shows e concertos e, ainda receber por isso (PIZA apud ASSIS, 2008). Desta forma, a profissão “jornalista cultural” recebe diversas críticas devido a sua rotina de trabalho ser ligeiramente diferente aos dos jornalistas de outras editorias, em que passam maior parte do dia em delegacias e nas ruas (BASSO, 2008). Porém, para se fazer jornalismo cultural de qualidade, exige-se um preparo tão bom quanto o de um jornalista de outra especialidade, se não melhor.

Assis (2008) destaca que em quatro, ou cinco anos de curso, uma universidade não consegue especializar um aluno em uma área com conhecimentos profundos. Esse então, deve cumprir outras obrigações acadêmicas para obter o devido conhecimento. Isso foi percebido por Assis (2008) ao analisar o comportamento de jornalistas culturais no exercício de sua profissão, pois se espera que um repórter de cadernos e revistas dessa natureza tenha uma visão completa do assunto que está tratando, caso contrário os jornais serão preenchidos com textos “vazios”. É o acúmulo de saber que irá diferenciar o profissional. Aquele que não estiver suficientemente preparado, terá seu trabalho resumido em bajulação (VALE apud ASSIS, 2008), além de não ter criatividade para elaborar ou sugerir pautas diferenciadas e se prenderá ao calendário de eventos e datas comemorativas (VARGAS apud ASSIS, 2008).

A música é um dos ramos culturais que podem ser abordados pelo jornalismo especializado. Nunes (2011) destaca que o jornalismo musical teve importância na consolidação de ideologias e de movimentos estéticos, como foi o caso da contracultura nos anos 1960, em que surgiram os movimentos hippie e outros estilos alternativos e, a revolução punk no final da década de 1970. Nunes (2011) ainda cita que para Chambers, o jornalismo musical “afirma-se em paralelo com o desenvolvimento da música popular como uma força política e este duplo processo de legitimação (cultural e profissional) é simbiótico”.

O jornalismo musical geralmente é trabalhado em publicações especializadas, selecionando o público para quem realmente está interessado no assunto. Shuker (apud JUNIOR e NOGUEIRA, 2010) classifica essas publicações em: revistas que cobrem amplamente a área musical; jornais dedicados aos negócios relacionados à atividade musical; publicações semanais ou mensais voltadas para a música popular ou gêneros específicos. No entanto, hoje não se pode deixar de lado os blogs, mídias

sociais, plataformas (sites) de consumo musical, programas de televisão e rádio segmentados à música.

O jornalista musical, para exercer a sua função, adota a técnica do *gatekeeping*, que é o processo em que as ideias e a informação são filtrados antes de serem publicados em algum veículo de comunicação (NUNES, 2011). Segundo Junior e Nogueira (2010), antes de avaliar, criar reflexão ou orientar, a função do jornalista de cultura é selecionar o que merece ser publicado nas revistas, jornais e sites. São diversas fases de construção da notícia, sendo desde a seleção das fontes de informação até a decisão do editor do que será publicado e, em muitos casos o jornalista acaba por influenciar no gosto do público (NUNES, 2011).

Alguns estudiosos da crítica pop-rock atribuem ao jornalista de música, sobretudo na sua vertente de crítico, um papel de gatekeeper do gosto ao seleccionar os artistas sobre os quais deve escrever e contribuir assim para a formação do gosto do consumidor e para a criação de uma comunidade selectiva de ouvintes, eles próprios tornados “opinion-makers” pela fruição de determinados géneros e estilos musicais propostos pelo crítico (NUNES, 2011, p. 6).

Como em qualquer outra área cultural, a crítica realizada pela imprensa envolvendo a música, também está destinada a orientação do consumo, em que é mostrado ao público qual produto musical está no centro das atenções, os valores dos produtos culturais e os motivos pelos quais uma música deve ou não ser consumida (JUNIOR e NOGUEIRA, 2010). Porém, Junior e Nogueira (2010) destacam que o consumo não é apenas uma prática econômica, mas sim um conjunto de práticas mais amplas, envolvendo a busca por prestígio social através de trocas simbólicas. Ou seja, compartilhar gostos musicais e opiniões com outras pessoas.

Atualmente, com a interação entre artista e público promovida pela internet, o jornalismo e a crítica musical poderiam estar em extinção. Todavia, conforme apontado por Junior e Nogueira,

Existe, portanto, um consumo da própria crítica como produto, não tanto para orientar o que deve ou não ser ouvido, mas para promover um pós-consumo de produtos culturais. Um complemento a experiência de ouvir, valorizando tanto o produto, como também a opinião que é dada sobre ele. Essa relação subverte o agendamento clássico (MCCOMBS & SHAW, 1972), já que pode partir de uma necessidade do público (JUNIOR e NOGUEIRA, 2010, p. 5).

7.5 GÊNEROS MUSICAIS

Gênero musical é, segundo Fabbri (1981, p. 1), “um conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é regido por um conjunto definido de regras socialmente aceitas”. É uma divisão estratégica, tanto para o consumo de produtos musicais, como para o conteúdo produzido pelo jornalismo da música. Isto é, se não fossem separadas por gêneros, haveria uma dificuldade por parte do público ao selecionar o que realmente quer consumir. Junior (2006) cita que os gêneros são modos de mediação entre as estratégias produtivas e a recepção por parte do consumidor.

Junior (2006) ainda afirma que gêneros musicais podem ser definidos pelos “elementos textuais, sociológicos e ideológicos”, aspectos que são ligados ao campo da produção às estratégias de leitura inscritas nos produtos midiáticos. Rotular uma música é um modo de partilhar a experiência e o conhecimento musical, e pode variar de acordo com elementos sonoros como distorção, altura, intensidade da voz, letras, interpretação, harmonia, modo, melodia, ritmo, performance e entre outros (JUNIOR, 2006).

De acordo com o gênero musical, elementos sonoros [...] ganham contornos e importâncias diferenciadas. Assim, se o solo de guitarra é fundamental em uma canção heavy metal, ele é completamente dispensável para uma banda de punk rock; se de uma canção classificada como MPB espera-se que o vocal esteja mais alto que os outros instrumentos para que se possa apreciar a melodia e as palavras cantadas, para o rock, em geral, é mais importante um bom refrão e a mesma altura para todos os instrumentos, ou, dependendo do gênero, a guitarra pode estar mais alta que os vocais (JUNIOR, 2006, p. 40-41).

Dessa forma, Junior (2003) afirma que os gêneros musicais não só definem qual o consumidor em potencial, mas também o que o produto musical significa para este público, quais valores e ideologias são incorporadas nas expressões musicais.

Isso significa que as mercadorias, os produtos musicais, só estão aptos ao consumo porque elas carregam consigo sentidos potenciais, ou seja, porque músicos, produtores, distribuidores, críticos e consumidores estão entrelaçados em uma rede de expectativas presentes nos gêneros musicais (JUNIOR, 2003, p. 37).

7.6 ROCK N' ROLL E HEAVY METAL

Não há como definir quem criou o estilo rock n' roll, afinal, ele é produto de uma população insatisfeita, no contexto pós-guerra nos Estados Unidos. Mas é importante destacar que o rock possui uma vertente da música africana. De acordo com a matéria "*Rock'n'roll: Um, dois, três, quatro!*", da revista Superinteressante, o ritmo chegou aos Estados Unidos com os escravos. Como os mesmos costumavam cantar para celebrar sua espiritualidade e sobre as dificuldades do cotidiano, eles estabeleceram uma relação direta entre a música e a realidade social. Aspectos que o rock n' roll acabou adotando em suas canções.

Ainda no final anos 1940, o termo "rock n' roll" já aparecia em canções como sinônimo de "dançar". Desta forma, por possuir um ritmo envolvente, o gênero foi batizado com este nome, no início dos anos 1950. Muitos estudiosos afirmam que Elvis Presley teria sido quem deu vida ao rock, no entanto, músicos como Chuck Berry (negro) e Bill Haley tocavam o ritmo antes mesmo dele. Mas foi depois de Presley, que artistas como Berry começaram a ser ouvidos. Elvis pode ser considerado como o mensageiro que mostrou ao mundo o que era o rock n' roll e, por ser um roqueiro branco e bonito, cantando e dançando músicas de negros, ele abriu as portas para os músicos afrodescendentes em meio a uma sociedade ainda muito preconceituosa.

Desde o princípio, os mais atingidos pela música foram os jovens e adolescentes, já que eram eles que estavam no meio da disputa entre o capitalismo e o comunismo; que sofreram com a valorização do consumo, modernização e progresso científico que surgiram após a guerra. E a música se tornou o canalizador das ideias contraditórias desses jovens insatisfeitos com o sistema político, educacional e cultural, sendo o rock n' roll o estilo que comandou esse comportamento.

A Gazeta define o rock da década de 1950 como sendo a era dos "rebeldes bem vestidos". O gênero desde o começo causou problemas por onde era ouvido. Ele misturou os pobres, os ricos e a classe média mais do que qualquer outro gênero já conseguiu. E ainda representava a mente rebelde daqueles que eram jovens demais para ir à Segunda Guerra Mundial e viram suas famílias serem destruídas. A música misturava ritmos como jazz, blues, R&B, country e, os artistas mais notáveis foram Elvis Presley, Chuck Berry, Bob Diddley no rock clássico; Bill Haley, Jerry Lee Lewis, Johnny Cash, Bob Luman no country rock; e, ainda, Carl Perkins e Johnny Burnette.

Já a década de 1960 foi o momento mais popular do gênero, quando o estilo se solidificou no cenário musical. Caracterizadas pelas “drogas, genialidade e atitude”, as músicas traziam as ideias de quem viu o rock surgir e não conseguiu fazer sucesso na década anterior. Foi nesta época também, que surgiu a contracultura com ideais pacifistas, visto que os Estados Unidos estava intervindo na Guerra do Vietnã, e movimentos como os hippies e outros estilos alternativos tiveram origem. Com esse pensamento anti-guerra, junto com as drogas, foram criadas então, as músicas de rock psicodélico, experimental e progressista. Os principais nomes que revolucionaram o rock de 1960 foram: Beatles, The Doors, Jimi Hendrix, Yes, Pink Floyd, Rush, The Who, Rolling Stones, Janis Joplin e muitos outros.

No entanto, nos anos 1970, o rock retornou para um som mais clássico e primitivo. Foi a década que mais definiu os estilos de rock. Combinando o tradicional com modernidade, blues com o jazz, surge então o *hard rock* representado por bandas de peso: Led Zeppelin, AC/DC, Kiss, Queen, Whitesnake, Aerosmith, Black Sabbath e Deep Purple. Todavia, as duas últimas produziam um som mais pesado, ou seja, bateria nervosa e solos de guitarra bem marcados, dando origem a um outro estilo, o *heavy metal* (que será abordado mais à frente). Foi nesta década também, que entrou em cena o *glam rock*, ou, rock com purpurina e salto alto reproduzido pelo David Bowie e T-Rex; e ainda o *punk rock*, um estilo desleixado e despreocupado de fazer música feita por Sex Pistols, Iggy Pop, The Clash e Ramones.

Uma nova onda invade a década de 1980, em que bandas juntam o *glam rock* com o *punk*, dando origem ao *hair metal* do Bon Jovi, Mötley Crüe, Guns n’ Roses, Skid Row e outras. Houve também quem acrescentou o pop no punk, resultando no som de Duran Duran e The Police. Mas o que realmente teve destaque nesta época, foi a *New Wave Of British Heavy Metal* (NWOBHM), em que bandas como Iron Maiden, Judas Priest, Motörhead, Metallica, Pantera, Sepultura, redefiniram o estilo, levando o metal novamente para o topo das paradas musicais. A década seguinte foi marcada pela evolução do punk, o grunge, liderado pelos americanos do Nirvana, com músicas mais sentimentais; e também, por bandas que decidiram “reformular” sons antigos como o Red Hot Chili Peppers, R.E.M e Rage Against The Machine. E os anos 2000 é predominado pelos diferentes estilos do rock, como o *indie rock*, emocore, rock alternativo e o rock de garagem, se destacando bandas como Franz Ferdinand, The Strokes, Radiohead, Blink 182, Linkin Park e muitas outras.

Araújo (2011) destaca que o universo do rock n' roll possui vertentes com estilos diferentes e propostas diferentes, desde a atitude adotada até as letras das canções. E o *heavy metal*, com suas guitarras distorcidas, é uma delas. Como já explanado anteriormente, o estilo surge nos anos 1970, influenciado pelas bandas Led Zeppelin, Black Sabbath e Deep Purple. O *heavy metal* era mais do que apenas rebeldia, havia-se a necessidade de provocar a sociedade em suas questões mais sensíveis, ou seja, tocar na ferida. Não é a toa que até hoje o gênero é conhecido como polêmico e, em muitos casos, é relacionado ao satanismo. O peso das guitarras era o símbolo da transgressão, seguido pelas letras, as roupas e as atitudes dos músicos e fãs (ARAÚJO, 2011).

As letras e propostas das primeiras bandas desse novo segmento do rock não estavam tão voltadas para a crítica social ou para uma atitude rebelde. Estas novas bandas queriam um espaço onde pudessem expandir sua criatividade, seja ela nas letras das músicas ou mesmo no estilo de suas roupas. Esse novo filão mercadológico provoca mudanças na próxima geração da juventude, e, com estes novos estilos, surge o que Maffesoli denomina de um novo tribalismo. O que aparece nas primeiras letras do Black Sabbath é a tentativa de reproduzir aquilo que eles viam na literatura ocultista (ARAÚJO, 2011, p. 39).

