



Instituto Universitário de Lisboa
Lisbon University Institute

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

O jornalismo de música extrema em Portugal.
Estudo de caso das revistas físicas Loud e Ultraje

Carolina Ribeiro Rodrigues

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, Professor Auxiliar Convidado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

junho de 2018

When I hear music, I fear no danger. I am
invulnerable. I see no foe. I am related to the earliest
times, and to the latest.

(Henry David Thoreau)

Agradecimentos

Ao fim de período intenso de trabalho, custa acreditar que a dissertação acabou. Resta-me deixar os meus sinceros agradecimentos às várias pessoas que me ajudaram a concluir esta etapa, ainda que eu o tenha feito com algum atraso.

Em primeiro, ao meu orientador Jorge Vieira por ser o melhor professor que eu podia ter escolhido para me aconselhar e auxiliar-me a terminar este trabalho. O seu apoio e encorajamento durante todas as fases da dissertação tornaram possível o momento da entrega da tese. Muito obrigada.

Ao Rafa por me incentivar todos os meses a esforçar-me na tese e, mais importantemente, por me confecionares todos os teus deliciosos *snacks* que me deram energia durante a investigação, análise e escrita da dissertação.

Aos meus amigos Leão, Zé, JP, Francisco e Mateus por me fazerem sempre rir com as vossas piadas tolas, já que a pessoa mais engraçada do grupo serei certamente eu. Um especial obrigado ao Bruges pelo constante apoio, e ao Gigante por ler o meu trabalho. Um muito obrigado ao Ricardo por toda a ajuda e esclarecimentos musicais.

Obrigada Lena, minha companheira da licenciatura e mestrado, por me apoiares sempre e por torceres pelo meu sucesso.

Quero agradecer à minha irmã Catarina por me lembrar para levar as coisas com calma e à minha avó por ter sempre cuidado de mim.

Obrigada aos meus colegas de trabalho na Sábado por toda a ajuda e por me fazerem rir às gargalhadas. Um muito obrigada à Leonor Riso, editora do *online*, por toda a compreensão pela vida de estudante-trabalhador e pela ajuda em todas as horas.

Deixo também um profundo obrigada a todos os entrevistados desta dissertação pelas várias horas que despenderam tempo a falar comigo sobre as suas vidas, os seus projetos, opiniões e planos. Obrigada António Freitas, Tiago Correia, Flávio Pereira, José Miguel Rodrigues, José Carlos Santos, Nuno Santos, Fernando Ferreira, Domingos António Ambrósio, Paula Cristina Marques, Diogo Manuel Ferreira, Joel Eduardo Costa, Diogo Jones, Joana Medeiros e Daniel Sampaio.

Agradeço ainda ao simpatiquíssimo senhor do OLX que, apesar de estar a vender revistas da Loud, deu-me 10 números sem me cobrar nada nem me avisar antes de nos encontrámos porque acredita que a educação não se paga. Infelizmente perdi o seu nome porque o portal apaga as mensagens ao fim de algum tempo e eu não o escrevi em mais nenhum lado, mas não irei esquecer o seu gesto.

Resumo

A imprensa de música extrema é uma área vasta que pode ser estudada transdisciplinarmente. Apesar das possibilidades académicas, há pouquíssimos trabalhos científicos em português. Esta dissertação almeja mudar um pouco o cenário, concentrando-se na *media* especializada em música extrema em Portugal, nos casos da revista Loud e Ultraje e, tendo como universo suplementar, as *webzines* Loudness Magazine, Metal Imperium, Portuguese Distortion, Songs for the Deaf Radio, e a revista digital World of Metal.

Partindo-se da pergunta “como funciona a imprensa especializada em música extrema em Portugal?”, pretendeu-se compreender de uma maneira holística de que forma se estrutura este nicho editorial, a longevidade e funções deste tipo de *media* em relação ao nicho que representa. Adicionalmente, procurou-se caracterizar a posição do fã dentro desta atividade e como este se relaciona com os agentes dentro cena.

Para tal, numa fase inicial, estudaram-se os elementos definidores desta música, seguida de um enquadramento teórico da cena de música extrema portuguesa. Na segunda fase, examinou-se a história das revistas físicas e zines em Portugal e como a conjuntura evoluiu para a criação da Loud e da Ultraje, recorrendo-se à análise de conteúdo qualitativa e entrevistas exploratórias e semiestruturadas com os agentes que são fulcrais para este trabalho: os escritores das revistas e zines.

Assim, concluiu-se que a aposta em conteúdos originais e na publicidade direcionada é essencial para a sustentação da imprensa que, dentro da cena, funciona com base rede de comunicação que opera paralelamente com o mercado adjacente onde há uma troca de informação-divulgação.

Palavras-chaves: revistas, media, subcultura, cena, música extrema, jornalismo, zines, música.

Abstract

The extreme music press comprehends a vast area which can be studied transdisciplinary. Notwithstanding its academic possibilities, there are scarce scientific works in Portuguese. This dissertation aims to change the scenario, even if slightly, focusing on the specialized media in extreme music in Portugal, concretely the cases of Loud and Ultraje magazines, and as supplemental universe, the Loudness Magazine, Metal Imperium, Portuguese Distortion, SFTD Radio webzines and the digital publication World of Metal.

Bearing in mind the research question "how does the specialized press in extreme music work in Portugal?", the author intends to understand in a holistic manner the way it is structured, its longevity and the functions this type of media has related to the niche it represents. Additionally, it seeks to characterize the fans positions inside this activity and how does it relate with its agents.

To achieve these targets, the music defining elements were studied, followed by a theoretical framework of the Portuguese extreme music scene. Subsequently, it was examined how the history of magazines and zines in Portugal evolved to conjuncture which allowed the Loud and Ultraje creation, using qualitative content analysis and exploratory and semi-structured interviews with the agents – the magazines and zines writers - which are crucial for this dissertation.

In conclusion, the investment in original contents and directed publicity are essential for the media sustainability which functions based on a communication network inside the scene. Likewise, it also operates parallelly with the adjacent market where there is a constant exchange of information-divulgation.

Keywords: magazines, media, subculture, scene, extreme music, music, journalism, zines.

Índice

Índice de figuras	VIII
Glossário de siglas.....	IX
Introdução	X
1. A problemática e a definição do conceito de música extrema	13
Temas nas letras	15
Simbologia, estética e imaginário	15
Transgressão	16
1.1. Elementos definidores	18
Capítulo II- A cena de música extrema em Portugal.....	19
2. Fãs: a subcultura <i>metalhead</i>	19
Estilo como forma de auto-expressão	21
Linguagem.....	23
Rituais.....	23
3. A cena portuguesa: experiência dos agentes	23
Capítulo III- Métodos.....	25
Capítulo IV- Análise dos dados: a imprensa especializada em música extrema portuguesa- uma visão geral.....	27
4. <i>Media mainstream versus media alternativa</i>: ausência, dedicação e nível de empenho	27
5.1. Nicho demasiado vasto ou estilo musical demasiado abrangente?	29
6.1. Uma breve história das zines portuguesas.....	33
Capítulo V - Análise do objeto de estudo: raio-x às revistas físicas Loud e Ultraje	35
7. Loud	35
7.1. Descrição, estrutura e conteúdos.....	35
7.2. Capa.....	37
7.3. Processo de trabalho.....	38
8. Ultraje.....	39
8.1. Descrição, estrutura e conteúdos.....	39

8.2. Capa.....	40
8.3. Processo de trabalho	41
8.4. Colaboradores.....	41
9. Como caracterizar a imprensa de música extrema em Portugal?	42
9.1. Apanágios das revistas analisadas.....	42
9.1.1. Autoridade bourdiana.....	42
9.1.2. Discurso	43
9.2.4. Relação com a publicidade.....	46
10. O papel e funções das revistas e zines	48
11. Uma rede de comunicação como modo de divulgação da cena	50
Conclusão	53
Bibliografia.....	58
Anexos.....	61
a. Perfil dos entrevistados.....	67
b. Tabela organizada da amostra.....	68
c. Curriculum Vitae	69

Por norma do ISCTE, esta dissertação segue o Acordo Ortográfico de 1990.

Índice de figuras

Figura 1- Relação entre os fãs e a imprensa de música extrema.....	52
Figura 2- Carach Angren, grupo holandês de <i>symphonic black metal</i> . Foto retirada da página do Facebook da banda.	61
Figura 3 - Revista Supersom noticia que os Censurados acabaram.....	61
Figura 4- Capa da edição n.º 200 da Loud.....	61
Figura 5 - Capa da revista Rock Power	61
Figura 6- Primeira edição da revista Riff.....	61
Figura 7- Revista Blast	62
Figura 8- Revista Metal Heart	62
Figura 9-Fanzine Estado do Sítio	62
Figura 10-Fanzine Delírio Metálico	62
Figura 11- Primeira edição física da Ultraje.....	62
Figura 12- Lista de códigos criados com a análise de conteúdo e o programa MaxQDA...	63
Figura 13- Percentagem de segmentos criados com o MaxQAD e análise de conteúdo correspondentes à Loud de fevereiro de 2008.....	63
Figura 14- Linha cronológica do mercado das principais publicações da imprensa especializada em música extrema em Portugal (revistas e fanzines)	64
Figura 15- Loud 2008 vs. Loud 2018	65
Figura 16- Percentagem de segmentos criados com o MaxQAD e análise de conteúdo correspondentes à Ultraje de Dezembro/Janeiro de 2018 (edição n.º 13)	65
Figura 17- Exemplo da análise de conteúdo feita no programa MaxQDA.....	66
Figura 18- Exemplos da rede na cena musical: outras atividades do meio a produzir informação. Facebook das lojas Clockwork Store (que vende discos, merchandising, faz tatuagens, etc, e Unkind, que comercializa maioritariamente merch e bilhetes de concertos.	66
Figura 19 - Rede de comunicação como modo de divulgação da cena	51

Glossário de siglas

BPM- beats per minute (batidas por minute)

BCCCS- Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies

dB- decibel (decibel)

EP- extended play (disco de duração entre o single e longa duração)

LP- long play (disco de longa duração)

NWOBHM- New Wave of British Heavy Metal

PVP – Preço de Venda ao Público

TIC- Tecnologias de Informação e Comunicação

Introdução

O metal divide as pessoas, defende Kahn-Harris (2007:1). Refletindo sobre a própria génese não só do estilo musical – a música extrema -, mas também o modo de vida e de pensar associados, faz sentido causar esta reação dicotómica no público, tendo em conta que esta recusa a ortodoxia e homogeneidade de gostos, de comportamentos e incentiva, em oposição, o espírito crítico, a formação de opiniões próprias, cogitação sobre a realidade, o sentido de comunidade e o apreço pela criação artística humana, além de poder ser, para muitos casos, uma forma de *coping mechanism*. Talvez estes exemplos expliquem por que razões consegue reunir à sua volta uma cena que converge para si, globalmente, fãs dedicados que asseguram a sua sustentabilidade.

Este tipo de *media* alternativa, que vive no mesmo mercado de outros nomes como as revistas *Visão* e *Sábado* ou os jornais *Diário de Notícias* e *Expresso*, apresenta periodicidade, longevidade e atributos semelhantes, embora os temas difiram, logicamente. Poder-se-á que estará mais próximo da *Blitz*¹, mas entende-se que há algumas disparidades em termos de qualidade, especialização, conhecimento e empenho entre a primeira e o portal do grupo Impresa para poderem ser comparadas em igualdade sem se incorrer num exame mais aprofundado. O ponto a ser retido é que este mercado existe em Portugal e vive há muitos anos (a Loud tem quase 19 anos de existência; a Ultraje vai fazer 4; e há *webzines* que se mantêm ativas desde 2009 e 2011). Enquanto a *Blitz* viu-se obrigada a mudar de meio, o que mostra um retrato negativo do mercado do jornalismo musical em 2017, no país surgiu mais uma revista de música extrema dois anos antes – a Ultraje (que apresenta diversos planos futuros) - e as *webzines* que continuam a emergir na Internet².

Sendo um fenómeno profundamente organizado, escolheu-se como tema desta dissertação um dos principais constituintes da cena: a imprensa especializada em música extrema que atua em Portugal – a Loud e a Ultraje -, focando-se paralelamente nos casos das *webzines* Loudness Magazine, Metal Imperium, Portuguese Distortion, Songs For The Deaf Radio, e a revista digital World of Metal, de forma a compreender de forma holística como se estrutura, mas também como sobrevive, as relações que cria na cena e a sua importância na mesma.

¹ Entre 1984 e 2017 a *Blitz* passou de jornal para revista mensal e, atualmente, para *site* de música.

² “Os fãs de metal continuam a ser os mais fiéis e ainda continuam a comprar discos, porque quando gostam de uma banda fazem questão de comprar a *t-shirt*, o novo CD, o *digipack*, o vinil, etc., o que é uma coisa impensável para as editoras *mainstream*”. (António Freitas, 2017)

Tiveram-se como objetivos principais compreender, cultural e sociologicamente, os valores subculturais presentes na cena e no estilo musical e entender a própria música extrema como um fenómeno sociocultural complexo, que precisa de ser analisado, estruturado e caracterizado para compreendê-lo de uma forma completa, tal como a própria subcultura que revolve à sua volta em Portugal. A nível da análise mediática (a parte central da dissertação), procurou-se compreender como funciona o mercado jornalístico de música extrema no nosso país, como as revistas estão organizadas, subsistem e de que maneiras diferentes e equivalentes abordam o mesmo tema, e qual é a sua relação com o mercado adjacente³.

Partindo-se da pergunta “como funciona a imprensa especializada em música extrema em Portugal?”, estabeleceram-se as hipóteses. Formulou-se que: “o universo da música extrema é um fenómeno em expansão no nosso país nas últimas décadas”; “praticar este tipo de jornalismo (no caso do jornalista/ colaborador) e/ou consumi-lo (no papel do leitor) é uma forma de participar na cena musical, além das já estabelecidas (ir a concertos, comprar/ouvir este tipo de música, etc)”; e “a música extrema é um fenómeno cultural complexo e “raro, pois une várias pessoas através de uma característica: o gosto pela música e cultura”. Algumas puderam ser comprovadas através das conclusões retiradas das entrevistas e análise de conteúdo (métodos).

Em termos de motivação, para além de se ter afinidade pessoal com música em extrema, o facto de haver pouquíssima investigação científica sobre o assunto em português e um pouco mais em inglês e alemão⁴, também motivou a curiosidade e vontade científica em querer contribuir academicamente para o tema em português. Na academia anglo-saxónica, destacam-se os trabalhos de Keith Khan-Harris, que foram uma fonte de informação imprescindível na área da música extrema, tal como Deena Weinstein. Ainda que esta se concentre mais no *heavy metal*, também analisa pormenorizadamente o papel dos *media* na cena e para a música. Relativamente a estudos mediáticos, salienta-se a existência de autores Chris Atton, Jeffrey Arnett, Weinstein novamente e Andy R. Brown, cujos estudos de *metal* e *heavy metal* puderam ser aplicados no espectro da música extrema, já que fazem todos parte do mesmo género. Tal como foi aludido, apesar de, ironicamente, a música extrema constituir um campo vasto de estudos com implicações transdisciplinares⁵, a bibliografia em

³ Lojas de *merchandise*, marcas de roupa alternativa, companhias discográficas, promotoras de eventos, etc.

⁴ Não foi encontrada bibliografia em espanhol.

⁵ Pode ser estudada de um ponto de partida cultural, sociológico, político, antropológico, psicológico, semiótico, visual, etc. Note-se o caso das bandas Rage Against The Machine ou System of a Down, com uma forte componente

português sobre este tema é praticamente inexistente, havendo pouquíssimo material sobre o mesmo⁶.

Passando para a estruturação desta dissertação, no capítulo I definiu-se o conceito de “música extrema” e as idiossincrasias que o determinam num grau primário e visual, seguidos dos elementos definidores a um nível mais profundo e complexo. No capítulo II, é analisada a subcultura *metalhead* como elemento definidor da música extrema. É também dedicado à cena portuguesa, cuja análise à subcultura inerente do estilo musical e os seus atributos introduz a temática de como a cena é experienciada pelos agentes e como esta evoluiu ao longo dos anos. O capítulo III informa que métodos de investigação foram escolhidos e como foram aplicados. No capítulo IV estabelece-se um paralelo entre a *media mainstream* e a *media* alternativa, como estas diferem em termos de ausência, empenho e dedicação, e analisando-se o mercado nacional numa curta comparação com o internacional. Além destes tópicos, aborda-se a evolução deste tipo de jornalismo em Portugal.

Embora no capítulo anterior já haja informação deduzida dos métodos utilizados, a análise dos dados *per se* começa no capítulo V, onde se elaborou uma abordagem analítica do objeto de estudo, examinando-se a estrutura, conteúdos, capa, processo de trabalho e colaboradores, seguida de outro tópico que pretendeu caracterizar este tipo de *media* com base nas informações sustentadas pelos métodos, principalmente a análise de conteúdo. Terminou-se com uma reflexão sobre o papel e funções deste tipo de *media* e como as revistas e zines não são uma parte isolada da cena, mas sim pertencente a uma rede de comunicação onde ocorrem trocas de informação e divulgação.

Se por um lado esta dissertação pode tornar-se cientificamente relevante pelo facto de haver poucos estudos académicos sobre música extrema, por outro lado poderá ser também pertinente ao analisar profundamente como o jornalismo de música extrema, logrando ser, num futuro próximo uma espécie de retrato da situação mediática e potencialmente incitar uma reflexão e futuros estudos académicos sobre o mesmo.

política, ou grupos como os Sepultura que costumam, principalmente na era de Max Cavalera, incluir muitas influências da cultura brasileira na sua música.

⁶ A nível académico, há uma singular tese de uma aluna da universidade de Letras do Porto, onde a autora refletiu se haveria ou não um jornalismo especializado em música extrema em Portugal. A nível internacional, há uma segunda tese, desta vez de doutoramento, de Pedro Nunes pela University of Stirling, onde se analisou o caso português do jornalismo musical.

Capítulo I - *The beast that never dies*: a música extrema

1. A problemática e a definição do conceito de música extrema

Música extrema é um conceito com uma definição complexa e controversa. Devido aos múltiplos géneros e subgéneros musicais que alberga, os significados dados por diferentes autores nunca ficam livres de contestação. Afinal, como é que se pode classificar unanimemente um termo que já é por si intrinsecamente complexo?

De uma forma geral, o termo está associado com uma elevada variedade de géneros e subgéneros criados desde 1980, desde *heavy metal*, *speed metal*, *thrash metal*, *black metal*, *death metal*, *doom metal*, *symphonic metal*, *melodic death metal* a fusões de estilos considerados comumente como “pesados”: *punk* e *hardcore* e subgéneros derivantes: *grindcore*, *metalcore*, *viking metal*⁷, entre outros. Esta variedade de géneros, porém, não é nem pode ser algum dia estática e inamovível (Kahn-Harris, 2007:12), uma vez que, tal como qualquer produção artística, são livres e espontâneos. Mais do que fronteiras rígidas, constituem uma espécie de marcos conceptuais e propostas de delimitações utilizados para racionalizar e organizar de forma metódica a música concebida, embora por vezes possam mobilizar debates no interior da comunidade musical e dos fãs⁸.

Em termos sónicos, está relacionada com o uso de vocais limpos (*clean vocals*), *i.e.*, o canto normal que a maior parte dos intérpretes de qualquer estilo musical pratica, ou registos guturais, como o *growl/ screamo* – uma técnica vocal que torna a voz de um indivíduo intensa, áspera e “beast-like”⁹.

Abarca também o uso de guitarras elétricas, baterias, baixos e voz como instrumentos principais, dependendo, claro, das especificidades de (sub-)géneros musicais; pela produção musical em afinação em tom grave¹⁰, com um tom poderoso e agressivo, rápido, distorcido e tecnicamente exigente – em muitos géneros, os acordes são tocados de uma forma célere que requiere muita prática e conhecimento do(s) instrumento(s) -; e pela intercalação entre técnica de bateria que faz uso de um pedal

⁷Embora este subgénero seja reconhecido e utilizado por publicações mediáticas com uma longa carreira, como a *Blabbermouth* ou a *Metal Hammer*, não é um termo consensual dentro da comunidade musical. Por exemplo, os Amon Amarth (banda de *death metal* sueca) são muitas vezes designados como *viking metal*, uma distinção que estes recusam veemente.

⁸De acordo com a observação-participante e experiência dentro da cena, é comum haver debater intensos sobre o género musical de uma dada banda.

⁹De que é exemplo o vocalista Alex Terrible da banda russa de *deathcore* Slaughter To Prevail ou Muhammed Suifmez dos alemães Necrophagist, grupo de *technical death metal* (estado desconhecido). Todas as informações sobre bandas são retiradas do site [Metal Archives](#).

¹⁰*Low key*.

duplo¹¹, mudanças de *tempo* rápidas e tonalidades compostas, acompanhadas normalmente por voz com as técnicas vocais supramencionadas, numa criação musical que pode soar como caótica e desconcertante para ouvintes pouco familiarizados com o estilo (Urgen, 2016:20). De facto, em alguns géneros a velocidade atingida é bastante elevada: no *grindcore*, *brutal death metal* e *death metal* é possível tocar 16 a 32 notas por música¹² (*ibidem*), e com uma elevada concentração de BPM¹³.

