

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

DISPUTAS SOCIAIS NA CRÍTICA MUSICAL JORNALÍSTICA
O POTENCIAL POLÊMICO DA FOLHA DE S. PAULO

Rafael Schoenherr

Dissertação de Mestrado
Orientador: Prof. Dra. Ione M. G. Bentz

São Leopoldo, abril de 2005

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

S365d Schoenherr, Rafael

**Disputas sociais na crítica musical jornalística: o potencial
polêmico da Folha de São Paulo / por Rafael Schoenherr. –
2005.**

244 f.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos
Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação,
2005.

“Orientação: Prof^a. Dr^a. Ione M. G. Bentz, Ciências da
Comunicação”.

1. Jornalismo. 2. Crítica musical. I. Título.

*“Quem tem consciência para ter coragem
Quem tem a força de saber que existe
e no centro da própria engrenagem
inventa a contra-mola que resiste*

*Quem não vacila mesmo derrotado
Quem já perdido nunca desespera
E envolto em tempestade, decepado
entre os dentes segura a primavera”
(Secos & Molhados)*

AGRADECIMENTOS

"I'm gonna try with a little help from my friends..." (Lennon/McCartney)

À professora orientadora Dra. Ione M. G. Bentz, pelos instigantes momentos de interlocução, questionamentos, compreensão e apoio.

Aos professores do PPG. Em especial, José Luiz Braga e Antonio Fausto Neto, que gentilmente contribuíram com suas valiosas leituras no processo de qualificação; e Ronaldo Henn e Sérgio Gadini, pela criteriosa e produtiva avaliação final do trabalho.

A CAPES

Às secretárias do PPG e da Unidade de Pesquisa, pela agilidade e atenção às nossas (sempre urgentes!) demandas.

Aos bibliotecários (principalmente da UNISINOS e da UEPG) e demais funcionários que prezam pela manutenção de arquivos públicos e atuam na contramão do descaso generalizado para com a memória nacional...

Aos companheiros de trajetória, discussões e projetos de uma cotidiana e necessária reinvenção de olhares e atuações (menos consensuais) sobre o mundo: Sérgio Luiz Gadini, Karina Janz Woitowicz, Kelly Prudêncio, Renata Dias, Ismael de Freitas, Ben-Hur Demeneck, Hércio Kowaleski, Marcelo Bronoski, Walter de Oliveira Jr., Frede Rock Taques (e demais tripulantes do submarino amarelo), Cintia Xavier e Hebe Gonçalves.

Aos colegas de turma, corredores e afins, da UEPG e da UNISINOS, pela produção diária de um rico (nas divergências, nas propostas, nas vivências, nas dúvidas) espaço de aprendizagem e de descobertas. Entre elas, as amigas (mais presentes) de Angélica Coronel, Maura Martins, Maurício Melim, Fernando Barroso, Alexandre Rocha da Silva e Eliane Uczak.

Aos familiares e demais viajantes que cruzaram – e também fizeram – esse caminho...

SUMÁRIO

0	INTRODUÇÃO	10
1	PISTAS PARA PENSAR A CRÍTICA MUSICAL JORNALÍSTICA CONTEMPORÂNEA	13
1.1	A CRÍTICA MUSICAL NO MUNDO DAS AGENDAS MEDIÁTICAS.....	13
1.2	NOTAS DE UM PASSEIO PELA BANCA DE JORNAIS: A CRÍTICA MUSICAL NÃO MORREU!	18
1.3	VARIAÇÕES (OPINATIVAS E POLÊMICAS) SOBRE UM MESMO TEMA: TENDÊNCIAS NO ESTADO DA ARTE.....	23
1.4	IDÉIAS A TENSIONAR SOBRE A CRÍTICA MUSICAL.....	31
2	AO PROBLEMA DE PESQUISA: DISPUTAS SOCIAIS NA CRÍTICA MUSICAL JORNALÍSTICA	33
2.1	CONTINUIDADES ENTRE MEDIA E SOCIEDADE: À PROCURA DE OUTRO OLHAR SOBRE A CRÍTICA.....	34
2.2	CULTURA (MEDIÁTICA) COMO TERRENO DE DISPUTAS, DRAMATIZAÇÃO DOS CONFLITOS E AÇÃO POLÍTICA.....	37
2.3	CRÍTICA COMO RETORNO (POTENCIALMENTE POLÊMICO) SOBRE A MÚSICA NA ERA DA CULTURA MEDIÁTICA.....	43
2.4	O ENCONTRO (COOPERATIVO E CONFLITIVO) DOS CAMPOS NA CRÍTICA.....	48
2.5	QUESTÕES E OBJETIVOS DE PESQUISA.....	51
3	ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS: DAS COMPOSIÇÕES PARA O ESTUDO DA CRÍTICA	53
3.1	O PROPOSITIVO ESQUEMA PARA ANÁLISE DA MEDIATIZAÇÃO (INSTITUIÇÕES, CRÍTICA/CD E LEITORES).....	53
3.2	À PROCURA DOS PROCESSOS (MEDIÁTICOS) DE DISPUTAS SOCIAIS: ELEMENTOS CONSTITUINTES DA INVESTIGAÇÃO.....	58
3.3	O QUE A CRÍTICA FAZ: POR UMA ANÁLISE DO POTENCIAL POLÊMICO DA FOLHA DE S. PAULO.....	61
3.4	ESCOLHA DO OBSERVÁVEL: FOLHA DE S. PAULO.....	62
4	NOVAS FEIÇÕES DA INDÚSTRIA CULTURAL: A CONSTITUIÇÃO DO (POLÊMICO) CAMPO MUSICAL BRASILEIRO	65
4.1	MÚSICA NO BRASIL: PRESENÇA E POLÊMICA.....	65
4.2	PALCOS DA MÚSICA: O ADVENTO DA MÚSICA COMO ARTIGO DE CONSUMO (DOS TEATROS E CAFÉS À SALA DE ESPERA DOS CINEMAS).....	70
4.3	APERFEIÇOAMENTO MEDIÁTICO: MÚSICA GRAVADA, RÁDIO, CINEMA E PROFISSIONALIZAÇÃO.....	74
4.4	A ESTRUTURAÇÃO DA MODERNA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA BRASILEIRA.....	84
4.5	ROCK NA TV: A MÚSICA COMO PRODUTO MEDIÁTICO.....	92
4.6	TENSÕES CONTEMPORÂNEAS: CRISE, PIRATARIA, MERCADO INDEPENDENTE, INTERNET, JABÁ... ..	102
5	RELAÇÕES (ESTABELECIDAS E POSSÍVEIS) ENTRE CAMPO MUSICAL E CAMPO JORNALÍSTICO	118
5.1	DA NOÇÃO DE CRÍTICA: ETIMOLOGICAMENTE POLÊMICA.....	121
5.2	O SURGIMENTO DA CRÍTICA MUSICAL PERIÓDICA: UMA RESPOSTA ÀS DEMANDAS SOCIAIS (ORIENTAÇÃO E EXPLICAÇÃO).....	124
5.3	BRIGAS DE TORCIDAS NOS TEATROS: SURGE A CRÍTICA MUSICAL PERIÓDICA NO BRASIL.....	128
5.3.1	<i>A revolta dos dândis I</i>	130

5.3.2	<i>A revolta dos dândis II</i>	132
5.3.3	<i>Rumo a uma possível e protelada maioria</i>	136
5.4	O LUGAR DA CRÍTICA MUSICAL JORNALÍSTICA CONTEMPORÂNEA: CADERNOS DE CULTURA	138
5.4.1	<i>Segmentação da crítica: rock e cultura teen</i>	145
5.5	REPERCUSSÕES POLÊMICAS NO SÉCULO XX: SITUAÇÕES ILUSTRATIVAS	147
5.5.1	<i>Causos da 'Era do Rádio'</i>	148
5.5.2	<i>1968: contra ou a favor de Chico</i>	152
5.5.3	<i>Uma questão de identidade nacional (?): É o tchan! na Suíça</i>	154
5.5.4	<i>Brigas ilustradas de Caetano</i>	155
5.6	DISPUTAS PRÉ-CRÍTICA: UM PASSEIO (TANGENCIAL) PELAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DA CRÍTICA MUSICAL JORNALÍSTICA CONTEMPORÂNEA	157
5.7	IMPORTÂNCIA DA CRÍTICA NO VALE-TUDO CULTURAL DOS ANOS 2000: (REL)AÇÕES POSSÍVEIS	171
5.7.1	<i>Um DJ ampliado: seleção, registro e organização do que escutar</i>	174
5.7.2	<i>Conversação sobre música: por uma leitura social ampla dos produtos culturais</i> ..	176
5.7.3	<i>Postura atuante: chances de intervenção na produção cultural</i>	180
6	O POTENCIAL POLÊMICO DA FOLHA DE S. PAULO: UMA ANÁLISE DO QUE A CRÍTICA FAZ	182
6.1	O CASO RADIOHEAD: AGENDAMENTO MUSICAL JORNALÍSTICO	182
6.1.1	<i>O pré-lançamento jornalístico: preparação da escuta (e dos bolsos!)</i>	184
6.1.2	<i>Salvem o ladrão! (o roubo da agenda/atenção)</i>	185
6.1.3	<i>Repercussão: exit music (for a film)</i>	194
6.2	FREJAT, NANDO, LULU, MARINA, WANDERLÉA AND ANNIE LENNOX: CARREIRA-SOLO COMO DRAMA IDENTITÁRIO	195
6.2.1	<i>Para além das ocorrências: as questões (ou as dores do mundo)</i>	197
6.2.2	<i>O crítico dos solitários: ao estilo de Pedro Alexandre Sanches</i>	201
6.2.3	<i>Marina Lima em versão acústica: um drama psico-mercadológico</i>	203
6.2.4	<i>Nando x Lulu: a melancolia desvairada contra o comercialismo deslavado</i>	205
6.3	PEGUE E PAGUE: GUERRILHAS DA MÚSICA DIGITAL (EM DEBATE)	206
6.3.1	<i>A crítica na trincheira com o leitor-usuário: as gravadoras como inimigo</i>	209
6.4	NOS MEANDROS DA INDÚSTRIA MUSICAL: DENÚNCIAS DE JABÁ	210
6.4.1	<i>A crítica abre inquérito: depoimento, acusação, defesa, omissão (a interação pelo jornal)</i>	214
6.4.2	<i>A tramitação do projeto de lei anti-jabá na crítica musical</i>	217
6.4.3	<i>A música (também) como negócio: para uma leitura menos ingênua do mercado fonográfico</i>	221
6.5	CARTAS DO LEITOR (JOVEM!) – RESPOSTAS DO PÚBLICO ATENGIDO	223
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	230

LISTA DE TABELAS

Tabela I - Faturamento do mercado de discos em 1979.....	87
Tabela II - Fusões na indústria fonográfica (1969-1993).....	89

RESUMO

Esta pesquisa busca compreender de que modo as disputas sociais se manifestam na crítica musical jornalística. Através de investigação das aproximações constituídas entre os campos musical e mediático, bem como de análise das estratégias editoriais da crítica musical do jornal *Folha de S. Paulo*, nos meses de maio e junho de 2003, discute-se em que medida se proporciona uma *conversa*ção polêmica sobre a música contemporânea.

Palavras-chave: crítica musical; potencial polêmico; jornalismo.

ABSTRACT

This research tries to understand in which way the social disputes are manifested in the journalistic musical review. Through the investigation of the constituted approach between the musical and the mediatic areas, as well the analyse of the editorial strategies of the *Folha de S. Paulo* newspaper, in the months from may to june of 2003, it is dicussed in which level a polemic conversation is provided about the contemporary music.

Key-Words: journalist musical review; polemic potential; journalism.

0 Introdução

*“(...) uma preferência é sempre o começo de uma crítica”
(Lionello Venturi)*

A crítica musical jornalística trafega em um terreno de tensões sociais. É essa preferência, esse olhar ou pressuposto, como quiser, que conduz o trabalho de crítica da crítica aqui desenvolvido - no sentido de que são levantados dados a seu respeito, traçadas identificações do que existe de fato, sistematizadas e organizadas percepções, avaliados de algum modo os processos mediáticos em jogo. Não se pretende com isso, evidentemente, fechar o assunto, mas compreender - em alguma medida - uma das dimensões do objeto, que parece cotidianamente reinventar desafios e perguntas ao pesquisador, dada a proliferação da crítica musical no mercado editorial, sua variação e presença no campo jornalístico, para ficar em poucos exemplos.

A dissertação contempla uma fração, então, de um sistema de retorno muito maior e mais complexo sobre o mundo da música (seus agentes, artistas, mercado, público consumidor, espaços de *show*, produtos fonográficos) - que é aquela constituída pelos periódicos: a crítica jornalística. Ocorrem retornos diários sobre o campo musical - seja na forma de noticiário, avaliação de obras, agenda de eventos, colunismo, notas informativas, destaques até mesmo na programação televisiva, entre tantas outras modalidades. Uma primeira anotação aí é de que se torna redutora a concepção da crítica apenas como julgamento de obras artísticas, como quer grande parte dos manuais de ensino do jornalismo. A preferência, mais uma vez, é entender crítica jornalística como esse aglomerado de estruturas editoriais listadas e ainda outras possíveis, comentários, portanto, que têm a música (nas suas variadas manifestações e materializações) como objeto. A depender da situação, uma nota em certa coluna vale então como crítica, um editorial pode também realizar a crítica.