7.7 A BANDA IRON MAIDEN

Formada em 1975, em Londres, na Inglaterra, a banda Iron Maiden foi originalmente composta pelo baixista (e líder) Steve Harris, pelo vocalista Paul Di'Anno, pelos guitarristas Dave Murray e Dennis Stratton e, pelo baterista Clive Burr. O primeiro álbum lançado por eles foi no ano de 1980, dando início ao *New Wave Of British Heavy Metal*. O álbum auto intitulado possui influências do *heavy metal* setentista de Black Sabbath e Judas Priest, mas principalmente do punk rock disseminado pelo vocalista Paul Di'Anno. Popoff (2018), em sua visão, afirma que por mais incrível que o Iron Maiden seja, eles não trouxeram uma inovação significativa, a não ser em suas capas de álbum. O disco *Iron Maiden* traz em sua capa o que se torna o mascote da banda, Eddie. E, foi pela arte da capa que a banda acabou ganhando visibilidade, afinal, na década de 1980 não havia internet e ainda ia-se às lojas para consumir música e, por conter essa espécie de zumbi em uma noite

nebulosa, deduzia-se que o álbum era do gênero *heavy metal* (POPOFF, 2018). A partir daí, todos os álbuns da banda irão conter a presença do mascote.



Figura 1: Capa do primeiro álbum da banda, *Iron Maiden*.

No ano seguinte, 1981, é lançado o segundo álbum de estúdio da banda e, dessa vez, com uma alteração nos integrantes, Adrian Smith entra no lugar de Dennis Stratton, acrescentando melodia e personalidade nas músicas. Eddie volta para a capa do álbum, em um contexto ainda mais estranho, com um machado ensanguentado e mãos que o agarram. Percebe-se também que o cenário é parecido com a capa do primeiro álbum e, juntando essa questão e as músicas que ainda eram influenciadas pelo punk rock, *Killers* é uma espécie de parte II do *Iron Maiden* (POPOFF, 2018).



Figura 2: Capa do segundo álbum, *Killers*.

Após esses dois primeiros álbuns, a banda já estava estabelecida como uma das esperanças do *heavy metal*, mas sua carreira ainda não havia sido alavancada. Foi então, a partir do lançamento do terceiro álbum, o *The Number of The Beast*, em 1982, que o Iron Maiden impressionou o mundo. O líder, Steve Harris possuía outras ideias para o heavy metal enquanto que o Paul Di'Anno gostaria de seguir mais na linha do *punk rock*. Dessa forma, Harris demite o vocalista e no seu lugar, Bruce Dickinson dá a voz para o terceiro álbum de estúdio. Segundo Popoff (2018), *The Number Of The Beast* é um álbum excitante, com canções épicas, dramáticas e muito bem elaboradas. Esse foi o álbum que marcou o fim dos shows em clubes e marcou o início de uma qualidade superior das músicas e de shows memoráveis.



Figura 3: Capa do terceiro álbum, *The Number Of The Beast*, lançado em 1982.

O terceiro disco também marcou o início de uma década de álbuns que marcaram a história do *heavy metal* e da música. Em 1983 foi lançado o quarto álbum, o *Piece Of Mind*, com a entrada de Nicko McBrain no lugar do baterista Clive Burr e consagra a formação da banda, com Harris, Dickinson, Smith e Murray. Formação que perdurará por nove anos.



Figura 4: Quarto álbum de estúdio, *Piece Of Mind*.

O álbum seguinte, *Powerslave*, é por muitos considerado um dos melhores discos do Iron Maiden. A temática dele é baseada no antigo Egito, em que se observa o Eddie representando um faraó.

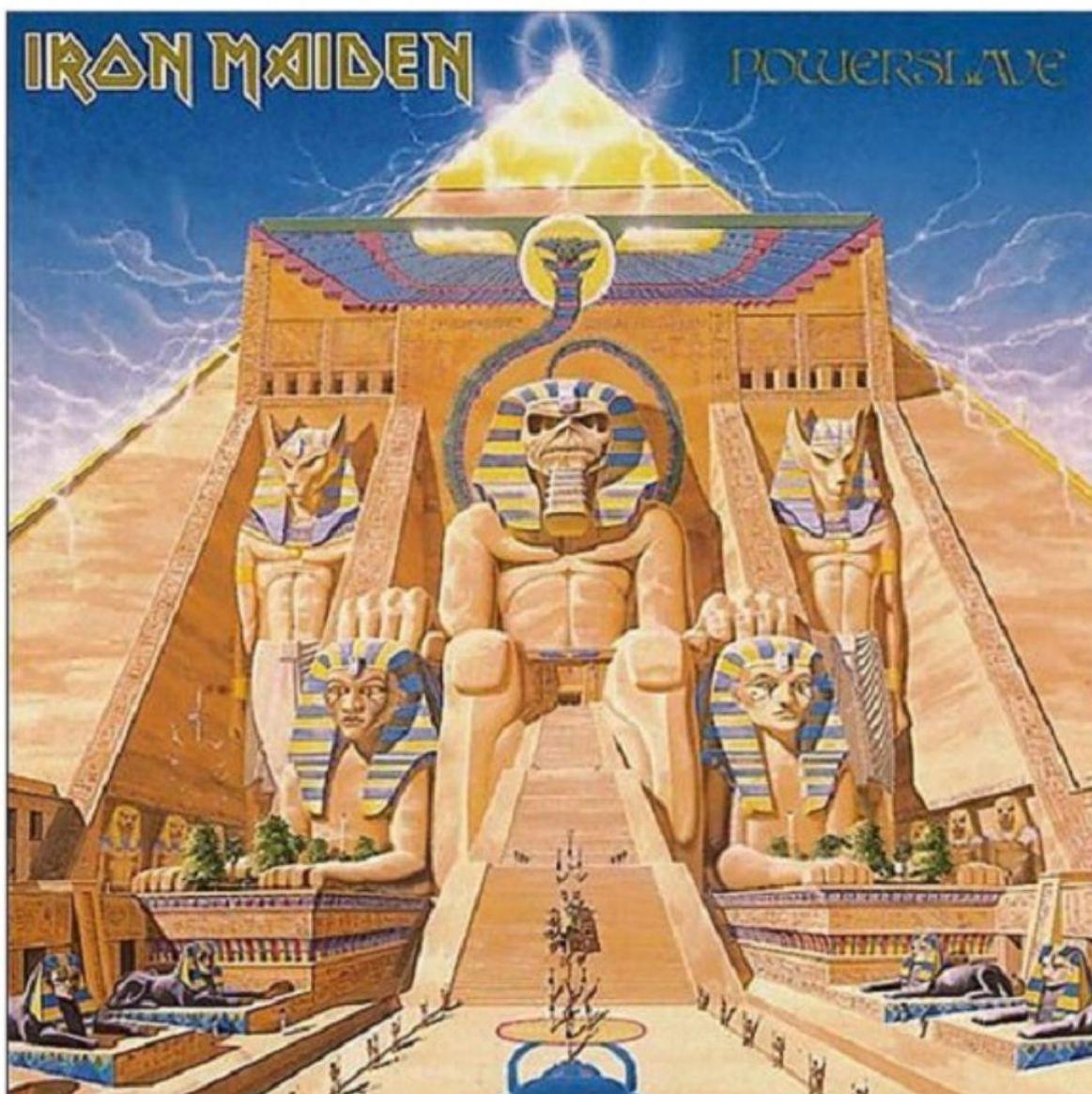


Figura 5: *Powerslave*, lançado em 1984.

É neste álbum que a banda apresenta a primeira música com mais de 10 minutos de duração, *Rime of The Ancient Mariner*, com 13 minutos e 45 segundos. Essa música é inspirada no poema de mesmo nome de Gustavo Doré, que relata os eventos sobrenaturais presenciados por um marinheiro. Os arranjos sofisticados da canção retratam exatamente as sensações de calma e desespero vivenciadas pelo protagonista.

Powerslave também foi o álbum que proporcionou ao Iron Maiden umas das maiores turnês, a *World Slavery Tour*, iniciada em 9 de agosto de 1984 e finalizada em 5 de julho de 1985, com 189 shows. E foi em função da turnê que no ano de 1985 não foi lançado nenhum álbum. Inclusive, o tempo gasto na turnê e as dificuldades

que os integrantes passaram durante as viagens, resultou na música *Wasted Years*, lançada junto com o sexto disco da banda, *Somewhere in time*, em 1986 (POPOFF, 2018).



Figura 6: *Somewhere in time*, lançado em 1986.

A banda estava se recuperando de uma massante turnê, mas mesmo assim, o seu sexto disco atingiu a 11ª colocação na Billboard e, ainda, ganhou disco de ouro na Alemanha e no Brasil e disco de platina duplo no Canadá (POPOFF, 2018).

Em 1988, Iron Maiden lança o seu primeiro álbum conceitual, *Seventh Son of a Seventh Son*, totalmente inspirado na história de fantasia de Orson Scott Card, *Seventh Son*. O livro conta a história de uma profecia, em que o sétimo filho do sétimo

filho irá salvar o mundo do mal. No entanto, ele sofre algumas reviravoltas e acaba descreditando que as pessoas sejam capazes de fazer o bem e, assim, sucumbe ao caminho do mal. E, é justamente isso que o sétimo disco da banda retrata. Em suas letras e melodias, o álbum tenta contar a história dessa criança que foi destinada a salvar o mundo.



Figura 7: O sétimo álbum de estúdio lançado em 1988, *Seventh Son of a Seventh Son*.

A década de 1990 foi uma época difícil para as bandas de *heavy metal* no geral, devido a popularização de outros gêneros musicais como o *trash metal* e o *hair metal*, mas o Iron Maiden continuou seguindo, tentando algumas alternativas para se ajustar à época. No entanto, o disco seguinte acaba não sendo tão bem aclamado quanto os anteriores (POPOFF, 2018).



Figura 8: *No Prayer For The Dying*, lançado em 1990.

Essa década também foi de grandes mudanças para a banda. No mesmo ano do lançamento do oitavo álbum, o guitarrista Adrian Smith deixa a banda e, no seu lugar, entra Janick Gers, um guitarrista tão habilidoso quanto Smith. Bruce Dickinson também deixa a banda eventualmente, mas não sem antes lançar o nono álbum, *Fear of the Dark*, em 1992, tornando a música de mesmo nome um dos maiores sucessos do Iron Maiden (POPOFF, 2018).



Figura 9: *Fear Of The Dark*, nono álbum lançado em 1992.

Mesmo com a saída do seu vocalista, a banda de Steve Harris não desiste e contrata um novo vocal, Blaze Bayley, o qual possui tons diferentes de Dickinson. Com essa nova formação, a banda gravou mais dois álbuns, o *The X Factor*, lançado em 1995 e, o *Virtual XI*, lançado em 1998.



Figura 10: Décimo álbum lançado, *The X Factor*.

No entanto esses dois álbuns não agradaram tanto os fãs. Eles podem ser considerados como dois dos álbuns mais obscuros da banda, tanto pela arte das capas, quanto pelo tom das músicas dado pela voz de Bayley, que é mais grave que a do vocalista anterior. Esse, também, foi um dos fatores que prejudicou Bayley e acarretou na sua saída da banda em 1999, afinal, as músicas ainda eram escritas para serem cantadas por uma voz como a do Dickinson e não como a dele (POPOFF, 2018).



Figura 11: *Virtual XI*, décimo primeiro disco da banda.

No mesmo ano, Bruce Dickinson e Adrian Smith retornam ao Iron Maiden, começando então, a Era de Ouro da banda. Agora com seis integrantes, visto que com a volta de Smith, Janick Gers permanece no grupo, o Iron Maiden lançou o álbum *Brave New World*, em 2000, conquistando uma nova legião de fãs e, obviamente, agradando àqueles que estavam ansiosos por novas músicas com a formação original da banda. É com o lançamento desse álbum que o Iron Maiden faz um de seus shows mais memoráveis no Rock in Rio, em janeiro de 2001.



Figura 12: Álbum *Brave New World*, que renovou a banda.

Levou três anos para a banda voltar a lançar novas músicas, mas em 2003 o grupo retorna com sucessos do álbum *Dance of Death*. Percebe-se que a capa traz uma arte inacabada, porém, segundo Popoff (2018), foi propositalmente construída desta forma. Com o décimo terceiro álbum, o Iron Maiden se solidifica como uma das maiores influências do *heavy metal* em uma era em que o pop e o rock alternativo estavam em alta.



Figura 13: Décimo terceiro álbum, *Dance of Death*.

Após *Dance of Death*, a banda saiu em uma turnê que a consolidou como uma “vigorosa e vital banda de rock clássico da próxima geração” (POPOFF, 2018, p. 200). Em 2006, então, é lançado o *A Matter of Life and Death*, com características de guerra, incluindo a arte da capa.