Do mesmo modo, é também muito comum o uso de “tritone”¹⁴ em bandas de música extrema, uma vez que as suas qualidades dissonantes e inquietantes conseguem criar uma atmosfera de tensão e desentoamento (Urgen, 2016: 21). Este também é conhecido como o *diabolus in musica* e foi um intervalo musical proibido na música medieval e renascentista, devido às suas características perturbantes (*ibidem*). Consequentemente, é muito usado em composições de grupo de *death* e *black metal* ou na música “Black Sabbath” da banda homónima, embora também tenha sido utilizado no *early jazz* e seja muito comum na música clássica (na ópera “Tristane and Isolde” de Wagner, na peça “Danse Macabre” de Camille Saint-Saëns ou “Après une lecture du Dante” de Liszt). Desta forma, constitui um exemplo prematuro de transgressão¹⁵.

Para Weinstein (2000:6), géneros como *heavy metal* têm “a code, or a set of rules that allows one to objectively determine whether a song, an album, a band or a performance should be classified as belonging to the category heavy metal”. Considera-se que isto não é verdade nem no género de *heavy metal* nem no seu global musical (música extrema). Como engloba um variado número de géneros e subgéneros que se influenciam mutuamente e podem criar uma quimera musical dificilmente determinável, pode-se afirmar que a ideia de Weinstein é simplificar um fenómeno intrinsecamente complexo. Não é possível “determinar objetivamente” se uma música, álbum, banda ou performance é *heavy metal* e esta limitação mantém-se na música extrema: não há nenhuma regra *per se* que defina efetivamente música extrema, embora esta seja caracterizada por algumas idiossincrasias que ajudam na sua identificação, como os temas das canções, a sonoridade e componentes musicais, a simbologia, a estética e os

¹¹ *Double-kick drumming*.

¹² Bandas de *death metal* como Cannibal Corpse, Slayer e Fleshgod Apocalypse) são reconhecidas pela velocidade musical dos *tempo*. Contrariamente, grupos como Paradise Lost e Swallow the Sun apostam em melodias mais harmoniosas, em *low key* e densas de forma a criar uma atmosfera pesada e sombria.

¹³ *Beats per minute* (batidas por minuto). A música “Mouth for War” dos Pantera que tem 155bpm, por exemplo.

¹⁴ Teoria musical: um “tritone” é um intervalo no meio de uma oitava.

¹⁵ Vide p. 16, Capítulo I.

seus aspetos de profanação e, especialmente, transgressão (Khan-Harris, 2007; Shaap e Berkers, 2014; Urgan, 2016).

Temas nas letras

É possível distinguir três tipos de temas recorrentes na música extrema (Frandsen 2011; Vasan 2011; Shaap e Berkers, 2014): em primeiro lugar, letras relativas a *agressividade* – violência, guerra, morte, sofrimento, crime, sangue ou suicídio¹⁶.

Em segundo lugar, relativas ao *ocultismo*, com o uso de mitologias antigas (nórdicas, gregas, romanas), religião (normalmente seguida de comentários críticos), satanismo e outras religiões pagãs. Este tema está muito presente na cena norueguesa¹⁷, sendo utilizado para desafiar princípios católicos e como uma crítica a uma suposta conformidade.

Em terceiro lugar, relacionadas com o *misanthropismo*, numa crítica a uma sociedade humana condenada à decadência e extinção, e uma aversão geral ao ser humano¹⁸.

As letras das músicas têm usualmente a mesma importância que a melodia da própria composição, em oposição a outros estilos de música que utilizam a repetição excessiva de forma a criar um ritmo frequente e atrativo, como o pop ou a eletrônica. Simon Frith (2007:145) considera que o tom e a interpretação do vocalista são notavelmente mais importantes do que as letras, uma vez que o ouvinte responde primeiro à voz e não às letras, uma ideia que a presente dissertação discorda. Tal como se pode observar neste subcapítulo, as letras são uma base definidora da conceção de uma banda de música extrema e uma parte fundamental da relação com os fãs.

Simbologia, estética e imaginário

Além da atmosfera e imaginário constituído através dos temas e sonoridade, a música extrema tem uma estética e vestuário particular¹⁹. Estes estão embebidos de significado e podem ser uma tradução de sentimentos de revolta, raiva e alineação, propositada ou não, em objetos físicos. Mais do que envergar determinados tipos de roupa e acessórios que são característicos do tipo de música, muitos membros da cena não são desconhecedores nem indiferentes aos que estes determinados símbolos denotam. Claro

¹⁶ Mais exemplos: abandono, *bullying*, mutilação, dor, crítica política e social.

¹⁷ Em bandas como os Mayhem e Gorgoroth.

¹⁸ Este tema está muito ligado ao *black metal*, com grupos como os Possessed e Entombed.

¹⁹ Estudados mais aprofundadamente no Capítulo II, p. 21.

que para muitos utilizar um *t-shirt* com uma cruz invertida²⁰ não terá significado absolutamente nenhum, mas o oposto também ocorrerá decididamente²¹.

Mais do que simples adereços, constituem símbolos que caracterizam o imaginário da música extrema, compondo um estilo²² que é simultaneamente uma declaração e uma forma de autoexpressão, mas também um ato de transgressão social.

Transgressão

Uma transgressão²³ pode ser identificada em vários tipos de arte e classificada desta forma por constituir uma violação do que é socialmente considerado “normal”, por provocar um choque ou desafiar as normas sociais e culturais. Embora esteja muito associado com música, pode-se encontrar exemplos de transgressão no Dadaísmo ou no Surrealismo. Esta é característica fulcral e definidora da música extrema, que é “um género de transgressão e extremos” (Purcell, 2003; Kahn-Harris, 2007; Weinstein, 2000).

«[Extreme music] cluster of metal subgenres characterized by sonic, verbal and visual transgression» (Shaap e Berkers, 2014:101)

Tanto Keith-Kahn Harris (2007) como Shaap e Berkers (2014) dividem esta qualidade de transgressão em três modos: sónico, verbal e visual. Na dimensão sónicas, exemplos de transgressão podem ser identificados na instrumentalização: é na guitarra (o elemento definidor do som, nos solos - a “liberdade” - e nos *riffs* (relacionados com controlo) – Welser (1993) -, que é conseguido uma dialética tensa entre ambas as técnicas que, por sua vez, permite ao ouvinte passar da experiência sonora de música profundamente controlada e técnica para o culminar da música com o solo de guitarra. Os vocais também assumem um papel preponderante na criação desta experiência, com os vocalistas a transmitirem representações de poder com uma intercalação entre interpretação firme e rígida, o uso de notas longas para intensificar o canto ou a utilização das técnicas vocais aludidas de forma a criar uma atmosfera sombria e grotesca. Adicionalmente, a amplificação dos instrumentos permite provocar um sentimento avassalador, causando um efeito tátil através da sua vibração e sendo

²⁰ Nas últimas décadas, a cruz de São Pedro (ou a cruz invertida) tem estado associada ao antiautoritarismo e atitudes de desafio e resistência, mas não necessariamente ligada a ideias anticristãs.

²¹ Por exemplo, poucos considerariam os Kiss como uma banda de *heavy metal* ou tipo de música mais extremo, somente por estes apresentarem um visual possivelmente “diabólico” e “horroroso” e usarem *corpse paint*, um adereço muito utilizado por bandas de *death metal* para alcançarem um visual aterrador.

²² No sentido de moda e autoexpressão.

²³ Conceito trabalhado por autores como Mikhail Bakhtin (cf. *Rabelais and His World*, 1965).

comum conseguir sentir literalmente as batidas da música no peito durante os concertos. Curiosamente, algumas bandas, como os Kiss, Deep Purple e Manowar reclamam-se para si o título de “a banda mais barulhenta do mundo”, atingindo entre 150 a 130db.

«Metal music culture, both in past and in its current variants, has always prided itself on being the loudest and most-intense of all genres»
(Brown, 2007:642)

Na dimensão verbal, as letras são igualmente usadas para forma de conseguir causar uma rutura entre o “aceitável” e o “não-aceitável”, entre o dito “normal” e o “estranho” e constituir outro ato de transgressão. Bandas como os Carcass²⁴ costumam dedicar-se a temas com terminologia médica de um ponto de vista mais sombrio e atos de mutilação do corpo humano e, tal como Reynolds e Press (1995:95) defendem, mais do que descrições vívidas de atos grotescos, apresentam um fascínio pelo corpo e as suas potencialidades.

Por outro lado, a música “Disciple” dos Slayer constitui uma crítica à raça humana, pelas suas características de hipocrisia, superstição e destruição. Na canção, a banda critica a sociedade que promove e assiste a atos de guerra, mas distrai-se dos problemas dos outros com a religião²⁵.

Assim, as letras partilham o aspeto de muitas constituírem críticas sociais e, por isso, serem pretextos de reflexão e objetos de empoderamento dos ouvintes. Não são compostas para serem ouvidas durante uns meses na rádio, mas sim para serem alvos de ponderação e reflexão crítica, desafiando as normas e o que é socialmente aceite. Esta tendência reflete-se nos títulos das músicas, de álbuns e inclusive nos nomes das bandas²⁶.

Por fim, a dimensão visual. Os níveis sónicos e verbais são realçados através do visual, que pode ser considerado uma representação física dos mesmos que, tal como foi supramencionado, constituem símbolos da subcultura. Através dos símbolos e adereços referidos, o efeito visual pretendido tenta sempre ameaçar a dita normalidade estabelecida²⁷. Por exemplo, os logótipos e *t-shirts* das bandas servem como elementos

²⁴ “Excised and anatomised, deviscerated disarray/ The torso diverged with pride/ Deftly amputated, evulsed limbs now defunct/ The trunk imbrued, tatty stumps used as lugs/ For a chondrin puzzle so quaint/ Head and body decollate/ A heaving mass so quiescent” (“Corporal Jigsore Quandary” dos Carcass).

²⁵ “Strive for peace with acts of war/ The beauty of death we all adore/ I have no faith distracting me/I know why your prayers will never be answered / God hates us all, God hates us all”.

²⁶ Exemplos: Rotting Christ, Cannibal Corpse, Mayhem.

²⁷ Alguns álbuns dos Cannibal Corpse chegaram a ser censurados em diversos locais de venda para poderem estar em exibição.

de identificação, partilha e lealdade entre os fãs e os músicos, e criam uma imagem distinta e afastada dos “não-fãs”²⁸.

1.1. Elementos definidores

Khan-Harris (2007) define este tipo de música com sendo portadora das seguintes características: é “influyente”, uma vez que inspira não só bandas dentro do próprio meio musical. Basta pensar como os Led Zeppelin influenciaram *psychedelic* e *punk-rock* e outros (sub-)géneros ou na importância dos Black Sabbath para grande parte da esfera da música extrema. É também artisticamente desafiante, pois não conhece barreiras e desafia os próprios conceitos do que é música essencialmente; é simultaneamente “diversa” em termos artísticos e locais, já que não há fronteiras que delimitem o que pode ser experimentado musicalmente e existem cenas musicais²⁹ espalhadas por todo o mundo; e, por fim, é “reproduzida através de práticas sociais inovadoras” – o autor refere-se às várias estratégias de difusão e reprodução da música extrema, de que são exemplos as revistas, zines e *blogs* dedicados ao assunto ou a promotoras de espetáculos que atuam localmente.

Além destes atributos descritos pelo autor, considera-se também que a música extrema pode ser classificada da seguinte forma: primeiro, é reflexiva, porque muitos dos seus temas constituem uma crítica à sociedade e misantropia, numa tentativa de encorajar os ouvintes a cogitar sobre a sua realidade. Neste sentido, é também dicotómica³⁰ (segundo aspeto) e mitologicamente apolínea e dionísia³¹, pois incorpora nos seus temas as ideias de razão, lógica e racionalização de temas importantes para a humanidade (representadas por Apolo) e a libertação dos constrangimentos sociais, e presença da emoção (representadas por Dionísio)³². Terceiro, socialmente integrante, uma vez que promove a criação de comunidades e grupos tanto internacionalmente como localmente – fenómeno mais conhecido por “cena musical”. Quarto, é caoticamente organizada: para *outsiders*, atos como *headbanging*, *stage dive*, *crowd surfing* e *moshing* podem parecer caóticos, desordenados e violentos, mas, na verdade,

²⁸ Prefere-se caracterizar assim as pessoas que não gostam deste tipo de músicas e que não partilham o mesmo estilo, em detrimento de “pessoas normais”, uma vez que pode passar uma mensagem errónea.

²⁹ Conceito típico de música extrema que será explicado no capítulo 2.

³⁰ Exemplos: Músicas como “Holy Wars... The Punishment Due” dos Megadeth lidam com a questão da superficialidade da guerra e, contrariamente, “Brother of Metal” dos Manowar, na qual a banda exalta a comunidade criada à volta da música extrema.

³¹ Doutrina filosófica baseada na mitologia da Grécia Antiga descrita por Nietzsche em “Die Geburt der Tragödie” (“O Nascimento da Tragédia”), livro de 1872. Cf. também “Hipérion ou o Eremita da Grécia” de Hölderlin (1997).

³² Weinstein (2000) considera que estes são os dois grandes temas das composições de *heavy metal*: o caótico e o dionisíaco.

são ações profundamente estruturadas e preparadas - Berger (1999:71) descreve-as como «a tensão entre a violência e a ordem». Embora esteja implícito o risco de lesões, grande parte dos participantes fazem-no como resposta física e mental à intensidade da música, e compreendem que deve haver cuidados e regras³³ para garantir a segurança dos mesmos – uma espécie de etiqueta de *moshing*, que inclui regras que sugerem não empurrar para o *mosh pit* membros da audiência que não o querem fazer ou auxiliar quem se desequilibrar durante este ato.

Capítulo II- A cena de música extrema em Portugal

2. Fãs: a subcultura *metalhead*

O estudo mediático da música extrema deverá englobar logicamente uma análise a uma das suas componentes definidoras: a subcultura que a sustém e vice-versa. Este fenómeno complexo e epistemologicamente investigado é constituído por alguns elementos da sociedade urbana que criam formas de significação e organização de forma a produzir uma comunidade que partilha os mesmos códigos e discursos como reação aos sentimentos de alienação, anonimato e não-pertença causados pelo seu deslocamento da estrutura normativa da sociedade, com exemplos tão vastos como o conceito: teddy boys, rastafáris, punks, *metalheads* e até gangs³⁴.

Os primeiros estudos sobre subculturas começaram na Escola de Chicago nos anos 20, com ênfase nos comportamentos desviantes e com um olhar teórico próximo do interacionismo social como resultado de problemas sociais inerentes dos meios onde certos grupos cresceram e, por isso, mais aplicada à área da criminologia.

Foram, porém, os trabalhos de Dick Hebdige e Birmingham University's Centre for Contemporary Cultural Studies (BCCCS) que se tornaram essenciais, estabelecendo os traços e termos gerais da análise do fenómeno, embora partissem de diferentes premissas. Se por um lado, o BCCCS focou-se particularmente uma perspetiva marxista³⁵ que teoriza que as subculturas eram um reflexo do descontentamento das jovens classes trabalhadores relativamente à “cultura parental” (Hall *et al.*, 1976:13) e a uma classe hegemónica consumista e dependente dos meios de comunicação das massas, Hebdige (1988), por outro lado, argumentou que estas eram um sintoma da tensão entre os opressores e os oprimidos da sociedade (tal como Brake, 1985),

³⁴ Estudados pelo criminologista Albert K. Cohen na obra *Delinquent Boys: Culture of the Gang* (1955).

³⁵ Aliada a uma abordagem transdisciplinar de teoria literária, história, semiótica, estudos de *media*, antropologia, etc.

focando-se mais na função de *bricolage*³⁶ do estilo, no sentido da sua função de ressignificação de signos e ícones – o que o autor, inspirado em Umberto Eco³⁷, denominou de “semiotic guerrilla warfare” (*ibidem*). Por seu turno, Arnet (1991, 1993), defende que a alienação sentida normalmente durante a adolescência e que se pode manter ao longo da fase adulta é o motivo criador das subculturas.

Esta ressignificação de signos mencionada em ambos os trabalhos é fulcral e determinante nas subculturas, pois constituem “símbolos de resistência à cultura dominante” e é “através desta que os jovens das classes populares se opõem face à hegemonia cultural que os neutraliza e uniformiza” (Guerra e Quintela, 2016:198). Desta forma, não há um processo de renegociação entre as partes, mas de resistência, luta e conflito simbólicos³⁸, que opõe duas posições antagónicas – “nós vs. eles” ou, no caso concreto do objeto de estudo desta dissertação, os “*metalhead* vs. os normais” ou simplesmente “os que gostam de música vs. os que não gostam”³⁹.

Para os elementos da subcultura, é importante ainda estabelecer a posição adversa entre os que realmente gostam da música (e podem seguir ou não o estilo de vida e modo de pensar) dos que tentam aparentar fazê-lo. Estes, por fingirem ser o que não são, terem falta de *autenticidade* e não criarem uma *identidade* própria com base na defesa do espírito crítico própria da música extrema, são constantemente tratados com escárnio e desprezo, numa firme posição adversa entre ambas as figuras: os verdadeiros elementos da subcultura, autênticos e por isso aceites pelos membros e os *posers*⁴⁰, imediatamente rejeitados (Arnett, 1993).

Para Hebdige, representam o “ruído” por oposição ao “som” (1988:91) e por isso constituem “violações dos códigos autorizados através dos quais o mundo social é organizado e experienciado” (*ibidem*), no sentido muito vezes puro e simples de *épater le bourgeois*. Embora se possa considerar que esta oposição à realidade normativa esteja

³⁶ Conceito também trabalhado por Levi-Straus (1966; 1969).

³⁷ Eco, U. (1972), ‘Towards a Semiotic Enquiry into the Television Message’, W.P.C.S. 3, University of Birmingham.

³⁸ De que é exemplo a apropriação de símbolos religiosos, como cruzeiros normais ou invertidas, uso profano de hábitos papais, de freiras e do imaginário religioso na generalidade, e por oposição, símbolos satânicos – ambas formas tipicamente usadas no *black metal* e *death metal*. Bandas como Behemoth, Ghost, Belphegor ou Gorgoroth são apenas alguns casos. Cf. *The symbolism of evil* (1967) de Paul Ricœur.

³⁹ Howard Becker foi o pioneiro na dicotomia “nós vs. eles” e na importância da música para a formação de subculturas com o seu livro sobre jazz, inspirado na sua própria experiência enquanto músico desse estilo. Cf. *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance* (1963).

⁴⁰ O problema decorreu até dentro da própria cena musical, com o desenvolvimento do *nu metal*, que muitos *metalheads* “puristas” não consideravam pertencer ao género. “Há muitos *metalheads* puristas e com mentes fechadas que iam odiar qualquer coisa logo por acharem que não era ‘verdadeiro metal’ ou algo do género. Os Korn nunca foram uma banda de *metal*,” explicou Jonathan Davis, vocalista dos Korn, sobre a questão dos *posers*. Entrevista com a Radio Metal em 2012. Tradução livre.

na premissa da subcultura analisada, isto não querará dizer que todos os elementos encarem esta questão de forma semelhante. No mesmo sentido, isto não significa também que a subcultura é homogênea no seu core. Muito pelo contrário: os seus elementos interpretam e dão novos aceções aos signos que “adotaram” e geram os seus próprios conceitos (Barthes, 1972; Brake, 1985) – o mapa de sentidos é coincidente, mas não tem de ser necessariamente igual, até porque umas das premissas do próprio estilo musical passa pela reflexão crítica da realidade.

A resistência contra a normatividade e a “guerrilha simbólica” ganham uma dimensão física no vestuário, música⁴¹, linguagem e rituais – as quatro componentes que compõem uma subcultura segundo Stanley Cohen (1972). A música é o campo mais proeminente e fértil de significação, mas será talvez o mais limitado em termos de significação uma vez que é controlado pelos produtores – os músicos. Nos outros campos, todos os agentes da que constituem a subcultura (fãs, promotores, músicas, editores e responsáveis por outros negócios na área, jornalistas e escritores) ajudam a formar, de forma indireta ou direta, novos processos cumulativos de seleção e transformação (Hall *et all*, 1976: 203).

Acompanhando a emergência das culturas juvenis, tem sido desenvolvido e convocado diversos conceitos – nomeadamente, os de subculturas, contraculturas, tribos, neotribos, cenas, microculturas e comunidades – que correspondem a abordagens teóricas relativamente distintas mas onde a música funciona indubitavelmente como móbil agregador. (Guerra e Quintela, 2016: 195)⁴²

Estilo como forma de auto-expressão

Contrariamente ao da música, o campo do vestuário e também da imagética criada pelas bandas são áreas abrangentes de ressignificação e transformação de símbolos, que estão embutidos de novos significados e representações⁴³. Em termos gerais, o tipo de roupa pode ser categorizado em 4 classes: oculto, bélico, iconográfico e (anti)religioso. O primeiro inclui o uso de caveiras, esqueletos, pentagramas, representações de Baphomet⁴⁴, o vestuário predominantemente preto, por vezes *corpse paint*⁴⁵, entre

⁴¹ Analisada no capítulo prévio.

⁴² *Apud* Haenfler, 2006; Hodkinson e Deicke, 2009.

⁴³ Por motivos de falta de espaço, este tópico não poderá ser abordado. O uso de elementos de vestes militares, por exemplo, pode tentar passar a mensagem de masculinidade, virilidade, severidade, etc.

⁴⁴ A história da imagem é complexa. Esteve primeira erroneamente associada aos Templários durante a sua queda. O símbolo, “Cabra Sabática”, foi criado por Eliphas Lévi no seu livro *Dogme et Rituel de la Haute Magie* (dois volumes publicados em 1854 e 1856), onde o autor desenhou uma figura humanoide com uma fisionomia de uma cabra, um par de seios e chifres, baseando-se nas primeiras representações do diabo dos inícios do Tarot. A partir do século XIX, ficou associado ao ocultismo e mais tarde ao satanismo.