Longe de uma definição pronta para se encaixar na pesquisa, essa noção deriva de algum manejo com os materiais, de observações preliminares. Ficássemos apenas com a concepção mais limitada de crítica como apreciação de

obras (que terminaria por levar a uma concentração apenas em resenhas e estruturas afins), certamente escaparia à percepção um interessante movimento contemporâneo de transbordamento dos comentários sobre música para outros espaços além do habitual caderno de cultura nos periódicos, ou mesmo sua proliferação dentro da própria editoria. Talvez nessa lógica seja possível entender afirmações de que a crítica musical desapareceu ou algo semelhante, mesmo quando a simples visita à banca de jornais estampa o contrário.

Desse modo pode-se dizer que a crítica em jornais participa de uma ampla conversação sobre música (é uma demanda social, não uma invenção exclusivamente mediática). E para não incorrer em demasiada generalidade é que se faz necessário demarcar a discussão em termos de campo musical. A crítica não trata de música das esferas, teoria musical, sonoridades da natureza, mas de produtos específicos. O campo musical diz respeito a um jogo de forças (como um campo magnético) que tem por principal interesse a produção, circulação e o consumo da música - daí a pertinência de se pensar em produtos fonográficos como um de seus elementos basilares. É esse circuito que se deve ter por referência quando se fala no universo de atuação da crítica musical jornalística.

A constituição desse circuito musical, no Brasil, carrega singularidades, como a forte penetração da música nos mais diversos setores sociais, sua referenciação como elemento identitário, assim como uma variedade histórica nas formas de produção, circulação, consumo, de agentes envolvidos, gêneros musicais elaborados, movimentos, manifestações e também de interesses e disputas colocados. Na esteira dessa breve recuperação é que se tende a pensar num polêmico campo musical brasileiro. Cabe perguntar em que medida a crítica musical jornalística colabora numa leitura também polêmica da música.

A compreensão de polêmica afasta-se da idéia comum de sensacionalismo e aproxima-se da propensão ao debate, à manifestação da diversidade, dos contrapontos, de táticas contrastantes e de confrontos com vistas, no caso da crítica musical, a uma qualificação, em última análise, da escuta, das interações sobre música. Isso não quer dizer que uma crítica com potencial polêmico deva ser chata, carrancuda, depreciativa, que é uma das idéias que se tem comumente

sobre processos agonísticos. Jornais de crítica social bem-humorada, no entanto, são suficientes para colocar em cheque tal idéia. A polêmica não é assim exigência de depreciação, de ataques veementes - mas do estabelecimento de um nível de tensão com fins produtivos. O elogio ou a depreciação, por si só, não caracterizam uma peça como rica ou pobre em potencial polêmico.

O texto pode ser dividido em três partes principais: a) construção do objeto, b) olhares sobre o objeto e c) pesquisa de campo. Os três primeiros capítulos fazem o trabalho de problematização - recolhem informações (bibliográficas e também empíricas) sobre a crítica e confrontam com um quadro teórico sobre cultura e campos sociais. Trata-se da construção de um enfoque que possibilite pensar nos produtos mediáticos inseridos em um terreno de disputas sociais. Explicita-se ainda as composições empreendidas, a tentativa de confecção de orientações metodológicas capazes de colocar em interação fundamentação teórica, problema de pesquisa e os dados coletados sobre a crítica musical (em materiais jornalístico e bibliográfico).

O segundo bloco investigativo é composto pelos capítulos quatro e cinco. Explora-se a constituição tanto do campo musical brasileiro quanto da crítica musical em jornais. Destaca-se o trajeto de mediatização, profissionalização e crescente comercialização da música no Brasil, desde o século XIX, bem como as tensões contemporâneas que marcam o campo. Busca-se, assim, compreender relações historicamente dispostas entre os campos musical e jornalístico, discutir possíveis ações da crítica na qualificação dessa conversação sobre música.

O capítulo seis compõe o último bloco, voltado para a análise da crítica musical praticada pela *Folha de S. Paulo* nos meses de maio e junho de 2003. Importa frisar que não se pretende uma análise discursiva ou extensamente presa aos textos. É uma tentativa de compatibilizar minimamente (assumindo os riscos, claro) as demandas específicas do observável crítica musical em jornal com um esquema analítico ágil e maleável o suficiente para responder às questões de pesquisa. Dada a dimensão social do sistema crítico problematizada, a preferência foi por ter como foco da análise o que se pode chamar de ações editoriais, os fazeres (sociais) das grandes estruturas da crítica.

Vale ainda frisar que não se trata propriamente de um estudo da *Folha de S. Paulo*, no sentido de que se evita sair em busca de todas as repostas às questões de pesquisa na análise do jornal, no esmiuçar dos textos. Procura-se ter em conta as disputas sociais na crítica musical jornalística também na recuperação da constituição do campo, de idéias sobre crítica, em observações cotidianas trazidas à tona, na discussão de possíveis e necessárias relações.

1 Pistas para pensar a crítica musical jornalística contemporânea

1.1 A crítica musical no mundo das agendas mediáticas

Tomada a já conhecida e extensamente referida inserção dos media no tecido social contemporâneo, não é exagero algum dizer que vivemos no mundo das agendas mediáticas. Mais do que uma tentativa de reivindicar qualquer originalidade ou de lançar (outra) moda no estudo dos medias, a afirmativa pretende chamar atenção para a importância que a oferta mediática assume em diversas instâncias da vida social (organização, sociabilidade, mobilização, educação, afetividade, cognição, sensibilidade, planejamento, religiosidade, trabalho, prazer, poder, entre tantas outras).

Parte-se da noção geral de que agenda é a metáfora encontrada para designar o que os media oferecem ao público – as coisas que ‘devem ser feitas’, para lembrar a etimologia da palavra. Sodré (2002, p. 27) precisa melhor a expressão ao dizer que “Agendar é organizar a pauta de assuntos suscetíveis de serem levados em conta individual ou coletivamente”. Falar em mundo das agendas mediáticas, nessa concepção, é fazer referência a essa capacidade dos media em sugerir – de modo mais efetivo e amplo do que outros dispositivos tradicionais - o que é importante, merece atenção, ou que deve ser levado em conta na vida cotidiana.

A ‘simples’ oferta diária de notícias, temas, imagens, eventos, em um jornal, por exemplo, já ‘diz’ ao seu público leitor que aqueles conteúdos foram preferidos ao invés de outros e são – portanto – mais relevantes, urgentes ou ‘dignos de nota’. Comunica-se a respeito da própria comunicação.

Por outro lado, em maior ou menor grau, o que está de fora da agenda mediática, é silenciado, relegado à inexistência social pública e, por vezes, ao esquecimento. A existência social pública de idéias, projetos e atores, para ficar em poucos exemplos, está em alguma medida condicionada na

contemporaneidade pelo acesso, presença e trânsito na agenda mediática. E mais: pelo tratamento que lhe é conferido por essa instância.

Para continuar a pensar na idéia de um mundo das agendas mediáticas, em que estas assumem papel importante na organização da vida, parece útil recorrer a mais um aspecto da reflexão de Sodré (2002). Pode-se aproveitar, de momento, no percurso traçado pelo autor, a importância que dedica ao fenômeno que chama de “mediatização” e à necessidade de se pensar os processos comunicacionais nesse novo “ambiente midiático”. Prefere-se assim, nesta etapa, recorrer à sua percepção abrangente da atuação da mídia hoje - ao fato de que a obra chama a atenção para uma nova disposição societária - a pormenorizar a reflexão do autor ou mesmo endossar pontuais determinismos mercadológicos.

De forma geral, pode-se entender a mediatização como tendência à telerrealização das relações humanas sustentada na articulação hibridizante entre instituições e as organizações de mídia, que possuem finalidades tecnológica, mercadológicas e um código semiótico específico (Sodré, 2002, p. 21 e 24). Fenômeno este, portanto, gerador de uma nova forma de vida, de presenciar, sentir o mundo e – aqui algo que nos interessa mais incisivamente – desencadeador de “outros regimes de visibilidade pública” (Sodré, 2002, p. 16), integrante de uma tecnocultura (terreno fértil, aliás, para se pensar as relações de produção, divulgação e consumo da música hoje).

O reconhecimento público passa pelos media. Nessa perspectiva, a agenda mediática pode ser imaginada como um gatilho que aciona a existência pública, faz (ao menos) saber que existe, ilumina certas questões em detrimento de outras, legitima, nomeia, prescreve.

Verón (1997, p. 15), em seu propositivo esquema para análise da mediatização, de algum modo também aponta para a necessidade de pensar os processos mediáticos nesse novo ambiente. O autor destaca alterações, sobretudo em fins do século XX, nas relações entre instituições, media e indivíduos. O esquema (que será tomado detidamente mais adiante) permite recuperar alguns

exemplos sobre o processo de mediatização no setor musical como forma de adentrar nas relações entre crítica musical e outras agendas.

Enumeram-se agora alguns exemplos que cercam a produção, circulação e o consumo de música e que podem servir como esboço introdutório para pensar a força que adquire a agenda mediática no setor da música e também ajudam a desenhar o cenário de atuação da crítica musical em jornais (sem desconsiderar relações aí presentes com instituições e público).

Um recurso polêmico de acesso aos media no mercado musical e que sinaliza a importância dessa agenda é o pagamento efetuado por gravadoras a veículos de comunicação (principalmente o rádio) para ter seu produto divulgado. O “jabá”, como ficou conhecido, envolve desde a compra de espaço na mídia em dinheiro (às vezes com direito a tabela de preços) até o pagamento indireto na forma de sorteio de ingressos e outras promoções.

Outro sinalizador da mediatização do setor e da relevância de se habitar a agenda mediática é o aperfeiçoamento das operações de assessoria de imprensa das gravadoras e de divulgação de produtos culturais de modo geral. O recebimento de releases e CDs nas redações dos jornais, assim como a visita de divulgadores nas empresas jornalísticas, caminham nesse sentido. O trabalho de divulgação, para lembrar dois casos extremos, é apontado como o grande diferencial da gravadora Som Livre¹ (Dias 2000, p. 60) - que conta com propagandas na TV Globo, por exemplo, e como o motivador da falência da Abril Music, no início de 2003². A gravadora teria sofrido desequilíbrio nas contas em função de alto investimento em divulgação.

¹ Pode ser considerada o braço fonográfico da Rede Globo de Televisão. Atua no mercado de discos desde 1971, sendo que em 1975 já era líder na lista dos mais vendidos - muito em função de sua especialização em trilhas sonoras de novelas.

² Quem acusa é André Midani (2003) - "um dos homens mais poderosos da indústria fonográfica brasileira dos anos 60 aos 90", criador da filial da Warner no Brasil, em 1977 - em entrevista aos jornalistas Pedro Alexandre Sanches e Laura Mattos, da *Folha de S. Paulo*. "A companhia [Abril Music] entra no mercado e paga o que tiver que pagar para poder tocar [as música nas rádios] e desestabiliza as outras. O prejuízo foi de milhões. A sede de sucesso imediato fez com que a companhia fosse uma catalisadora da tormenta jabazeira", argumenta o ex-empresário.

Percebe-se também que a lógica mediática já está presente em diversas atitudes de músicos e grupos musicais – muitas delas nem chegam a ser novidade. Seja na fabricação de release promocional, na confecção de *sites* com espaços dedicados à imprensa, na produção de material de divulgação ou na promoção de ocorrências que atraem o olhar mediático (aí constam declarações ‘bombásticas’, turnês promocionais, festas, shows inusitados, utilização de requintes na gravação de discos, etc).

Pode-se ainda citar a emergência de um canal de TV voltado à exibição de videoclipes no Brasil na década de 1990, as paradas musicais, a transmissão televisiva dos festivais na década de 1960, o aparecimento de revistas especializadas em música, presença de músicos em programas de auditório, em trilhas sonoras no cinema, entre outras referências históricas para se pensar a ligação entre existência social pública no mundo da música e pertencimento à agenda mediática.

Está aí apontado, dessa forma, um vasto campo para se estudar as relações entre música e mídia - os "coletivos" que ligam instituições, indivíduos e mídia. Os exemplos de algum modo sinalizam para a mediatização da música e a importância que assume a agenda mediática na tecnocultura contemporânea. Os apontamentos, no entanto, margeiam a discussão aqui pretendida, voltada mais precisamente a uma "fatia" dessa agenda: aquela proposta pela crítica musical em jornais diários de circulação nacional.

A própria crítica musical jornalística praticada hoje em diversos periódicos pode ser entendida como uma das variantes desse amplo processo de mediatização. Em certo aspecto, trata-se – cada vez mais - de falar da mídia na própria mídia - a mídia jornal parafraseando a mídia CD, por exemplo. No espaço da crítica musical, produtos mediáticos, como o CD, adquirem o caráter de notícia.