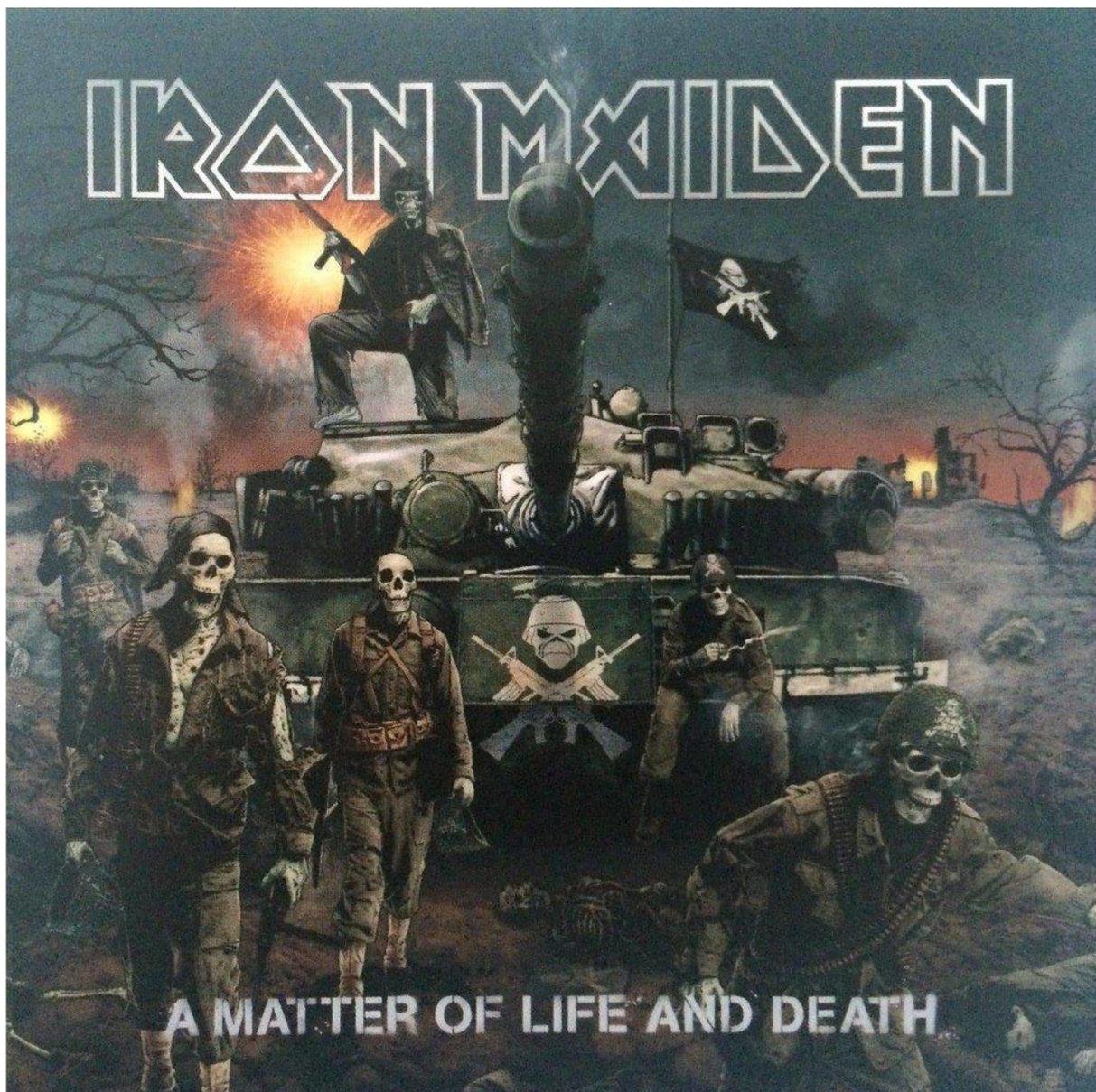


Figura 14: Álbum *A Matter of Life and Death*.

A banda não foi e, não é, muito tocada nas rádios populares e também não escreve músicas relacionadas ao sentimento amor. No entanto, um dos motivos que faz o Iron Maiden ser quem é hoje, é o seu comprometimento com a música e com seus fãs. Um exemplo disso, é o último álbum lançado, o *The Book Of Souls*, no qual, Bruce Dickinson gravou todos os seus vocais mesmo diagnosticado com câncer na língua e garganta. Críticos afirmam que, mesmo 40 anos depois, a qualidade das músicas ainda é muito melhor do que qualquer banda atual, principalmente os vocais.



Figura 15: Décimo quinto álbum, *The Final Frontier*, lançado em 2010.

Popoff (2018), em seu livro *Iron Maiden: Album by Album*, declarou que ama quando uma banda que ele acompanhou desde o início e que cresceu consigo, continua o emocionando e o mantendo interessado em suas músicas, principalmente por eles escreverem e produzirem músicas no mesmo nível de quando eram jovens. Matt Heafy, vocalista e guitarrista da banda Trivium, contou para Popoff que

Bruce runs around twice as much as I do on stage. And he sounds way better than I do and better than all our peers in all the modern bands. Maiden needs to keep going, to keep making records, to keep boarding the plane. I don't know any other way to put it - the world still needs them (POPOFF, 2018, p. 245).



Figura 16: Último álbum lançado em 2015, *The Book of Souls*.

O Iron Maiden é sem dúvida uma das bandas de *heavy metal* mais influentes de todos os tempos. São ao todo 16 álbuns de estúdio, mais de duas mil performances ao vivo e cerca de 90 milhões de discos vendidos no mundo inteiro.

8 ROTEIRO DOS CAPÍTULOS

1. INTRODUÇÃO
2. METODOLOGIA
3. IDENTIDADE CULTURAL

3.1 COMO SÃO FORMADAS

4. JORNALISMO ESPECIALIZADO EM MÚSICA4.1 JORNALISMO ESPECIALIZADO EM *HEAVY METAL*4.2 PRINCIPAIS JORNALISTAS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DO *HEAVY METAL***5. GÊNEROS MUSICAIS E O *HEAVY METAL***

5.1 DIFERENÇAS ENTRE OS GÊNEROS MUSICAIS

5.2 CARACTERÍSTICAS DO *HEAVY METAL*

5.3 IRON MAIDEN

6. ANÁLISE**7. CONSIDERAÇÕES FINAIS****8. REFERÊNCIAS****9. ANEXOS****10. APÊNDICES****9 CRONOGRAMA**

Atividade	AGO	SET	OUT	NOV
Revisão da Introdução	X			
Revisão bibliográfica	X	X		
Seleção de conteúdo para análise		X		
Análise		X	X	
Considerações finais			X	X
Revisão final				X
Entrega				X

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, João Paulo. **Heavy Metal no Brasil: Música e desenvolvimento cultural dos jovens na década de 1980**. Monografia (conclusão do Curso de História) - UFRGN. Natal, 2011.

ASSIS, Francisco de. **Jornalismo cultural brasileiro: aspectos e tendências**. Revista de Estudos da Comunicação, v. 9, n. 20, p. 183-192. Curitiba, set-dez 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Para entender o jornalismo cultural**. Comunicação & Inovação, v. 9, n. 16:(1), p. 69-72. São Caetano do Sul, jan-jun 2008.

BLACKING, John. **Música, cultura e experiência**. Cadernos de Campo, n. 16, p. 201-208. São Paulo, 2007.

CÂMARA, Rosana Hoffman. **Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações**. Brasília. Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia, p. 179-191, julho/dezembro 2013. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03.pdf>> Acessado em 26 maio 2019.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales, v. 1, n. 1, p. 53-76. Buenos Aires, jun 2008.

COELHO, Pedro. **Jornalismo e Mercado: os novos desafios colocados à formação**. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2015.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 35. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso, in: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio - org. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2014.

FABBRI, Franco. **A Theory of Musical Genres: Two Applications**. First International Conference on Popular Music Studies, Amsterdam, 1981.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora**. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade dos Meios de Comunicação Social) - PUC. Porto Alegre, 2006.

FIGUEIREDO, Nélia Maria Almeida de. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3. ed. São Caetano do Sul: Yendis, 2008. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=pesquisa%2520cientifica%2520e%2520pesquisa%2520emp%25C3%25ADrica&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=-16§ion=0#/legacy/159486>>.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultura na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JUNIOR, Jeder Janotti. **À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva**. ECO-POS, v. 6, n. 2, p. 31-46. Rio de Janeiro, ago-dez 2003.

JUNIOR, Jeder Janotti. **Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia**. Comunicação, Mídia e Consumo, v. 3, n. 7, p. 31-47. São Paulo, jul 2006.

JUNIOR, Jeder Janotti e NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. **Um museu de grandes novidades: Crítica e jornalismo musical em tempos de internet**. XIX Encontro da Compós - PUC/RJ. Rio de Janeiro, 2010.

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise de conteúdo, in: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio - org. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2014.

NUNES, Pedro Belchior. **Os Jornalistas de Música e a Indústria Musical: entre o gatekeeping e o “cheerleading”**. Trajectos, v. 18, n. NA, p. 53-69. Lisboa, jan 2011.

PACHECO, Joice Oliveira. **Identidade cultural e alteridade: problematizações necessárias**. Spartacus Revista Eletrônica dos Discentes de História. Santa Cruz do Sul, 2010.

POPOFF, Martin. **Iron Maiden: Album by Album**. Minneapolis: Voyageur Press, 2018.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 30. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

SANTOS, Marli dos. **O perfil de jornalistas na cobertura especializada em ciência**. Comunicação & Informação, v. 15, n. 1, p. 197-216. São Paulo, jan-jun 2012.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **A educação popular do Brasil: a cultura de massa**. Revista USP, n. 61, p. 58-77. São Paulo, mar-maio 2004.

SILVA, Jaime Luiz da. **O heavy metal na revista Rock Brigade: aproximações entre jornalismo musical e produção de identidade**. Dissertação (Dissertação em Comunicação e Informação) - UFRGS. Rio Grande do Sul, 2008.

SILVA, Rodrigo Carvalho da. **História do Jornalismo: evolução e transformação**. Revista Temática, ano VIII, n. 07. São Paulo, 2012.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica, in: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio - org. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2014.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582602324/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>>.

PORTAIS E SITES

HISTÓRIA do Rock: entenda a origem desse gênero. **Blog Multisom**, 2018. Disponível em: <<http://blog.multisom.com.br/historia-do-rock-entenda-a-origem-desse-genero/>>. Acesso em 30 jun. 2019.

CAULFIELD, Keith. Motley Crue Scores First Top 10 Album in More Than a Decade on Billboard 200 With 'The Dirt' Soundtrack. **Billboard**, 2019. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8504896/motley-crue-first-top-10-album-decade-dirt-soundtrack>>. Acesso em 30 jun. 2019.

BUSKIRK, Eliot Van. Which Music Genres Have the Loyalest Fans? **Spotify Insights**, 2015. Disponível em: <<https://insights.spotify.com/us/2015/04/02/loyalest-music-fans-by-genre/>>. Acesso em 30 jun. 2019

MONTREAL, no Canadá, ganha título de “Cidade Heavy Metal”. **A Rádio Rock**, 2019. Disponível em: <<https://www.radiorock.com.br/2019/04/16/montreal-no-canada-ganha-titulo-de-cidade-heavy-metal/>>. Acesso em 30 jun. 2019.

MONTFORT, Leidiane. Esse Tal de Roque Enrow. **A Gazeta Digital**, 2009. Disponível em: <<http://www.gazetadigital.com.br/pdf/m07a09/g1301v-e.pdf>>. Acesso em 30 jun. 2019.

MILAS, Alexander. The Band. **Iron Maiden**, 2018. Disponível em: <<https://ironmaiden.com/the-band>>. Acesso em 30 jun. 2019.

SIGNIFICADO de Satanismo. **Significados**, 2014. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/satanismo/>>. Acesso em 07 jul. 2019.

SOARES, Igor. The Rime Of The Ancient Mariner (o poema). **Iron Maiden 666**, 2009. Disponível em: <<http://www.ironmaiden666.com.br/2009/06/rime-of-ancient-mariner.html>>. Acesso em 08 jul. 2019.

ANEXO A – REVISTA *KERRANG!*

EDIÇÃO 03

CAPA E PÁGINAS 22 A 23

No.3 September 1981 50p

KERRANG!

METAL
MAYHEM
MONTHLY

In colour . . .

WHITESNAKE!
AC/DC!
GILLAN!
BLACKFOOT!
STEVIE NICKS!
GIRLSCHOOL!
BLUE OYSTER CULT!
SCORPIONS!
DEF LEPPARD!
HEART!
ANGELWITCH!
MAGNUM!
RANDY HANSEN!
TREVOR RABIN!

Iron Maiden!
Styx! Demon!
Venom! Raven!
BOC discography!

Win Ritchie's smashed guitar! ZZ Top!

DAVID COVERDALE pic by Peter Vernon



IRON FILINGS

Maiden take time out from conquering the States to squash those rumours...

NEW YORK, NEW YORK the last outpost of heavy metal mayhem? The idea seems unlikely in this city of roller skates, frozen yoghurt and ever-shifting trends but moving a few blocks to the East side, a familiar sound hits my ears.

Inside the unsavoury doors of the Palladium, I find Iron Maiden letting loose their inimitable storm of HM thunder and the Palladium's punters — who have, after all, seen it all before and some — are replying with more, much more, than a cursory nod.

Dare I say it? Iron Maiden, who have conquered Britain, captured Europe and elevated themselves to superstar status in Japan, are moving in strong on their last portion of unclaimed territory, the US of A and this, I must admit, is not hype.

With their second elpee standing surprisingly high at number 80 in the American Billboard charts, with encores following almost every set they've played as Stateside support band to Judas Priest, it appears that the 'Killers' tour has been something of a success.

'Killers,' remarks Paul Di'anno rather doily, 'has been the right word for it.'

Naturally, while the cat's away, the mice will play and the Maiden's case has been no exception. They've been out of Britain since the middle of March, the burden of touring putting an obvious strain on the five and on Di'anno's vocal

chords in particular.

A number of cancelled gigs have led to all sorts of peculiar rumours, namely the idea that the band have been auditioning and will soon be sporting a new frontman due to Mr Di'anno, er, *overdoing* it a bit. How do they answer this one?

'Tell 'em it's a load of bollocks,' retorts Di'anno who has thankfully replaced his frilly white stage-gear with some slightly more street-wise black threads. 'Absolute bollocks!' His answer is echoed both by the band's manager, Rod Smallwood and by bassist, Steve Harris. Harris has a philosophy regarding these matters.

'As soon as we're away from home, all these strange rumours start up, all these funny things about Rod (Smallwood) and me having total control and that.' He winces at the mention of his supposed nickname, the Ayatollah and conversation, inevitably, strays onto the subject of Dennis Stratton's departure from Iron Maiden, one that has been well covered by now.

Harris wishes to make it totally and utterly clear that there isn't and never has been any ill-feeling towards Stratton who just didn't 'fit in' with the musical direction of the band — his complaint is angled towards the media who immediately flocked to Dennis's aid and to the purveyors of the above 'rumours'.

'With everything that's happened,' he insists, 'nobody has asked us about our side of the story. They've listened to everyone and everything else but they never ever

bother to ask us!' C'est la vie!