⁴⁵ Ver exemplo nos Anexos, fig. 2, p. 61. Trata-se de uma ideia retirada de guerreiros como os Celtas ou os nativos-americanos que usavam pintura corporal para intimidar os inimigos.

outros⁴⁶, recorrendo ao uso de um imaginário horroroso que pode ser chocante, num ato que poderá ser uma forma de lidar com natureza binária vida humana. Tal como Bakhtin⁴⁷ (1929) notou, a sociedade já o faz durante o Carnaval onde o terrífico e aterrador são aceites como norma.

O segundo compreende à utilização da parafernália militar, como botas de combate, *bullets belts*, pulseiras com tachas/ picos, correntes, *corpse paint*⁴⁸; e a terceira classe engloba os *patches* e os coletes decorados com os mesmos, as bandeiras das bandas, *t-shirts* das bandas – o *merchandise* - e cabelo comprido ou completamente rapado. Os coletes são um caso interessante de vestuário: é um ritual comum colecionar *patches* (emblemas de bandas) aos poucos e cozê-los na peça – quantos mais *patches* o agente estiver, mais comprometido e envolvido está com a cena musical.

Por último, o (anti) religioso é mais complexo, uma vez que se trata normalmente de um ato de deturpação do Cristianismo, consciente ou não, que recorre à dessacralização de símbolos como as cruzes, representações de Jesus Cristo ou outras figuras da Igreja, apropriação das vestes litúrgicas, como as de papas e freiras⁴⁹, ainda que esta última seja mais vulgarmente usado pelos artistas e não pelos fãs.

O *merchandise* assume um papel preponderante nesta questão, a par com o restante tipo de roupa e acessório usados, ao tornar-se um símbolo da comunidade que não é necessariamente compreensível para os que não pertencem a esta e uma expressão de um estilo próprio (neste caso musical) dentro da subcultura. Ao ser uma ferramenta para ajudar as bandas economicamente, é simultaneamente outra forma de os agentes concernentes a este mundo inserirem-se na comunidade e partilharem um código que não é necessariamente acessível para os “outsiders” e diferencia-os de uma forma consciente dos mesmos.

Envergar este determinado estilo de vestuário frequentemente é uma forma de os vários agentes pertencerem à subcultura que, juntamente com a audição ativa da música, é a forma mais primária dos atores conseguirem fazer parte da comunidade, uma vez que compreendem um nível mais baixo de empenho e dedicação quando comparados a outras atividades inerentes da subcultura (criar música, organizar festivais, etc).

⁴⁶ Usados por bandas como os Venom, Bathory, Behemoth, Burzum, Mayem, etc.

⁴⁷ Bakhtin também estudou o grotesco da Idade Média e do Renascimento, além do Carnaval, como mecanismos para lidar com a ambivalência e incongruências da sociedade humana, recorrendo ao humor negro, inversão, imagens viscerais e exageração.

⁴⁸ Um ritual mais comum nos subgéneros de *black metal* e *death metal*.

⁴⁹ Tanto no caso dos músicos como dos outros agentes, o uso destes símbolos poderá não ter nada a ver com religião e ser meramente uma “contra-teologia” (Weinstein, 2000).

Linguagem

A linguagem é outra característica que une os elementos da subcultura, ao partilharem certos conceitos que não são imediatamente compreensíveis para os que estão fora da comunidade e que por isso necessitam de ser descodificados. Termos como *mosh*, *gig*, *headbanging*, *circle pit* ou *crowd surfing*⁵⁰, entre outros, fazem parte do vocabulário rotineiro dos agentes da subcultura. Além de terem a função básica de qualquer tipo de linguagem para designar algo, são simultaneamente instrumentos de diferenciação e signos partilhados por uma comunidade, que concomitantemente liga-os e afasta-os daqueles que não pertencem à subcultura.

Rituais

Por último, os rituais: todas as subculturas os têm e o que difere é meramente a sua constituição. No caso da subcultura dos *metalhead*, os concertos e festivais organizados são dois exemplos. Durante os mesmos, os agentes da subcultura realizam outros rituais que só são reconhecidos e praticados por estes: por exemplo, o gesto dos *horns* com as mãos, que simbolizam formas de interação entre o público e banda, mostram sinais de empenho e energia durante o concerto e são um símbolo reconhecido na comunidade, causando uma sinergia entre o público e a banda. Durante um *stage diving*, é comum ver-se rapidamente um grupo de pessoas juntar-se à frente da pessoa que se quer atirar do palco para o público para que esta possa fazê-lo de uma forma bem-sucedida e, por regra geral, segura (o que pode não acontecer, claro).

Assim, no seu conjunto, o imaginário criado pela parte física da subcultura torna-se uma representação tangível e visível desta retórica específica, tradução de uma variedade de sentimentos e emoções (de querer chocar, raiva, oposição à norma e ao sistema, querer ser diferente) e de expressões de “agressividade, frustração e ansiedade” (Hebdige, 1976:87). Através da criação de novos mapas de significação e hábitos, os elementos adquirem a tão desejada autenticidade que a maioria considera faltar na sociedade das massas e desta forma ser “diferente”.

No seu todo, formam os quatros indicadores de “substância subcultural” descritos por Paul Hodkinson: identidade, distinção consciente, autonomia e empenho⁵¹.

3. A cena portuguesa: experiência dos agentes

⁵⁰ Mais exemplos: *djent*, *breakdown*, *power chord*, *drop tuning* e *stage diving*.

⁵¹ HODKINSON, Paul (2002), *Goth. Identity, Style and Subculture Dress, Body, Culture*, London, Berg Publishers.

O conceito de cena musical (comum na maior parte dos estilos de música e não apenas neste em particular) não é de fácil definição: pode ser entendida como um espaço não necessariamente físico e, com o advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), muitas vezes virtual, que uma determinada subcultura frequenta, organiza e sustém, sendo palco de diferentes trocas de poder e interação e motivada por níveis empenho díspares.

Para Will Straw (1991:375)⁵², as cenas musicais formam contínuas alianças translocais entre os vários membros e produzem assim um sentimento de comunidade, transformando-se em locais de estilos e pensamentos heterógenos⁵³. Keith Kahn-Harris (2007:20) refere a mesma sensação de comunidade, mas discorda da perspectiva de cena “estática” defendida por Straw – “as cenas nunca podem ser estáveis; estão em permanente mudança” (*ibidem*).

Mais importante do que tentar definir o termo ou perceber o que qualifica uma pessoa para estar “dentro” ou “fora” da cena ou se esta pertence de facto à mesma, passa por compreender o nível de empenho das agentes dentro da cena a que fazem parte e como se manifestam dentro dela.

A cena de metal extremo é uma cena musical global que contém cenas locais dentro dela. (*ibidem*)⁵⁴

É nas cenas (quer sejam locais, nacionais, globais, físicas ou virtuais) que são profundamente organizadas, mas não estratificadas, que os agentes encontram espaço as formas de autoexpressão e de manifestação da própria subcultura supramencionadas no ponto anterior: mesmo que um fã não esteja num recinto a ouvir uma banda, faz parte da cena ao ouvir um CD de uma banda no seu quarto ou ao levar uma *t-shirt* com um logótipo de um grupo para um local público. Neste espaço, concretizam-se efetivamente todos os símbolos, rituais e modos de imersão da subcultura⁵⁵, além de ser uma “esfera” ativa e para onde todas as atividades inerentes do meio convergem.

Por atividades entende-se não somente a criação de música, mas todas as tarefas que constituem o meio: os editores, promotores, responsáveis por estúdios, editoras, lojas de *merchandise* e outros negócios aproximados (como tatuagens e *piercings*), criadores de fanzines e *webzines*, jornalistas/ escritores de publicações digitais e físicas, fãs, músicos,

⁵² Cit. por Kahn-Harris, 2007.

⁵³ Mark Olson (1998) criticou Straw por não considerar a influência dos movimentos de diáspora e migração nas cenas.

⁵⁴ Tradução livre.

⁵⁵ Discutidos no ponto anterior.

entre outros. Ainda que as cenas não tenham um centro (*ibidem*), é para a cena que todos os movimentos confluem partilhando um motivo agregador: a música.

Capítulo III- Métodos

Tendo em conta a natureza multidimensional dos *media* (Pereira Neto, 2017)⁵⁶, recorreu-se a métodos de investigação mistos para compreender e explicar o fenómeno estudado: análise de conteúdo qualitativa e entrevistas exploratórias e semiestruturadas. Durante a fase de investigação e recolha de informação sobre objeto de estudo, recorreu-se ainda à observação participante, mas esta não será abordada no decorrer da dissertação por motivos de espaço e por não terem sido recolhidas informações novas relativamente ao que já se reuniu graças aos dois primeiros métodos.

Segundo Berger (2016: 273), o ser humano já pratica análise de conteúdo rotineiramente, quer seja a ler jornais e revistas, a ver programas de televisão ou a ler livros, de forma a encontrar padrões, descobrir significados e tornar a realidade inteligível. Aplicou-se a mesma lógica (com diferenças a nível da sistematização, objetividade e metodologia) no objeto de estudo desta dissertação, por se considerar que é o método mais adequado para examinar as produções culturais em causa: revistas, textos jornalísticos e outros enquanto portadores de significado da população analisada.

Após a revisão bibliográfica, escolheu-se uma amostra representativa do fenómeno: as revistas físicas Loud e Ultraje. Fundamentando, primeiro, esta escolha foi pragmática uma vez que são as únicas edições em papel em circulação no país atualmente (garantindo-se assim os critérios da exaustividade e da representatividade). Segundo, definiram-se quatro critérios de seleção: critério jornalístico - apenas revistas físicas e digitais, fanzines e *webzines* escritas, admitindo-se, contudo, publicações com outros meios mediáticos (canais de YouTube ou rádio) desde que tenham uma componente escrita e atuem a nível nacional. Eliminam-se os *blogs* de opinião e criados por privados, publicações inativas e/ou com um estado ambíguo, e regionais. Desta forma, garante-se a homogeneidade da amostra. Empregou-se também o critério da antiguidade – revistas com pelo menos dois anos de existência contínuos; o critério da nacionalidade - apenas revistas portuguesas e na língua materna; e o critério da atualidade - apenas publicações manifestamente ativas. Os mesmos critérios serviram-se para reunir a

⁵⁶ Esta referência corresponde a apontamentos retirados durante as aulas da unidade curricular de Métodos de Análise de Multimédia com o Prof.º Doutor Pedro Pereira Neto em 2017.

amostra secundária: as *webzines* Loudness Magazine, Metal Imperium⁵⁷, Portuguese Distortion, Songs For The Deaf Radio (SFTD Radio) e a revista digital World of Metal, que foram analisadas recorrendo ao método de entrevista e análise dos respetivos *sites* e peças produzidas. Eliminaram-se, por exemplo, rádios locais como a Warfare Radio; *webzines* portuguesas escritas em inglês (maioritariamente), como a The Black Planet Zine, revistas/*webzines* digitais que incidam em música extrema, mas que foquem também outros géneros.

Relativamente à amostra escolhida criaram-se mais quatro critérios para determinar como esta será constituída: quantidade, antiguidade, praticidade e formato. Sobre a *quantidade* (ou tamanho da amostra) e *antiguidade*, por se considerar que é uma porção representativa que contém a informação necessária para se responder às várias questões e objetivos criados (Krippendorff, 2004), decidiu-se que seria analisado um ano de edições das revistas (o que corresponde a 12 números da Loud, uma revista mensal, e a 6⁵⁸ da Ultraje, bimensal). No caso da primeira, por motivos práticos e de forma a observar como a revista evolui ao longo dos anos, os números das edições não são seguidos, o que não ocorreu totalmente com a Ultraje por esta ser bastante mais recente. O *formato* escolhido também foi motivado pela praticidade e espaço: preferiu-se analisar “apenas” as revistas físicas de uma forma aprofundada e não os *sites* das revistas (embora estes tenham sido observados como forma suplementar).

Posteriormente, aplicou-se diretamente o método de forma a compreender como as revistas estão estruturadas, que secções, tipos de artigos contêm, orientação temática – a descontextualização, segundo Catanzaro (1998). Depois procuraram-se padrões, frequências, de forma a criarem-se “unidades de significado” (*ibidem*), que foram categorizadas e codificadas⁵⁹ com recurso ao programa MaxQDA, que permitiram partir para a fase de recontextualização dos dados (*ibidem*).

No caso das entrevistas, foram enviados pedidos a agentes da população que se consideraram ter papéis importantes no meio, num total de 14 entrevistas concretizadas⁶⁰: escritores/jornalistas das revistas analisadas e das fanzines e *webzines*⁶¹ e ainda 3 músicos e um radialista, de forma a obter uma visão mais geral e heterogénea sobre o fenómeno. Embora a maioria das entrevistas tenham sido realizada

⁵⁷ Por motivos alheios à autora, esta *webzine* não conseguiu entregar as respostas à entrevista a tempo e por isso não foi considerada na dissertação.

⁵⁸ Tendo sido estudadas mais 2 como segurança.

⁵⁹ Lista de códigos discriminada nos Anexos, p. 63, fig. 12.

⁶⁰ Vide perfil dos entrevistados nos Anexos, pp. 67 e 68.

⁶¹ Doravante designadas por “zines” para se referir ao seu todo.

pessoalmente, por motivos de agenda algumas tiveram de ser efetuadas por Skype ou email e gravadas com o programa Audacity: 7 foram realizadas pessoalmente, 3 por email e 3 por Skype.

Para se realizar um perfil dos entrevistados foi criado um formulário no Google Forms que os participantes responderam autonomamente.

Capítulo IV- Análise dos dados: a imprensa especializada em música extrema portuguesa- uma visão geral

4. *Media mainstream versus media alternativa: ausência, dedicação e nível de empenho*

Produto de contingências históricas como o crescimento de movimentos de direitos raciais, feministas, teorias políticas esquerdistas, oposição à Guerra do Vietname nos EUA e contra o Estalinismo na Europa do Leste, acompanhados pelas várias teorias de comunicação que foram sendo apresentadas desde os anos 20, a *media* alternativa começou a surgir na década de 70 como resposta de comunidades que muitas vezes sentiam que os pontos de interesse eram marginalizados ou simplesmente não focados pelos meios de comunicação de massas (a *media mainstream*).

Este sentimento de falta traduziu-se numa *manifestação de necessidade* patente na música extrema, que criou meios próprios para conseguir produzir, gerar, reportar e divulgar a sua própria informação e temas que os seus agentes consideravam não ter espaço nos *media* tradicionais⁶² - fundando e publicando desta forma revistas e zines, tanto físicas como mais tarde *online*. Note-se que o advento das TIC⁶³ e as redes sociais permitiram que as zines voltassem em maior número e mais facilmente do que nas décadas de 70 a 90.

Ou seja, esta *media* alternativa em Portugal formou-se para colmatar uma falta que os seguidores do estilo musical e da subcultura sentiram relativamente à comunicação social de massas e para combater a hegemonia da última? Tratou-se de uma consequência previsível ou de um ato deliberadamente separatista?

As publicações dedicadas à música extrema transformaram-se assim numa resposta organizada de um nicho altamente orientado e, paradoxalmente, abrangente em termos musicais. Isto não quer dizer que não tenham um valor de emancipação relativamente à

⁶² Os motivos para isto hipoteticamente acontecer são um tema fascinante de debate que, por motivos de espaço, não pode ter lugar nesta dissertação.

⁶³ A importância das TIC para a criação de zines é um tema muito interessante, mas não poderá ser abordado pelas razões supramencionadas.

ortodoxia socialmente aceite ou visem mudança de comportamentos. Essa não é, porém, a sua função principal e é neste ponto que difere da *media* radical⁶⁴. Revistas como a Loud e zines foram criadas devido a uma necessidade primária do ser humano: comunicar. “A Loud começou assim: não teria durado tanto se os fãs não tivessem notado essa falta”, defende Fernando Ferreira (F.F.), fundador da World of Metal.

Neste caso particular, comunicar sobre um tema que os membros da cena não viam representados nos *media* generalistas (ausência) ou consideravam que estavam a sê-lo ou sem a regularidades que lhes era devida ou de uma forma incorreta, com erros e por vezes até amadora e preconceituosa (Weinstein 2000; Kneer, Rieger *et all*, 2011; Kahn-Harris, 2007) -, e tendenciosa⁶⁵.

Alguém dedicado à crítica musical generalista saberá falar de Metallica ou Iron Maiden (e mesmo assim já vi grandes pérolas negativas), mas saberá falar de Irae ou Corpus Christii? Duvido. Por falar em Corpus Christii – é a banda de *black metal* portuguesa mais badalada lá fora, mas teriam lugar num quadradinho de cinco linhas no *Público* ou no *Expresso*? Possivelmente não (...) Se os nichos musicais forem parar à imprensa generalizada, então que sejam escritos por pessoas especializadas, o que não acontece – para além de não procurarem pessoas especializadas para o fazer também não querem falar do que não vende (Diogo Ferreira, *Ultraje*)

Outro exemplo relevante ocorreu com a banda portuguesa Analepsy, que atuou no Wacken Open Air⁶⁶ em 2017, um festival relevante para a música internacional tendo em conta a sua dimensão e cartaz e cujo feito não obteve cobertura mediática pelos meios de comunicação de massas em Portugal. A informação foi confirmada pelos membros da banda que, tanto quanto sabem, não teve menção na *media* generalista em Portugal.

Quando questionados sobre este tipo de *media* existe para colmatar uma falta na comunicação social generalizada, os Analepsy concordam com a ideia: “o jornalismo musical generalizado cobre muito mal a música extrema e portanto, naturalmente surgiu a necessidade de criar algumas plataformas especializadas em música extrema para que

⁶⁴ Termo cunhado por John D. H. Downing em 1984.

⁶⁵ Paula Marques (P.M.), da Loudness Magazine, dá um exemplo sobre este assunto, perguntando se alguma publicação da comunicação social de massas em Portugal escreveu uma linha sobre o festival Vagos Metal Fest estar nomeado para vários prémios em 2017.

⁶⁶ Além dos Analepsy, os Moonspell já tocaram no Wacken por duas vezes (2007 e 2012), tal como Prayers of Sanity em 2010.

a mesma pudesse ser mais divulgada perante o público, tanto de música extrema como público em geral”⁶⁷ (Tiago Correia, baterista dos Analepsy).

Os editores da Loud, por outro lado, defendem que este tipo de *media* alternativa não terá começado em Portugal por essa razão, mas “é um facto que não existe em mais lado nenhum”.

Mais ainda do que seguir a “lógica do *do it yourself* do punk e hardcore” (António Freitas, 2017 – A.F.), a criação dos produtos mediáticos, com diferentes níveis de profissionalização ou amadorismo, servem para suprir outra carência existente entre outros agentes: o desejo de fazer parte da cena de uma forma ativa e que exija o maior nível de interação e empenho do que a camada primária.

Estas publicações, concebidas sempre por agentes pertencentes à cena musical, surgem não tanto como uma crítica e ato desafiante aos meios de comunicação das massas, mas mais como uma prova de autonomia de recursos e ideias, e concretização de gostos pessoais e entusiasmo pelo móbil agregador – a música – através da democratização de ações e participação dos membros da cena.

5.1. Nicho demasiado vasto ou estilo musical demasiado abrangente?

No que toca às razões que levaram à criação desta *media* alternativa em Portugal, com a fundação das revistas físicas e as várias zines, os editores das publicações Loud e Ultraje apresentam posições semelhantes, embora partam de premissas que diferem em alguns pontos.

O nosso *underground*⁶⁸ é muito grande; é muito mais vasto do que as pessoas pensam (...) Até mesmo num país como o nosso que é pequenino (...) e que não somos um país com cultura de rock, não somos um país com cultura de cultura. O *underground*, a música extrema são maiores do as pessoas pensam e há uma necessidade muito grande de exposição as bandas que existem” (José Carlos Rodrigues, Loud- J.C.S.)

Para os editores da Loud, as publicações existem e mantêm-se por o nicho ser, paradoxalmente, muito maior do que se pensa, o que cria sequentemente muitas necessidades de exposição e oportunidades de negócios variados. É neste sentido que entram publicações como a Loud: por haver espaço e necessidade para tal e, numa extrapolação, não existir este tipo de conteúdo fora do meio – “[As bandas não têm] exposição em mais lado nenhum. E há muita qualidade neste setor” (José Miguel Rodrigues, Loud – J.M.R.).

⁶⁷ O mesmo pensamento é referido por Diogo Jones, músico dos Aernus, que salienta que as zines costumam os primeiros a falar de novas bandas portuguesas.

⁶⁸ J.C.S. mostrou-se hesitante em designar o meio como “nicho” ou “underground”, mas fê-lo por motivos de praticidade.

Segundo a opinião dos editores da primeira revista, é a demanda de outros negócios que também ajuda a sustentar a publicação, através da publicidade direcionada paga por promotores, editores de música e outros negócios típicos do meio.

A *Ultraje* segue a mesma lógica, mas defende uma perspectiva diferente:

“Há mercado para isso, logo é perfeitamente natural que estas publicações surjam. São vários nichos dentro de um nicho. Há tanto para ser falado e discutido que nem as revistas especializadas conseguem dar conta de tudo, daí que em certos países apareçam várias revistas físicas, cada uma delas com uma missão diferente.” (J.C. *Ultraje*)

Para os editores da *Ultraje*, é precisamente o facto de o nicho ser tão vasto – semelhante à perspectiva da *Loud* - e segmentado que explica o surgimento de novas revistas e o espaço no mercado para as mesmas, uma vez que o trabalho das publicações nunca será necessariamente semelhante e cada uma irá focar uma mescla de estilos e abordagens que a outra não irá por motivos editoriais, o que faz sentido tem em conta o quão abrangente e diversificada a própria música extrema é e leva, logicamente, que as publicações sobre o estilo o sejam também.