Apenas como exemplo, vale lembrar que o perfil do crítico de música que atua em jornais também fornece pistas para se pensar esse processo. A segunda metade do século XX vê surgir a figura do "discófilo", o especialista em discos -

não necessariamente músico ou maestro, como era usual até então. Dá-se entrada na crítica da música, portanto, a um conhecedor da música gravada, de produtos mediáticos (LPs, CDs) - principalmente a partir do crescimento da indústria fonográfica na década de 1970. Acionam-se assim competências específicas para dar conta de um novo cenário de produção musical, de um ambiente mediático.

Outra percepção que pode auxiliar é a de que a crítica musical jornalística acaba muitas vezes por ser jornalismo sobre jornalismo. Isto é, além de comentar produtos mediáticos da música, costuma não apenas utilizar como insumo para sua produção outros materiais do sistema informativo, mas citá-los, tomá-los como referência, fonte, gancho para notícias. São vários os comentários que se dedicam a expor e (re)noticiar o que foi notícia em jornais e revistas de outros países³. A crítica musical em jornais também se presta a comentar a aparição de bandas, artistas na TV, a programação de rádios, informações veiculadas na Internet, o que não significa necessariamente descartar o acesso presencial do crítico a *shows* e concertos, a um contato mais direto com a música.

Tais considerações permitem começar a refletir sobre o desempenho da crítica musical jornalística no mundo das agendas mediáticas. Trata-se de tentar pensar a crítica musical em condições contemporâneas, de chamar a atenção para a reconfiguração do seu habitat, uma vez que os comentários sobre os produtos (e processos) mediáticos são feitos dentro mesmo do âmbito mediático. No bojo, portanto, do processo de mediatização.

Os exemplos citados ilustram estreitas relações travadas entre os media e o campo musical. São, na maioria, indicações de ações do mundo artístico sobre a esfera mediática – o que só vem a reconhecer a importância da agenda mediática para esses atores. Dado esse grau de interesse, a agenda mediática é também onde vão se concentrar as disputas da sociedade. Com o sugestivo agravante de que a crítica, a princípio, por natureza e definição, é tensionadora, dada a polêmicas.

³ Um exemplo recente dessa operação da crítica musical foi a reprodução em 2001 e 2002 na mídia impressa brasileira da alcunha de "salvação do rock" para a banda norte-americana *The Strokes* - termo originalmente utilizado por uma publicação nos Estados Unidos. O modo como a expressão "hype" se espalhou pela mídia especializada, em resenhas e matérias de revistas sobre música pop, é certamente outra deixa interessante para eventuais investigações.

1.2 Notas de um passeio pela banca de jornais: a crítica musical não morreu!

Iniciar uma investigação sobre a crítica musical no mundo das agendas mediáticas, ou em um ambiente mediático, pede – já de saída – que se enfrente um mal-entendido. Tem-se tornado recorrente o comentário de que a crítica musical morreu. A acusação, geralmente com certa carga saudosista, toma por referência o estilo de crítica (e uma situação cultural e política) própria dos anos de 1960 e 1970, que envolvia grandes debates e nomes reconhecidos da música nos jornais brasileiros. Nessa lógica, hoje não existe mais crítica musical nos jornais - talvez uma insinuação de uma suposta excessiva mercantilização da atividade.

Visitar bancas de jornal e ver o que aparece de crítica musical revela-se, assim, um exercício interessante e surpreendente: a crítica musical não morreu! O argumento em contrário esquece que o amplo processo de mediatização do setor artístico e musical confere outras características à crítica de música. Promove justamente sua expansão e não o fim da atividade crítica. A acusação, nesse sentido, pode ser lida como sintoma da instauração de um ambiente mediático – no qual a crítica musical jornalística passa a estar inserida.

Paralelo ao corrente comentário de suspeita sobre o desaparecimento da crítica musical (na verdade, de um certo modo de fazer crítica musical), existem informações periódicas sobre música nos mais variados espaços mediáticos (tv, rádio, internet, imprensa), em escala, talvez, nunca antes vista. No setor impresso, existem, inclusive, publicações voltadas a gêneros específicos, como o *heavy metal*, ou a música eletrônica – desenvolvimento que não possui paralelos na crítica de cinema, por exemplo (não se vê publicações somente sobre filmes de suspense, terror, *western*, ou comédias...). Entrar em uma banca de jornais e revistas⁴ é presenciar o fenômeno da proliferação da crítica musical – em jornais, livretos, pôsteres e numa variedade de revistas, entre especializadas e generalistas.

⁴ As notas aqui expressas derivam de visitas ocasionais a bancas de revistas em Ponta Grossa (PR), Curitiba (PR), São Leopoldo (RS) e Porto Alegre (RS) nos anos de 2003 e 2004.

Nas generalistas semanais, como *Isto é*, *Veja*, *Época* e *Carta Capital*, pratica-se a crítica musical, no geral, no formato de resenha de lançamentos fonográficos nas últimas páginas ou no anúncio de *shows*. Em algumas ocasiões, aparecem reportagens sobre algum músico, grupo ou estilo.

Mesmo entre as revistas especializadas em música, é possível traçar distinções, seja com relação à periodicidade ou ao direcionamento. Produtos como *Zero*⁵, *Outra Coisa*, *Vinil*, *Mosh*, *Rock +*, *Rock Brigade*, *Beatz*, *Roadie Crew*, *Volume 01*, *Valhalla*, têm como sustentáculo a informação sobre música voltada a um público geral de interessados. Além da apreciação de CDs, DVDs, apresentações, de entrevistas, reportagens, aparecem textos sobre temas afins, como cinema, literatura, comportamento, associados ao que se denomina de cultura *pop*. A estratégia de CDs encartados é utilizada por algumas publicações. A *Outra Coisa*, por exemplo, revista bimensal idealizada pelo músico *Lobão*, vem acompanhada de um CD a cada edição. Importante salientar ainda, dada a relativa instabilidade desse mercado especializado, que a *Rock Brigade* (mais antiga entre as listadas) possui 23 anos de trajetória. Entre os gêneros musicais mais contemplados por tais publicações estão o *pop*, o *rock*, a música eletrônica e o *heavy metal* – este com maior número de revistas (três na lista acima) e de maior longevidade na cobertura impressa especializada em revista.

Outra modalidade colocada em curso na crítica musical são as revistas de emissoras de rádio ou televisão. Podem ser encontradas nas bancas as *Revista da MTV* e a *Revista JP*, da rádio paulistana *Jovem Pan*.

Dentro da idéia de cultura *pop* é possível incluir a *Radar Interativo*, que não se sustenta basicamente no comentário sobre música como as outras, mas ainda assim abre espaço periódico para apreciação de discos e eventuais reportagens no estilo gonzo.

Outro nicho é formado por revistas como *Guitar Player*, *Cover Guitarra*, *Cover Baixo*, *Cover Bateria*, *Modern Drummer* e *Guitar Class*. As publicações voltadas a instrumentistas (geralmente mensais) reproduzem partituras ou trechos

de peças, entrevistam músicos, comentam lançamentos, *shows* e outros discos vistos como relevantes, avaliam equipamentos e possuem colunistas que ensinam a tocar (técnicas, regulagens, notação musical), narram histórias do gênero em questão, dão dicas sobre a carreira de músico. Podem ser chamadas revistas de formação musical. Possuem espaço para manifestação da opinião do leitor e reposta a eventuais dúvidas. Privilegiam os instrumentos mais representativos da estrutura *pop*: guitarra, baixo e bateria.

Existem também as revistas dedicadas a artes, como a *Bravo* e a *Cult*, onde a música (tratada de forma mais densa do que nas publicações direcionadas ao universo *pop*) divide sistematicamente espaço com literatura, cinema, artes plásticas e meios de comunicação. Ao lado de matérias, há espaço para resenhas e breves indicações de produtos e serviços do meio musical.

As revistas mais concentradas nos personagens da TV e devotas ao assim chamado mundo das celebridades também podem ser incluídas no rol, uma vez que também trazem alguma informação, em geral no estilo de colunismo social, sobre a vida privada de certo cantor ou cantora. O vasto filão aí disposto vai de *Caras* e *Contigo* às suas variações. Esta última possui ainda números especiais, com biografia de músicos (como a de *Caetano Veloso*) e a história de estilos musicais (como a *Jovem Guarda* e a *Bossa Nova*). Outra revista que se prestou a números especiais sobre música, em 2004, foi a *Super Interessante*, que lançou série sobre a história do *rock* brasileiro.

Participa desse sistema social crítico em torno da música um outro ramo de publicações que não se pode enquadrar nem como jornal nem como revista generalista ou especializada, mas que preenche várias prateleiras nas bancas e se mostra muito em voga. São os pôsteres de músicos e bandas e outros tipos de encarte, como revistas que acompanham DVDs de música. Ainda que a proposta editorial baseie-se muito mais em propagandear o produto, com grandes fotos e linguagem publicitária, são fornecidos, no mínimo, dados sobre a vida e a trajetória do músico/grupo em questão. No entanto, há que se atentar, não possuem periodicidade nessa divulgação. São produtos avulsos e únicos. Certos

⁵ Deixou de circular, por tempo indeterminado, em meados de 2004.

métodos de violão e guitarra também ficam nesse segmento (aqueles que não somente reproduzem letras cifradas de canções populares ou partituras, mas também disponibilizam alguma espécie de comentário).

Entre os jornais, a produção especializada em música é bem mais rara que entre as revistas. Um dos produtos encontrados, nesse sentido, foi o *International Magazine* – tablóide feito no Rio de Janeiro e com farto material jornalístico sobre bandas, músicos, CDs, *shows*, etc. A periodicidade é mensal. Nos jornais diários de circulação nacional (como *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil*, *O Globo*), existem várias editorias preocupadas com a música, que aparece tanto no usual caderno de cultura (seus espaço privilegiado, aliás), como também no suplemento semanal *teen*, no noticiário geral, no caderno de informática, no suplemento de TV, infantil ou em outras repartições.

Para se ter clara essa expansão da crítica no jornalismo diário, pode-se usar como referência o fato de que mesmo os jornais de abrangência estadual, no dois estados consultados, comentam a música para além de seus cadernos diários de cultura. Na *Zero Hora*, do Rio Grande do Sul, isso ocorre, por exemplo, no suplemento dominical de TV. Na *Gazeta do Povo*, tornou-se prática corrente falar de música no caderno jovem *Fun*⁶ e, no último ano, também a *Gazetinha* (caderno infantil veiculado aos sábados) estampou vários artistas da música na capa.

Numa leitura inicial e de superfície, de passagem pelas bancas, pode-se dizer que os jornais participam da crítica musical com notícias sobre a indústria fonográfica, reportagens de perfil sobre algum músico, entrevistas com nomes do setor artístico, apreciação de CDs, DVDs e shows, entre outras modalidades editoriais. Não raras vezes são os músicos ou grupos musicais e seus lançamentos que estampam a primeira página do caderno de cultura. E nem seria exagero pensar, assim, que os jornais comentam diariamente a música contemporânea nos mais variados formatos, com diversas angulações e preferências.

⁶ Suplemento *teen* (a exemplo da *Folhateen*, da *Folha de S. Paulo*) veiculado às sextas-feiras. Criado em 1996, circulou até fins de 2004.

Tentou-se aqui brevemente, nas notas de um passeio pela banca de jornal, dar os contornos da vasta oferta editorial com a qual se defronta o leitor interessado por música - nessa fase, interessa mais dizer o que existe do que suas vicissitudes e modos de fazer a crítica. Há um amplo leque de publicações impressas a sustentar a idéia de que a crítica musical não desapareceu. Pode sim ter se alterado, ocupado outros espaços, mudado de estilo. De tal modo que se pode constatar que, na entrada dos anos 2000, aumentaram os espaços e modalidades de divulgação sonora (CD, DVD, TV, Rádio, Internet...) e também aqueles voltados aos comentários sobre música. Essa expansão da crítica musical sugere o grau de interesse na sociedade pela música bem como sinaliza a presença de um mundo de instituições que a (re)produz, orienta, organiza e atua nesse processo de mediatização do setor. A crítica musical, tal qual aparece aos olhos de quem frequenta a banca de jornais, está portanto presente de forma saliente no cotidiano, é algo que aí está (para ser lida, consumida, mas também estudada) e não pode ser ignorada – ainda mais em termos de processos mediáticos.

A imensidão de publicações, ao mesmo tempo, informa que a crítica musical não é um bloco monolítico e não faz a mesma coisa o tempo todo em qualquer circunstância. O terreno, pelo contrário, ao menos num primeiro contato com o material, parece bem mais propenso à diversidade de propostas, ações, agentes. Indica ainda a complexificação do setor: a platéia da música parece ganhar cada vez maiores proporções; aumentam os atores envolvidos em sua produção, circulação e consumo, e conseqüentemente os interesses em jogo, as disputas. Dessa presença da crítica musical nos media impressos também é possível inferir a atual ligação entre os campos mediático e musical, que interações se operam.

Como se vê nesse leque de possibilidades de estudo abertas, a crítica musical e sua atual disposição, uma imensidão que salta aos olhos até do mais despercebido transeunte pelas bancas de jornal, aparece como desafio ao pesquisador – àquele que pretende a crítica dessa crítica (que implica observação, sistematização, análise, interpretação). Como dar conta desse universo em expansão, dessa vastidão que parece ser a crítica musical? Extremamente

pertinente recorrer então ao que se tem dito e pensado sobre a crítica musical em jornais – pequena fatia escolhida para essa pesquisa.