My personal opinion is that, since their first UK headline tour in the spring of last year, a lot of very big things have happened to the Maiden in a very short space of time and their essential, er, naivety — that is, the East End factor, which, let's face it, helped break down the barriers so much in the beginning — has hindered them in some ways.

Basically, Iron Maiden have had a tendency to speak before thinking — remember the Priest incident which has now been, fortunately, smoothed out? — although, claims Harris, they are *not* to blame for the latest incident.

On the letters page of *Sounds* August 1, an excerpt from the American magazine 'Hit Parader' has Harris saying and I quote: 'We haven't become the biggest heavy metal band in England for nothing — all the old fart bands like Sabbath and Priest will tell you that they helped us along but honestly we make them sound like a bunch of old ladies when we get on stage.' Well?

'Believe it or not,' says Harris, 'but I *didn't* say that. What would be the point? We know that it's pointless to slag off other bands in interviews. It doesn't help us!'

Apparently, the person who conducted the interview was *not* the person who was credited for writing the article and the matter is now being dealt with. But it still doesn't help the band's reputation.

Says Steve Harris: 'People read these things and they *believe* them

and I for one am heartily sick of explaining to our fans, say at the Marquee, that we haven't said this or that and that we haven't grown huge egos!'

He would also like to expose the 'myth' that Iron Maiden have made the big time in the space of two years.

'Everyone seems to forget that Maiden were going for ages before we got a deal. We must have had fifteen line-up changes before we signed with EMI because people either weren't musically right for the band or because they hadn't the commitment. I mean, how many people realise that Thunderstick used to be our drummer?'

AN ARGUMENT ensues as to exactly how many line-up changes the band has seen and I decide it's time to move on to happier matters. So how do the Maiden like America?

'We don't!'

What? What's wrong with it?

'The food! The people!'

The people?

'Well, some of 'em.

Fortunately, this feeling is not reciprocated. At an in-store signing in New York's Brooklyn, Iron Maiden are positively *bombarded* by album / poster / bared flesh in an orgy of autograph hunting and although your average US headbanger bears little relation to his UK brother — tall and tanned and, what's more, they don't headbang! — the devotion is just the same.

A guy in the record store put it into words for me: 'We've been waiting a long time for this. I know people don't usually associate New York with heavy metal but there are thousands of HM fans and they've been longing for the opportunity to see British bands like Judas Priest and this lot...'

His favourite HM combo?

'Iron Maiden!'

Naturally.

After America, Iron Maiden return to Britain to concentrate on their third album, a project which they admit has been rather neglected due to the touring schedules — 'you see, we couldn't possibly have auditioned a new singer because we haven't even had time to get any new material together properly!' — before repeating the whole circus!

But just in case any of you *Kerrang* readers feel that you may have slipped momentarily, from the minds of the Maiden, here is proof to the contrary.

Late on a Friday afternoon, I announce my departure. Iron Maiden are having their photos taken for the umpteenth time in the plush offices of a NY radio station and Paul Di'anno turns to me, wearily.

'Are you off back to Britain then? God, I wish I was coming with you

ROBBI MILLAR



pic by Robert Ellis

pic by Simon Fowler



ANEXO B – REVISTA *KERRANG!*

EDIÇÃO 329

CAPA E PÁGINAS 5, 12 A 14

FREE FLEXI-DISC!

Exclusive new trax from Loud/Cheap And Nasty!

No 329 February 23, 1991 £1.10 DM 7.00 €1.60 Euro \$3.25 Canada



SLAYER

Gulf War ensemble: Hanneman speaks out against Saddam!



'METALHEAD' READER OFFER

5,000 videos up for grabs!

LEZ ZEPPELIN

Reformation on ice; Page and Coverdale to join forces?

GUNS N' ROSES

Live in Rio - eight page photo pull-out



IZZY and SLASH of GUNS N' ROSES: pic Robert John/Terr N Berg
JEFF HANNEMAN of SLAYER: pic Mark LaPlaha

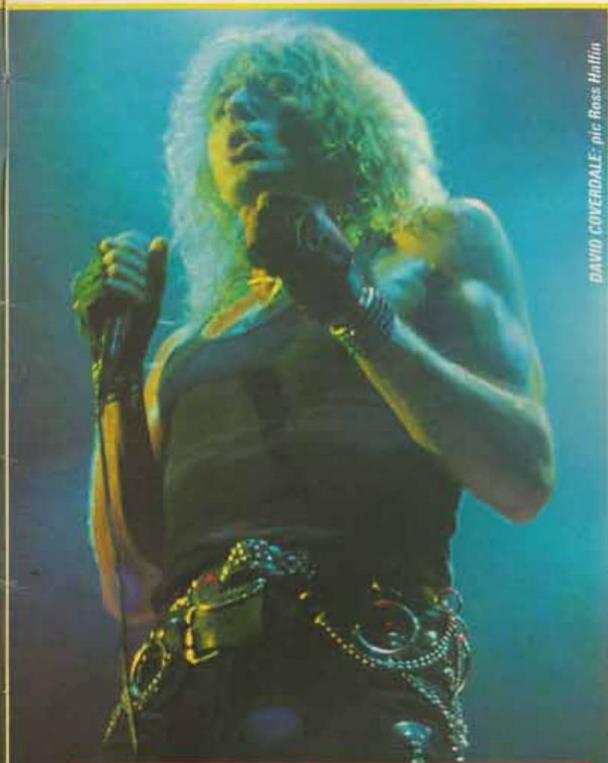
**Iron Maiden • Dark Angel • Mr Bungle • Great White • Cycle Sluts
Fear Of God • Cerebral Fix • Win exclusive Queen box sets!**

ISSN 0262-6624



9 770262 662025

HEM



DAVID COVERDALE: pic Ross Halfin



JIMMY PAGE: pic Ross Halfin/LPI

turn for Coverdale

■ US THRASHERS **Atheist** have been involved in a fatal road accident.

Bassist **Roger Patterson** was killed after being thrown from the band's tour van when it flipped over after colliding with another vehicle.

Guitarist/vocalist **Kelly Schaefer** suffered a broken arm and foot in the crash. The remainder of the

band and crew were not seriously injured.

Drummer **Steve Flynn**, who was not involved in the crash, said that the band will take some time to recover from the accident before deciding on their future.

■ **ANNIHILATOR** make a personal appearance at **Manchester Power Cuts** March 20 at 3pm.

■ GERMAN ROCKERS **Riff** have lined up their first UK dates of 1991.

They play **Hanley Freetown** February 25, **Norwich Paradise** 28, **Aberdeen Caesars Palace** March 1, **Edinburgh Venue 2**, **Glasgow Pier 3**.

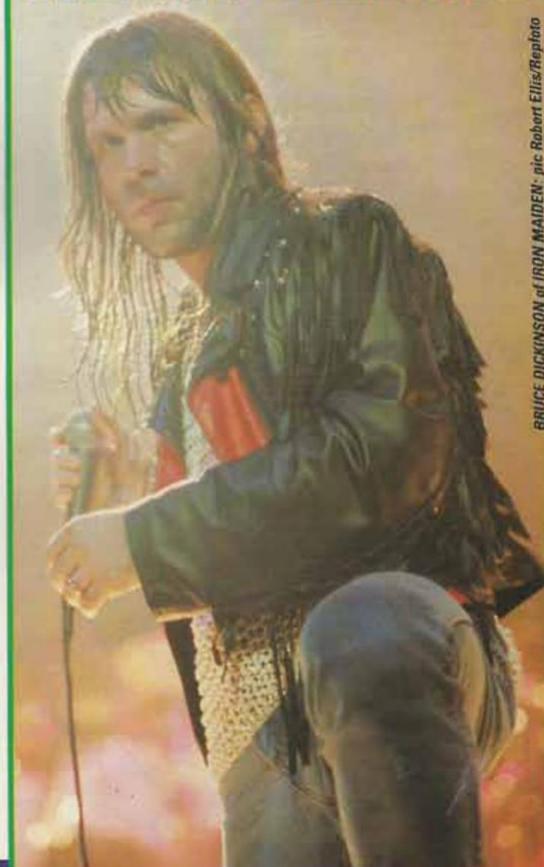
The band have completed work on a new album, **'Fever'**, due later this year. They've also replaced drummer **Volker Britz** with **Ingo Plas** and bassist **Burkhard Westerhoff** with **Gareth Thomas**.

■ US ROCK institutions **Styx** release a new single, **'Show Me The Way'**, through A&M on February 25.

It's backed with **'Back To Chicago'**, while the 12" version adds **'Don't Let It End'**.

■ **KATMANDU MAKE** their UK live debut next month supporting **Little Angels**. Previously announced support act **Steelheart** were never officially confirmed for the slot and will not now be playing.

Dickinson slams Nazi slur



BRUCE DICKINSON of IRON MAIDEN: pic Robert Ellis/Rephoto

■ **IRON MAIDEN** vocalist **Bruce Dickinson** has slammed newspaper claims that he was a supporter of extreme right-wing political party the **National Front** whilst attending **Oundle Public School**.

An item in the **Independent On Sunday** on January 27 contained claims from Dickinson's former history teacher **Alan Midgley** that Dickinson was 'a vociferous supporter and self-proclaimed member of the National Front'.

Midgley also claimed that Dickinson interrupted a class discussion on politics by waving a Union Jack flag and shouting down other speakers, and that Dickinson had submitted Midgley's name to a National Front list of "subversive" teachers who should be "persecuted".

Dickinson, who was later expelled from Oundle for a non-related offence that according to the **IOS** 'involved the cooking of frozen vegetables' (!), said that the story was "total rubbish".

Maiden are currently on tour in the US.

McBRAIN OF BRITAIN

Holed up in Connecticut, IRON MAIDEN drummer, star of 'Sooty' and all-round good ol' Cockernee geezer NICKO McBRAIN bends our young JASON ARNOPP's ear 'ole about the band's American tour, the possibility of another live album, and how he can't wait to get back onstage with Matthew Corbett again...

THE VOICE of Nicko McBRAIN darts away for a moment, then becomes altogether louder.

"Wot?? Yeah, I'm speaking to someone in England, doing an interview, pal. I'm still alive, mate! Hargh!"

He returns to the mouthpiece: "Sorry, that was Wally Grove, our security guy, come to check on me. He obviously couldn't get through on the phone..."

Nicko barely stifles a large yawn. It's midday on his side of the world, or "getting up time" as he calls it, yet the man's more than able to merrily ramble on... (Did I say ramble on? Pardon me. I meant converse) about things Maiden-related or otherwise. • Touring and trivia. Antics and America. Sooty and Sweep...

I"M SPEAKING to you from me 'otel room in New Haven, Connecticut," he informs. "We played here two nights ago and decided to stay for a few days. It's very cold, but y'can go out for a wander around the shops."

"My wife came down for a while, so I lhabernated with her, while Janick and Bruce re-visited a bar called Toad's Place where they played on the 'Tattooed Millionaire' tour. Janick saw the Superbowl too, on his birthday. He 'ad no idea what the P**k was going on, but apparently got into the spirit of it."

"It's a very old, colonial city, and we've just been kicking back, eating folsa lobsters. Bloody 'ell, Jason!" he suddenly exclaims. "Two lobsters for 12-and-an'-all dollars! That is seven quid!"

"Anyway," he says, clambering back on the conversational track. "Bruce is staying in Boston with his wife and son, while Steve's gone back 'ome to bring his family over. He's meeting us in Philadelphia tonight."

"We can understand why he's gone back for 'em himself, cos obviously we're all concerned about the current state of world affairs and terrorism's very much on our minds."

Do Maiden enjoy touring in the States? The band have hardly expressed their undying love of the place in the past...

"Well, I've married an American lass and made a bit of an 'ome over 'ere, so I've become more Americanized than the others. Bruce doesn't care for it here too much, I don't know why - everyone's got their own pet hates, I suppose. Could be the food, the accents or anything?"

"Americans are definitely the most in-your-face and excitable people I know of. That's their nature and you've gotta accept it."

"I'll tell you what though," he begins, and I prepare to receive classified info. "the TV commercials still drive me up the bleedin' wall after all the years I've been coming 'ere. Every five minutes y'get a break. Just before a saucy bit in a movie or sumfink, it cuts for a bloody commercial!"

O IRON Maiden tailor their live set for US tastes in any way?

"No," he answers firmly. "Only in terms of the amount of time we play for each night - we've had to drop two songs from our set! We tried our hardest, but 'Hooks In You' and 'The Assassin' had to go. It's the union regulations here, y'see... back in Europe, if you go over time then no one comes out and says it's gonna cost ya 15 grand, but you've gotta watch that over 'ere, cos they do!"

"Anthrax agreed to cut their set by five minutes, being great guys, but we're still having to lose those songs. It was very

difficult to decide which should go, but obviously the US crowds don't know the difference..."

"Bruce is so funny, messing about on the drum riser!" he cackles. "He sneaks up behind me sometimes, and pulls me cymbals away. Usually I can see 'im, and try to get to a cymbal before he makes off with it, but sometimes he'll go round the side of the stage and come back behind me gear!"

"I might be doing a solo - y'know, real 'eads-down stuff - and when I go to put some serious accent on one o' me cymbals, it's not there! I nearly fell off me stool the other night! 'Arry looked 'round and I was like, 'It weren't me!'"

It strikes me as brilliantly ridiculous that one of the world's most popular Metal outfits are still playing silly buggers onstage. A comic picture indeed.

E QUALLY LAUGHABLE was that time when the band were wrapped around the upmost spire of the UK singles tower with 'Bring Your Daughter... To The Slaughter', and still not receiving anything like their appropriate ration of airplay.

Does Nicko think that the quite widespread anti-Radio One publicity helped Maiden?

"It must have pushed up the single's sales," he reflects, "because it drew attention to the matter in hand. Maybe people read the paper and saw we were climbing the charts without airplay. If it didn't make 'em buy the thing then at least it got us talked about a bit more. Who knows?"

But did it change Radio One's attitude?