Em termos práticos, isto quer dizer que revistas que se foquem mais em bandas recentes e no estilo do pop metal/ glam metal e metal mais generalista provavelmente não irão cobrir concertos de grupos de *death* e *black metal* e vice-versa, já que têm de apostar num segmento de leitores-chave e preservá-los. Repara-se que haverá certamente leitores com um gosto musical eclético e que apreciem tanto *Mötley Crüe* como *Emperor*⁶⁹, mas esse não será o padrão.

6. Publicações dedicadas ao tema em Portugal: retrospectiva e presente

Não surpreendentemente, durante o Estado Novo (1933-1974), o rock e qualquer sonoridade mais pesada eram vistos como preconceito e discriminação⁷⁰ em Portugal, podendo levar a penalizações criminais para quem os ouvissem ou praticassem. Não obstante, já nos anos 60 havia bandas de rock, como os *Pop Five Music Incorporated*⁷¹, a atuar clandestinamente no país (Dico, 2012).

⁶⁹ A primeira é a uma banda de glam rock dos EUA; a segunda é de *black metal* norueguesa.

⁷⁰ A avó da autora recorda que na época da ditadura, os discos dos *The Beatles* eram proibidos pelo regime e que o seu marido (avô), militar da Marinha, tinha de os trazer escondidos no barco dos EUA para Portugal para passarem a fronteira sem serem detetados.

⁷¹ Grupo constituído por, entre outros, Tozé Brito e Álvaro Azevedo, futuro membros dos *Trabalhadores do Comércio*.

Embora a música pesada em Portugal tenha tido o seu pico de crescimento nos anos 80, foi na primeira metade da década de 90 que alguns dos álbuns mais icónicos deste estilo foram editados no país⁷².

A primeira revista especializada a música extrema surgiu na mesma altura, em 1992: a *Rock Power*⁷³, embora tenha durado pouco mais de um ano e com mais artigos sobre rock e *glam rock* do que estilos mais pesados⁷⁴.

Após o cessamento da revista, só em 1999 apareceu uma nova tentativa de uma publicação sobre música extrema em Portugal, que foi um marco neste tipo de imprensa no país: a *Riff*⁷⁵.

A revista tratou-se de um projeto de António Freitas, radialista português que já se tinha destacado pelo seu envolvimento em programas *Lança-Chamas* e o *Rock em Stock* na antiga Rádio Comercial, mais tarde ao ter o seu próprio (*Alta Tensão*) e por ser um dos primeiros divulgadores de música extrema em Portugal, depois de António Sérgio. Além de Freitas, faziam parte da equipa também José Miguel Rodrigues e Emanuel Ferreira da Loud.

Foi assim que a *Riff* nasceu: um grupo de jovens na altura queria ver o seu estilo de música representado (F.F.)

O projeto começou com cerca de seis pessoas mais um investidor que já participavam na cena a escrever para fanzines, a trabalhar em programas de rádio e no *tape trading*⁷⁶, estando muitas delas a acabar cursos de comunicação social em faculdades do país (J.M.R., Loud). Durou cerca de um ano, mas devido a complicações financeiras que levaram o investidor a desistir da publicação, o grupo redatorial saiu “em bloco para formar a Loud” (*ibidem*) por não quererem abandonar a iniciativa: na verdade, ambicionavam ter uma revista realmente dedicada às sonoridades mais pesadas em Portugal.

⁷² Por exemplo: *Darkside* (Sacred Sin), *Thoughts* (Ramp), *Diva* (Heavenwood), *Kingdom of Lusitânia* (Tarântula); e *Wolfheart* e *Irreligious* (Moonspell), banda que no ano seguinte lançou o LP *Under the Moonspell* que os levou a ser a primeira banda contratada por uma editora internacional: a francesa Adipocere Records (Dico, 2012). Os Sacred Sin conseguiram outro feito, ao serem o primeiro grupo nacional a passar no programa da MTV *Headbanger's Ball*, com o tema *Darkside* em 1993.

⁷³ A primeira capa contou com os Metallica e uma entrevista com o baixista Jason Newsted, que saiu da banda em 2001. Vide fig. 5, Anexos, p. 70.

⁷⁴ Com o preço inicial de 350 escudos, teve na capa a banda Skid Row e artigos sobre os AC/DC, Guns n' Roses e outros, começando por partir de textos originalmente ingleses adaptados a Portugal. Tinha alegadamente na sua equipa o famoso António Sérgio (do programa radiofónico *Lança-Chamas*)

⁷⁵ Vide capa da revista na fig. 6, Anexos, p. 61.

⁷⁶ *Tape trading* era uma atividade de distribuição de conteúdo musical, feita de mão em mão ou através dos correios, proeminente nos anos 80 e 90. Servia para os fãs mostrarem, entre si, bandas que gostassem ou até composições musicais feitas pelos próprios a pessoas de interesses. Com a expansão da Internet na década de 2000, o hábito perdeu-se.

A Blast⁷⁷ também começou a ser comercializada por volta desta altura, mas teve poucas edições, tal como a Metal Heart⁷⁸, que chegou aos 3 números em 2007 e era dedicada ao *heavy metal*.

A acompanhar estas iniciativas, existiam também a mais generalista Supersom⁷⁹ e, na altura, o jornal Blitz (1984), que neste período tinha uma parte sobre sonoridades mais extremas.

Se a Rock Power marcou a imprensa dedicada a música extrema em Portugal por ter sido a pioneira e a Riff pela sua qualidade, o terceiro momento de destaque para esta *media* alternativa terá sido a criação da Loud, cuja própria história também pode ser dividida em 3 fases marcantes: primeiro, a sua fundação em 2000; segundo, a saída do investidor original em 2011 que quase ditou o encerramento da revista, o que não aconteceu graças à resiliência dos editores que decidiram aplicar dinheiro próprio e manter a publicação a funcionar. Terceiro, o alcance das 200 edições em novembro de 2017, com os Moonspell a protagonizar a capa. É um momento significativo não por a Loud ter alguma coisa a provar a este ponto, mas por esse um período de consolidação da revista e reforço do seu trabalho enquanto, durante quase 15 anos, a única revista de música extrema em Portugal.

O “imperialismo” não propositado da Loud terminou com outro momento de relevo para a imprensa especializada em música extrema em Portugal: a fundação de uma segunda revista dedicada a sonoridades pesadas – a Ultraje, em novembro de 2015⁸⁰.

Depois de terminarem com a extinta Against Magazine, uma revista digital redigida em inglês e criada por Joel Costa e a sua esposa Cátia Cunha, à qual Diogo Ferreira se juntou mais tarde, os editores consideraram que “havia uma grande lacuna na difusão de conteúdos relacionados com o metal em Portugal, pelo menos da forma que achávamos que deveria ser feita” (J.C., Ultraje), que os levou a encerrar a primeira revista e a criar o portal *online* Ultraje em junho de 2015, o que por si só foi um risco uma vez que levou-os a perder anunciantes e leitores num mercado muito mais fácil e atrativo para as editoras e outros negócios do meio – o de língua inglesa.

Nesta fase, a edição física era apenas um sonho difícil de concretizar devido ao avultado investimento financeiro, mas não “impossível” (*ibidem*). Contudo, foi em

⁷⁷ J.C.S da Loud chegou a chefe de redação desta revista. *Vide* capa da revista, fig. 7, Anexos, p. 62.

⁷⁸ *Vide* Anexos, fig. 8, p. 62.

⁷⁹ Esta revista noticiou o fim do grupo Censurados em 1994. Curiosamente, o disco homónimo (1990) da banda de punk apareceu numa das mais importantes fanzines de punk e hardcore dos EUA nos anos 90: a Maximum Rock n' Roll. *Vide* Anexos, p. 61, fig. 3.

⁸⁰ Data da primeira edição física da publicação. *Vide* fig. 11, Anexos, p. 62.

setembro do mesmo ano que o sonho dos editores da *Ultraje* se tornou realidade: J. C. contactou uma gráfica alemã com quem já tinha trabalhado, que lhe apresentou uma “‘extremamente difícil’ para a altura, mas não ‘impossível’” (*ibidem*) para imprimir 100 unidades com 24 páginas cada (e por isso com poucos conteúdos), com um PVP inicial simbólico, que subiu e mantém-se nos 4€ – a primeira edição da *Ultraje* em papel. Repara-se que a lógica de funcionamento da maioria das gráficas funciona por quantidades volumosas: quantas mais edições se imprimir, mais barato fica o preço final. Nem todas as gráficas aceitam produzir trabalhos pequenos ou os preços ficam muito elevados.

A nossa intenção era essa: mostrar o que podíamos fazer, analisar o interesse das pessoas e ver o que poderia ser feito a partir daí. A procura foi boa, melhor do que estávamos à espera, e percebemos que tínhamos aqui algo, ainda que não conseguíssemos chegar a tantos leitores pelo menos numa fase inicial. (*ibidem*)

6.1. Uma breve história das zines portuguesas

A natureza instável própria das zines, bem como o seu período de vida inconstante⁸¹, coloca dificuldades em traçar a sua evolução histórica. Além disto, muitas zines dedicadas a este tipo de música em Portugal não foram documentadas e as provas da sua existência perderam-se, restando apenas fragmentos de lembranças na memória de alguns dos seus leitores.

Posto isto, torna-se impossível calcular o número exato de zines que foram criadas em Portugal (ativas e inativas) por género e subgénero de música extrema, muito menos o seu total⁸².

As origens das primeiras zines podem ser remetidas às fanzines de ficção científica produzidas nos anos 20 e 30, feitas de fãs do subgénero literário⁸³ para outros apreciadores de ficção especulativa. As fanzines iniciais de música, por outro lado, começaram com a expansão do *punk* nos EUA e Reino Unido nas décadas de 70 e 80, seguindo a lógica do próprio estilo do *do it yourself* e levando à sua distribuição global e produção massiva dentro da cena. Em Portugal, passou-se um cenário semelhante: as primeiras fanzines começaram a circular no final dos 70, atingindo o seu pico na década

⁸¹ Discutido no capítulo V.

⁸² Consultou-se a Bedoteca Municipal de Lisboa, nos Olivais, fez-se uma pesquisa intensiva na Internet (em fóruns e blogs, principalmente) e contactou-se alguns membros da cena. O [blog](#) “Necrópoles dos Textos Perdidos”, que faz um trabalho interessante em recuperar o maior número possível de fanzines até 1995/96 para um arquivo digital, também foi muitíssimo útil para este capítulo da dissertação.

⁸³ Tendo em conta a divisão clássica de Platão e Aristóteles que estabelece três géneros literários: narrativo ou épico, dramático e lírico.

de 80 (Quintela e Guerra, 2016:59), quando houve uma proliferação deste tipo de publicações, principalmente em Lisboa e no Porto. Durante este período, fundaram-se fanzines como *Desordem Total*⁸⁴ (seis números, lançados entre 1978-79) e a *Estado de Sítio*⁸⁵ (seis números, publicados no decorrer de 1978).

Dedicadas às sonoridades mais pesadas, há diversos exemplos até ao início da década de 2000: *Renascimento Do Metal* (1984), com pelo menos 24 edições e artigos sobre os Celtic Frost, Mortuary Drape, Accused, etc; a *Metal Power* (1988), com pelo menos 20 números e textos sobre os Mayhem, Helloween, Rage, etc.; a *Metalkraft* (1992), que incluiu peças sobre os Mata-Ratos, Decayed, Thormenthor, Deicide, entre outros. A *Delírio Metálico*⁸⁶ (1990), com número de publicações desconhecido. A primeira edição focou-se nos Hellwitch, Blasphemy, Desultory, entre outros. A *Hard n' Heavy* (1990), teve pelo menos 6 edições, e costumava ter artigos sobre os Manowar, Bom Jovi, Iberia, Necrophilia, Necrophiliac, etc.

Na década de 90, a *Warning* e a *Metalurgia* destacaram-se por durarem 6 e 3 anos, respetivamente. A primeira teve 6 edições distribuídas entre os anos 1990 a 1996 e a segunda um número desconhecido entre 1995 a 1998.

Desde os anos 70, sem contar com as fanzines *punk*, estima-se que tenha havido até ao final de 1999, entre publicações independentes, junções de vários interessados em música extrema que se aliaram para escrever sobre o tema, edições dedicadas a um artista em exclusivo (como a *Judas Priest Maniac's Club* fanzine) e outras produzidas por clubes de fãs, praticamente 40 fanzines em Portugal a nível nacional (contando as regionais).

Durante estas décadas, as fanzines eram feitas à mão e fotocopiadas ou raramente feitas em algum meio digital e seguidamente impressas. A técnica da divulgação entre os membros da cena regional era a mais usada, com fãs a passarem entre si as edições. Adicionalmente, eram disponibilizadas ou vendidas em lojas de música, salas de concertos e locais do género, o que demonstra que a maior parte das fanzines circulava de modo regional e poucas a nível nacional.

Apesar de haver poucas informações sobre este tema e a maior parte ter sido recolhida e organizada por fãs do estilo, é possível comprovar que a partir da década de 2000 o número de fanzines desceu drasticamente, a um ponto que praticamente

⁸⁴ Outros exemplos: *Cadáver Esquisito* (1986); *Anarkozine* (1987), *Post Scriptum* (1987-88), *Morte à Censura* (1988). *Vide* fig. 9, Anexos, p. 62.

⁸⁵ Editada por Paulo Borges, membro da banda *punk* Minas e *Armadilhas*.

⁸⁶ *Vide* fig. 10, Anexos, p. 62.

desapareceram em Portugal, algo coincidente com a cena internacional e que pode ser explicado pelo advento da Internet e TIC no país⁸⁷.

Com o crescimento do acesso a computadores públicos, em casa e à Internet, houve muitas mudanças importantes na forma como as fanzines eram produzidas, consumidas e distribuídas e ao nível da sua própria existência, como foi explicado previamente. Numa primeira fase, a maior parte desapareceu como reação natural (se os membros da cena tinham acesso às informações de forma gratuita, mais rápida e cómoda *online*, poucos eram os que iam elaborar e liam as físicas). Numa segunda fase, que se iniciou no fim dos anos 2000, houve uma espécie de ressurgimentos destes projetos, causado talvez por “nostalgia” (Freitas, 2017) e por haver pouca representação da música extrema nos *media* generalistas, uma situação que se prorroga há décadas, segundo também afirmam os membros dos Analepsy entrevistados e o músico Diogo Jones. A diferença entre os anos 1970-90 e final dos de 2000 é que agora estes projetos eram *webzines*: concebidos e divulgados utilizando ferramentas digitais, disseminados primeiro por *blogs* e pelo MySpace e depois tendo um *boom* de crescimento com o Wordpress, redes sociais como o Facebook e a possibilidade de compra de domínio e nome da própria zine.

Em Portugal, pelo que pôde ser investigado, uma das *webzines* mais antigas desta segunda fase trata-se da Metal Imperium, criada em 2009 e que se mantém ativa até hoje, o que a torna uma das zines mais antigas do país e uma das publicações deste género que continua há mais tempo em funcionamento em Portugal. Posteriormente, foi criada em 2010 a Rock n’ Heavy que conquistou em pouco tempo uma base sólida de fãs e contou com o ex-vocalista dos Holocausto Canibal, Ricardo Silva, como editor (está, entretanto, inativa). Seguiram-se a Portuguese Distortion, Loudness Magazine, Misanthropia extrema (estado incerto) e a Songs for the Deaf Radio (que junta a parte escrita com rádio) em 2011 e a revista digital World of Metal em 2017⁸⁸.

Capítulo V - Análise do objeto de estudo: raio-x às revistas físicas Loud e Ultraje

7. Loud

7.1. Descrição, estrutura e conteúdos

Tal como já foi referido, a Loud começou em 2000 e tem apresentado uma consistência impressionante, comprovadas pelo número das suas edições (atingiu as 200

⁸⁷ Vide Linha cronológica das principais revistas e zines em Portugal nos Anexos, p. 64, fig.14.

⁸⁸ Note-se que são títulos que atuam a nível nacional. Não foram contabilizados os regionais.

em novembro de 2017) e com uma publicação estoica, sem “quebras ou interrupções”.

Em 2007, a revista tinha uma tiragem de 10.000 exemplares, valor que subiu para 20.000 em 2011 e 15.000 em 2017⁸⁹, sendo publicada mensalmente, normalmente no início de cada mês e estando disponível em lojas do meio, quiosques e papelarias, por subscrição e ainda por meio digital. Tem, por norma, entre 64 a 68 páginas e custa 3,50€.

Hoje somos a única publicação mensal, escrita em português e inteiramente dedicada aos sons pesados e alternativos, disponível nas bancadas. Há quase duas décadas. Pusemos no mercado 200 edições consecutivas – sem quebras, sem interrupções (...) Na altura, e acho que posso falar por todos os envolvidos, ninguém esperava que a LOUD! durasse tanto tempo

(J.M.R, editorial

da edição n.º 200)

Este marco indica a consistência e consolidação da revista no mercado português, mas também a constante reinvenção e evolução refletiva que levam a conservar e a atrair novos leitores.

Estruturalmente, a revista segue a lógica de “notícias-entrevistas-reviews-reportagens” (Kahn-Harris, 2010) – que é adotada pela maioria das revistas, como a Terrorizr e a Metal Hammer -, sendo o maior bloco da Loud indubitavelmente as entrevistas⁹⁰. Seguem-se o editorial escrito pelo diretor José Miguel Rodrigues, algumas “rubricas⁹¹”: alguns exemplos são a opinião, “Loud! Mixtape” (onde normalmente convidado um músico ou outro agente da cena para listar algumas músicas que tenha ouvido recentemente). Esta secção não aparece em todas as revistas, mas esteve presente na edição 200 (novembro, 2017). Há também a rubrica do “Tesourinho Pertinente” (na qual são abordadas curiosidades sobre algum disco ou banda em específico), que começou, mais ou menos, no final da década de 2000; mais recentemente, os Studio e Tour Reports: o primeiro elaborado pelos escritores da Loud e o segundo feito em primeira pessoa, onde é passada a “pena” para uns dos membros da banda que reporta o que se passou durante uma dada digressão. Destaca-se ainda o projeto “Portugal de Metal” (presente nas edições 86, 96 e 97, por exemplo) que decorreu durante a década passada e na qual a Loud se propôs a examinar as cenas locais do país.

⁸⁹ A revista aparentemente não está registada na APCT (Associação Portuguesa Para o Controlo de Tiragem e Circulação). Contudo, fornece esses dados na secção de informações na contracapa da revista.

⁹⁰ Vide mais um exemplo da análise de conteúdo no programa MaxQDA. Fig.18, Anexos, p. 66.

⁹¹ Informações baseadas nos objetos de estudo do trabalho.

Pelo que se pode observar nesta descrição geral, o índice estrutural da publicação é

flutuante e adaptável à atualidade musical a nível global. Por exemplo, na edição 97, na ocasião do concerto dos Judas Priest em Portugal, acompanhados pelos Megadeth e Testament, a Loud fez um especial sobre a banda.

Ainda sobre os conteúdos, e como foi mencionado, o grosso da Loud são as entrevistas na sua forma pura: reprodução pergunta-resposta com um agente da cena por um propósito (irá ou lançou um álbum, vai começar uma digressão e passará por Portugal, etc). Na edição 85, em 64 páginas constaram 20 entrevistas médias (1 página) e grandes (pelo menos duas páginas), o que representa 22,47% dos segmentos da revista, em comparação às *reviews* (1,12%) e reportagens (\approx 1,12%)⁹². Estes resultados demonstram que a linha editorial prova que há um enorme trabalho e planeamento prévio, cuidado em escolher as bandas e esforço em preparar as entrevistas atempadamente.

Os “Studio Reports” e as “Tour Reports” mostram ao fã/ leitor perspectivas e “locais” que nunca teriam acesso (salvo circunstâncias especiais se a Loud não existisse, o que também é outro segredo do negócio – providenciar artigos que não são encontrados noutros lugares. Por exemplo, na edição n.º 175, é apresentado um sobre os Dementia 13⁹³ na ocasião em que estavam a preparar o seu LP *Ways of Enclosure* e cuja fase de mistura a Loud foi assistir, reportando-a depois na revista pela visão de Emanuel Ferreira.

As reportagens, normalmente pequenas, mas abrangentes de várias concertos e festivais que tiveram lugar no país, demonstram que a Loud cobre não apenas a cena “central”, mas também as regionais e por internacionais⁹⁴.

Uma secção que a Loud ainda mantém trata-se da agenda⁹⁵: embora esta secção tenha sido fulcral no início de 2000, perdeu um pouco a sua importância com o advento da Internet e mais tarde com as redes sociais. Porém, conserva a sua relevância uma vez que ainda há problemas de divulgação e comunicação dentro da cena ao nível das bandas e concertos.

7.2. Capa

⁹²Dados retirados do programa MaxQDA que, além de ter sido utilizado para a análise de conteúdo qualitativa, também permite fazer uma abordagem quantitativa e calcular, entre outras coisas, este tipo de percentagens. *Vide* Anexos, fig. 13, p. 63.

⁹³ Banda portuguesa de *death metal*.

⁹⁴ Por exemplo, na edição de n.º 95 na secção “Live & Loud” reportaram os concertos dos Before the Rain/ Painted Black no Man’s Ruin em Cacilhas.