1.3 Variações (opinativas e polêmicas) sobre um mesmo tema: tendências no estado da arte

Destacou-se, até o momento, duas pistas principais para se pensar a crítica musical jornalística – ainda numa fase de tateio do objeto, de subsídios para início de investigação. A primeira delas é a de que as agendas mediáticas assumem papel preponderante na contemporaneidade em relação aos mais diversos aspectos da vida social. A própria crítica aos produtos culturais é feita (também, mas não somente) dentro da esfera mediática. Essa agenda é, portanto, cercada de interesses, palco de disputas. Sinaliza-se para a presença da crítica musical em um ambiente mediático.

A segunda pista é sintetizada em uma espécie de contradição. Ao mesmo tempo em que se apregoa o fim da crítica, sua escassez nos produtos jornalísticos, observa-se uma proliferação sem igual da atividade de crítica por jornais e revistas. Fala-se, sistematicamente, nos mais variados setores e momentos, da diminuição do espaço para a crítica musical, sobretudo em jornais (com textos cada vez mais curtos). Por outro lado, a crítica musical ampliou seus espaços de atuação, espalhando-se pelos periódicos (dos generalistas aos especializados), como que a acompanhar o amplo processo de mediatização de distintas instâncias sociais.

São duas pistas (entre certamente inúmeras outras) que permitem alguma entrada no tema e ao mesmo tempo indicam a complexidade do objeto. O que não quer dizer que aqui se pretenda uma incursão desbravadora ou inédita. É muito mais um primeiro movimento de aproximação do tema. Uma terceira pista, portanto, é dada a partir da pergunta: o que marca de modo geral as falas sobre a crítica musical; o que se encontra sobre o tema; quais tendências podem ser percebidas no estudo da crítica?

Grosso modo, quando se fala em crítica de cultura em jornais (de cinema, literatura, música, etc.), fala-se dos problemas da crítica, de sua precariedade. Pinta-se uma atmosfera desanimadora, um cenário de crise devido ao suposto desaparecimento da crítica, repleto de queixas. “É comum ouvir lamúrias e queixas contra a crítica (como atividade em geral) e, mais freqüente ainda, contra o crítico (como pessoa). Vêm tanto de leitores quanto de escritores – que são, ironicamente, os dois pólos que a crítica tenta aproximar”, lembra o crítico Daniel Piza (1996, p. 35).

Quando se faz referência à prática crítica na atualidade, fala-se, na verdade, sobre a “degradação da crítica na cultura atual, no mundo todo” e à emergência da “raça dos resenhistas” (Ibid., p. 44), responsáveis por um tipo de crítica em jornal mais curta – resultado da restrição por parte da imprensa aos espaços de opinião sobre produtos artísticos. Transcorre o autor sobre um ambiente nada promissor:

O fato é que, hoje, contribuindo com a má fama da crítica e do crítico no senso comum, as resenhas foram entregues a uma classe de pessoas que as estão condenando a um papel secundário. Os críticos de “variedades”, sem formação intelectual e sem capacidade de expressão complexa, confundem resenha com um resumo apostado de um comentário ao final. Contam a “história” do livro ou do filme ou ilustrada pela tela, e dizem depois se “gostaram” ou não, à força de alguns adjetivos. Com isso reduzem as obras de arte a experiências unilaterais, restritas às sensações instintivas, e empobrecem a discussão pública. Suas resenhas não são nem informativas nem provocantes. A cultura, como resultado, é ameaçada de paralisia (Piza, 1996, p. 45).

O autor não é menos incisivo contra os segundos cadernos brasileiros: “O jornalismo dos segundos cadernos sofreu empobrecimento intelectual e técnico, e alguns já nitidamente se entregaram ao comodismo de assuntos como os famosos e o comportamento da moda” (Piza, 2003, p. 117). Alia-se a isso a perda da capacidade de intelectuais universitários escreverem para públicos mais amplos, a escassez de livros sobre história da arte no mercado editorial e a falta de uma revista cultural semanal, enumera.

As opiniões aí expressas estão longe de demarcarem um ponto de vista excêntrico ou exclusivo. Pelo contrário, aparecem em geral como resíduo numa série de textos sobre a crítica, na forma de breve comentário paralelo a um enfoque mais amplo. Benedito Nunes (2000, p. 74) ajuda a compor esse mesmo quadro opinativo ao notar o desaparecimento do profissional crítico mediante a presença do resenhista. “A crítica não é mais veiculada pelo jornal; é, sim, como qualquer matéria noticiosa, veículo do jornal”.

Torna-se comum então apontar uma crise atual da crítica e especular seus motivos. Não como prato principal de artigos e obras, repito. Mas como rápidas e cumulativas notas de um certo desencanto. Bornheim (2000, p. 45) também partilha da opinião de que há uma crise. Atribui a uma dissonância radical entre os níveis do criador e “o retardamento de uma crítica que, ainda que de modo velado, insiste na visualização através de uma normatividade pretensamente objetiva”.

Forma-se uma espécie de consenso de que a crítica vai mal – alimentado por textos com diferentes formatos e propósitos. O setor musical é visado nesse sentido. Alguns artigos opinativos publicados na Internet sobre a crítica musical falam em “crise que assola o setor” (Brocanelli, 2003) e em descontentamento. “Faz um tempo que ando descontente com o jornalismo musical brasileiro”, diz Carandina (2003) ao *site* da revista de música *Zero*. “Esse ‘jornalismo’ (entre aspas, é claro) barato e corriqueiro me envergonha”, desabafa logo adiante. Vale lembrar que, curiosamente, a mesma revista já havia decretado, indiretamente, em seu primeiro número, a morte da crítica de *rock* (justamente uma de suas especialidades) – em matéria alusiva ao crítico de rock norte-americano Lester Bangs (o título da peça era “O dia em que a crítica rock morreu”⁷). A própria crítica fala de sua decadência...

Em texto também publicado na Internet, a crítica de música Ana Maria Bahiana (2003) confessa que rotineiramente é indagada por leitores sobre os rumos do jornalismo de música. “Mais precisamente, me perguntam quase sempre

⁷ “Lester chegou ao ponto de, em pleno show (...) subir ao palco e redigir o texto ali mesmo, posicionando um microfone próximo da máquina de escrever, como se fosse

por que, na minha opinião, publicações de música ‘não dão certo’ no Brasil. Ou (...) por que não temos uma boa publicação de música, no país, neste momento”.

Se há um discurso geral sobre a decadência da crítica, existe ainda certa negligência com relação à crítica musical em escritos que propõem um olhar geral sobre as diversas especializações da atividade. A modalidade sequer é listada por Amaral (1987) em seu clássico *Técnica de jornal e periódico*. São estudadas, em separado, a crítica de cinema, de literatura, de teatro e até mesmo de rádio e TV – bem mais recentes que a crítica musical, que fica de fora. Certo descrédito com relação a esse segmento da crítica em jornais também acompanha a atitude de Piza (1996, p. 39) ao fazer a lista dos “grandes nomes”. São reverenciados críticos (no exterior e no Brasil) relacionados ao teatro, ao cinema, à arquitetura e à música. Os dois últimos setores, no entanto, ficam sem representantes dignos de nota em território nacional – “(...) no Brasil ninguém se salva”.

Até mesmo ensaios de maior fôlego, como o de Terry Eagleton (1991, p. 1), sobre a história da instituição crítica na Inglaterra desde o século XVIII, cooperam para uma visão um tanto depreciativa (mas não definitiva, pois o autor reconhece que pode ser de outro modo) da atividade crítica contemporânea. “Este livro defende a tese de que a crítica atual perdeu toda a relevância social. Ou faz parte do ramo de relações públicas da indústria literária, ou é uma questão inteiramente interna às academias”.

Sem mesmo entrar no mérito da questão ou esmiuçar os posicionamentos, pode-se dizer que há uma queixa comum de que a crítica piorou. Dapieve (2002, p. 109), militante da crítica musical, reconhece tal queixa e a associa, em parte, a uma restrição de espaço – sem deixar de admitir que também é possível fazer boas críticas em espaço sintético. A “ausência de uma crítica mais aprofundada nos jornais e nas revistas semanais de informação” seria, ainda, resultado do que chama de “pobreza do mercado editorial brasileiro”, que não consegue manter revistas especializadas capazes de qualificar esse circuito. O autor faz referência também a uma espécie de morte da crítica:

mais um integrante da banda. Era um fã tentando passar a sua paixão para os leitores”, diz a reportagem de Petillo (2002, p. 28).

“Crítica” traz embutida uma idéia de peso e de aprofundamento que cada vez mais raramente jornais e revistas conseguem materializar, por propósitos editoriais e por falta de espaço físico mesmo. Em outros tempos, com certeza se exercia uma crítica – de cinema, de música, de artes plásticas – nas páginas da imprensa brasileira. Eram textos longos que discutiam em detalhes determinada obra. Muitos criadores ainda hoje lamentam que naqueles tempos sim, estabelecia-se um diálogo do jornalista (nem sempre por formação, mas por ofício) com o artista. É possível que seja verdade – embora as convicções arraigadamente antidemocráticas brasileiras não permitam imaginar que um dia tenha havido uma Idade de Ouro na qual a função da crítica tenha sido entendida pelos criticados – mas, de qualquer forma, tal tipo de texto correspondia a um determinado período histórico. Era menor o número de lançamentos semanais de cinema, por exemplo, e era menor o número de anúncios, que dão a viabilidade econômica a jornais e revistas (e não as assinaturas e as vendas em banca), mas também sem querer expulsam o material propriamente jornalístico de suas páginas (Dapieve, 2002, p. 107-108).

Aí já é possível perceber que a queixa de que a crítica piorou tem a ver com a redução (ou mesmo desaparecimento) da opinião, dos posicionamentos, do confronto, da polêmica. Acusa-se, portanto, uma forma de apaziguamento, abrandamento da crítica, um abandono dos julgamentos. “A tomada de posição, a favor ou contra isto ou aquilo, já surge quase como obscenidade, ainda mais se exposta num veículo de comunicação de massas”, diz o crítico de cultura Marcelo Coelho (1994, p. 7). A crítica de arte, hoje, segundo o autor, é predisposta a aplaudir (Ibid., p. 20), ou a ser condescendente, como prefere Piza (2003, p. 48) – “basta você olhar um roteiro de filmes, por exemplo, e verificar que a maioria deles recebe cotações altas (bom, muito bom e excelente)”.

Encontra-se, assim, nos textos sobre crítica, a denúncia do desaparecimento do que lhe é mais caro, que é justamente a tomada de posição, o julgamento, a predisposição para o debate e não para o aplauso, a explicitação de uma opinião. Em alguma medida, a literatura sobre crítica deixa entrever o fim da crítica – o que parece um dado relevante a ser levado em consideração nessa procura por pistas no estado da arte. Se houve apaziguamento das tensões na crítica em jornal, como se acusa, na literatura sobre crítica, em geral, sobra

opinião, como se vê. Os escritos fazem as vezes de queixas públicas sobre a situação da atividade (quase sempre precária).

Essa parece ser uma segunda tendência no estado da arte. Mais do que sistematização e análise da crítica praticada no país, o que se encontra é um tipo de opinião mais interessada mesmo em participar da discussão geral sobre crítica, apontar as falhas. Os textos participam de uma conversação sobre a crítica. O estado da arte está recheado por manifestações opinativas (grande parte advinda dos próprios críticos). Esse caráter de manifesto de opinião mais do que estudo fica marcado também pela proposta de grande parte dessa literatura, muito mais propensa a reflexões gerais do que a um recorte procedido de análise de certo material. Misturado ao esforço de compreensão da crítica musical, o que existe são reclames.

Uma terceira tendência a ser assinalada, derivada da segunda, é a de que os textos querem atuar diretamente sobre a produção da crítica, interferir, dar conselhos – não pretendem um distanciamento da atividade profissional. Tanto que é considerável a participação de profissionais da crítica nessa conversação, jornalistas.

Em parte da bibliografia, percebe-se uma tendência a se enfatizar muito mais como essa atividade deveria ser do que propriamente como ela se realiza. Em alguns momentos, os textos ganham forma de recomendações, conselhos, se valem de exemplos e ilustram os passos para se fazer uma crítica em jornal. Há um caráter de “manual” em algumas abordagens desse espaço do jornalismo, na medida em que certos trechos mais ensinam a fazer do que analisam propriamente como se pratica a crítica jornalística⁸. Alguns casos aparecem recobertos de certa

⁸ “A crítica de um livro pode ser da autoria de um professor de literatura; a crítica de um concerto sinfônico, de um músico respeitado. Melhor será, porém, que o jornalista se especialize o suficiente para poder fazer críticas que contenham não apenas opinião ligeira (‘não gostei’, ‘é fraco’, ‘é imperdível’ e outras tolices), mas uma justificativa séria de uma apreciação técnica de um filme, uma peça de teatro, um show de música, um concerto, uma exposição de arte, um livro” (Callado, 2002, p. 54); “Cabe a ele [ao crítico] identificar o que compõe uma obra; questionar, onde necessário, nossos hábitos de compreensão; e situar suas interpretações no contexto mais amplo da cultura, sem perder o senso de urgência” (Nestrovski, 2000, p. 10); “O repórter cultural jamais deve perder de vista que, por mais ‘cultural’ que ele seja, continuará sendo ‘repórter’” (Dapieve, 2002, p.

dose de dogmatismo. Tenta-se, em alguma medida, regular os bastidores da crítica, o comportamento do crítico na relação com as fontes. São feitas proibições e recomendações, de modo a disciplinar a produção da crítica.