"No! Nothing would change that. Like you said, we got to Number One and they still didn't play us!"

"But we can laugh about it, and I think it's good that we can, in a way, because it really is sickening."

How's about a third single from that LP?

"We've no plans whatsoever for that at the moment, mate. I think they're going to release 'No Prayer For The Dying' itself in America. We changed from Capitol to Epic Records in the US last year, and they've really shown a great vibe for that song."

"I'm not sure whether it'll be a single or just a sampler. Our singles usually only reach America on import, y'see..."

"As for the UK, there are no plans, but who knows with us? That may change. Rod Smallwood might come up to us and say, 'Ooooooh! Bloody 'ell! I've just 'ad a great idea!'"

"God bless that man," he adds reverentially. "He is Iron Maiden. He is Eddie!"

I D SAY that the extremely catchy 'Hooks In You' would make a rather fine single. A single far superior to its two predecessors, in fact.

"'Hooks In You'..." muses McBRAIN. "Funnily enough, we were talking about that when we were doing the album, as a possible first single. I think that's a great song. One of those Bruce classics, although Adrian Smith co-wrote it, of course."

"But who'd get down on us for that? The feminists, I suppose. They might get really pissed off..."

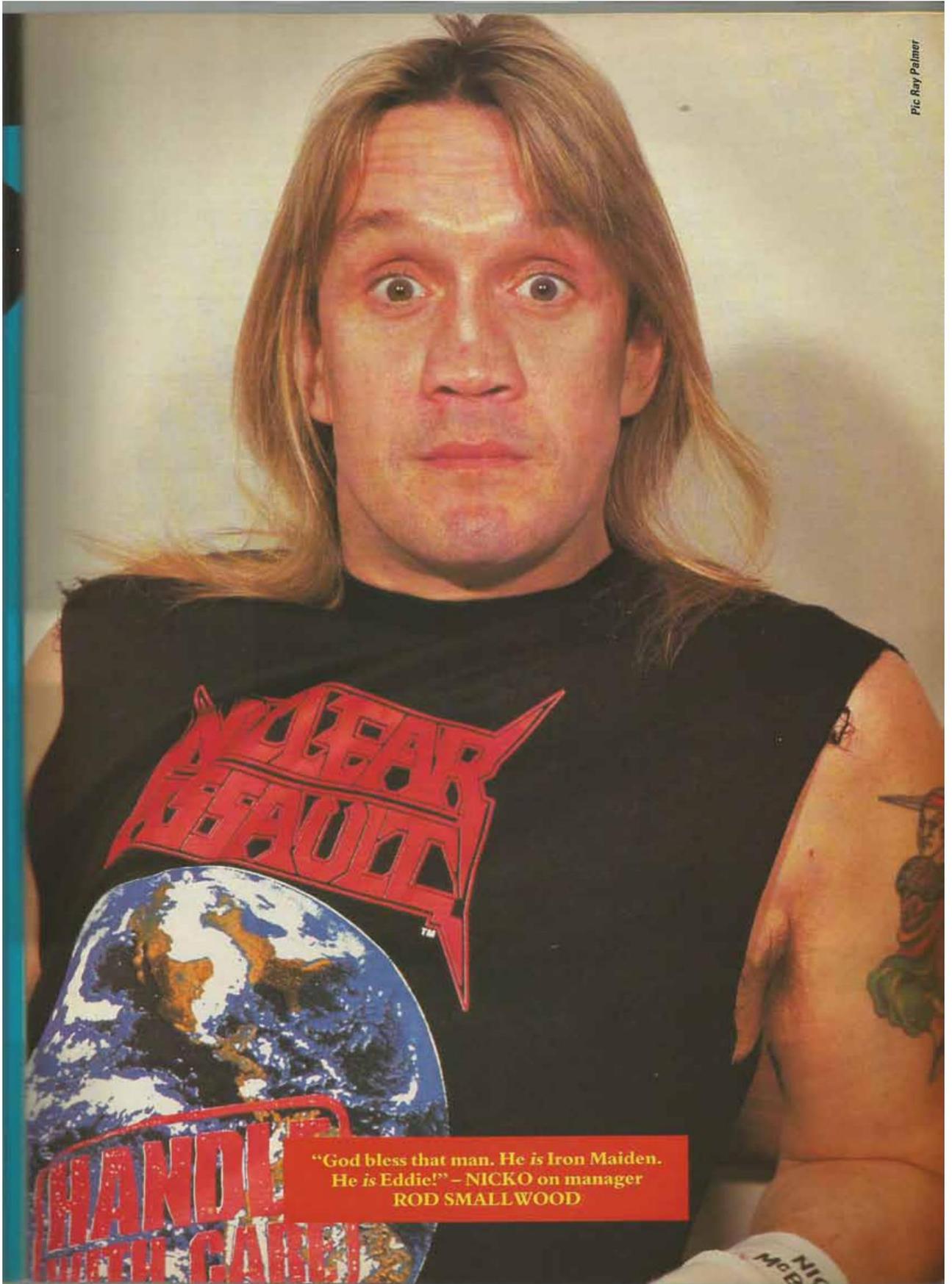
Are Maiden still content with the album? Is there anything they'd change now, if the opportunity were to magically arise?

"No, we're very happy with it. I think the formula we had down there in the barn was wonderful, and the drum sound, to me, is great. I'm not one of these guys who's into digitally sampling drums. Me, I just like to stick a microphone up, hit something and put it on tape!"

"It's got a lovely live sound, this album," he fondly describes. "You could almost

"Every five minutes y'get a break. Just before a saucy bit in a movie or sumfink, it cuts for a bloody commercial!" - NICKO on American TV

KONTINUEZ PAGE 14



Pic Ray Palmer

**"God bless that man. He is Iron Maiden.
He is Eddie!" – NICKO on manager
ROD SMALLWOOD**

McBRAIN

FROM PAGE 12

put a bit of applause on it – a bit of ambience – and get away with it as a live album! We'll definitely be recording the next Maiden bumper-package at Steve's place again."

How about another live offering, considering the age of 'Live After Death' now?

"Yeah, it's three albums down the road since then, and after six years it's about time we thought about it."

"Actually, we recorded the Wembley shows..." he discloses. "We're not saying we'll put out a live thing for sure, but they were such good gigs. The second night was a real blitzkrieg."

"Unfortunately Martin Birch wasn't at the production helm, cos he had a bad case of the back door trots! It bugged his Christmas up, poor bloke, but we did have a good soundman for the recording."

"So we'll regroup after the tour to discuss what we want to do and maybe something will appear in that little interim period between this tour and the next album. You wait and see."

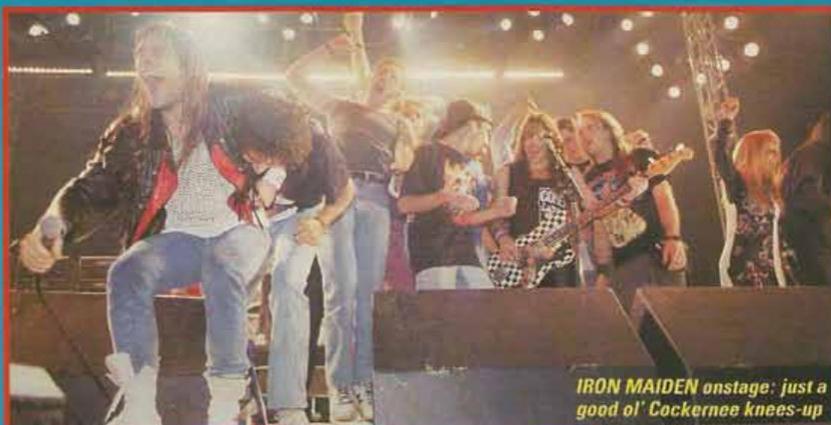
I'M CURIOUS to hear Nicko's reaction to issue 322's review of the Edinburgh Trade Centre show. Unsurprisingly, I get it straight away.

"That was that Watts geezer, wunnit? Yeah, er... disappointed. Disappointed. There's always gonna be your critical phases and minuses, you've gotta have that. But there's gotta be reasons for loving or hating you, and that was a f**king good gig."

"All I can say is that Mr Phillip Watts (*Shurely shoime nishtake? – Ed*) can go back to the electricity board and get 'is filament re-wired! Hargh! That's a cracker! F**k me, it's too early in the day for clever fings like that, Jason!

"I mean, if someone's got a valid point then we'll listen, but I think he just doesn't like the band. Didn't he do a review of us before, somewhere? Uh... I don't care anyway. 'E's a tosser!"

THE TRULY burning question, of course, is whether Nicko will ever return to Sooty's little TV show.



IRON MAIDEN onstage: just a good ol' Cockernee knees-up

Pic Ray Palmer

"Oh f**k yeah, that was funny! One of the beautiful things in England was how, at every gig, the fans kept chanting, 'We want Sooty! Soooo-ty!'"

"People kept throwing Sootys on the stage; I got a load of 'em..."

"But yeah, I might go back, if they asked me. Might go and see what's 'appening..."

He's now in fits.

"I can still remember when Rod asked me about it on the phone," he wheezes in between attacks of mirth. "He could hardly say it, he was laughing so much, and I literally fell on the floor. I said, 'I can't do that, what about the fans? They'll think I'm a f**king nutcase!'"

"F**k that!" he said. "It'll be great – you'll be a talking point for years! And when he mentioned my son, that put me right. I did it, and had a great time. Matthew Corbett is an absolute riot."

"What can I say? It probably put Sooty back on the map! Thousands of fans screaming

for Sooty over the years..."

"I'm sure the puppet sales went straight through the roof..."

HAVE YOU had any feedback on the 'Listen With Nicko' series of B-sides?

"Not mega stuff," he light-heartedly reports, "but I've had some people saying how much they enjoyed it. A few who have been lucky enough to get the box set out here 'ave come up to me and asked: 'When ya gonna do some more, dude?'"

"So I might get me own 'Listen With Nicko' album series. Can you imagine 'ow f**king boring that'd be!?' I heard that your speaking for more than the required time led to the BPI looking upon the singles as albums..."

"I know! But I couldn't do 'em in five minutes like they wanted. Impossible!"

"Some o' them fings ended up about 12 or 13 minutes long. You coulda had at least three good Maiden songs in

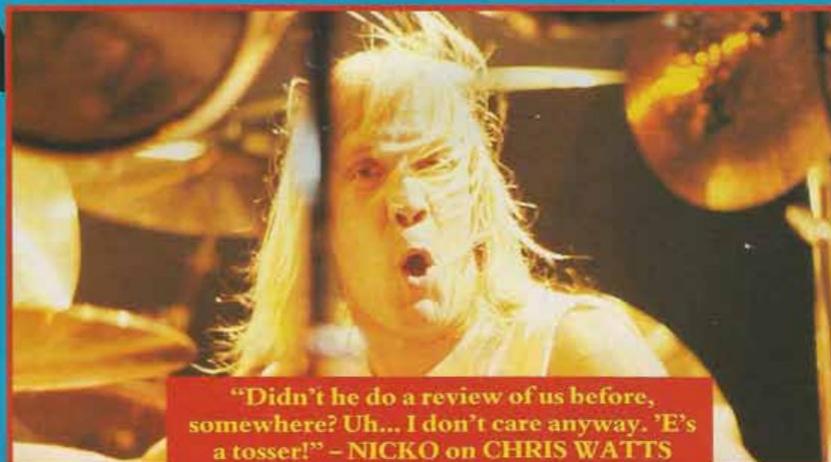
place of all that verbal!

"Originally, Rod suggested that all the members do two singles or CDs each. So I did mine in Florida and sent 'em back. The band were apparently in the studio to do their own bits and pieces when they heard the tape I'd sent. They all fell about, and said, 'Nick's gotta do the f**kin' lot! How can we top this lunacy?'"

"All they did was send me the basic information," he insists. "I ad-libbed a load o' shit in the studio. All it was at the end of the day was me telling a dirty joke, and leaving an answering machine message at the end. I'm known for my messages back in England. People either hang up in disgust or wait for the beep to come, just so they can say, 'You're f**kin' sick!'"

The drummer with more obvious character than the majority of frontmen unleashes yet another all-consuming Cockney larf.

"Those ones usually forget to leave their names, though..."



"Didn't he do a review of us before, somewhere? Uh... I don't care anyway. 'E's a tosser!" – NICKO on CHRIS WATTS

Pic Robert Ellis/Rephoto

ANEXO C – REVISTA *KERRANG!*

EDIÇÃO 1.217

CAPA E PÁGINAS 22 A 26

THE OFFSPRING OPETH CONVERGE ALKALINE TRIO

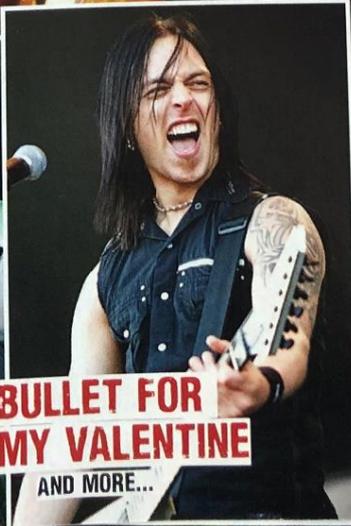
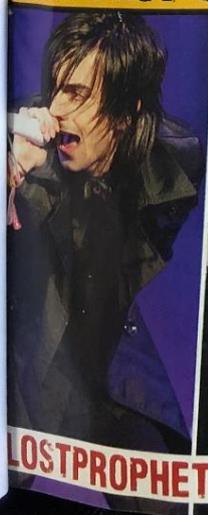
KERRANG!

WIN
A GUITAR
& GUITAR HERO
GAMES!