⁹⁵ A SFTD Radio tem aposta muito na secção da agenda.

A capa, tal como o interior da revista, sofreu uma evolução sustentada ao longo dos

anos. A mais notável terá ocorrido a partir da segunda década de 2000, quando as capas passaram de contemplar uma banda/artista como figura principal, acompanhado por mais três grupos num local secundário⁹⁶ e nomes de outros também incluídos na revista. Na viragem do decénio, o *look* inicial da publicação – a primeira apresentação do trabalho jornalístico aos leitores e que muitas vezes motiva a vontade de comprá-lo, quer se goste ou não – ficou mais moderno e objetivo.

Este formato *poster style* tornou-se mais visualmente atrativo e, ao ser eliminado quaisquer dados adicionais da capa além de nomes de outras bandas apreciadas, nota-se que há sentido de confiança e de códigos partilhados com os leitores, que estão bem informados do que se passa na cena no seu global e sabem que a capa da Loud com os Moonspell em novembro de 2017 irá basear-se no disco que estavam a lançar (*1755*).⁹⁷

No mesmo sentido, o logótipo também passou por uma transformação semelhante, começando por ter uma fonte oca para passar a ser mostrada com preenchimento e, ao longo dos anos, com a figura protagonista a tapar o nome, o que sugere uma crescente autoconfiança na marca e posição no mercado da revista.

7.3. Processo de trabalho

Segundo os dados recolhidos, a base do processo de trabalho é o planeamento, tanto ao nível do esqueleto das próximas revistas, como os artigos que serão desenvolvidos e a quem serão distribuídos. “[Temos] uma organização draconiana. Fazemos o planeamento da revista na última semana do mês”, explica J.C.S., elucidando que em janeiro começam a preparar a de março e seguem dia fixo para fecho da edição e para a levarem para a gráfica. Para esse efeito, estudam os lançamentos de discos anuais e planeiam a revista de acordo com isso, estando ainda na lista de contactos das principais editoras a nível internacional. Também estão atentos a álbuns que comemoram datas comemorativas e artigos do género.

Ao nível de colaboradores, o sistema segue um “processo orgânico” (J.C.S). Normalmente, recebem candidaturas e treinam as pessoas ou, mais usualmente, seguem o trabalho de um potencial candidato noutras publicações e contactam-no para uma possível parceria. “O nosso estado normal é: não estamos à procura – e a nossa equipa funciona bem como está – mas temos sempre o radar ligado” (*ibidem*). No total, têm um núcleo base com 3 colaboradores, com 4 ou 5 frequentes, contabilizando 9 ou 10 no fim. 3 dos mesmos têm um curso na área da Comunicação.

8. Ultraje

8.1. Descrição, estrutura e conteúdos

A Ultraje, contrariamente à Loud, é uma revista bimensal, com cerca de 48 páginas, que progrediu de um portal digital para uma revista física em 2015, iniciando a sua aventura com uma tiragem entre 750 e as 1.000 unidades e passando depois para cerca de 5.000 unidades⁹⁸. Pode ser encomendada através do *site* e enviado pelos correios, recorrendo a assinaturas ou lendo a revista digital. Tem o valor de 4€.

Na sua curta existência, os editores já conseguiram abrir uma loja que funciona como escritório da revista e onde é possível comprar *merchandising*⁹⁹ e revistas da publicação em Ovar; criar um *podcast* que já vai na terceira temporada e tem uma média de 5000 visualizações por episódio; e exportar a revista para o Brasil. Isto demonstra que os seus responsáveis apostaram num crescimento horizontal do projeto e em negócios variados e atrativos dentro da cena, que obtiveram resultados positivos.

Similarmente à Loud, segue a lógica de “entrevistas-reviews-reportagem”, excetuando a secção das notícias (que não tem), embora com algumas diferenças em relação à primeira. Tal como a primeira revista, a maioria dos artigos da Ultraje trata-se de entrevistas, o que comprova o elevado planeamento e esforço que os escritores têm para elaborar cada edição e o trabalho ao nível de comunicação externa. Geralmente, as entrevistas são médias ou longas, salvo alguns exemplos de curtas que ocupam meia página, como a entrevista com a banda End of the Dream na edição n.º 10. Seguem também dois modelos dissemelhantes de entrevistas: a reprodução clássica “pergunta-resposta” e a construção de um texto sobre um determinado agente que inclui citações do mesmo, o que quebra um pouco a rotina repetitiva das entrevistas, que representam a maior fatia da publicação: 4,30%¹⁰⁰. As “rubricas” (opiniões, discografias escolhidas por um colaborador) também são em maior número do que na Loud por uma margem muita pequena, tal como as reportagens.

Outros dos pontos fortes da revista trata-se das *reviews*: por exemplo, na edição n.º 10, essa secção está confinada a 3 páginas que contabilizam no total 30 artigos deste género (além das referidas discografias escolhidas por outros participantes).

⁹⁶ Vide fig. 15 de de comparação nos Anexos, p. 65.

⁹⁷ Vide fig. 4 nos Anexos, p. 61.

⁹⁸ Fonte: [site](#) da revista e notícia da [Whiplash](#).

⁹⁹ *T-shirts* próprias da publicação, por exemplo.

¹⁰⁰ O resultado é explicado pelo número de páginas e outros elementos de publicidade (como os quadrados mais pequenos espalhados no todo da revista), pelo que haverá sempre uma margem de erro. Vide fig. 16, Anexos, p. 65 Dados da edição 13.

Por último, destaca-se os artigos *out of box* pensados pela Ultraje e que têm sido um elemento de realce da mesma no mercado correspondente nacional e internacional – a Season Of Mist considerou-a “Portugal’s fast rising metal magazine”. Refere-se os artigos originais e que não possíveis de encontrar noutra lugar sem ser na revista, como é o caso da peça sobre o disco *De Mysteriis Dom Sathanas*¹⁰¹ da banda Mayhem¹⁰², a cena norueguesa de *black metal* e os casos de suicídio do vocalista Per "Dead" Ohlin e o homicídio do guitarrista Øystein "Euronymous" Aarseth por Varg Vikernes da banda Burzum, numa história que ainda hoje tem muito impacto na cena global (edição 11). Também conseguiram republicar uma entrevista com outro membro da altura (e atual) que passou por estas circunstâncias: Necrobutcher, em declarações à extinta Against Magazine¹⁰³.

Além destas peças, a Ultraje aposta na diversificação das entrevistas, ao falar com outros agentes e temas da cena: a com Nergal sob pretexto do lançamento do seu livro *Confissões de um Herege* (edição 13) ou com o fundador da editora alemã Eisenwald (edição 5).

8.2. Capa

Dada a sua criação recente, as capas da Ultraje têm-se mantido num estado visual firme e imutável, na mesma linha do *poster style* (cujas características já foram explicadas anteriormente).

Dissecando a página de apresentação, é curioso observar que a mesma muda a nível de tons¹⁰⁴, que variam consoante o estilo musical contemplado: no caso de bandas mais extremas e agressivas como os Dark Funeral (edição 5), usam uma paleta de cores frias, maioritariamente negros, cinzentos e azuis, que contrastam com prateados e dourados das letras. A mesma lógica é seguida no interior da publicação. Desta forma, é criada a atmosfera apropriada para a banda contemplada na respetiva capa.

¹⁰¹ É considerado um dos álbuns mais influentes do *black metal* de sempre.

¹⁰² Os Mayhem, ainda hoje ativos, são vistos como os precursores do *black metal*.

¹⁰³ Outro caso de relevo será certamente uma investigação sobre a cena do Irão (edição 13), na qual os editores entrevistaram várias bandas oriundas da zona e que se atrevem a tocar num país onde gostar de música extrema é visto como uma apreciação ao diabo e um atentado à fé. “Demos um concerto em Teerão para o qual não tínhamos autorização. Foi aterrorizante” (ibidem).

¹⁰⁴ Joel Costa e Cátia Cunha trabalham como *designers* da revista. “Sou o *webdesigner* e *designer* gráfico da revista, e soube sempre que era possível construir um modelo de negócio que fugisse ao modelo estandardizado e que ainda hoje é adotado pela maioria da imprensa escrita” (Joel Costa, 2017).

Aqui na Ultraje estamos em constante aprendizagem e colocámo-nos sempre na pele de quem nos lê ou vê. Não há uma fórmula nas edições da Ultraje; nenhuma edição é igual à outra e procuramos sempre incluir novos tipos de conteúdos. O mesmo se aplica ao grafismo, onde o design das páginas com as entrevistas nunca é igual. Ou seja, há esta vontade de oferecer uma revista fresca e dinâmica aos nossos leitores. (J. C., 2017).

8.3. Processo de trabalho

Parte do trabalho de compor uma revista já estava feito graças à experiência dos criadores com a *Against Magazine* e participação em zines: conseguiram ganhar confiança e contactos de editoras importantes da cena global que ainda hoje preservam e que os ajudaram no início, quando comunicaram que queriam criar a Ultraje “e desde logo começámos a receber notícias e cópias promocionais dos lançamentos tanto das editoras como das agências de relações públicas que promovem as bandas” (*ibidem*).

Por regra geral, recebem as *promos* de álbuns, concertos, etc., 2 ou 3 meses de se realizarem, o que por vezes também acontece com as notícias¹⁰⁵, ou ficam a saber novidades a partir da fonte primária: membros de uma determinada banda, o que prova que o nome Ultraje já tem peso para os artistas do meio e provavelmente há proximidade com pelo menos alguns.

Outra parte fulcral passa pelo planeamento e distribuição das tarefas, o que se pode extrapolar que será uma tarefa hercúlea dada a quantidade de artigos por edição.

8.4. Colaboradores

O fator novidade aliado ao de qualidade da revista começaram a atrair (e também a altura do aparecimento do *site*) potenciais candidatos para participar na revista. O processo de candidatura funciona assim de duas formas: direto, quando os editores seguem o trabalho de alguém no meio que têm vindo a apreciar ou outros que já conheçam de outras meios mediáticos; e indireto, quando um candidato contacta a revista e apresenta a sua candidatura. No total e atualmente, a Ultraje conta com 12 colaboradores com diferentes níveis de participação e dois editores.

“O número de colaboradores ativos varia de edição para edição”, acrescenta J. C., recordando que têm casos de cooperantes que acabam por sair “por vontade própria” ou que são “afastados por sentirmos que não estávamos em sintonia” (*ibidem*).

¹⁰⁵ As notícias são extensamente trabalhadas no *site* da revista, onde é costume terem muitos exclusivos.

Grande parte dos artigos são escritos pelos dois editores, o que, por um lado, indica um alto nível de organização e trabalho pela parte dos mesmos, especialmente tendo em atenção que a maior parte dos artigos são de média ou longa extensão e num elevado número. Por outro lado, também pode ser revelador de que há uma certa dificuldade em delegar tarefas, o que pode constituir um problema no futuro ao nível da gestão de trabalhos e diversificação de vozes. “Eu sou o gajo que escreve (mais do que os outros colaboradores) e co-decide temáticas, assuntos e conteúdos”, refere D.F., acrescentando que consideram que as tarefas mais críticas devem ser escritas pelos editores. “Temos muito respeito e consideração por quem escreve para nós (...) Sem eles não havia 70 *reviews*, talvez houvesse 30 ou 40; sem eles não havia colunas de opinião ou reportagens de concertos”, admite.

9. Como caracterizar a imprensa de música extrema em Portugal?

9. 1. Apanágios das revistas analisadas

Com recurso à análise de conteúdo e do programa MaxQDA, foi possível desenvolver códigos e subcódigos que permitiram obter uma visão global dos principais atributos das revistas em questão e compreender aprofundadamente o seu papel na cena, influência na vida dos fãs/leitores e funções fundamentais.

9.1.1. Autoridade bourdiana

Nas revistas dedicadas a música extrema e nos agentes que a produzem, a autoridade é um elemento-chave, uma vez que é o constituinte que confere credibilidade para o escritor abordar as temáticas de uma forma que o leitor entende como confiante, sabedora e informada sobre o assunto. Se esta perceção se quebrar ou não for alcançada na primeira fase de uma revista, esta poderá estar condenada a morrer.

Efetivamente, neste caso, a autoridade, que se confunde com o poder simbólico que deriva do capital cultural (Bourdieu, 1993:2), dentro da cena, verifica-se de três formas: reconhecimento, conhecimento (*ibidem*) e capacidade. A primeira é obtida através da demonstração dos conhecimentos musicais dos escritores das revistas que, tanto nas publicações físicas como nas zines, é uma norma geral, tendo em conta é necessário para poder participar ativamente no projeto e nos artigos típicos e estabelecer relações relevantes nos mesmos. Este pode ser adquirido organicamente, de forma autodidata e/ou motivado por interesse no tema. A capacidade refere-se à produção jornalística ao nível de quantidade e qualidade. Se todas estas componentes forem atingidas, o reconhecimento é alcançado através do leitor.

Por oposição, os fãs/leitores ganham o poder simbólico através da discussão de ideias sobre música com outros membros da cena, posse de objetos subculturalmente simbólicos que, tal como foi referido, são indicadores do seu nível de empenho da cena. Logicamente, pode concluir-se que as publicações (e a música) deste género são manifestações de produtividade e o uso de *merchandising* é uma manifestação de pertença.

The attitude of the (...) rock fanzines towards commercial activity positions its editor and its reader/writer in positions of commercial power, both as consumers and as creators and directors of their own pattern of consumption. (Atton, 2001:39)

Estes agentes fazem parte de um campo para o qual é necessário possuir capital cultural para reconhecer os códigos que regem a realidade do mesmo (o poder é conseguido através da posse de capital). Consequentemente, e atendendo que cada posição num determinado campo tem um capital cultural diferente, um fã (que somente ouça a música, por exemplo – que exerça funções primárias) terá sempre menos capital cultural do que um escritor das publicações ou um músico, a não ser que o primeiro acumule funções dentro da cena, algo muito comum no meio, e dependendo ainda do seu nível de envolvimento: quanto mais empenho dentro da cena, mais capital cultural será acumulado.

A class is defined as much by its being-perceived and by its being, by its consumption – which needs to be conspicuous to be symbolic – as much as by its position and the relations of production. (*ibidem*)

9.1.2. Discurso

De uma forma geral, pode concluir-se que o discurso neste tipo de publicações é definido como relativamente informal, pessoal, direto, expressivo, utiliza muitos adjetivos e interpelações diretas aos leitores, baseado em experiências próprias, contém, especialmente em peças de carácter opinativo, opiniões pessoais e pode por vezes não atingir a necessária imparcialidade exigida nos *media*. Também é caracterizado por ser um discurso único.

O discurso resultante da *Ultraje* e *Loud* é similar, mas apresenta algumas diferenças. Se a primeira mostra uma abordagem bastante mais informal na maioria das entrevistas¹⁰⁶ e restantes artigos, com uso de uma linguagem muito direta, apelativa e até um pouco gíria em casos raros, a *Loud* mostra-se um pouco mais contida,

¹⁰⁶ Como são o grosso da revista, torna-se complicado não as analisar recorrentemente.

principalmente nas edições da década passada¹⁰⁷. No decorrer da sua evolução, talvez explicado pela crescente relação de confiança construída entre a Loud e as bandas da cena global pela qualidade do seu trabalho, o discurso tornou-se mais informal. Veja-se os seguintes exemplos¹⁰⁸:

Loud

1. Como foi estares do outro lado da barreira? Como te sentias quando tinhas de escrever sobre a música de outras pessoas e, por exemplo, dizer que não prestava?

Ultraje

2. Sempre gostei da utilização de tímpanos e trompas, especialmente quando algo épico como Helheim existe. Achas que esses instrumentos são perfeitos para criar tensão?

Ao ler as revistas, é possível encontrar ainda outro padrão fulcral: o uso de vocábulos que se tornaram signos e, por isso, teoricamente só são reconhecidos pelos membros da cena. Estes são frequentemente encontrados nas publicações dedicadas a música extrema, dos quais foram retirados os seguintes: “mosh”, “malha”, “EP”, “twostep” ou “headbanging”. O discurso usado nos projetos mediáticos torna-se assim altamente codificado e especializado no tema, e conclui-se que não é acessível aos “leigos”, que precisam de ter os códigos descodificados (Hall, 1998:203) para compreenderem a mensagem¹⁰⁹.

9.1.3. Construção de relações afetivas

No jornalismo de música extrema, o fã precisa de se sentir envolvido no meio, quer seja através de um nível primário (ouvir música) ou num nível superior (produzir conteúdos mediáticos/música, por exemplo). Posto que os fãs (os leitores) são a fonte que subsiste as revistas, a par com a publicidade, é congruente que este tipo de jornalismo tenha formas de aproximar-se destes.

Considera-se que alguns elementos definidores da música extrema supracitados¹¹⁰ acabam por ser reproduzidos no jornalismo especializado neste tipo de sonoridades: a informalidade do discurso e proximidade da escrita. “Fiquem atentos!” e “Ao longo do ano, a Ultraje traz até aos nossos leitores os melhores álbuns e as melhores bandas da atualidade”¹¹¹. São exemplos de um tipo de registo frequente que aproxima o leitor do

¹⁰⁷ Não se pretende discutir se estas abordagens são positivas ou negativas, mas apenas estabelecer pontos de comparações.

¹⁰⁸ Exemplos: 1 e 2- entrevista com os Outlaw Order (EUA, sludge metal) por J.M.R. (edição 93, novembro, 2008); 3- entrevista com os Aborym (Itália, industrial black metal) por Diogo Ferreira (edição n.º 8; 4- entrevista com os Helheim (Noruega, viking/black metal), mesmo autor e edição.

¹⁰⁹ Um exemplo que comprova esta conclusão é o facto de alguns colegas e professores no ISCTE não saberem o que se queria dizer com o termo “música extrema” e nenhum dos entrevistados precisar de esclarecimentos nessa questão.

¹¹⁰ Vide capítulo I.

¹¹¹ Ultraje, editorial, edição 7.

escritor e cria uma comunidade - “nossos” (*ibidem*) – à volta de um elo em comum (a revista).

“Neste meio em específico é muito difícil fazer a divisão entre leitor e autor” (D.S., Portuguese

Distortion

A ligação é mantida pela naturalidade discursiva das *reviews*, por exemplo, que se assemelham a conversas que membros da cena têm nas filas antes de entrar para a sala de concertos de uma dada banda.

O entusiasmo, presente tanto nas entrevistas como indecifavelmente no próprio trabalho em si, aproxima mais uma vez o escritor do leitor, parte de uma audiência que não é passiva. Pelo contrário, é exigente, participativa e envolve-se na cena.

Desta forma, serão as publicações especializadas em música extrema extensões da própria comunidade?

Voltando à autoridade e discurso, o escritor consegue estabelecer relações afetivas com o leitor através de 3 ferramentas importantes da retórica aristotélica, embora talvez contra o julgamento de Platão¹¹²: *ethos*, *logos* e *pathos*. No primeiro, os escritores deste tipo de projetos conseguem criar uma ligação com os leitores através da sua credibilidade (conhecimento musical e reconhecimento), mas também por o público se identificar com eles: estes são membros pertencentes da cena reconhecidos como especialistas e por isso conseguem produzir, simultaneamente, uma sensação de interesse na revista e de comunidade no leitor. Da mesma forma, no segundo é fulcral, principalmente num meio tão emotivo como o da música. Artigos como *reviews* são exercícios de razão e raciocínio e construções de argumentos que levam a uma dada nota (ou não) ou a conclusão sobre um álbum¹¹³. Se isto foi verdadeiramente atingido, cria-se uma relação de confiança e de poder do escritor perante o leitor.

Por último, o *pathos*: o escritor é capaz de criar sentimentos, emoções e empatia com os leitores porque sente o que está a escrever e experiencia o mesmo que os fãs. Esta habilidade está visível principalmente nas reportagens, onde a descrição do que se sentiu e da atmosfera do concerto é essencial.

O escritor das publicações redige assim de uma posição privilegiada e próxima do que representa, o que pode, por um lado, não conferir toda a objetividade necessária, mas reforça a tríade músico-fã/leitor-escritor.

¹¹² No seu diálogo *Górgias*, Platão compara o uso da Retórica como instrumento de verdade e instrumento de manipulação, concluindo que esta é eticamente errada. Deverá ter sido escrito em IV a.C.

¹¹³ Exemplo: “A proficiência técnica do coletivo está espalhada ao longo dos 31 minutos que dura o disco, seja através de solos mirabolantes ou contratempos jazzísticos. Felizmente a banda nunca se deixa cair no tecnicismo exagerado”. *Review* elaborada por J.M.R. sobre o LP *Planetary Facility* dos The Faceless, edição 96.

Vinte e sete anos! Quase três décadas, foi quanto os Anthrax fizeram esperar os fãs portugueses para regressar a estas bandas. Só por esse facto, o concerto do passado dia 5 de julho já justificava romagem a Corroios para ver Belladonna & Cia (...) Ao longo do concerto, os membros sobreviventes da primeira formação dos Anthrax iriam demonstrar o seu amor e respeito ao público português, que nunca os deixou descansar um segundo que fosse. «Vocês são completamente loucos!», repetia vezes sem conta um Belladonna já completamente transpirado (V.R.)¹¹⁴

9.1.4. Relação com a publicidade

Se a publicidade, juntamente com venda de jornais e classificados, era uma das principais formas de financiamento dos jornais nos finais do século XX e início do século XXI, o seu papel mudou drasticamente com a queda das vendas no físico e baixos preços da publicidade digital. No entanto, continua a ser uma das principais fontes de rendimento da imprensa mundial e das publicações analisadas.