Mas sobre o que versam os textos? Sobre quais aspectos da crítica eles conversam? Antes, deve-se frisar que existem diferentes modos de participação nesse debate. O material sobre crítica está espalhado em obras, teses, artigos em livros e na produção jornalística. Conta-se em menor grau com obras consolidadas sobre o tema do que com capítulos ou apontamentos mais sucintos, o que – mais uma vez – talvez possa explicar esse caráter de discussão gerado, em que cada um faz sua intervenção. São diversas, assim, angulações e pretensões, em diferentes suportes, que vão marcar o estado da arte sobre crítica.

Entre os aspectos recorrentes focalizados estão: as condições de produção, rotinas produtivas, exemplos casuais de como funciona a redação de certo jornal; o crítico, competências necessárias, requisitos, comportamento aconselhável; estilos de crítica (impressionista, estruturalista...); formatos editoriais (resenha, crítica, coluna); as funções da crítica, definição, seu papel, origens do ato crítico; jornalismo cultural (história e características). Existem desde reflexões mais ensaísticas sobre as origens do ato crítico até análise pontual de determinada peça. Encontram-se, ainda, estudos de caráter histórico sobre a crítica musical em jornais (como era, o que se falava...), que em geral fica dispersa em comentários sobre crítica de arte, sem receber uma dedicação setorizada. É possível encontrar variações no ponto de vista a partir do qual se comenta a crítica, que vai desde o jornalismo cultural até uma preocupação maior com a estética.

Os pontos aí levantados que interessam a esta pesquisa serão tomados em outro capítulo. A idéia, por enquanto, é muito mais dar uma noção panorâmica sobre as diversas entradas possíveis e realizadas na crítica musical, alvo de artigos opinativos publicados na Internet mas também de dissertações. Ora valorizam-se

94); “Hay dos requisitos que nunca deberían faltar en toda aquella persona, profesional del periodismo, que decida trabajar en la especialización de la crítica periodística: gustarle la especialidad artística que elija y un elevado concepto de la honradez” (Vargas, 1999, p. 195); “É indispensável que a crítica seja exercida por alguém que domine o repertório técnico e teórico do setor (...)” (Suzuki Jr., 1986, p. 82).

suas origens, ora os requisitos para ser um bom crítico. O estado da arte é assim marcado por esse clima de conversação, em que se arriscam variadas intervenções e no qual participam não somente especialistas, pesquisadores, mas também (ex)militantes, leitores por vezes indignados e músicos – em entrevistas, virou praticamente um clichê a pergunta sobre o que pensa sobre a crítica. Tendências no estado da arte permitem reconhecer a crítica como assunto aberto à polêmica. Gera-se uma espécie de fórum de discussão entre os envolvidos.

A variedade de abordagens, um caráter especulativo, associados a uma tendência menor à análise do que participação (como guia) na sua produção ou no debate social sobre a atividade crítica, no lançamento de ideais, são sinalizações do grau de polêmica que envolve a crítica musical. A crítica musical praticada suscita posicionamentos fortes, que vão pautar essa bibliografia. O estado da arte parece ser uma das forças a atuar no campo de tensões da crítica.

A crítica musical se articula, então, em um terreno de tensões, advindas de instâncias diversas: da literatura sobre o tema (opiniões dos profissionais, análises de pesquisadores), de opiniões do senso comum (idéias que se tem sobre a crítica, falas do público), do mundo artístico (comentários de músicos), do campo econômico, dos próprios meios, do público leitor, das obras analisadas, das empresas, do jornalismo, do campo musical. Ao que tudo indica, o embate está mesmo no cerne da crítica. Fosse a literatura sobre crítica musical em jornais constituída apenas por tratados filosóficos, certamente seria outra a compreensão. São pistas como estas – o ambiente mediático na qual ela está inserida, os comentários sobre seu fim, misturados à proliferação do gênero, os posicionamentos opinativos e as polêmicas abertas pelo que se escreve a respeito – que tornam extremamente pertinente e instigante a pesquisa da crítica musical jornalística.

1.4 Idéias a tensionar sobre a crítica musical

Deve-se ressaltar que as tendências aqui ressaltadas representam apenas algumas das dimensões do estado da arte – que focaliza uma série de outros aspectos da crítica musical, da crítica em geral e do jornalismo cultural. São atrativos dos textos que funcionaram como pistas para se problematizar a crítica musical contemporânea. Estão – tal como as primeiras indicações, sobre o ambiente mediático e a proliferação da crítica – mais no nível dos observáveis (de impressões colhidas no cotidiano) do que propriamente no de uma coleta seletiva e categorizada de informações.

Sobre o estado da arte, seria possível dizer ainda que, diferente da crítica literária, a crítica musical não ocupa prateleiras de bibliotecas – quando muito constitui uma seção (deriva daí muito provavelmente a impressão inicial apressada de que não existe bibliografia sobre o assunto). O que talvez auxilie a compreender as tendências aqui anotadas. O universo dos escritos sobre crítica de música parece estar mais próximo mesmo da produção, do exercício profissional, uma vez que são comentários atuantes, que lançam provocações, defendem preferências, que se mostram até passionais, em alguns casos.

A crítica musical (tal qual a música) é, como se percebe, na sociedade brasileira, um tema aberto à discussão e gerador dos mais variados posicionamentos – desde o público em geral até os especialistas. As três pistas podem ajudar então a tensionar (como primeiro movimento desta pesquisa) algumas idéias arraigadas no senso comum – manifestas não raras vezes em seminários de jornalismo⁹, entrevistas televisivas, em rodas informais e em outras discussões - sobre a crítica musical:

⁹ Em pelo menos quatro exposições públicas em universidades (em 2003 e 2004) nas quais foram apresentados trechos desta pesquisa, a questão da crítica musical ser refém do mercado foi levantada pelo público. Não significa, entretanto, que aqui se queira expor como errôneas ou equivocadas essas e outras questões semelhantes. A inquietação deriva, em algum grau, de impressões sobre o que a crítica faz e – nesse sentido – é perfeitamente (e socialmente) justificável. Ela é útil aqui por ajudar a entender em que estágio está a discussão pública sobre crítica musical, até que ponto se faz uma avaliação sobre a atividade. A partir daí é possível melhor saber, pelo menos, que rupturas é preciso promover sobre esse conhecimento comum.

- a) Crítica musical como simples propaganda: possivelmente, uma das idéias mais repetidas é a de que a crítica musical jornalística contemporânea é completamente determinada pelas gravadoras e, nesse sentido, pratica a mera reprodução do mercado fonográfico. Ela não passa, nessa concepção, de propaganda dos lançamentos das gravadoras. Sustenta-se, assim, apenas em elogios aos novos produtos e artistas. As acusações de promiscuidade entre crítica e indústria do disco não raras vezes culminam aí também. A crítica, a rigor, nesses termos, não existe, desaparece. O que se tem é um ventríloquo a reproduzir a voz do mercado, dos grandes conglomerados de mídia e entretenimento. Tudo começa e acaba nas grandes gravadoras.
- b) Crítica musical como estraga-prazer: aqui a crítica é o tempo todo opressora, depreciativa – um estraga-prazer. Como reza a máxima, criticar é falar mal. Seu trabalho é impiedoso com os músicos, atua com veemência. Cometem-se as mais diversas injustiças. Vai no mesmo rumo daqueles que acreditam fielmente que o crítico não passa de um músico frustrado, um arrogante que não sabe nada de música a dar pitacos (geralmente furiosos) sobre os lançamentos. Tal como ilustra o filme *Quase famosos*, o crítico é “o inimigo” – em quem não se pode confiar. A crítica passa longe de ter um papel social para apenas refletir o ego (e também a maldade) de quem a escreve.
- c) Crítica como exercício diletante: no outro extremo da crítica como propaganda, está a idéia de uma crítica completamente autônoma – subentendida (como um ideal) em muitas falas sobre a atividade. É um pouco a tradução de como muito se imagina por aí como deva ser a atividade. Escrever sobre música é uma prática livre de quaisquer pressões e condicionamentos, é um exercício artístico. Não há dúvida, nesse pensamento, de que deva ser praticada por músicos e estudiosos da arte, claro. A crítica musical é completamente autônoma. Desconsidera-se sumariamente o
-

ambiente jornal (que aqui não passa de suporte). Descarta-se qualquer fim utilitário. É apenas fruição. Passa perto da visão do jornalismo cultural como espaço de amenidades, frivolidades ou então coisas do espírito dissociadas da vida cotidiana. Falar sobre música é um exercício diletante que não faz mal a ninguém.

Como se percebe, as três idéias não ficam tão distantes do que se ouve freqüentemente e encontram eco, em alguma medida, num imenso leque de manifestações sobre a crítica musical feita em jornais. Devem aqui ser tensionadas em suas generalizações, em seus determinismos, no excesso do “impressionístico”. São sustentáveis apenas em uma outra noção de realidade, movida por forças unidirecionais e não pela interação entre atores. São visões extremistas, excessivamente positivas ou negativas – e aí acabam por ser úteis na percepção de alguns aspectos iniciais do objeto, apesar de situarem a crítica sorrateiramente fora da sociedade e da cultura. Mais que necessário então tensionar essas idéias, procurar matizes, nuances, disputas mais que imposições, confrontos que fazem, enfim, a complexidade do tecido social. E para isso é preciso, mais que projetar otimismo ou pessimismo, levar em conta o que a crítica musical em jornais faz efetivamente.

2 Ao problema de pesquisa: disputas sociais na crítica musical jornalística

Foram levantadas, até o momento, apenas algumas das pistas possíveis de se colher diante da complexidade e da amplitude do tema. Não deixam de ser elementos que tensionam a crítica e a colocam num terreno polêmico, desafiador e aberto a inúmeras abordagens investigativas. A opção desta pesquisa restringe-se a um dos aspectos do fenômeno. Investiga os processos pelos quais as disputas sociais (tão presentes nos comentários que se faz sobre a atividade, como visto) se manifestam na crítica musical, a partir de análise das páginas do jornal *Folha de S. Paulo*.

O caminho que se faz agora, portanto, é das pistas levantadas sobre a crítica - o mundo das agendas, sua proliferação e tendências no estado da arte – à problematização. São mobilizados conceitos solicitados pelas questões de pesquisa, de modo a fornecer uma fundamentação teórica mínima. Abordam-se, na seqüência, as relações entre mídia e sociedade, o caráter conflitivo da cultura mediática, a crítica como subsistema de retorno e questões relativas ao encontro de campos na crítica.

2.1 Continuidades entre mídia e sociedade: à procura de outro olhar sobre a crítica

As três idéias sustentadas, de modo geral, sobre a crítica musical, citadas anteriormente, já sinalizam – ainda que parcialmente – para o fato de que a crítica faz várias coisas ao mesmo tempo. Ela propaga os produtos da indústria, rivaliza com a classe artística, reflete sobre a música, para ficar nos três exemplos. É possível pensar ainda que a crítica ensina, entretém, qualifica o consumo, seleciona, julga, documenta a manifestação artística, entre tantas outras competências. Essa múltipla atuação, em alguma medida, relativiza alguns comentários sobre a atividade crítica em jornais, ao apontar justamente para sua complexidade – da qual aqui se busca extrair apenas uma dimensão, que é a das disputas, das tensões presentes na crítica musical.

Faz-se a ressalva então de que escolher um ângulo a ser pesquisado não implica unilateralidade ou ignorar outras dimensões do objeto, como fazem algumas manifestações opinativas. As idéias colocadas, ainda assim, carregam uma preciosa concepção (aí está sua limitação) das relações entre media e sociedade: a rigor, a sociedade desaparece. Em alguns casos, até mesmo a ação dos media é anulada – seria um instrumentos das grandes empresas, um braço mecânico, e um vidro transparente, desprovido de lógicas e processualidades específicas.

Essas ações, de excessiva valorização ou desconsideração da atuação da crítica (e dos media, portanto) na sociedade, tornam por afastar, assim, temas que aqui se busca aproximar: crítica musical jornalística e disputas sociais. A idéia de que crítica musical e disputas sociais não são temas afins é (re)produzida socialmente e carrega certa dose de contradição.