IRON MAIDEN

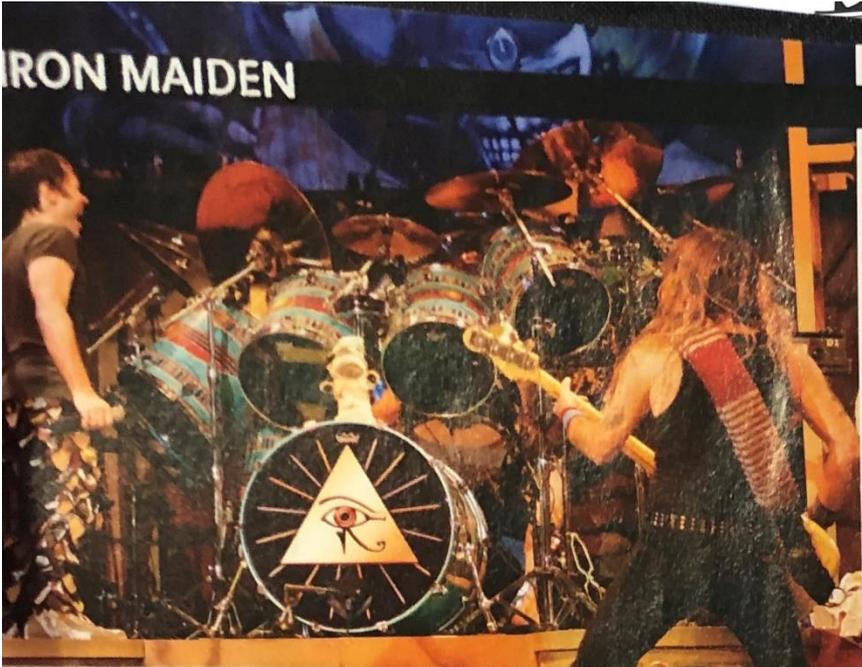
THE BEAST COMES HOME!

**FREE DOWNLOAD
POSTER SPECIAL!**



**FUNERAL FOR
A FRIEND
DEF LEPPARD
SLAYER
YOU ME AT SIX
SLAVES TO GRAVITY
DRAGONFORCE
CUTE IS WHAT
WE AIM FOR**

ISSUE NO 1217
JULY 05 2008/£2.20
AUS: \$6.95
WWW.KERRANG.COM



ACES HIGH

GET READY PEOPLE OF BRITAIN, OUR GREATEST EVER HEAVY METAL BAND IS COMING HOME...

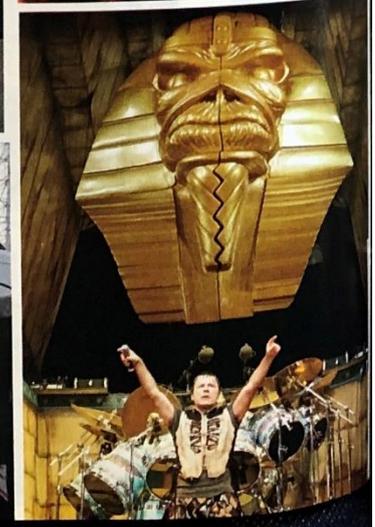
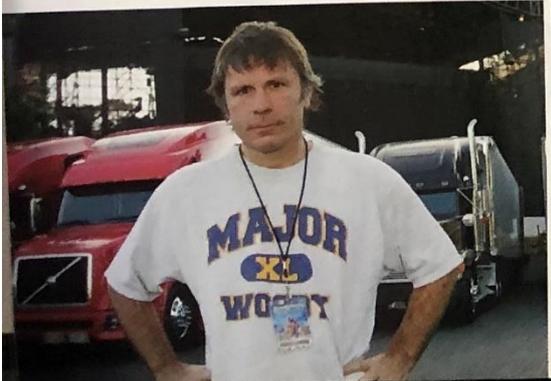


ON A platform atop the stage, Bruce Dickinson stands triumphantly before tonight's capacity crowd. As the final notes of The Trooper ring out, Iron Maiden's frontman grasps the pole of the Union Jack and raises it high above his head, reiterating his now legendary catchphrase, "Scream for me Long Beach", one last time. The ensuing cheer from the 16,000 people in attendance for this, the second of two sold-out nights at the Verizon Wireless Amphitheater in Irvine, Southern California, is quite frankly deafening.

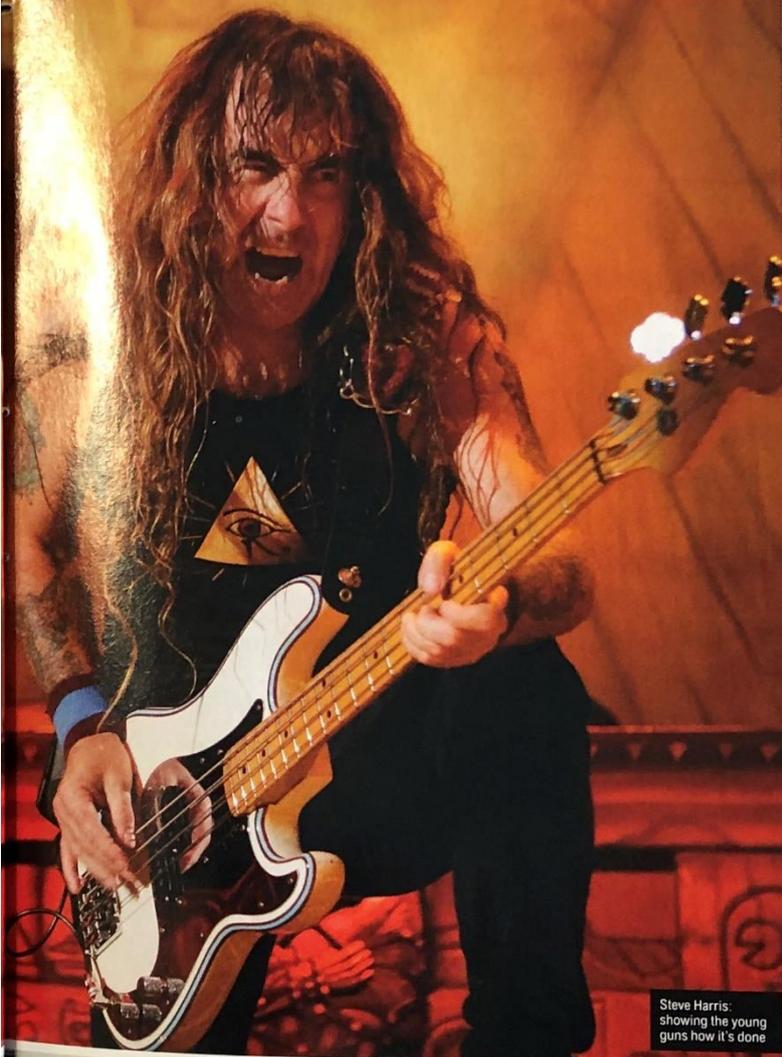
"Fucking hell," the singer exclaims. "That seems to work everywhere. I said 'Scream for me Long Beach' in Albuquerque last week and no one noticed either."

IN 1985 Iron Maiden brought their now legendary World Slavery tour to Southern California. They recorded material over a four-night stand at Long Beach Arena for their debut live album (and video), *Live After Death* – a record which not only single-handedly set the benchmark for every live album to follow, but one that has also become an unofficial rock star training video, religiously watched and mimicked over the years by everyone from My Chemical Romance's Gerard Way to Bullet For My Valentine's Matt Tuck. Now, some 23 years later, the British heavy metal icons are back in So-Cal with a near-identical stage design and set-list as part of their *Somewhere Back In Time World Tour*.

Standing next to us in the audience is 49-year-old Bob Parks, a life-long Maiden fan. He remembers catching one of



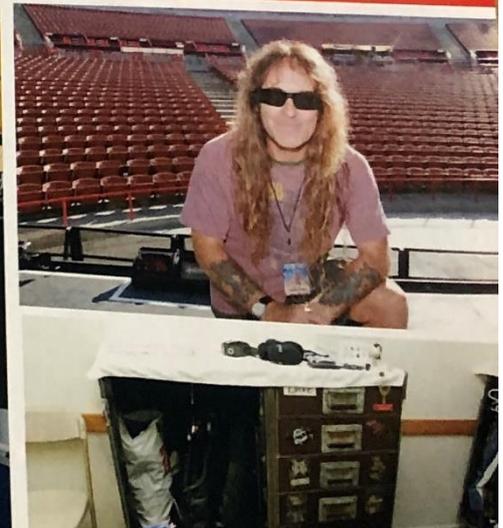
WORDS: DANIEL J. LANE PHOTOS: ASHLEY MAILE



Steve Harris: showing the young guns how it's done

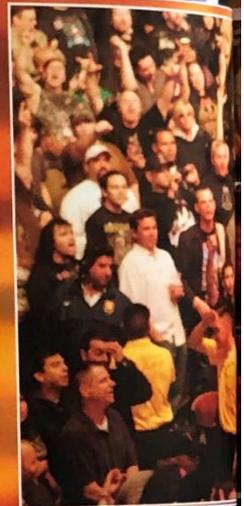


Bruce Dickinson: keeps it real by driving himself about





INTRO	Album Year	UK
ACES HIGH	Album Year	UK
2 MINUTES...	Album Year	UK
REVELATIONS	Album Year	UK
TROOPER	Album Year	UK
WASTED YEARS	Album Year	UK
NUMBER OF THE BEAST	BLACK	UK
MADNESS	Album Year	UK
MARNER	Album Year	UK
POWERSLAVE	Album Year	UK
HEAVEN CAN WAIT	Album Year	UK
RUN TO THE HILLS	Album Year	UK
FEAR OF THE DARK	Album Year	UK
IRON MAIDEN	Album Year	UK
MOONCHILD	Album Year	UK
CLAWFOYANT	Album Year	UK
HALLOWED...	Album Year	UK



“The media have
going on here...”

REVELATIONS

STEVE HARRIS AND BRUCE DICKINSON REVEAL THE SECRETS TO IRON MAIDEN'S SUCCESS...

BLOOD BROTHERS

DICKINSON: “Being in Maiden is like having an extended family of brothers. You don’t get a choice about who your family is, and you grow-up together and make allowances for their faults or failings or indeed successes.”

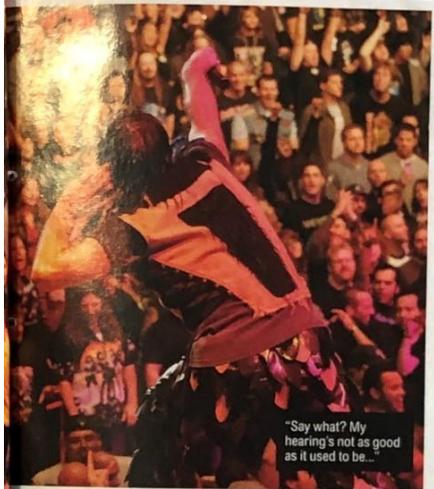
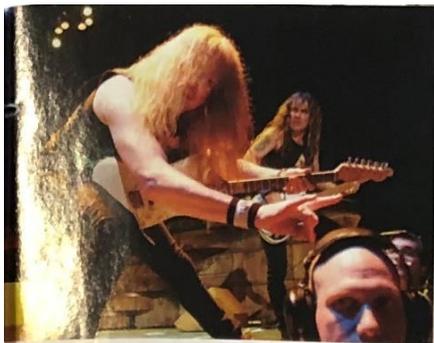
THE EVIL THAT MEN DO

HARRIS: “People get into this business for the wrong reasons. It’s all very nice having material things, but they come secondary to the music. If you’re in a position of power – from a traffic warden to the Queen – you have a licence to act up. If you’re a nice person you want to keep grounded and be fairly normal.”

BE QUICK OR BE DEAD

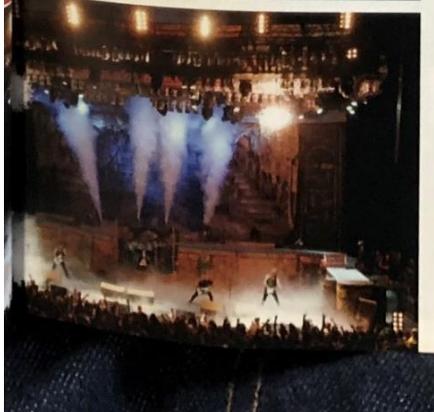
DICKINSON: “My ambition in life is never to have anything that feels like a job. My ambition in life is to only do things that I love. And, in the end, I think I’ll live longer that way.”





"Say what? My hearing's not as good as it used to be..."

fucking clue what's BRUCE DICKINSON



the band's Long Beach performances back in '85 and has brought his sons Josh, 14, and Steven, 12, with him this evening.

"It's their first concert," he beams with pride, pointing at his boys. "And I wanted them to start with the best!"

And he's not wrong. Not only is the stage set-up of the Somewhere Back In Time tour suitably mind-blowing – a scaled-down pyramid resplendent with fire breathing Egyptian gods, a 25-foot high gold sarcophagus that opens up to reveal a giant mummified animatronic version of the band's mascot Eddie the Ead, more than a megaton of pyro and a 12-foot tall cyborg Eddie that struts around the stage during the encore – but the scale of the tour is quite frankly immense, too.

By the time it concludes in August, Maiden will have taken in over 30 countries across five continents and will have played to well over a million people, jetsetting between gigs in their customised Astraeus 757 – nicknamed Ed Force One – piloted by Dickinson himself.

"IT'S REALLY fascinating," enthuses Dickinson when K1 catch up with him and Maiden bassist Steve Harris backstage earlier that evening. "There are all these really young fans who discovered the band on the last three albums. Many of them were not just born, but not even thought about when we did the Powerslave tour."

"As a result there's just this huge excitement about it," he continues. "I mean, when are they ever gonna get to see this ever again? The answer is never."

IT'S THE 23RD ANNIVERSARY OF LIVE AFTER DEATH AND THE WORLD SLAVERY TOUR, DOES IT REALLY FEEL THAT LONG AGO?

HARRIS: "Yes and no. It's a weird thing when you're touring, it does feel like a long time ago because a lot has gone on in-between. But when you're going back to a place and playing those songs it doesn't feel like that long ago. It's really strange in that respect."