Após análise, chegou-se à conclusão de que toda a publicidade nas revistas é direcionada (corresponde a temas e negócios da cena) e foram desenvolvidos subconjunto de códigos que caracterizam o tipo de publicidade que é incluída nestas: vestuário, *merchandising*, promoção de bandas, concertos/festivais, relações públicas, música – por sua vez subdividida em editoras e lojas – e livros (esta apresentou apenas um segmento). Os mais comuns são música (8,24%); promoção de bandas (3,30%) e concertos/festivais (1,10%), no caso da revista *Ultraje* n.º 13. No caso da *Loud* n.º 85, difere apenas a terceira posição, que fica para o *merchandising* (2,25%)¹¹⁵.

No caso da *Ultraje*, é a dificuldade em encontrar investimentos publicitários suficientes que motiva o facto de a revista ser bimensal e não mensal, um fator que provavelmente poderá mudar tendo em conta que o número de subscritores, leitores e o preço da publicidade e entrada nas compilações de CDs que a banda oferece ao público tem vindo a aumentar, revela J.C. (2017), que refere ainda que continuam a estar “muito dependentes da publicidade para manter a *Ultraje* viva”.

No caso da *Ultraje*, não poderíamos viver disto confiando apenas nas unidades vendidas da revista. Temos uma distro onde vendemos CDs e discos de vinil, vendemos *t-shirts*, temos a nossa editora, temos a publicidade da revista...Enfim, são várias pequenas fontes de rendimento que temos para garantir que podemos continuar a fazer isto a tempo inteiro. (J.C., 2017)

¹¹⁴ Reportagem sobre o concerto dos Anthrax (EUA, *thrash metal*), em Corroios. Escrita por Vasco Rodrigues para a revista *Ultraje*, edição 11.

¹¹⁵ Vide figs. 16 e 13, Anexos, pp. 65 e 63, respetivamente.

Isto não quer dizer que não há interesse em pagar para ter publicidade na revista física por parte dos anunciantes. Há claramente, uma vez que é uma aposta mais segura tendo a conta que a longevidade de uma revista em comparação a um *site*, é mais prestigiantes (D.F.) e é desta forma que duas revistas físicas em Portugal se suportam. A questão passa pela possibilidade de não haver anunciantes suficientes para aceder a todos os pedidos a nível global e poucos em solo nacional.

As revistas sobrevivem com publicidade e as bandas com concertos e venda de *merchandise*. A Loud! tem quase 20 anos, ainda existe a muito custo e já viu muita publicação cair à sua volta (...) A publicidade é uma fonte de rendimento bidirecional: é bom para a subsistência da Ultraje e é bom para as editoras conseguirem vender discos a esse nicho. (D.F.)

Para combater esta questão, os fundadores da Ultraje criaram *métodos para atrair leitores*¹¹⁶ que também servem como formas de sustentação “mais fracas”: as referidas compilações de CDs (que os ajudaram a lançar a primeira edição da revista); outros discos de ofertas, *t-shirts* próprias da revista, livros em trocas de assinaturas, etc.

Na Loud, a importância do negócio para o projeto mantém-se: segundo J.M.R., a publicidade é a fonte de rendimento da revista e um dos motivos da resiliência da mesma há quase duas décadas. Os editores admitem que é uma preocupação todos os meses e admitem que “em termos puramente financeiros, a publicidade é mais importante do que as vendas” (J.C.S.). Por estes motivos, a maioria dos artigos presentes nas edições trata-se dos lançamentos musicais do mês, “porque faz sentido e porque é isso que os editores querem promover” (*ibidem*).

Porém, os editores apontam para uma função importante que a publicidade lhes garante: a sua independência, tanto editorial como financeira, que lhes permite publicar conteúdo publicitário direcionado para o público e por isso não correndo o risco de o incomodar com coisas que não querem ver nem saber (algo que não acontece com a *media* generalista), “mantendo aquele público fiel mês após mês” (*ibidem*) e confere-lhes a liberdade financeira da escolha editorial, sendo simultaneamente um fator que explica que a sua longevidade, aliada à “teimosia” dos editores.

Tem desvantagens – somos pobrezinhos -, mas permite-nos tomar as nossas próprias decisões (J.M.R.)

¹¹⁶Outro código desenvolvido através da análise de conteúdo que não poderá ser expansivamente examinado por limitações de espaço.

Tal como a Ultraje, a Loud criou *métodos de atrair leitores*¹¹⁷ com o uso de CDs dados com a revista, *posters* de bandas, passatempos, o extinto correio do leitor, etc.

A título de comparação, nenhuma das *webzines* entrevistadas tem publicidade paga nos respetivos *sites* por motivos variados, com exceção da Loudness Magazine que apresenta alguns exemplos porque o Wordpress gera anúncios automaticamente nas páginas com muito tráfego: por ainda não terem ou terem chegado a um consenso sobre isso, por não considerarem necessário ou por pensarem não trazer benefícios para o tipo de projeto que está a ser explorado. Como a maior parte destas publicações paga normalmente o domínio da página ou tens custos com os servidores de rádio, como a SFTD Radio e a World of Metal, e promoções de Facebook, considera-se que esta hipótese poderia auxiliar na questão.

10. O papel e funções das revistas e zines

Parafraseando Roger Silverstone (1999)¹¹⁸, a mediação é uma experiência humana e, por isso, um produto da humanidade, permitindo-nos dar sentido a realidade. No mundo jornalístico da música extrema, esta ideia mantém-se.

Durante as décadas de 80 e 90, quando a música extrema começou a impor-se globalmente como estilo musical, em Portugal não havia muitas formas de obter informações sobre a mesma. Os escassos conhecimentos que eram divulgados neste período eram feitos por António Sérgio no seu programa de rádio¹¹⁹, seguido depois por António Freitas num registo semelhante, mais tarde pela Riff e, na viragem do milénio, pela Loud, aliados às zines que iam aparecendo e desaparecendo. Estes elementos fizeram um dos papéis fundamentais das publicações na altura e ainda nos dias de hoje: o da educação.

A responsabilidade evidentemente mudou ao longo dos anos, mas preservou o seu papel original com algumas modificações: se dos anos 70 até ao fim da década de 90, teve a tarefa de dar a conhecer este admirável mundo novo ao público português, ao longo do primeiro decénio de 2000 com a progressão da Internet, as revistas e zines passaram para uma função de explicar e dar esclarecimentos sobre a música e bandas. O papel voltou a sofrer uma mudança intensa a partir de 2010, com a crise do físico no

¹¹⁷ A SFTD Radio também aposta neste formato, com a venda de *t-shirts* e um festival organizado pelos autores do projeto.

¹¹⁸ Cf. SILVERSTONE, Roger (1999), *Why Study the Media*, London, Sage Publications.

¹¹⁹ Primeira emissão do *Lança-Chamas* na Rádio Comercial [aqui](#). Presume-se que a sirene inicial seja do *live album* “No Sleep 'til Hammersmith” (1981) dos Motörhead.

jornalismo e as tarefas acumulativas de explicar, apresentar novos conteúdos e perspectivas e, sobretudo, peças originais para atrair os leitores.

“Muita gente aprendeu sobre metal através da Loud. Ainda hoje aprende (...) São meios de divulgação da sonoridade, mas também servem como uma escola” (A.F.)¹²⁰

Outra função mais óbvia destes projetos será a promoção e divulgação de bandas nacionais e internacionais, que dificilmente obtêm outro tipo de apoio fora do meio (tanto global como em Portugal), a não ser através de si próprios (autopromoção¹²¹). São desta forma provavelmente, a par com as rádios e zines, a única alternativa para a promoção dos trabalhos musicais – a terceira função deste tipo de publicações. Para entrevistados como o criador da World of Metal, as bandas portuguesas não sobreviveriam sem as publicações “porque é um sistema simbiótico” (F.F.) Para a Loud, por outro lado, as publicações são mais um meio complementar do que um meio de sobrevivência para as bandas: “Uma banda pode ser o seu próprio meio de divulgação”, considera J.M.R. Neste ponto junta-se a influência – o quarto papel - que estas publicações exercem tanto no público como nas bandas.

Por fim, têm a função de apresentar conteúdos originais, que também são um meio para assegurar o interesse dos leitores. Em que outra publicação se poderia ler sobre a história de *Roots*, o mítico álbum dos Sepultura¹²²?

As zines têm relativamente as mesmas funções, mas trabalham num nível diferente e diferem em termos de influência. Pode dizer-se que se tratam de projetos suplementares que atuam na mesma cena que as revistas.

A este tipo de trabalhos acrescenta-se outro papel: o de preparação, mesmo que inconsciente, para possíveis membros migrarem para revistas. É nas zines que muitas vezes se aprende a compor uma notícia, a escrever uma reportagem, a ter em atenção os aspetos necessários para se elaborar para uma *review*. Foi o caso de F.F. da World of Metal e de Emanuel Ferreira, da Loud, que colaboraram ambos com a Metal Imperium antes de partirem para outros projetos.

Diferentemente das revistas, as zines costumam ter um período de vida específico: passam por uma fase inicial de grande entusiasmo com a criação da zine, que é mantido pela motivação e ânimo da primeira fase. Seguidamente, são procurados

¹²⁰ O radialista disse-o de uma forma não arrogante.

¹²¹ *Promoção e sobrevivência das bandas portuguesas* é um tópico retirado das entrevistas através da sua análise.

¹²² O disco *Roots* dos Sepultura é considerado um dos melhores trabalhos da banda e uma referência na música extrema. A revista *Ultraje* (edição n.º 7) publicou um extenso artigo sobre o assunto, com a história do álbum, uma perspetiva sobre o antes e depois do lançamento do mesmo, uma pequena reportagem sobre o concerto dos irmãos Cavalera em Portugal, 2016, e opiniões de membros da cena portuguesa sobre *Roots*.

colaboradores e/ou estes enviam candidaturas e o projeto mantém-se ativo por algum tempo, chegando-se à quarta fase na qual, por problemas de tempo, dinheiro ou perda de interesse, a zine começa a baixar o seu nível de atividade. Isto leva-nos incondicionalmente a duas hipóteses: uma forma de vida cíclica onde a zine regressa à sua fase inicial (o que é o que acontece com a Metal Imperium, por exemplo) ou a extinção do projeto ou a sua inatividade (de que é exemplo a Rock n' Heavy). Como diz Nuno Santos da SFTD Radio, no caso das zines, “fazer uma pausa é diferente de parar”. Independentemente disto, é importante relembrar que nenhuma zine é criada por procura de lucros e os membros da mesma fazem-no por dedicações e gosto pela música.

É um mercado onde todos fazemos falta e onde cabemos todos
(Paula Marques, Loudness Magazine)

11. Uma rede de comunicação como modo de divulgação da cena

Embora o trabalho das revistas físicas seja notável, de qualidade e muito completo, logicamente não conseguem chegar a todos os eventos e produtos musicais da cena no país, principalmente tendo em mente que nem todas as bandas/concertos/festivais conseguem divulgar-se da melhor maneira. Nesse sentido, e baseando-se no alto nível de informação que os membros da cena regularmente têm, considera-se que a divulgação da cena é feita não apenas através dos conteúdos jornalísticos, mas também graças a uma rede de comunicação que funciona num *milieu* cooperante, ativo e dinâmico e que envolve, além dos projetos mediáticos, outras iniciativas da área: editoras, lojas de diversas áreas (música, tatuagens e piercings, *merchandising*), promotores, e atividades como concertos e festivais, acrescentando assim a entidade separada que são os fãs¹²³. No fundo, trata-se de um ciclo *quid pro quo*: troca-se divulgação por informação e vice-versa.

No mercado da música extrema, todos estes componentes têm capital cultural e poder simbólico (Bourdieu, 1993:2) diferentes. Assim, são todos relevantes para as trocas de informação e divulgação na cena, ainda que com disparidades significativas ao nível de importância. A principal fonte de informação e divulgação nunca deixa de ser, claro, as publicações mediáticas, uma vez que têm o trabalho primordial nesta troca “informação-divulgação. Como as redes são cíclicas, esta transmite, suponhamos¹²⁴, informação para

¹²³ Exemplos da rede na cena musical.

¹²⁴ A ordem é variável porque é constituinte de uma rede que se auto-influencia e se autorregula e resulta independentemente da ordem em que seja colocada.

as lojas, que por sua vez fazem promoção aos concertos, que criam uma construção de comunidade e também transferem divulgação para as editoras discográficas, que promovem novos artistas ou trabalhos juntos dos fãs. Estes avaliam ou comentam os mesmos criando informação. Volta-se assim aos projetos de *media* que, por seu turno, avaliam e escrevem sobre o assunto.

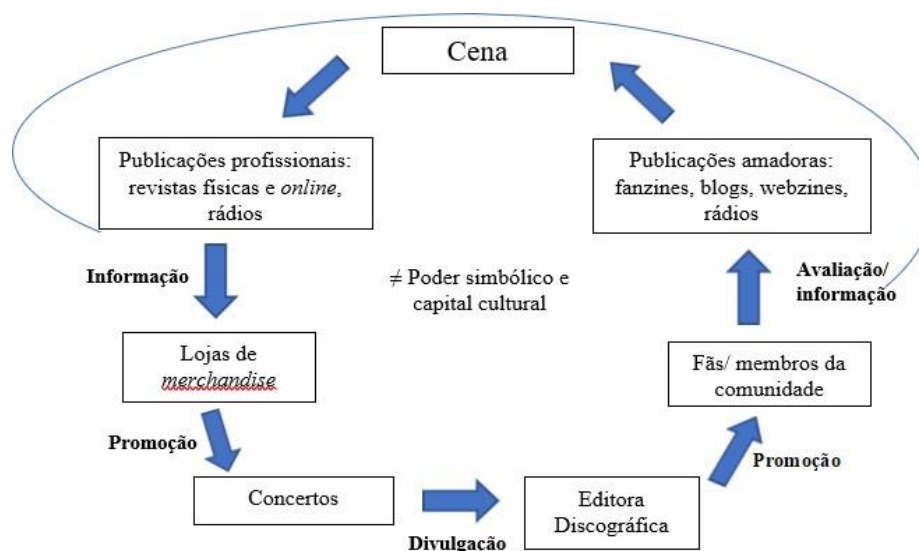


Figura 19 - Rede de comunicação como modo de divulgação da cena.

A imprensa especializada em música extrema pode ser o tema desta dissertação, mas outro padrão que tem-se salientado é claramente o fã: ainda que a maior parte dos membros da cena sejam homens caucasianos (Weinstein, 2000), é este/a que cria que funda revistas físicas ou digitais, zines, que as compra juntamente com os seus produtos, abre lojas de *merchadising* ou de música, inaugura editoras discográficas, cria grupos musicais, lança discos, participa ou organiza concertos e festivais, comenta e promove diretamente ou indiretamente bandas, outros projetos e o seu trabalho, tem vários trabalhos na área, pagos ou não (escritores, fotógrafos, editores de vídeo, técnicos de som, etc).

As explorações nesta actividades podem começar por ter sempre uma relação de interdependência com os outros negócios da cena, não em termos financeiros ou de gestão, mas ao um nível de cooperação e entendimento mútuo (por regra geral), que normalmente evoluiu para uma relação simbiótica: segundo conta D.S. da Portuguese Distortion, já partilharam várias fotografias de concertos com outras zines do meio porque há um ambiente de *entrepajuda*. D.A. da Loudness Magazine também afirma que

“ficaram amigos de quase todas as bandas” com quem já trabalharam. N.S. da SFTD Radio, por outro lado, pensa que “podia haver uma maior sinergia entre as zines” no que diz respeito a cobrir concertos, “principalmente os mais pequenos”.

Saliente-se que os fãs acumulam muitas vezes funções no meio, dependendo do seu nível de envolvimento com a cena - muito envolvido; moderadamente envolvido; pouco envolvido (Arnett, 1993) -, quanto mais empenho tiver, mais responsabilidade qualitativa ou quantitativa irá deter.

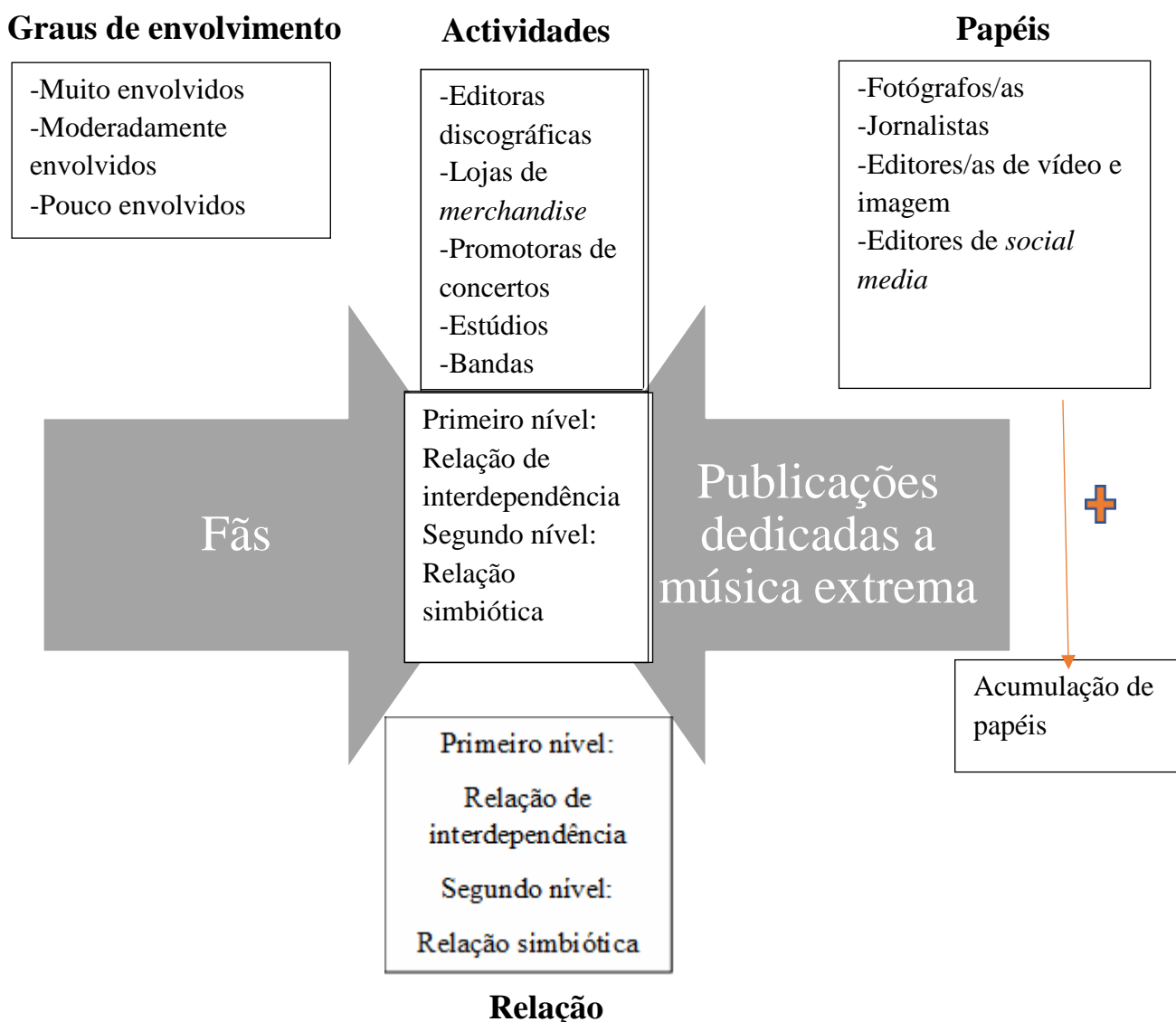


Figura 1- Relação entre os fãs e a imprensa de música extrema

Conclusão

Numa pós-modernidade ambígua (Baudrillard, 1988), onde tudo, especialmente a informação, se move tão rápido que torna difícil acompanhá-la, no qual a humanidade se vê cercada de constantes e diferentes fontes de informação que podem ou não ser credíveis, há poucas áreas da vida humana que se mantêm estáveis e firmes. Uma delas será certamente a música extrema que, mesmo com as contingências da última década (queda da venda de discos, baixa de publicações mediáticas como locais de promoção, aumento do número de concertos por artista, pirataria), têm-se aguentado firme na tempestade e evoluído de acordo com a história.

A subcultura à volta deste estilo de música revela-se fulcral neste ponto ao ter certos rituais, linguagem, vestuário, imagética e outros elementos definidores que se tornaram-se signos que são, simultaneamente, partilhados pelos membros, que os usam quer seja num contexto rotineiro, como em eventos típicos da música extrema, mas que são também afastados e que nem podem ser compreendidos por aqueles que não fazem parte da cena. Este conforto não é requerido por todos os membros do nicho, mas ajuda a estabelecer divisões numa cena que é por si própria ordenada, e a criar um sentido de comunidade e identidade no interior da mesma.

A cena, no seu global, também tem apresentado constantemente provas de que conserva a sua rentabilidade e atração para o nicho ao qual se dedica, que se pode verificar pelos finanças estáveis das editoras discográficas e agregação regular de novos artistas, pelo maior número de concertos, digressões e festivais, que têm passado em maior número pelo país, e uma forte ênfase nas cenas nacionais.

A imprensa especializada em música pesada portuguesa não é diferente: apesar de ter tido um início trémulo com os primeiros projetos mediáticos em modo revista nos anos 90 com a Rock Power e mais tarde com a Blast e a Metal Heart a partir de 2000, foi em 1999 que surgiu a primeira publicação física profissional que marcou este tipo de jornalismo em Portugal: a Riff. O seu curto legado foi retomado pela Loud e, muitos anos mais tarde, pela Ultraje, os objetos de estudo desta dissertação e a prova de como este tipo de *media* teve espaço para crescer em Portugal nesta altura. Será que tem potencial para continuar a aumentar?