Há uma ampla movimentação que produz a idéia de que a crítica musical está isolada de conflitos, das tensões sociais. O lugar que lhe reserva o jornalismo é um forte indicativo disso. Fica resguardada em "segundos cadernos", como se fosse realmente um anexo do jornal "de fato" - ou então aparece sob a alcunha de "variedades", muito próxima do entretenimento. É claro que isso está vinculado também à própria noção de cultura (de senso comum) como acréscimo, um luxo, como algo afastado da "vida prática cotidiana". Perceber como os próprios cadernos de cultura fortalecem ou questionam essa máxima seria certamente motivo suficiente para outra(s) pesquisa(s). Interessa pelo momento reparar que editorialmente os jornais em alguma medida reforçam a idéia de que a cultura (e crítica musical, conseqüentemente) está afastada do restante - é algo separado, o "lado b" do periódico¹⁰, mais livre, solto, leve, tranqüilo.

Há que se considerar, no entanto, que tratar de artes (música, cinema, teatro) em jornais é no mínimo diferente do que cobrir política, economia (temas mais "duros", enfim). O tema música, no caso, suscita à crítica um tratamento específico - e aí possivelmente mais solto, menos compromissado com

¹⁰ O caderno de cultura do *Jornal do Brasil*, referência obrigatória na história do jornalismo cultural, chama-se *Caderno B*.

estatísticas, com riscos menos imediatos à vida diária, etc. Pela posição que ocupa nos jornais e pela dimensão "artística" do tema, portanto, seria plenamente justificável acreditar que a crítica musical realmente não tem nada a ver com disputas sociais.

Por outro lado, tanto a música como a crítica (de acordo com as tendências ressaltadas do estado da arte) são alvos de polêmica na sociedade brasileira. Pode-se dizer que a música, além de estar presente de forma mais próxima e abrangente do que outras manifestações simbólicas no cotidiano, é também assunto que rende discussão, por assim dizer, nos mais variados espaços. É um tema que mobiliza, gera fortes reações, coloca em jogo preferências pessoais, o gosto, opções estéticas. Se acrescentada aí a comercialização e profissionalização do setor e o aumento de jogo de interesses em torno dessa produção artística, há que se considerar justamente uma exacerbação das disputas em torno da música.

Interessa, portanto, procurar pelo modo como se manifestam as disputas sociais nesse espaço supostamente mais brando que é a crítica musical¹¹. Tal propósito (de)limita em alguma medida a compreensão aqui sustentada das relações entre mídia e sociedade (que indiretamente vai situar também a atuação que vislumbramos do jornalismo no tecido social).

Entende-se que pensar em processo midiático é de alguma forma problematizar os imbricamentos entre mídia e sociedade. Torna-se necessário conceber a mídia *na* sociedade - e não acima/fora dela, como se fosse um vigia a apenas controlá-la (ou manipulá-la, para usar um termo que permanece em voga) ou um espelho destinado a somente refletir "o que acontece" no mundo¹². Sendo o tecido social costurado por disputas sociais, embates, choques, a mídia em alguma

¹¹ Nessa idéia, sou devedor até certo ponto da crítica diagnóstica de Kellner (2001) e do estudo de Miranda (1978), que identificam manifestações dos confrontos da sociedade em produtos midiáticos "mais leves" ou de entretenimento, como filmes de Hollywood ou histórias em quadrinhos.

¹² Interessante notar que Sodré (2002, p. 23), mesmo sem abandonar a metáfora do espelho para pensar a mídia, não deixa de fazer ressalvas a seu uso: "O 'espelho' midiático não é simples cópia, reprodução ou reflexo, porque implica uma forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição das identidades pessoais".

medida vai atualizar (representar, encenar, configurar, modificar, reproduzir, subverter) as relações de força aí presentes.

Tomando por base essa concepção de continuidade entre mídia e sociedade, fica difícil reproduzir no nível conceitual aquela idéia de senso comum exposta no início que se faz da cultura produzida pela mídia (incluída aí a dos assumidos "cadernos de cultura"), como algo acessório, um luxo, ou um lugar à parte dos confrontos mundanos.

A opção é por tomar a crítica musical então como um produto da sociedade. Não se trata, assim, de algo gestado em laboratórios e aplicado sobre os indivíduos, mas uma produção que dialoga com o tecido social (o que não significa descartar a presença de interesses de produtores ou empresas). Não interessa sustentar que a crítica determina unilateralmente quem são os bons, os preciosos e os medíocres. É a sociedade que aí atua, dialoga, conversa e avalia a produção de uma época. A crítica é um produto social.

A sociedade não é refém de seu sistema mediático e a crítica pode bem representar essa articulação. Há uma interação social em torno da música (de seus produtos e demais manifestações, acima de tudo) através da crítica musical jornalística. Aposta-se que existem demarcações no produto crítica dessas relações (mais ou menos polêmicas) entre diversos agentes – sendo os principais os media, as instituições do campo e o público leitor, ou sociedade em geral. Em termos bastante gerais, se é razoável dizer que todo mundo gosta de música e que muito em função disso ela é um assunto polêmico (que suscita paixões, posicionamentos, rivalidades), seria estranho, no mínimo, que com os media (no espaço da crítica musical) fosse diferente – ao contrário do que apontam comentários sobre um certo apaziguamento do setor.

2.2 Cultura (mediática) como terreno de disputas, dramatização dos conflitos e ação política

Um aspecto que merece ser ressaltado para pensar as tensões na crítica é o de que a música realiza-se cada vez mais em um ambiente mediático. É sobretudo

pelos media que se divulga a música popular contemporânea. Há um interessante entranhamento então entre produção musical e produção mediática. É comum ouvir de músicos que o sonho é emplacar uma canção no rádio ou então aparecer na MTV, para ficar em poucos exemplos (e muito de suas carreiras pode depender dessa inserção, aliás). A música, como uma mercadoria especial nesse mundo media, parece trafegar de forma mais tranqüila por diversos meios de comunicação massivos (em áudio na TV, no rádio, no cinema, na Internet). À imprensa cabe um outro tipo de interação com o mundo da música, uma vez que os sons ali não podem ser reproduzidos. Ela presta-se a comentar a música – prática ampla o bastante para designar notícias, anúncios, apreciações, reportagens, fotos....

Com o desenvolvimento do sistema mediático e de sua maior penetração na sociedade, principalmente desde as últimas décadas do século XX, as manifestações simbólicas e artísticas compõem o quadro de uma cultura mediática. Cultura, comunicação e processos mediáticos são termos afins nesse novo cenário. A TV tem papel fundamental aí na consolidação então de uma cultura da mídia, ou cultura mediática.

Utilizar a expressão cultura da mídia significa assumir, metaforicamente, que “a mídia colonizou a cultura, que ela constitui o principal veículo de distribuição da cultura”. A mídia é então “o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas” (Kellner, 2001, p. 54). Ao invés de criar oposições binárias entre cultura alta e baixa, de elite e de massas, erudita e popular, a terminologia adotada pelo autor se interessa muito mais em estabelecer ligações entre estudos de cultura e os de comunicação – ela “tem a vantagem de designar tanto a natureza quanto a forma das produções da indústria cultural (ou seja, a cultura) e seu modo de produção e distribuição (ou seja, tecnologias e indústrias das mídias)” (Ibid., p. 52). Entre como pressuposto aí o fato de que a cultura é em grande medida mediada pela comunicação, ou se preferir, pelo sistema mediático.

A cultura mediática resulta do estabelecimento de uma sociedade mediatizada, que se desenvolve através do século XX, na qual há uma variedade crescente de meios de comunicação e onde “a interacionalidade mediatizada se

inscreve em todas as atividades humanas e sociais” (Braga; Calazans, 2001, p. 30). Explicam os autores:

Ao se dotar de mediações tecnológicas para desenvolver as interações sociais, a sociedade não apenas acrescenta instrumentos que aceleram e diversificam sua comunicação, mas acaba por modificar seus próprios processos. É o que leva à caracterização das estruturas do século XX por expressões como “sociedade de informação”, “sociedade da comunicação”, “sociedade mediática”, “idade mídia”. De nossa parte, preferimos a referência “sociedade mediatizada”, que nos parece assinalar a presença e relevância da mídia em sua comunicação, sem entretanto pretender que a mídia “determine” as estruturas sociais ou que seja monolítica e totalizante (Braga; Calazans, 2001, p. 30).

A última observação citada é de interesse particular a esta pesquisa. Falar em mediatização das interações sociais e de uma cultura mediática não implica necessariamente homogeneização dos produtos mediáticos. Ou seja, a cultura mediática, inscrita no terreno de disputas que configura o tecido social, vai, em alguma medida, reproduzir os conflitos, as tensões de uma época. Interessa compreender de que modo isso ocorre, nesse caso, em um produto mediático como a crítica musical de um jornal (comercial) de grande circulação e voltado a um público difuso (não-especializado).

Inscrever um fenômeno sócio-mediático no âmbito da cultura da mídia permite que se reconheça, de saída, a característica tendencial dos produtos da indústria cultural de indicar ambivalência, polissemia e ambigüidade. Característica essa explorada pelo autor de *Tio Patinhas e os mitos da comunicação* ao analisar notícias de política e histórias em quadrinhos. Há uma tendência a que a produção de informação, entretenimento, lazer, arte, ao incorporar os conflitos da sociedade, esteja propensa à multiplicidade de significados – o que acabaria por tornar os produtos palatáveis para diversos setores da sociedade. O que não quer dizer que “todos eles (ou mesmo os mais difundidos entre eles) tenham as mesmas chaves de fruição, ou que penetrem igualmente nas várias camadas sociais” (Miranda, 1978, p. 155).

Em linhas de pesquisa e formas de análise diferenciadas, tanto o estudo das histórias em quadrinhos da Disney quanto a leitura que Kellner (2001) faz de alguns filmes já deixa claro o quanto pode ser prejudicial – no sentido de limitar a compreensão de um fenômeno complexo – reduzir a cultura da mídia a uma relação de dominantes e dominados. Nessa clivagem, ficaria realmente difícil encontrar elementos ‘progressistas’ em uma produção hollywoodiana, como fez Kellner.

Algumas referências que se faz sobre a cultura de modo geral são pertinentes também, nesses termos, para se problematizar a cultura mediática. Richard Johnson (2000, p. 13) faz avaliação sobre algumas idéias que orientaram os estudos culturais. O ex-diretor do *Centre for Contemporary Cultural Studies* aponta, sem pretender estabelecer uma lista definitiva, três marcas do pensamento de Marx nos estudos culturais – e que interessam aqui sobretudo para se pensar a cultura (mediática). A primeira delas é o vínculo íntimo entre processos culturais e relações sociais. A segunda é a compreensão de que cultura envolve poder, estabelece assimetrias. A terceira deriva parcialmente das duas anteriores: a cultura não é um campo autônomo nem determinado externamente, mas terreno de conflitos e lutas sociais.

Cercando o conceito de cultura com essas três referências para se aproximar da crítica musical jornalística (um recorte da cultura mediática), pode-se dizer que é possível ler os trejeitos de uma sociedade, seus modos de agir, suas angústias e projetos nas "páginas de cultura". E o fato de que nem toda música ganha espaço ou o mesmo destaque e tratamento nesses cadernos já é um bom começo para se visualizar as citadas assimetrias e relações de poder envolvidas na midiatização da música. Nem todo músico/produto fonográfico consegue transitar na agenda de diferentes veículos e/ou mídias. Isso sem falar nos diversos tratamentos dispensados a determinado gênero, cantor, sucesso...

É preciso reconhecer, então, que a cultura mediática está inscrita nos conflitos sociais, nos debates, nas dúvidas e preocupações que afligem a sociedade. Ela participa de uma grande conversação em torno dos mais variados

temas. Um deles, a música., seus produtos, artistas, circuito, agentes e demais manifestações associadas.

Outras referências sobre cultura e que aqui interessam para pensar o papel da cultura mediática (ou, mais precisamente, para se estudar as disputas em jogo na crítica periódica de música) são oferecidas por García Canclini (1997). O autor recupera quatro vertentes contemporâneas (não necessariamente desconectadas) trabalhadas sobre cultura: a cultura como instância onde cada grupo organiza sua identidade; como instância simbólica da produção e da reprodução da sociedade; como instância de conformação de consenso e de hegemonia; e a cultura como dramatização eufemizada dos conflitos sociais.

Percebe-se já aí a forte relação dos meios de comunicação com esse processo de produção, circulação e consumo de significações que constitui um circuito cultural. As duas últimas narrativas sobre a cultura possuem interesse mais próximo dessa investigação, pois permitem articular os conflitos sociais e a cultura mediática contemporânea. A vertente que toma a cultura como dramatização eufemizada dos conflitos sociais está relacionada com a anterior, “con la conformación del consenso y la hegemonía, porque estamos hablando de luchas por el poder, de luchas, disimuladas, encubiertas, que tienen que ver con la construcción del poder en la sociedad” (Ibid., p. 42). A fatia da cultura mediática que aqui se estuda pode ser compreendida assim como encenação (ou dramatização suave) dos conflitos de uma época e também como ação política (no sentido de luta pela hegemonia e pela legitimidade).