DICKINSON: "Well, you know what the strange thing about America is? While a lot of things have changed, a lot of things haven't. The freeways haven't changed, the road signs haven't changed, the doorknobs haven't changed and the showers are still crap. And LA still has the slowest lifts in the world. They're too laid back by half. So, from that point of view, it seems like yesterday. (laughs)"

WERE YOU NOT TEMPTED TO RETURN TO LONG BEACH ARENA ON THIS RUN, JUST FOR OLD TIME'S SAKE?

HARRIS: "I suppose you'd have to ask Rod [Smallwood, Iron Maiden's manager] that one! (laughs) We did play here in Irvine back on that '85 leg of our world tour too."

DICKINSON: "We did a couple of shows at Long Beach a few years back and it felt weird. We just didn't get the same vibe at all. So, we thought 'Nah, best leave it.' We did a gig earlier on in the tour at The Forum [Inglewood, California] which we also played in '85 and it was fantastic."

IT SEEMS EVERY DATE OF THIS TOUR IS PRETTY MUCH SOLD OUT, AND YOU'VE ALSO BROKEN NEARLY EVERY VENUE'S RECORD FOR MERCH SALES. NOT BAD GOING, EH?

HARRIS: "Pretty much. But you have to take the rough with the smooth. There are periods in any career, a long career like this one, that you get ups and downs. At the moment we're riding on the crest of the wave. In a couple of years time? Who knows. We'll see. It seems to be that sometimes it's just the time. The good thing about us is that we have been global in terms of our success. And we're really lucky in that way. If one area dips down a bit, then another area is taking off. A lot of bands haven't had that luxury to fall back on. We're very fortunate that we've been able to go where we want. What's the point in trying to hammer into a market that doesn't want you? But it's nice to come back and have another go. Maybe it's because we've been away a while. Maybe... it could be a lot of different things. But it feels good to be back!"

DICKINSON: "But it's not just about creating some monster machine that crunches up countries and spews out spreadsheets and statistics about T-shirt sales and how many tickets we've sold. That's not what it's about. It's about keeping the level of amateurism correct. Even though we're not amateurs, you should always try and feel like one. Because that's the only way that you're going to give a really great performance. You have to still keep that little spark that the gig was so important that it occupied your every thought. You might only have one gig a month, but you'd spend all month thinking about it. You mustn't get blasé about it. You mustn't lose that excitement. If

you do it too much inevitably you will. Anybody that says you don't is a liar."

DO YOU STILL GET NERVOUS BEFORE GOING ON STAGE?

DICKINSON: "Yeah. Sometimes yes, sometimes no. Sometimes more than others. It depends what the night before was like. If you have a great run of gigs, bam, bam, bam, the old confidence levels go 'Wa-hey!'. But if you have two or three of a certain type of gig, then you get a bit gun shy."

HARRIS: "I actually get more nervous for my daughter [Lauren, who is opening up for Maiden on this tour]. Last night was a prime example. Because they moved the door time forward the arena was only half full. Normally it's packed and she goes down really well, but there were still people hanging around in the parking lot. But I thought she did really well."

HOW DO YOU EXPLAIN MAIDEN'S POPULARITY?

HARRIS: "You can't really explain it that well other than the fact that we've toured our asses off over the years. Christ, we played six nights on, two nights off, album after album. This went on for years. In the end we just said to Rod we've got to pace it a bit better otherwise we're going to end up six feet under and he agreed. Well, he semi-agreed. He's an ex-[booking] agent, so it took him a while!"

DICKINSON: "I think, first of all, we've been building up to this for ages. It's not like it's just happened. There's a huge disconnect between the media and the people. The media have no knowledge what to do. They going on here and they don't know what's going on. They just can't fathom it. But if you ask the punters why they come they'll tell you it's because Maiden are great. They like what we do and have passed it on by word of mouth. So, um, reasons why? I think we are a pretty impressive band live. I know how well we can play. Even on what we consider a bad night, most people will never twig. We have seriously, seriously high standards musically within the band. And I think that that comes across when you see us perform. In addition you've got a great stage show, and then you've got his huge backlog of material to pick from."

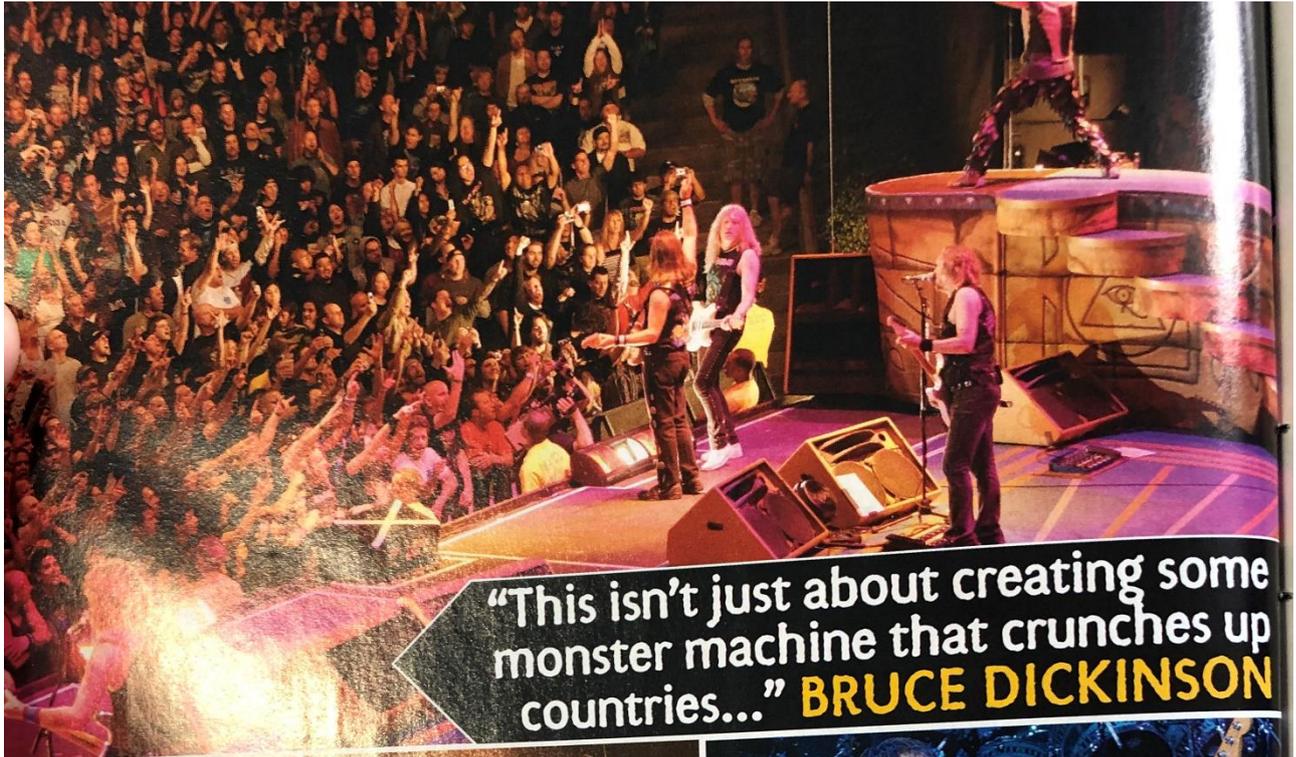
YOU'VE BEEN FLYING THE BAND AROUND THE WORLD ON ED FORCE ONE, BRUCE. WHERE THE HELL DO YOU GET THE ENERGY FROM AFTER PLAYING A TWO HOUR PLUS SHOW?

HARRIS: "I really don't know where he gets his energy from! (laughs)"

DICKINSON: "Well, very, very seldom do I actually fly the plane the next morning. In fact never, because of the CAA [Civil Aviation Authority] regulations you have to have a minimum period of rest which is always 12 hours. So I'm offstage at 11pm and the plane is leaving at 11am the next morning it's not going to happen. But if the plane's leaving between 2 or 3 o'clock the next day, I have a good night's kip, don't go out on the lash the night before and have a nice lie-in, then I'll get up and fly the aeroplane."



Mummy's boys...



"This isn't just about creating some monster machine that crunches up countries..." **BRUCE DICKINSON**



ED FORCE ONE HAS GONE BACK INTO NORMAL SERVICE WHILE YOU'RE IN THE US. IT'S STILL GOT ALL THE EDDIE LIVELY ON IT, BUT APPARENTLY PEOPLE ARE TOO AFRAID TO FLY ON IT...

HARRIS: "It's gone back into service for Astraerus, which is Bruce's airline that he flies for. Astraerus do a lot of the charter flights to Africa and they were saying that a couple of people, well quite a few people, wouldn't get on it because they were getting 'bad juju'. I supposed if you'd never seen something like that before you might find it a bit scary."
 DICKINSON: "Yes, at the moment it's had to have the Eddie taken off the tail because no one would get on the aeroplane because everyone thought it had a voodoo curse on it. It's a pretty incredible story, but it's all true. They've never heard of Iron Maiden wherever it is in Africa it's been flying to, and they just saw Eddie on the tail and thought 'Oh my God, it's a demon, we're not getting on that'. In contrast, most people in Europe are desperate to get on it. It's been doing regular runs. It's our ad hoc charter plane. Someone's aircraft brakes down and Ed Force One will arrive. It'd be a Thompson flight for the day or another charter plane for the next. That's just what it does. It's great publicity for us. It was a bit of a superstar at Gatwick. Everyone is spotting it on the runway and air traffic control are now like 'You, behind the Iron Maiden plane, you're clear to taxi'. They've stopped calling it an Astraerus 757, it's become the Iron Maiden plane, so that is all quite entertaining."
 HARRIS: "It's a great way to travel. But you know

what? I miss the days of the bus. Mind you, Adrian [Smith, guitar] and Nicko [McBrain, drums] absolutely hated the bus! But I miss all that. You get to see a bit more of the country you're in, watching everything go by. And my kids grew up on the bus. It's got a lot of memories."

SO, THIS TOUR, YOU'VE TAKEN IN INDIA, AUSTRALIA, JAPAN, MEXICO, COSTA RICA, ARGENTINA, CHILE, NEW YORK, TORONTO... WHERE TO NEXT?

DICKINSON: "Well. Honestly? Go back and play 'em again! (laughs)"
 HARRIS: "After this US run, we've got Twickenham, all the European festivals and then we play Poland, Hungary, Croatia and then finish up in Moscow on August 19. It's great. I'm really looking forward to that."
 DICKINSON: "It'd be nice to go and play in South East Asia. I've never played any of those destinations, I've never played Bangkok. It would be nice to go there. It's going to be great when we get to Russia of course. So all those things are possible and on the horizon."

WHERE HAS BEEN YOUR FAVOURITE PLACE TO PLAY ON THIS TOUR?

HARRIS: "South America, without a shadow of a doubt. I think they have some of the best audiences in the world. Obviously everywhere we go people are into the band, but they just don't throw shapes like they do in South America!"
 DICKINSON: "There're so many, to pick one out is pretty hard. I think I'd have to pick Costa Rica as being one of them because it just blew my mind how many

people turned up. It was 30,000. We've got no record company in Costa Rica, no records out, never have done, and 30,000 people showed up and they knew every fucking word. Bloody hell, it was amazing! Another biggie was Bogotá, Colombia. That crowd was huge. And then there's Mexico City. I mean, 52 or 55,000 people, whatever it ended up as, it was well over sold out. You know we could have played next door at the [105,000 capacity] Aztec Stadium if it had been available. That was just astounding. That gig started off as an 18,000 seater and kept going."

DESPITE PACKING-out arenas and stadiums across the world for the last 25 years, Maiden's very first stadium show on home soil will take this weekend when the band headline London's Twickenham Rugby Stadium. The occasion, according to Dickinson, has been a long time coming.

"It's about time too, really," he says adamantly. "We've always been this rent-a-band for festivals that need a headliner. In the end we thought we didn't fancy doing yet another festival. Let's just do our own bloody gig!"

"Besides," he adds with a smirk, "the great thing for me is it's down the road from where I live! I'm not sure I'll bicycle to it, but I probably could. I'll probably get the 237 bus."

IRON MAIDEN PLAY LONDON'S TWICKENHAM RUGBY STADIUM WITH LAUREN HARRIS, WITHIN TEMPTATION AND AVENGED SEVENFOLD THIS SATURDAY, JULY 5.

ANEXO D – REVISTA *KERRANG!*

EDIÇÃO 1.613

CAPA E PÁGINAS 4 E 5

IRON MAIDEN

LIVE IN BRAZIL DOWN THE FRONT AT THE YEAR'S MUST-SEE TOUR!

WIN!
VIP TICKETS TO
DOWNLOAD

KERRANG!

EXCLUSIVE!

BREAKING NEWS

BLACK VEIL BRIDES

"WE'VE GOT SIX NEW SONGS DONE!"

KURT COBAIN

"THE FANS DESERVE TO KNOW HE MAY NOT HAVE COMMITTED SUICIDE..."



6

SUPERSTAR POSTERS!

"I'M A COMPLETE MESS SOMETIMES..."

PVRIS

LYNN GUNN'S MOST HONEST INTERVIEW EVER

BY HANNAH EWENS

INVESTIGATION!

IS ROCK MAKING YOU DEAF?

ISSUES
THE COMEBACK INTERVIEW!

REVIEWED!
AGAINST THE CURRENT,
BABYMETAL & TRIVIUM



WEEZER
HANGING OUT ON TINDER WITH RIVERS

DEFTONES
"I WAS SCARED OF ELEVATORS"

KERRANG! ISSUE NO 1613

APR 2 2016 / £2.50 AUS: \$7.50





IRON MAIDEN TAKE BRAZIL!