Vários fatores conseguem explicar a fundação de ambas as revistas: resiliência dos seus criadores, dedicação, empenho, conhecimento e reconhecimento e uma necessidade de um nicho que existe no país. Se este exige sistemas complexos e organizados de

comunicação para estar informado, isto significa que ele próprio é igualmente complexo.

Por seu turno, a qualidade, patente através do discurso publicado, da autoridade criada pelos escritores dos projetos mediáticos e pelas qualificações dos seus colaboradores e processo de trabalho, é um motivo que explica a resistência das publicações ao longo dos anos e que leva leitores a comprá-las mensalmente ou bimensalmente, sendo possível acrescentar-se ainda a fidelidade do mesmo se a relação de confiança entre o leitor e a revista for construída e preservada.

Assumindo que todas estas componentes são atingidas pelas publicações, quais serão as suas funções e o seu papel para a cena e para os leitores? E quais poderão ser as das fanzines? A tarefa primária destes projetos passa necessariamente pela formação e educação, tendo sido durante muitos anos a única fonte didática sobre este tema em Portugal, função que conservou mesmo após a propagação da Internet. Foram e continuam a ser uma das principais fontes de promoção e divulgação de informação e imagem, mas é a sua função primária – educar, apresentar conteúdos originais e novas perspetivas – que ainda hoje motiva muitos leitores a comprá-las, já que não vão conseguir encontrar artigos sobre a história de um determinado disco ou como um artista influenciou a carreira de outro noutra publicação.

As zines, por outro lado, atuam no mesmo nicho, mas funcionam mais como mecanismos de complementaridade e de preparação para os fãs/escritores que estão a dar os primeiros passos no mundo da imprensa especializada em música extrema, o que não lhes retira de todo o mérito, mas muda-lhes o foco da responsabilidade. No mesmo sentido, continuam a ser, por regra geral, as primeiras criações mediáticas a dar resposta às notícias mais prementes.

Há muita pessoas que dizem que o fazemos não é jornalismo, porque [este] está no Jornal de Notícias, no Público, e não nos nossos meios (...) Acho que as pessoas acabam por reparar que fazemos isto sem fins lucrativos acabamos por fazer o que nos interessa e, por isso, é uma perspetiva mais honeste e de alguém que conhece mesmo a música e não está porque o editor do jornal acha que vale a pena (Joana Medeiros, Portuguese Distortion, 2017)

Em comparação aos meios de comunicação das massas, este tipo de *media* difere no seu interior: é feito de fãs para fãs e mantido ativo através de empenho e dedicação. Se se retirar da equação a possibilidade de ter se fazer um trabalho porque o editor pediu ou

porque poderá haver interesses comerciais ou económicos no meio, este tipo de jornalismo será necessariamente produzido de uma forma livre e honesta. Não que isto tenha de acontecer obrigatoriamente nos *mass media*, mas há possibilidade para ocorrer; na imprensa de música extrema este perigo perde-se porque não existem as condições para a sua existência.

Por outro lado, a falta de critérios na escolha de colaboradores, principalmente nas zines, pode revelar-se um problema. Principalmente em zines, onde não há qualquer tipo de retorno financeiro, é difícil manter o entusiasmo dos colaboradores durante períodos extensos. Gostar da música e da cena pode, teoricamente, não ser suficiente.

Se se considerar que a Loud foi (e é) a precursora e mestre do jornalismo especializado em música extrema nacional, poder-se-á dizer que a Ultraje é a herdeira prodígia que não roubará o trono ao imperador, mas coexistirá com o mesmo, tendo em conta que o ambiente do jornalismo musical deste tipo em Portugal vive num ambiente de concorrência “saudável” e com uso de parcerias, o que não implica, porém, que não haja atritos.

Dada a extensão do nicho, global e nacional, torna-se complicado “apenas” duas revistas físicas conseguirem fazer cobertura de tudo, pelo que se considera que o mercado circundante do nicho é gerido por uma rede de comunicação com poder simbólico e capital cultural diferentes e que trocam entre informação por divulgação e vice-versa.

Ainda que tenha havido situações que mostraram que a crise dos *media* consegue afetar todos os meios, como é o caso da quase cessação das revistas físicas britânicas Metal Hammer, Classic Rock e Prog, cuja proprietária Team Rock anunciou em 2017 o despedimento efetivo de 73 pessoas e a suspensão das publicações (que acabou por não acontecer quando a editora prévia – a Future Publishing – comprou novamente as revistas por cerca de 899,90 mil euros) e poder ser argumentado que o período entre a criação da Loud e da Ultraje, e o facto de não haver mais revistas físicas poder ser um reflexo da crise dos *media*, aliada à crise económica, há mais evidências a apontar para que esta está a evoluir positivamente do que de um modo preocupante.

A questão do nicho e do mercado continua a manter-se relevante, permanecendo a inquirição de se o mercado português tem espaço para mais revistas físicas ou não? Baseado na perspetiva da Loud que o nicho é muito maior do que as pessoas dão lhe dão crédito e tem abertura para diversos negócios, e da Ultraje que defende que este, além de ser grande, encontra-se segmentado, o que dificulta a cobertura mediática do

nicho e, por isso, tem necessariamente disponibilidade para explorar novos projetos, considera-se, tendo em mente ambas as hipóteses que o mercado tem espaço para a criação de novas revistas físicas e outras publicações do género (pelo menos uma). Atendendo que este é volumoso e segmentado, como foi referido, é provável que uma possível revista pudesse apostar em sonoridades que são menos abordadas por estas revistas, como *rock* ou *metalcore* para agradar o público mais juvenil.

Para Fernando Ferreira da World of Metal, porém, o mercado já não tem capacidade para mais criações mediáticas e o facto de a *Ultraje* ser publicada de 2 em 2 meses é prova disso.

Debatendo ainda a rentabilidade e longevidade da imprensa, não é uma ideia nova que a originalidade de conteúdos poderá ser a solução para a crise da imprensa no geral (se se conseguir, evidentemente, convencer o público que este tipo de conteúdo vale o seu valor monetário). Na imprensa de música extrema, as revistas físicas já comprovaram a importância desta para atrair os leitores, completando-a com pequenos incentivos (*t-shirts*, CDs, livros) para fomentar a compra.

A forma como esta imprensa utiliza a publicidade também poderia constituir uma lição para os *media* generalista, ao publicarem anúncios que são direcionados para o nicho e por isso menos propícios a incomodar ou irritar os leitores. Obviamente que os meios de comunicação de massa não podem descartar a publicidade geral, já que não é possível criar padrões dentro do público em geral, mas seria possível introduzir uma porção de anúncios baseados no historial do visitante (no caso dos *sites*) e relacionados com os tópicos abordados nas publicações.

Além da possibilidade de poder surgir mais revistas físicas no futuro, pensa-se que as zines, com a retoma das físicas, irão continuar a crescer e a representar um ato de democracia e liberdade de expressão, acompanhado de futuras gerações que conseguirão encontrar um equilíbrio entre o papel e o digital¹²⁵.

Por limitações de espaço e de tempo, não foi possível desenvolver os tópicos da possível falta de consciência de classe por parte dos autores das revistas e zines, que se veem mais como escritores do que propriamente jornalistas. Seria muito interessante perceber que critérios são aplicados pelos mesmos para desenvolver esta distinção e que o que torna realmente um autor de conteúdo mediático em jornalista. Pelos mesmos motivos, não foram abordados os temas do papel das TIC para o aparecimento das

¹²⁵ Note-se o caso do livro *Metalion: The Slayer Mag Diaries*, uma compilação de várias edições da fanzine norueguesa *Slayer* (uma das mais antigas e duradouras da cena: 1985-2010) feita pelo seu autor Metalion. Numa obra com mais de 700 páginas, o escritor mostra o contributo do projeto e traça a história da música extrema.

webzines a partir do fim dos anos 2000 e segunda década do mesmo ano, e que impacto teve na revista física Loud. A possibilidade de exportação para mercados estrangeiros, talvez primeiro o Brasil (como a *Ultraje* já conseguiu, embora ainda seja precoce conhecer os resultados), e depois para os PALOP, também foi debatida nas entrevistas, mas não pôde ser incluída na dissertação.

Teria sido igualmente importante explorar os conceitos de hegemonia (Gramsci, 1972; Althusser, 1968), de produção cultural e alienação de Marx (1948 e 1932) e as abordagens mediáticas sobre rock de Simon Frith (1990).

A cena de música extrema, com todos os agentes e atividades que engloba – a imprensa, lojas de *merchandising*, lojas de música, editoras discográficas, promotores, escritores/jornalista, músicos, bandas, fãs, entre outros -, mais do que uma aglomeração de pessoas que têm um gosto em comum pela música, revela-se uma espécie de comunidade e local de conforto com atributos diferentes para cada um dos seus membros.

Pertencer ao meio e não ser fã são, obviamente, categorias mutuamente exclusivas: é preciso ser-se fã para se fazer parte da cena. Também é necessário ter-se diferentes tipos de empenho para se desempenhar cada uma das funções – é diferente ouvir música em casa e lançar-se para o mercado português com uma revista física sobre música extrema. Ser fã deste tipo de música é o que todos estes agentes têm em comum e são eles que movem a cena.

A imprensa, por extensão, dá sentido a uma realidade que nem sempre o tem e torna a pós-modernidade vivida por todos agentes um pouco menos difícil, nem que o faça por alguns momentos.

Bibliografia

- Atton, Chris (2001), *Alternative Media (Culture, Representation and Identity)*, Londres, Sage Publications
- Barthes, R. (1957), *Mythologies*, Reino Unido, Vintage Publishing
- Bourdieu Pierre, Johnson R. (1993), *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, Cambridge, Polity Press
- Brake, Michael (1985) *Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Subcultures in America, Britain and Canada*, London, Routledge and Kegan Paul
- Coyer, Kate, Dowmunt, Tony, Fountain, Allan (2007), *The Alternative Media Handbook*, Oxon, Routledge
- Hebdige, Dick (1988), *Subculture. The Meaning of Style*, New York, Routledge
- Dico (2012), *Breve História do Metal Português*, Lisboa, A Casa das Regras
- Frandsen, D. (2011) *Two Steps Past Insanity: The Expression of Aggression in Death Metal Music*, in Colin McKinnon, Niall Scott and Kristen Sollee (eds), “Can I play with Madness? Metal, Dissonance, Madness and Alienation”, pp. 35-40, Oxford, Inter-Disciplinary Press
- Fith, Simon (2007), *Taking Popular Music Seriously: Selected Essays*, Reino Unido, Ashgate Publishing
- Guerra, Paula, Quintela, Pedro (2016), “Punk fanzines in Portugal (1978-2013): a mapping exercise”, pp. 59-67, in Guerra, Paula, Moreira, Tânia (orgs.), *Keep it Simple, make it Fast! An Approach to Underground Music Scenes*, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto
- Hall, Stuart, Jefferson, Tony (1976), *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*, London, Hutchinson
- Kahn-Harris, Keith (2007), *Extreme Metal, Music and Culture on the Edge*, Berg, Oxford
- Purcell, Natalie J. (2003), *Death Metal Music: The Passion and Politics of a Subculture*, Jefferson, Macfarlane & Company, Inc. Publishers.
- Reynolds, Simon Reynolds, Press, Joy (1995), *The Sex Revolts: Gender, Rebellion, and Rock 'n' Roll, Serpent's Tail*, London
- Sacks, Oliver (2008), *Musicophilia – Tales of Music and the Brain*, New York, Vintage Books

Salzinger, Helmut (1972), *Rock Power oder Wie musikalisch ist die Revolution? Ein Essay über Pop-Musik und Gegenkultur*, Frankfurt

Unger, Matthew P. (2016), *Sound, Symbol, Sociality: The Aesthetic Experience of Extreme Metal Music*, London, Palgrave Macmillan

Vários autores (2016), *Quadro de Honra*, Lisboa, Saída de Emergência

Weinstein, Deena (2000). *Heavy Metal, The Music and its Culture*, Da Capo Press

Wicke, Peter (1990), *Rock Music- Culture, Aesthetics and Sociology*, Cambridge, Cambridge University Press

Wikström, Patrik (2013), *The Music Industry- Digital Media and Society Series*, Cambridge, Polity Press

Young, Garry Sharpe (2007), *Metal: The Definitive Guide*, London, Jawbone Press

Artigos científicos, teses e outros:

Adorno, T.W. (1947), *Sobre a Indústria da Cultura*, Coimbra, Angelus Novus

Adorno, T.W. (1941), *On Popular Music*. Studies in Philosophy and Social Sciences

Arnett, Jeffrey (1993), *Three profiles of heavy metal fans: A taste for sensation and a subculture of alienation*, Qualitative Sociology, vol. 16, n.º 4

Atton, Chris (2001), “*Living in the Past?*”: *value discourse in progressive rock fanzines*, Popular Music, vol. 20, n.º 1, pp. 29-46

Atton, Chris (2009), *Writing about listening. Alternative Discourses in Rock Journalism*, Popular Music, vol. 28, n.º 1, pp. 53-67

Brown, Andy R. (2007), *Everything Louder than Everything Else*, Journalism Studies, London, Routledge

Guerra, Paula, Quintela, Pedro (2016), *Culturas Urbanas e sociabilidades juvenis contemporâneas: um (breve) roteiro teórico*, Revista de Ciências Sociais, vol. 47, n.º 1, pp. 193-217, Fortaleza

Hall, Stuart (1996), *The centrality of culture: Notes on the cultural revolutions of our time*, London, Sage Publications

Hesmondhalgh, David (2005), *Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above in Journal of Youth Studies*, London, Routledge

Kahn-Harris, Keith (2004), *Unspectacular Subculture? Transgression and Mundanity in the Global Extreme Metal Scene*. In “After Subculture, Critical studies in

Contemporary Youth Culture”, Bennett, Andy and Kahn-Harris (eds.), New York, Palgrave MacMillan.

Kneer, Julia & Rieger, Diana & Frischlich, Lena and Munke, Daniel. (2011), *Goethe vs. Rammstein: Who is allowed to play with madness? The influence of musical taste on prejudice against heavy metal lyrics*

Moore, Ryan (2007), *Friends Don't Let Friends Listen to Corporate Rock, Punk as a Field of Cultural Production*, Journal of Contemporary Ethnography

Nunes, Pedro (2004), *Popular Music and the Public Sphere: The Case of Portuguese Music Journalism*. Tese de doutoramento, University of Stirling

Phillipov, Michelle (2012), *Extreme music for extreme people?*, University of Tasmania, Equinox Publishing

Radanović, Bojana (2016) *Ideologies and Discourses: Extreme Narratives in Extreme Metal Music*, Belgrade, Faculty of Music, University of Arts

Schaap, Julian Schaap, Berkers, Pauwke (2014), *Grunting Alone? Online Gender Inequality in Extreme Metal Music* in Journal of the International Association for the Study of Popular Music, University Rotterdam

Varriale, Simone (2012) *Music, journalism, and the study of cultural change*, University of Warwick

Vasan, S. (2011), *The Price of Rebellion: Gender Boundaries in the Death Metal Scene*. Journal for Cultural Research, pp. 333-350.

Babbie, Earl (1989), *The practise of Social Research*, Belmont, California Wadsworth Publishing Company

Bryman, Alan (2012), *Social Research Methods*, 4th edition, Oxford, Oxford University Press

Catanzaro, M. (1988), *Using qualitative analytical techniques*, in “Nursing Research; Theory and Practice”, Wood P. and Catanzaro (eds), pp. 437–456, New York, Mosby Company

Jensen, Klaus Bruhn *et all* (2012), *A Handbook of media and Communication Research*. Qualitative and quantitative methods, London Routledge

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Thousand Oaks, Sage

Anexos



Figura 2- Carach Angren, grupo holandês de *symphonic black metal*. Foto retirada da página do Facebook da banda.



Figura 3 - Revista Supersom noticia que os Censurados acabaram.

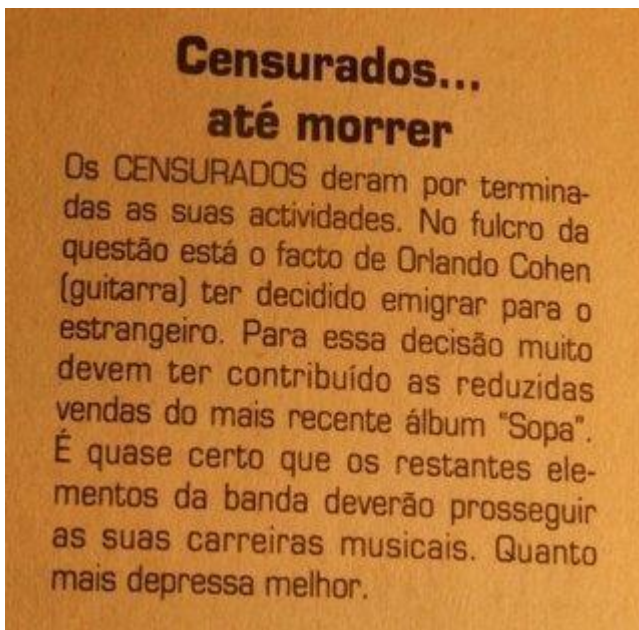


Figura 4- Capa da edição n.º 200 da Loud

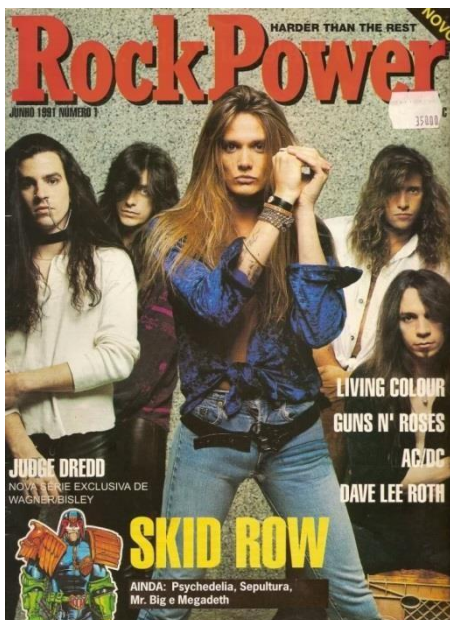
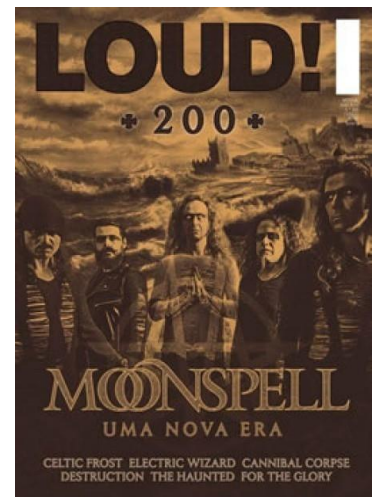


Figura 5 - Capa da revista Rock Power

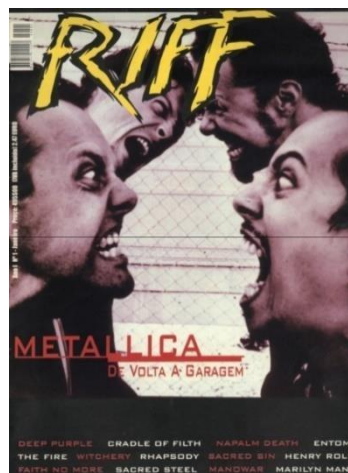


Figura 6- Primeira edição da revista Riff.



Figura 7- Revista Blast.