Essas demarcações conceituais permitem que melhor se trabalhe aqui a concepção de uma cultura mediática, ao afastar a demasiada generalidade de um “tudo é cultura” ou o extremado elitismo de um “quase nada é cultura (apenas certas obras de arte)”. O sistema mediático, integrante chave do circuito cultural contemporâneo, articula as disputas sociais, encena os conflitos e, portanto, atua na conformação política. Há, desse modo, uma continuidade entre medias e sociedade. Tanto é que, não raras vezes, novos produtos, estilos, gêneros, variações são forjados para dar conta de uma demanda social, de um conflito. Como ilustração, vale citar a interessante análise, feita por Andacht (2001), de

como um problema mundano (no caso, a depressão) vem acompanhado de variações em certo gênero de programa televisivo, que justamente o tematiza, discute, dramatiza, coloca em cena¹³. “Para novos conflitos, novos signos para ajudar a resolvê-los” (Andacht, 2001, p. 187), explica em consonância com a análise formal-social da cultura proposta por Williams (1992).

A cultura mediática pode ser compreendida então em sua relação com as tensões sociais. Este último autor, ao explorar o surgimento do solilóquio no teatro elisabetano, propõe uma análise formal-social da cultura. Essa espécie de monólogo precisaria ser compreendida, assim, em sua dimensão social/histórica e também em seu aspecto formal, como um elemento da poética teatral. Trata-se de conceber o solilóquio, no caso, na sua dupla condição de artifício retórico e sintoma social. Isto é, a invenção do solilóquio, esse monólogo da retórica teatral, deriva da evolução dos recursos da poética teatral e é, ao mesmo tempo, uma representação da aparição do indivíduo como entidade legítima e dos embates (sociais, existenciais...) aí envolvidos.

Essa passagem tangencial, ilustrativa, pelas análises de Andacht (2001) e Williams (1992) foi acionada apenas por permitir paralelos com a crítica musical jornalística (e também com o jornalismo). Ao invés do solilóquio seria possível pensar no aparecimento de certa modalidade textual e editorial nas páginas de periódicos, ou então a expansão da crítica musical para várias editoriais, o surgimento de um estilo mais leve, menos polêmico, a utilização mais freqüente de entrevistas, etc. Caberia investigar que aspecto social estaria relacionado a tais padrões textuais. Atenta-se, portanto, para a necessidade de compreender a crítica musical jornalística em sua dimensão mediática (seja como gênero opinativo ou em suas estratégias editoriais, nas estruturas que mobiliza, nos espaços que ocupa) e também como fenômeno de sociedade – um artifício criado (e mantido) socialmente para, possivelmente, responder à própria cultura mediática e ao mundo da música.

¹³ Trata-se de análise de episódio do seriado televisivo *Família Soprano*.

2.3 Crítica como retorno (potencialmente polêmico) sobre a música na era da cultura mediática

Abordadas algumas questões de âmbito mais geral, procura-se partir agora em direção a articulações mais próximas de nosso objeto de pesquisa – as disputas sociais na crítica musical jornalística. Na perspectiva adotada (cultura mediática como terreno de conflitos), a mídia não é de forma alguma onipotente, nem está acima do tecido social, como um vigia cercado por uma redoma de vidro¹⁴. Entre mídia e sociedade não existe, portanto, um caminho de mão única. Existem retornos dos usuários sobre o sistema mediático, ou – em conformidade com o que se discutia – sobre a cultura mediática. Podem ser listadas aí, a princípio e de modo bastante geral, desde ações diretas (como participações de ouvintes em programas de rádio, por exemplo, envio de cartas a jornais e revistas), interpretações, seletividade, até a própria expectativa sobre o público alvo que possui a esfera da produção na hora de lançar e formatar um produto, um caderno, uma notícia – e o subsequente processo histórico de formação de tipos e gêneros.

Certamente outros retornos possam ser reconhecidos e estudados – o que foge ao menos ao interesse imediato desta pesquisa. Aqui importa conceber a crítica musical jornalística como retorno sobre a produção musical (produtos, espetáculos, artistas, gravadoras). Vale frisar que tal crítica não é feita de uma instância alheia aos media, mas no interior mesmo do sistema mediático, acompanha o produto jornal, é também um produto mediático. A crítica pode ser lida, assim, como sintoma de divergências, de tensionamentos dentro da própria cultura mediática. Funciona como um indicador (não uma garantia) de que existem disputas dentro da cultura mediática, conflitos, de que o sistema mediático dialoga, portanto, com a sociedade, e de que os indivíduos não recebem passivamente os conteúdos mediáticos.

Existe, na sociedade, além da crítica jornalística, uma diversidade de retornos sobre a produção da música contemporânea. Pode-se pensar em paradas

¹⁴ Tal perspectiva, transferida para as teorias do jornalismo, equivale a estar mais próximo da compreensão da notícia como sintoma social (Fontcuberta, 1993, p. 12) do que como espelho da realidade ou, ainda, do jornalismo como quarto poder.

de sucesso, índice de vendas em lojas, programações de rádio e TV, reações da platéia (em shows ou pistas de dança...), livros, revistas, jornais, fanzines, sites, pesquisas acadêmicas, fã-clubes – sendo que cada instância dessas admite amplo leque de variações e singularidades. São sinalizadores de um aspecto polêmico da cultura mediática.

A concepção clássica da crítica como mediação entre autor/obra e público¹⁵ já fornece, de certa forma, uma noção da triangulação existente entre esses agentes (artistas - crítica – público) e do referido retorno proporcionado pela crítica. Em função dessas relações de penetração entre as esferas da produção e do público é que se diz que a tarefa da crítica, entre outras coisas, “envolveria formular, em nome do público, as perguntas que talvez nem mesmo esse público saiba enunciar, assim como fornecer-lhe as respostas” (Vasconcelos, 2000, p. 14). O foco de análise dessa pesquisa, no entanto, restringe-se a uma fração desse amplo retorno, que é aquela praticada pelo jornal *Folha de S. Paulo*, com base nos meses de maio e junho de 2003 - na qual crítica, leitores e produtores vão “conversar” sobre música (uma música, aliás, cada vez mais extensamente atrelada - mas não restrita - às indústrias culturais – manifestação simbólica que adquire, portanto, o caráter de produto cultural e por vezes até mesmo de produto mediático, funcionando bastante na lógica de uma cultura mediática).

A concepção da crítica como pertencente a um subsistema de retorno, em relações de fluxo com subsistemas produtor e usuário, é sistematizada por Braga (2004, 2003, 2002, 2001), que tem por objetivo a compreensão da crítica mediática – dos comentários sociais que tomam a mídia como assunto. Dados o reconhecimento da pertinência de tal abordagem para se investigar tensões manifestas na crítica entre essas instâncias e o reduzido conhecimento disponível sobre este subsistema crítico no Brasil, “a ponto de que sequer é considerado segundo essa perspectiva” (Braga, 2002, p. 29), entende-se que a sistematização (sua armação conceitual geral) pode ser utilizada para o caso da crítica musical em

¹⁵ Sobre esse tripé (autor/crítica/público), ver Leenhardt (2000, p. 22), Vasconcelos (2000, p. 13) e Vargas (1999, p. 192).

jornais – da análise jornalística de produtos (que, em alguns casos, realmente assume ares de crítica mediática, em comentários que tomam a mídia por objeto).

Assinala-se, desse modo, que existem relações de fluxo entre sistema produtor (produtos, *shows*, artistas, gravadoras), usuário (ouvintes, leitores, consumidores, fãs...) e sistema de retorno – ao qual pertence a crítica jornalística. Há uma ampla interação em torno da música e – o que merece aqui maior atenção – muito dela se realiza através dos meios de comunicação. A interação entre um produto fonográfico, a crítica jornalística e seus leitores caracteriza-se como uma interação diferida no tempo e no espaço. Trata-se de uma interação social mediatizada, que dispõe “de uma produção objetivada e durável, que viabiliza uma comunicação diferida no tempo e no espaço, e permite a ampliação numérica e a diversificação dos interlocutores” (Braga; Calazans, 2001, p. 27).

Note-se que a definição abarca tanto as relações que envolvem o produto jornal (onde está a crítica) como a gravação sonora, em CD, DVD, ou outro formato qualquer. A crítica em jornais é ao mesmo tempo um retorno sobre o sistema de produção musical (que pode envolver processos mediáticos) e uma produção mediática, que também tem seu subsistema de retorno (como esta pesquisa ou as referências presentes no estado da arte, por exemplo). Ambos os retornos também se dão de forma diferida e difusa.

O tipo de retorno ao sistema musical acionado em um *show*, por exemplo, é diferenciado. A platéia dá alguma espécie de resposta imediata (ainda que a resposta seja não responder...) ao músico. Metaforicamente, a crítica permite o retorno de uma platéia bem mais ampla. Daí que seja possível imaginar uma maior variedade de olhares, escutas e também contrapontos, divergências. Em suma, trata-se de ver como a sociedade interage com a produção musical através da crítica em jornal.

Braga (2002, p. 27-28) assinala quatro grandes perspectivas, gerais e para efeitos práticos, para ordenar os objetivos do trabalho crítico, que bem podem ser estendidos à crítica musical. Em síntese: “dispor de critérios e interpretações; expressar o estado dos processos e dos produtos em um determinado tempo e

local; estimular competências dos usuários; ter incidência sobre a produção”. O exercício específico de cada setor da crítica trataria, claro, de aperfeiçoar e emendar outros objetivos. Mas os objetivos expressam “razoavelmente o que se poderia esperar como resultado social geral do trabalho crítico”.

Percebe-se já aí uma concepção bem diferenciada do exercício crítico em relação aos comentários citados naquele teste inicial do que se fala sobre a crítica. Principalmente porque ela aqui se coloca como elemento necessário à qualificação dessa ampla interação – interferindo, assim, tanto no consumo quanto na produção musical. Pontua-se, no entanto, que a qualificação, de modo geral, ao contrário do que reza o senso comum, não exclui processos de tensão, de polêmica e confronto (seja de idéias, crenças, concepções, visões de mundo, práticas, propostas...). Daí que muito nos interesse aqui a premissa sustentada por Braga (2002, p. 30) para o desenvolvimento qualitativo de qualquer processo de comunicação social: seria preciso desenvolver continuidades e tensões entre produção e subsistema crítico interpretativo – e “paralelamente desenvolver incidências mútuas entre este último e o sistema usuário dos meios”. As relações de continuidades e conflitos também podem se dar entre os diversos componentes do sistema crítico (Ibid., p. 38). A crítica comporta, assim, relações de implicação de continuidade e tensionamento, no nosso caso, com os demais agentes do campo musical.

Com base no que propõe Braga (2003, p. 9) para a crítica mediática (e que aqui se estende à crítica musical), os objetivos da crítica recaem sobre as instâncias de produção - “para elucidar, modificar, aperfeiçoar, filtrar, cobrar, controlar socialmente” – e da recepção – desenvolver instrumentos de compreensão e análise, elucidar, “estimular a ‘edição na leitura’ e a processualidade interpretativa”, entre outras. A referida qualidade nas interações pode ter esses elementos como parâmetros.

Mas apenas sua localização entre autores e público, ou como sistema de retorno em diálogo com produção e usuários, não garante o exercício crítico, capaz de tais ações citadas acima. A existência de um sistema de retorno, ou de interatividade, não assegura a configuração de processos críticos, como reconhece

Braga (2003, p. 7). É, sim, sua pré-condição, pode-se dizer. Os processos interativos, nesses termos, não são necessariamente qualificadores da mídia, da cultura mediática ou da música, em geral.

A tomar pela crítica musical, mesmo sustentada num ambiente tenso, envolta por relações e pressões de mercado, pelo ritmo e pela rotina de produção jornalística, pela expectativa do mundo artístico, pelo estreito e por vezes inseguro relacionamento com as fontes, entre uma série de outros fatores que seria possível incluir naquilo que produz a crítica em periódicos, suas peças podem ser frágeis, pouco plurais, redutoras, recair em simplificações ou num excesso de impressionismo. Isto é, elas podem não dar margem a se visualizar os conflitos que cercam, por exemplo, a recepção de um produto mediático como o CD – os vários olhares possíveis, contrastes de opiniões, as estratégias das gravadoras, sua repercussão junto a um grupo de ouvintes...

Em suma, o fato de ser retorno não implica necessariamente que seja crítico. A cultura mediática é conflitiva, mas seus produtos vão manifestar em processos e graus diferenciados as disputas aí envolvidas. Daí o interesse em procurar por essas tensões na crítica jornalística, espaço propício – acredita-se – à polêmica, aos confrontos, sob o risco de deixar de ser crítica.

Como modo de avaliar a criticidade da crítica, Braga (Ibid., p. 10-12) propõe levar em conta seu potencial agonístico, sua capacidade de manifestar a diversidade de posições, o livre debate, ausência de soluções impostas, provisoriamente continuada das soluções encontradas, igualdade entre os interlocutores (e portanto o abandono do argumento da autoridade), a polêmica, entre outras características. A crítica pode ser assim pensada como processo agonístico¹⁶.

Generalizando, podemos pensar que processos agonísticos são possíveis e pertinentes em diversos ângulos: no espaço interno de uma instituição (por exemplo, entre os diferentes esforços de crítica universitária); entre linhas e preferências críticas; entre instâncias e níveis (academia –

¹⁶ Conforme o dicionário Aurélio (1999), o adjetivo refere-se à luta, “em particular, à luta pela vida”.

usuários comuns – crítica jornalística – movimentos sociais – outras instituições); entre usuários pessoais, no cotejo de suas leituras; entre a crítica e a produção; entre a crítica de circulação geral e a Escola (Braga, 2003, p. 15).