A BROKEN PLANE, STEVE HARRIS TURNING 60 AND THE BEST METAL SHOW BRAZIL HAS EVER SEEN... WE GO INSIDE **IRON MAIDEN'S** TOUR OF LATIN AMERICA



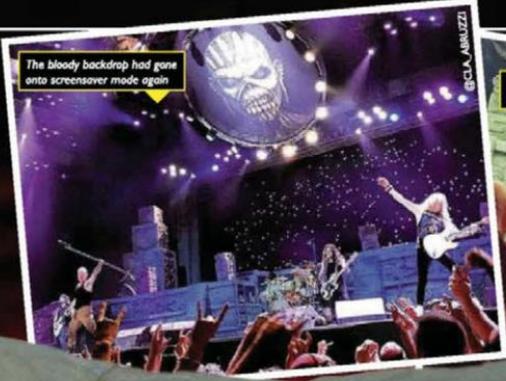
Eddie was passed Superman stole his evil red eyes



→ ON JANUARY 19, 2001, Iron Maiden stormed the stages of Rock In Rio for the final time on their Brave NewWorld tour, one which marked the return of frontman Bruce Dickinson and guitarist Adrian Smith on the album of the same name. A quarter of a million metalheads cheered loud enough to shake the heavens, and history was made, and indeed documented, on their fifth live release. Which is precisely why

Brazil has a very special place in the story of the UK metal pioneers, and one which continues to unfold. The Book Of Souls tour began late-February in Florida and has seen the band navigate their way to South America, with thrash legends Anthrax and UK upstarts The Raven Age in support. Though it hasn't been as smooth an operation as envisioned... The band's very own Boeing 747-400, affectionately named Ed Force One and piloted by Bruce, no less, collided with a tow truck at a Chilean airport on March 12, luckily without any serious injuries or casualties. Far from being

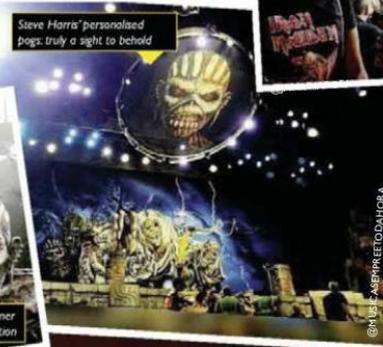
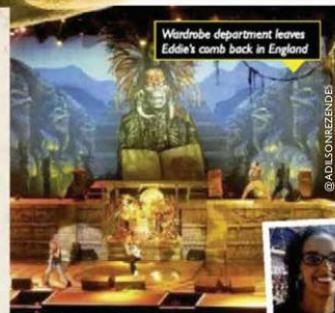
"RIO IS THE FKING MAIN EVENT!"**
BRUCE DICKINSON



IRON MAIDEN
 MAR 17, 2016
 HSBC ARENA, RIO DE JANEIRO, BRAZIL

IF ETERNITY SHOULD FAIL
 SPEED OF LIGHT
 CHILDREN OF THE DAMNED
 TEARS OF A CLOWN
 THE RED AND THE BLACK
 THE TROOPER
 POWERSLAVE
 DEATH OR GLORY
 THE BOOK OF SOULS
 HALLOWED BE THY NAME
 FEAR OF THE DARK
 IRON MAIDEN

ENCORE:
 THE NUMBER OF THE BEAST
 BLOOD BROTHERS
 WASTED YEARS



We've got a lot of cool shit for you tonight!" His words were far from empty. The Book Of Souls tour could be

the mother of all Maiden voyages, offering no less than six new songs that fans in South America won't have seen or heard live in the flesh before – one of which being the Steve Harris-penned, 13-minute epic that is The Red And The Black. On top of that, they've dusted off long-time fan-favourites Children Of The Damned and Powerslave, which, along with stone-cold classics such as The Trooper and The Number Of The Beast, cover a vast portion of their groundbreaking 41 years as a band.



welcome news on the morning, bassist/commander-in-chief Steve Harris was celebrating his 60th birthday, it forced the band to make contingency plans while the jumbo jet underwent emergency repairs – though, in true Maiden fashion, they prevailed and triumphed in a blaze of glory. So much so that, by the time the tour arrived in Brazil en route to Rio's HSBC Arena some five days later, Ed Force One was flying high and proud once more.

As you can see from the fan shots on this page, the Maiden stage-show is one that continues to make all others look more like your local school nativity play. Opener If Eternity Should Fail begins with a cloaked Bruce Dickinson walking out alone to invoke the spirits lost inside a smoking cauldron. Then there's that massive Eddie head keeping a watchful eye from the back of the stage, keeping in with the Mayan magic of their latest, 5K-rated opus. And, of course, a giant, beast nodding in approval every time Bruce calls his number.

"We've been in South America – Monterrey, El Salvador, Costa Rica, Chile, Buenos Aires and now, at last... it's the fucking main event, Brazil," roared Bruce, addressing the crowd for the first time that night, three songs in. "My friends!

In just three months' time, Ed Force One will be touching down on home soil for the closing night of Download Festival, and anticipations are running wild – truth be told, we can hardly sleep. Up the Irons!

To win tickets to Download, turn to page 17

WORDS: ANIT SHARMA

ANEXO E – REVISTA *KERRANG!*

EDIÇÃO 1.785

CAPA E PÁGINAS 56 E 57



HORIZON / KILLSWITCH / MAIDEN

SIX LIFE-SPANNING POSTERS!

THE REBIRTH OF JESSE LEACH

THE BEAST ENSLAVES AMERICA!



DEMONS, DEVILS & DEATH...

THE METAL ALBUM OF 2019 IS HERE.
READ THE STORY BEHIND EVERY SONG

SLIPKNOT

COREY, JIM & CLOWN PRESENT YOUR
GUIDE TO **WE ARE NOT YOUR KIND**

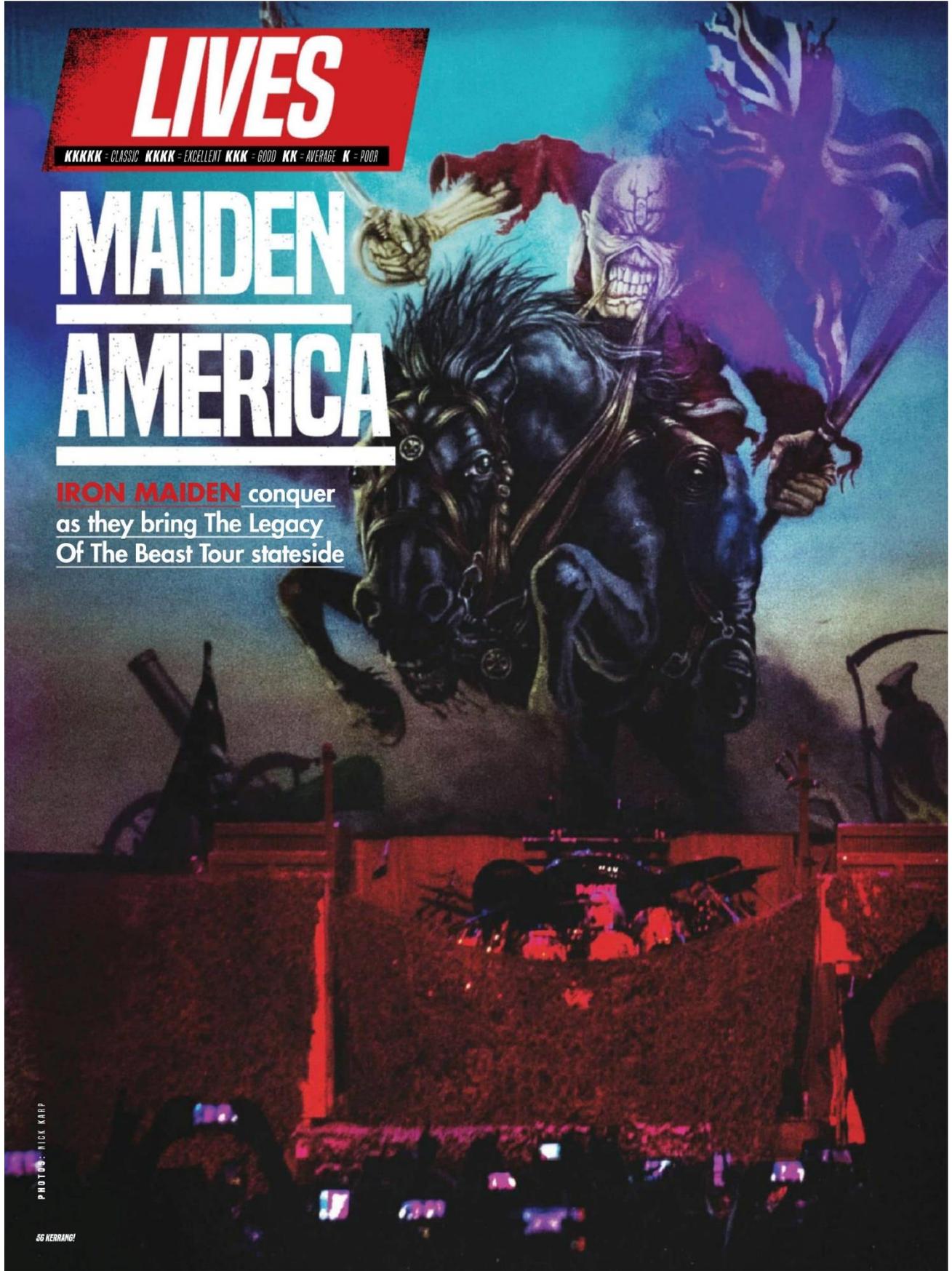


ART PRINT!

KERRANG!

£3.30 AUS: \$9.99 US: \$8.75 K11785 10.08.19





LIVES
KKKKK - CLASSIC KKKK - EXCELLENT KKK - GOOD KK - AVERAGE K - POOR

MAIDEN AMERICA

IRON MAIDEN conquer
as they bring The Legacy
Of The Beast Tour stateside

PHOTOS: NICK KARP

56 KERRANG!

It's just not fair. Iron Maiden have no right to be this good. Granted, Steve Harris' mob have been doing this for almost 45

years now, so they should know what makes a good gig. But *this* good? It's not just the fact that, despite all now being in their 60s, the six of them have as much energy as bands a third their age, nor that their stage show continues to be one of the most visually thrilling live experiences you'll ever see. It's also because, on this U.S. run of The Legacy Of The Beast Tour, the band – just as they did in Europe last year – are playing a set filled with deep cuts, backed by the best show they've ever had. When they take the stage, they immediately power into a phenomenal Aces High, which, on its own, would be a great start. That a huge replica Spitfire plane flies over the band while they're playing the song and fires at the fans in the front makes it truly exhilarating.

With all this to warm up for, you have to feel a little bit sorry for openers The Raven Age. Then again, they also know what to expect, having supported Maiden many, many times. They acquit themselves well, however, and even if they don't have anywhere near the same kind of production values or history to draw from, power ballads like The Face That Launched A Thousand Ships definitely prove their worth on the same stage, even if the audience response is somewhat muted.

Maiden, though, are just in a world of their own – something demonstrated by the fact that

IRON MAIDEN
+ THE RAVEN AGE

WELLS FARGO CENTER,
PHILADELPHIA

30/07/2019

KKKKK

the sight of Bruce Dickinson with a double-flamethrower during Flight Of Icarus is just one of many riveting moments of the night. Inspired by the comic book and computer game of the same name, The Legacy Of The Beast Tour is a wholly immersive, mind-blowing event. The singer's frequent costume changes to match the songs and the stage-set are almost as impressive as his voice,

which reaches impeccable heights on 2 Minutes To Midnight and a superb Revelations. Meanwhile, the constant showmanship of both Steve Harris and guitarist Dave Murray demonstrates just how well-honed this band are – and just how good at theatrics they are, too.

During The Clansman, Bruce brandishes his mic stand like a sword, a gentleman's cane and a wand, before battling a giant-sized Eddie during For The Greater Good Of God. He then changes into a priest's outfit for Sign Of The Cross, delivering his lines with an almost religious zeal. And then there's the encore, a killer one-two-three of The Evil That Men Do, Hallowed Be Thy Name – during which Bruce flirts with a giant hangman's noose that sways in front of him – and, of course, the predictable but still thrilling finale of Run To The Hills. Even this standard gets such loud cheers from the crowd it almost feels like they didn't expect it.

From end to end, this is a triumph of both theatricality and music. It's proof that Maiden – unfair as it may be – are still one of the best live bands you could ever see. [READ MORE](#)



Bruce's game of 'capture the flag' had gone turbo

HOW WAS IT FOR YOU?



ROB
DELAWARE

"Myself and my friends have been Iron Maiden fans since the Paul

Di'Anno days. I've seen them at least 10 times, and tonight was amazing because they're paying tribute and homage to their old fans. They're an influence to everybody and anybody when it comes to metal – and tonight showed that."



EVELYN
PHILADELPHIA

"Tonight was so amazing! It was the best Iron Maiden set list I've ever seen,

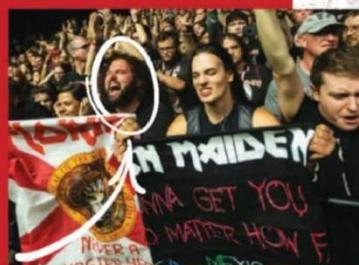
and I've seen them six times now. The first time was in 1999, and they're a band that I'll never stop going to see live – I don't care if I'm 80. I hope they're still alive when I'm that old!"



ARYAN
PHILADELPHIA

"It's been my lifelong dream to see Iron Maiden. This is what I fantasised about as a kid, and tonight I moshed my way to the front. I'm on such a high right now, I'm really just overwhelmed by all of it. My dad saw them when they were an up-and-coming band – he paid, like, £1.25 to see them in a shitty nightclub in London, and now here I am."

FACE IN THE CROWD



Is this you screaming for Iron Maiden? Well, you've won a copy of The Studio Collection – Remastered! Send a picture of your face and your ticket to Feedback@kerrang.com to claim your loot!