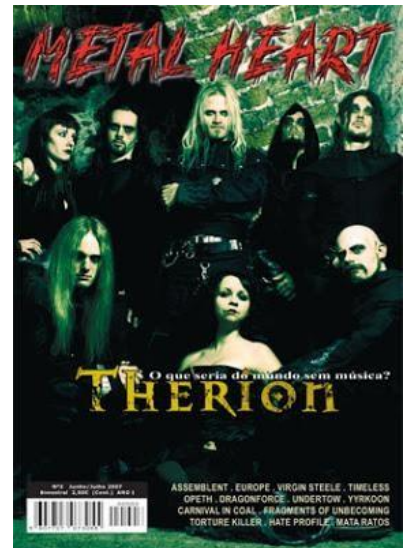


Figura 8- Revista Metal Heart



Figura 9-Fanzine Estado do Sítio



Figura 10-Fanzine Delírio Metálico



Figura 11- Primeira edição física da Ultraje

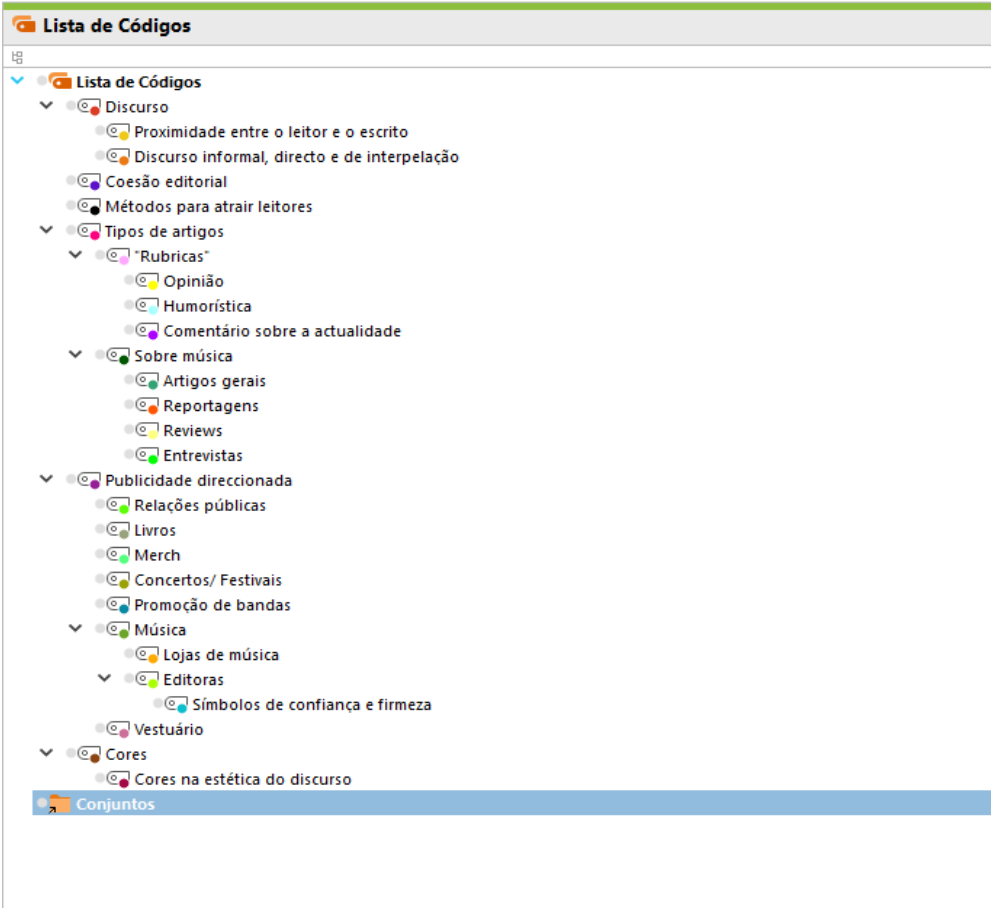


Figura 12- Lista de códigos criados com a análise de conteúdo e o programa MaxQDA

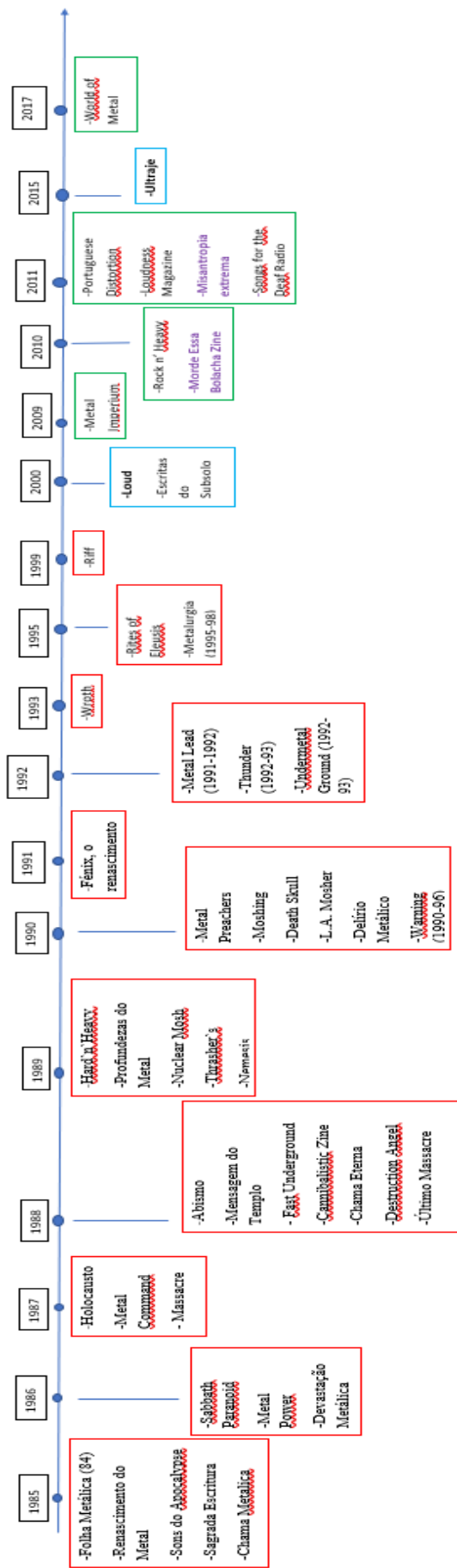
Resumo de códigos

Documento: Loud Fev 2008

	Código de orig...	Código	Segmentos co...	Segmentos co...	% Segmentos...	Autor	Documentos
	Publicidade direc...	Relações públicas	2	2	2,25	Carolina	1
	Publicidade direc...	Merch	2	2	2,25	Carolina	1
	Sobre música	Artigos gerais	5	5	5,62	Carolina	1
	Publicidade direc...	Concertos/ Festi...	2	2	2,25	Carolina	1
	"Rubricas"	Comentário sobr...	1	1	1,12	Carolina	1
		Métodos para at...	7	7	7,87	Carolina	1
	Sobre música	Reviews	1	1	1,12	Carolina	1
	Sobre música	Reportagens	1	1	1,12	Carolina	1
	Tipos de artigos	"Rubricas"	6	6	6,74	Carolina	1
	Sobre música	Entrevistas	20	20	22,47	Carolina	1
		Tipos de artigos	1	1	1,12	Carolina	1
	Tipos de artigos	Sobre música	6	6	6,74	Carolina	1
	Discurso	Discurso informal...	2	2	2,25	Carolina	1
	Discurso	Proximidade entr...	1	1	1,12	Carolina	1
	Publicidade direc...	Música	12	12	13,48	Carolina	1
		Discurso	1	1	1,12	Carolina	1
	Cores	Cores na estétic...	2	2	2,25	Carolina	1
	Publicidade direc...	Vestuário	1	1	1,12	Carolina	1
		Publicidade direc...	15	15	16,85	Carolina	1
	Música	Lojas de música	1	1	1,12	Carolina	1

Figura 13- Percentagem de segmentos criados com o MaxQAD e análise de conteúdo correspondentes à Loud de fevereiro de 2008.

Linha cronológica do mercado das principais publicações da imprensa especializada em música extrema em Portugal (revistas e fanzines)



Legenda:

- Revistas/ fanzines físicas extintas
- Revistas/ fanzines online extintas
- Revistas/ fanzines físicas ativas
- Revistas/ fanzines online com estado incerto

Figura 14- Linha cronológica do mercado das principais publicações da imprensa especializada em música extrema em Portugal (revistas e fanzines)



Figura 15- Loud 2008 vs. Loud 2018

Resumo de códigos

Todos



	Posição	Código de orig...	Código	Segmentos co...	Segmentos co...	% Segmentos...	Autor	Documentos	Pseudónimo d...
	0	Sobre música	Artigos gerais	12	0	6,59	Carolina	2	
	3	Publicidade direc...	Concertos/ Festi...	2	0	1,10	Carolina	2	
	1	Discurso	Discurso informal...	18	0	9,89	Carolina	2	
	0	Discurso	Proximidade entr...	9	0	4,95	Carolina	2	
	2		Tipos de artigos	1	0	0,55	Carolina	1	
	1	Tipos de artigos	Sobre música	21	0	11,54	Carolina	1	
	0	Tipos de artigos	"Rubricas"	12	0	6,59	Carolina	2	
	3	Sobre música	Entrevistas	6	0	3,30	Carolina	2	
	2	Sobre música	Reviews	5	0	2,75	Carolina	2	
	1	Sobre música	Reportagens	5	0	2,75	Carolina	2	
	5		Símbolos de conf...	3	0	1,65	Carolina	2	
	4		Cores	5	0	2,75	Carolina	2	
	3		Publicidade direc...	24	0	13,19	Carolina	2	
	0	Cores	Cores na estétic...	7	0	3,85	Carolina	2	
	6	Publicidade direc...	Vestuário	1	0	0,55	Carolina	1	
	5	Publicidade direc...	Música	15	0	8,24	Carolina	2	
	0	Símbolos de conf...	Discurso	6	0	3,30	Carolina	1	
	2	Publicidade direc...	Merch	2	0	1,10	Carolina	2	
	1	Publicidade direc...	Livros	1	0	0,55	Carolina	1	
	0	Publicidade direc...	Relações públicas	1	0	0,55	Carolina	1	
	1		Métodos para at...	1	0	0,55	Carolina	1	
	0		Coessão editorial	9	0	4,95	Carolina	2	
	2	"Rubricas"	Comentário sobr...	4	0	2,20	Carolina	1	
	1	"Rubricas"	Humorística	1	0	0,55	Carolina	1	
	4	Publicidade direc...	Promoção de ba...	6	0	3,30	Carolina	2	
	0	"Rubricas"	Opinião	5	0	2,75	Carolina	2	

Figura 16- Percentagem de segmentos criados com o MaxQAD e análise de conteúdo correspondentes à Ultraje de Dezembro/Janeiro de 2018 (edição n.º 13).

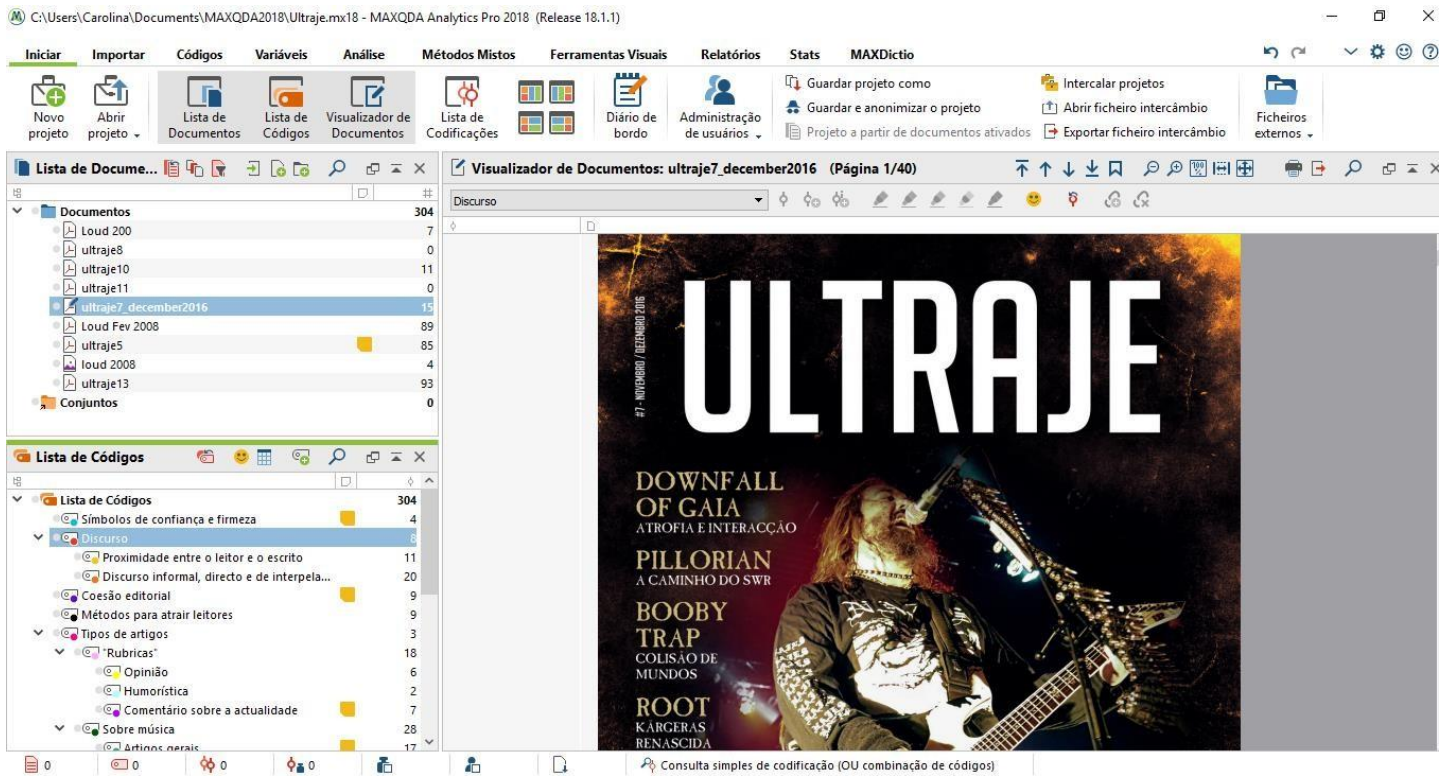


Figura 17- Exemplo da análise de conteúdo feita no programa MaxQDA.



Figura 18 - Exemplos da rede na cena musical: outras atividades do meio a produzir informação. Facebook das lojas Clockwork Store (que vende discos, merchandising, faz tatuagens, etc) e Unkind, que comercializa maioritariamente merch e bilhetes de concertos.

a. Perfil dos entrevistados

Revista (R)/ Fanzine (F)	Nome do entrevistado	Idade	Formação académica	Grau de ensino	Línguas estrangeiras	Outras atividades
Portuguese Distortion (F)	Daniel Morgado Sampaio	27	Estudante de doutoramento; “tradutor e fotógrafo freelancer”	Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura na Universidade do Minho	Inglês; Espanhol; Japonês	Fotografia; edição de vídeo; edição de imagem; tradução; música; investigação académica
Portuguese Distortion (F)	Joana Ribeiro Medeiros	22	Ensino secundário	Curso científico-humanístico de Artes Visuais, Escola Secundária Aurélia de Sousa, 2014	Inglês; Espanhol	Fotografia
Aernus (banda)	Diogo Jones	22	Ensino profissional	Produção e Tecnologias da Musica, Epi/Etic, 2015	Inglês	Edição de vídeo; edição de imagem
Ultraje (editor) (R)	Joel Eduardo Moreira Ramos da Costa	28	Ensino profissional	12º ano, Curso Profissional de Multimédia na Escola Profissional de Cortegaça, em 2008	Inglês	Edição de vídeo; edição de imagem; web design
Ultraje (editor) (R)	Diogo Manuel Marnoto Ferreira	30	Ensino profissional	Instalação e Gestão de Redes Informáticas, no CESAE, concluído em 2007.	Inglês	Escrita e música
Loudness Magazine (F)	Paula Cristina Pinto Marques	40	Ensino profissional	“Não me lembro com rigor”	Inglês Francês Italiano	Fotografia; edição de imagem; reportagem e escrita criativa
Loudness Magazine	Domingos António Calado Ambrósio	41	Ensino profissional	Escola Profissional de Teatro de Cascais	Inglês; Espanhol; Francês; Italiano	Fotografia; edição de imagem; música
World of Metal (R digital)	Fernando Ferreira	36	Ensino secundário	12º ano, humanidades Escola Secundária Professor Reynaldo dos Santos - 1998	Inglês; Espanhol; Francês	Música
SFTD Radio	Nuno Miguel Pinho Santos	43	Outro(s) “Frequência de Eng ^a Informática, não concluída, no IST”	-----	Inglês; Francês	Fotografia
Loud (R)	José Carlos Velez	39	Ensino superior:	Licenciatura em	Inglês; Espanhol;	Fotografia; escrita

	Caroço Brites dos Santos		licenciatura	Informática, Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, 2004	Francês	literária
Loud	José Miguel Rodrigues	41	Ensino superior: licenciatura	Ciências da Comunicação, UAL, 2002	Inglês, Espanhol, Francês	Fotografia; música
Analepsy (banda)	Tiago Miguel Mendes Correia	24	Ensino superior: licenciatura	Licenciatura em Matemática Aplicada na Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, concluída em 2017	Inglês	Edição de vídeo; música
Analepsy (banda)	Flávio Pereira	---	-----	-----	-----	Músico
Antena 3	António Freitas	---	-----	-----	-----	Radialista

b. Tabela organizada da amostra

Revistas	Edição	Data
Ultraje	5	Junho/Julho 2016
Ultraje	6	Setembro/Outubro 2016
Ultraje	7	Novembro/Dezembro 2016
Ultraje	8	Janeiro/Fevereiro 2017
Ultraje	10	Maió/Junho 2017
Ultraje	11	Julho/Agosto 2017
Ultraje	12	Outubro/Novembro 2017
Ultraje	13	Dezembro/Janeiro 2018
Loud	82	Novembro 2007
Loud	84	Janeiro 2008
Loud	85	Fevereiro 2008
Loud	86	Março 2008
Loud	90	Julho/Agosto 2008
Loud	93	Novembro 2008
Loud	94	Dezembro 2008
Loud	95	Janeiro 2009
Loud	96	Fevereiro 2009
Loud	97	Março 2009
Loud	99	Maió 2009
Loud	175	Outubro 2015
Loud	200	Novembro 2017

c. Curriculum Vitae



CURRICULUM VITAE

Carolina Ribeiro Rodrigues

DADOS PESSOAIS

Idade: 23

Morada: Rua Doutor José Sabino Louro, n.º 6, 3.º Direito, 2665-240 Malveira

Nacionalidade: Portuguesa

CONTACTOS



933 451 771



carolina.rodrigues425@g
mail.com

COMPETÊNCIAS TRANSVERSAIS

- Trabalho em equipa e em ambientes multiculturais
- Disponibilidade para aprendizagem contínua
- Capacidade para ouvir
- Motivação
- Iniciativa
- Persistência
- Capacidade para questionar
- Compromisso ético
- Planeamento/ organização
- Inovação/ criatividade
- Auto-aprendizagem
- Recolha e tratamento de informação

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

(2018) JORNALISTA ESTAGIÁRIA NA REVISTA SÁBADO

Jornalista da parte editorial na secção *online* da publicação. Redatora de notícias sobre a actualidade internacional e portuguesa.

(2018) ESTAGIÁRIA NA REVISTA SÁBADO

Jornalista no secção de cultura e *lifestyle* da secção GPS. Colaboração também no *site* da publicação e restantes secções.

(2016-2017) COLABORADORA NA REVISTA ROCK N' HEAVY

Revista *online* dedicada a música extrema. Participação em todas as actividades produzidas.

(2016) SPEAKER NO SCI-FI LX- INSTITUTO SUPERIOR TÉCNICO

Apresentação do projecto "Festival de Ficção Científica e Fantasia- The Padawan Wars" realizado em 2015.

(2015) ESTAGIÁRIA NO MUSEU NACIONAL DO AZULEJO

Desenvolvimento do plano comunicacional e cultural do projecto "Vidra-te no Azulejo".

(2010-2011) EXPLICADORA

Apoio pedagógico *freelancer* a estudantes do ensino primário e básico.

FORMAÇÃO ACADÉMICA

(2016) MESTRADO- COMUNICAÇÃO, CULTURA E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa.

(2013-2016) LICENCIATURA- ESTUDOS DE CULTURA E COMUNICAÇÃO

Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

(2010-2013) ENSINO SECUNDÁRIO

Colégio Santo André, Venda do Pinheiro.

FORMAÇÃO ACADÉMICA COMPLEMENTAR

(2015) CURSO DE EGIPTOLOGIA

Curso intensivo de seis meses na Faculdade de Letras.

(2015) CURSO DE ESCRITA CRIATIVA

Curso de Verão na Faculdade de Letras.

ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

(2016) MEMBRO DO PROJECTO "MIRABILIA"

Iniciativa que pretende construir uma base de dados sobre o Fantástico Medieval.

(2016) JUNIOR RESEARCHER NOS "MENSAGEIROS DAS ESTRELAS"

Conferência internacional sobre Ficção Científica e Fantasia.

CURRICULUM VITAE

Carolina Ribeiro Rodrigues

COMPETÊNCIAS LINGUÍSTICAS

Língua materna: Português
Nível avançado: Inglês
Nível intermédio: Espanhol
Nível básico: Alemão

COMPETÊNCIAS INFORMÁTICAS

-Bom domínio do Windows,
Microsoft Word, Powerpoint,
Excel e Prezi
-Conhecimentos avançados
de Wordpress, Weebly,
Canvas, Infogram, Audacity,
MaxQDA e QDA Miner Lite
-Conhecimentos básicos de
Photoshop

ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

(2015) CRIADORA E CO-ORGANIZADORA DO "FESTIVAL DE FICÇÃO CIENTÍFICA E FANTASIA- THE PADAWAN WARS

Festival com duração de três dias sobre obras destes géneros textuais.

(2015) MEMBRO DA COMISSÃO DE CURSO DE ESTUDOS DA CULTURA E COMUNICAÇÃO

Organização estudantil com diversas funções ligadas aos alunos do curso acima nomeado.

(2013) NÚCLEO DE POESIA DA FACULDADE DE LETRAS

Grupo de estudantes com um fascínio comum por poesia.

PROJECTOS DE VOLUNTARIADO

(2015) BANCO SOLIDÁRIO ANIMAL- RECOLHA DE ALIMENTOS

Participação na 7.ª iniciativa do Banco Solidário Animal. Distribuição de panfletos e inventário de bens alimentares e de higiene.

(2015) PROJECTO "COPOS- QUEM DECIDE ÉS TU"- CRUZ VERMELHA

Comunicação com jovens e apresentações em escolas sobre o programa, que visava sensibilizar esta faixa etária para o consumo moderado de álcool.

(2014) CONFERÊNCIA "MENSAGEIROS DAS ESTRELAS"

Responsável pelo apoio técnico e informático durante o evento.

(2014) INTERNATIONAL CONFERENCE ON PHILOSOPHY AND FILM

Responsável pelo apoio informático e *catering*.

(2010) VOLUNTARIADO EM ASSOCIAÇÃO LOCAL DE APOIO A SEM-ABRIGOS, Venda do Pinheiro

Embalamento, divisão e distribuição de bens alimentares.