Sabe-se que o nível externo à crítica musical jornalística, em suas condições de fabricação, é certamente agonístico. Mas o que acontece no nível *interno*, naquilo que ela diz/faz? Em que medida a crítica de música feita em jornais se realiza como processo agonístico? Em quais dimensões? Isto é, de que modo ela manifesta tensões entre os agentes, estabelece relações polêmicas naquilo que diz, promove um debate? Em que medida é possível ler as disputas sociais na crítica musical jornalística? Deve-se procurar compreender como se dão no espaço da crítica as múltiplas relações possíveis entre obra, autor, crítica e leitor. Pode-se estabelecer tensões com a obra, com certo artista, entre artistas, com os leitores, entre outras relações potencialmente polêmicas de retorno sobre o campo musical.

2.4 O encontro (cooperativo e conflitivo) dos campos na crítica

Um dado que pode auxiliar a compreender o grau de conflitos aí colocados é o de que a crítica musical jornalística (como bem indica a expressão) funciona como um lugar onde se encontram diversos campos ou esferas de legitimidade, como o cultural, o econômico e o jornalístico – para ficar nos mais evidentes. É das relações de cooperação, mas também de competição, concorrência e tensão entre eles (e seus atores) que resulta a crítica.

O campo cultural é formado por uma diversidade de atores, espaços sociais, ações estratégicas, que vai dos profissionais da produção da cultura, passa pela crítica jornalística, pelos departamentos públicos do setor, até o mercado de consumo¹⁷. Lembrada a dimensão relacional do conceito, é possível pensar um

¹⁷ Em que pese as especificidades de sub-setores do universo cultural, Gadini (2004, p. 102) assinala que o campo cultural é formado “pelos profissionais da produção da cultura; pelas criações artísticas postas em circulação; pela crítica jornalística; pelas pautas e matérias do jornalismo cultural; pelas secretarias e departamentos públicos do setor; pelo mercado de consumo e usuários desses mesmos serviços ou produtos; pelos espaços

campo musical envolvido, ou então um subcampo, pertencente ao campo cultural. Em função da centralidade do setor musical para se investigar a crítica de música (e no baixo interesse nas demais áreas e divisões do campo cultural), prefere-se aqui falar na existência de um campo musical. Sua constituição (no Brasil) e gradual aproximação para com o campo mediático é trabalhada em capítulo seqüente. Pelo momento, vale dizer que o campo musical também é composto por uma multiplicidade de atores, espaços, atuações e interesses voltados à produção, circulação e ao consumo de música.

O conceito de campo é extensamente desenvolvido principalmente por Bourdieu (1983) e Rodrigues (1990 e 2000), em diversos textos. O que é aqui de interesse particular é que ambos os autores trabalham o conceito no sentido energético, como campo de forças. O que parece diferenciar as abordagens é uma dedicação maior aos aspectos constitutivos, internos, do campo, por Bourdieu, e do contato entre campos, por Rodrigues.

Bourdieu - referido por Ortiz (1983, p. 19) - define o campo como *locus* da luta concorrencial de atores por interesses específicos que acabam por delimitar o próprio campo. Há, assim, uma diversidade de atores que ocupam diferenciadas posições e lutam por interesses. Travam-se relações de poder entre os atores. Além dessas disputas internas, o campo pode entrar em conflito com outros campos, cada qual tentando preservar sua legitimidade, sua ordem de valores - que implica um saber, um fazer e um poder específicos.

Rodrigues (1990, p. 143-144) entende campo como uma instituição social que impõe com autoridade atos de linguagem, discursos e práticas dentro de um domínio de competência. Cada campo possui regras discursivas, normas de comportamento que orientam as ações dos indivíduos. A tensão se manifesta justamente na fronteira entre campos de legitimidade, que procuram impor sua ordem de sentidos, regular a experiência (Rodrigues, 2000, p. 191).

sociais responsáveis pela exposição e venda de produtos (galerias, livrarias, lojas de CDs, feiras, mercados etc); além das emissoras de rádio e televisão culturais e educativas e, obviamente, também os tradicionais espaços das artes (...)"

O campo mediático acaba por se estruturar e funcionar segundo interesses e estratégias de composição de outros campos. Essa composição pode se dar por modalidades de cooperação ou de conflito. A primeira visa reforçar a própria legitimidade do campo, enquanto a segunda expõe suas contradições e características antagônicas. O campo mediático vive, então, da exacerbação ou da naturalização das tensões resultantes da competição empreendida pelos campos na tentativa de mobilizar a sociedade em torno de suas regras e comportamentos (Rodrigues, 2000, p. 201).

Destaca-se, ainda, que, devido à ação penetrante do campo mediático, novas questões emergem das fronteiras entre os campos sociais instituídos. Promove-se um debate público pelos media em torno de questões sobre as quais nenhum campo tem legitimidade indiscutível. “É no campo dos media que essas novas questões se irão refletir e problematizar” (Ibid.). É possível listar aí temas razoavelmente polêmicos como aborto, ecologia e, no caso da música, a pirataria.

Dada sua localização no ambiente jornal, a crítica musical vai atuar frente não só às dinâmicas e ingerências do campo musical, mas àquelas do próprio campo jornalístico. Ela se produz, portanto, num atravessamento de forças:

Como a noção de campo remete a uma relação de poder, o campo jornalístico configura um espaço de disputa e, pois, conflito, onde se encontram valores e interesses diferenciados, não só os específicos mas, inclusive, os que advêm de outros campos que, por sua vez, mobilizam e tentam intervir no processo, nas estratégias ou mesmo no produto periodístico. Nesse sentido, o jornalismo é de fato um campo aberto onde, apesar das orientações político-editoriais prévias, dificilmente se pode prever o desdobramento e efeitos de um produto elaborado no dia anterior. É, pois, uma relação de poder em construção e negociação permanentes (Gadini, 2004, p. 114).

Há uma relação de cooperação entre os campos que se encontram na crítica musical mas também de atrito, de tensão, não somente entre campos mas por vezes entre setores e agentes de um mesmo campo, o que em alguma medida indica o terreno de disputas e negociações no qual (r)existe esse retorno (potencialmente polêmico, como frisado) sobre a música contemporânea. Uma

questão a se colocar então é até que ponto e de que modo esses conflitos (entre campos e entre atores) vão transparecer e ser articulados naquilo que a crítica musical jornalística faz, apresenta a seu público.

2.5 Questões e objetivos de pesquisa

Questões:

- Através de quais processos a crítica musical jornalística desenvolve uma relação polêmica, naquilo que diz, com os sistemas de produção musical (músicos, gravadoras, organizações, empresas, obras), de usuários (consumidores, leitores) e com outros espaços de crítica;
- De que modo as disputas sociais se manifestam na crítica musical jornalística.

Objetivos gerais:

- Desenvolver a concepção de crítica como elemento de tensão do campo musical e de qualificação das interações com a produção e com os usuários;
- avaliar o potencial polêmico da crítica musical jornalística;
- compreender os modos como a crítica anuncia a música contemporânea.

Objetivos específicos:

- Compreender em que medida a crítica musical jornalística do jornal *Folha de S. Paulo*, nos meses de maio e junho de 2003, estabelece relações polêmicas com o campo musical quanto:

- aos espaços e estruturas editoriais;

- à pluralidade de olhares, opiniões, posicionamentos, pontos de vista;
- ao tratamento dado às obras (CDs, DVDs, LPs, *shows*...);
- ao tratamento conferido aos artistas e gravadoras;
- à interação com o público leitor;
- à interação com outras críticas;
- à interação entre artistas/gravadoras e público.

3 Orientações metodológicas: das composições para o estudo da crítica

Este capítulo tem por objetivo informar sobre a construção metodológica da pesquisa, operações e opções realizadas com o propósito de fazer interagir problema de pesquisa (questões e objetivos), o quadro teórico e os materiais empíricos (observáveis). Nesse sentido, procura-se trazer à tona aspectos gerais das condições de produção da investigação. Descarta-se, assim, a concepção de metodologia como modelo pronto que se aplica à investigação. Uma metodologia dura, definida *a priori* e imutável, só pode gerar resultados também duros, em alguma dose já esperados, previstos no início do processo.

Acredita-se, muito à sombra do que discute Mills (1975), que a metodologia resulta de tentativas, deve estar sujeita à invenção, à criatividade, ao exercício imaginativo, a composições, misturas. Uma observação pode suscitar revisões teórico-metodológicas, assim como um conceito trabalhado pode levar a ver outras coisas na pesquisa de campo. Pode-se dizer que a metodologia, portanto, está sempre *em se fazer*. É parte da pesquisa e do processo de descoberta, aprendizado, investigação – não um acessório. Reconhecer limitações e vantagens das orientações metodológicas tomadas também é, em alguma medida, objetivo de qualquer pesquisa.

Destacam-se, a seguir, mecanismos, elementos, etapas e delimitações que dizem respeito minimamente ao funcionamento da máquina de pesquisa. Aborda-se o esquema geral orientador, a estrutura do texto de dissertação, a análise empreendida e a escolha do *corpus*.

3.1 O propositivo esquema para análise da mediatização (instituições, crítica/cd e leitores)

Uma das inúmeras situações que podem ilustrar o processo de pesquisa é a passagem, vivenciada muitas vezes de forma angustiante pelo pesquisador, de um momento marcado pela questão “o que investigar no meu objeto” a outro baseado na dúvida “como estudar todas essas coisas”. E aí é comum correr atrás das mais

mirabolantes técnicas de pesquisa e teorias para conseguir abarcar essa abrangência. Não raras vezes, com os mais variados esquemas analíticos, mapas, conceitos, planilhas, um aparato metodológico em mãos, todas aquelas coisas desaparecem aos olhos do pesquisador e volta-se ao primeiro momento (agora certamente ainda mais angustiante).

Por mais corriqueira que seja tal situação ilustrativa, ela pode realmente representar uma prisão ao pesquisador caso se adote uma concepção de problema, teoria, metodologia, observáveis como elementos estanques, dados, que precisam – forçosamente – ser aproximados (tentativas de ordenar pesquisa bibliográfica em primeiro lugar e só então ir a campo, num momento separado e apenas de coleta de dados tendem a caminhar nessas praias). Coloca-se outro quadro de possibilidades, no entanto, quando se adota a perspectiva de que o objeto de pesquisa é uma produção, sujeita a ajustes e remanejamentos, ao olhar do pesquisador, às condições concretas em que se pratica a pesquisa, entre tantas outras variáveis.

As múltiplas facetas do objeto podem então ser vistas mais como riqueza do que propriamente como empecilho à investigação. Dizem a respeito da complexidade do objeto de pesquisa. Nessas condições, o posicionamento mais razoável é assumir a impossibilidade de dar conta, por mais prolongadas que sejam as investigações, da totalidade do objeto, mesmo que considerado restrito e aparentemente simples. Um pressuposto é o de que existem múltiplas abordagens possíveis e características do objeto a serem estudadas. Pesquisar é então fazer escolhas.

Não é diferente com a crítica musical em jornais. A opção aqui feita refere-se às disputas sociais que se manifestam na crítica musical, seu aspecto polêmico e de tensão no meio musical, portanto. Mas admite-se que seria possível – e também necessário, em outros empenhos - estudar apenas a (falta de) leitura da crítica musical por parte da sociedade, as (possíveis) negociações entre jornal e empresas fonográficas, a dimensão gráfica das peças sobre música – o papel da foto nesse subsetor, a formação do crítico – discutir sua profissionalização, a relação com as fontes – como se processam os contatos, a expectativa dos músicos

com relação ao trabalho crítico, entre tantas outras dimensões da crítica musical em jornais de circulação abrangente.

O ato de sair da abrangência implica ainda uma recusa à idéia de que existe um melhor ângulo a ser pesquisado, um aspecto mais interessante do que outro. Até porque melhor e interessante são considerações relativas... (melhor que o quê, mais interessante do que qual outra abordagem?). Falar a respeito da construção de uma questão de pesquisa já parece caminhar em outra perspectiva.

Esse parênteses de *pesquisa da pesquisa* torna-se necessário para destacar, em síntese, que: a) as orientações metodológicas não são definidas antes ou depois do que seriam outras etapas, como pesquisa de campo ou visita ao estado da arte – não formam um bloco à parte. Elas se fazem, complementam, reagrupam, em processo. Um pouco do aprendizado, acredita-se, está assim em se fazer, nas tentativas. Elas participam de um quadro interativo com as questões de pesquisa, a fundamentação teórica (conceitos) e com o objeto. Um de seus objetivos seria justamente evitar a supremacia de um desses componentes (que de um lado levaria à doutrina e de outro a um amontoado de dados); b) as escolhas feitas não são nem aleatórias nem insensíveis aos demais componentes da pesquisa enumerados (como quadro conceitual, estado da arte, aspectos do material empírico, dúvidas que surgem no percurso, etc.). A abordagem ao objeto, se não sofre consideráveis reformulações ao longo do processo, está sujeita a refinamentos, a uma gradual saída daquela situação de “tudo ver” para o detalhamento do que se vê, examina, estuda, analisa.

No caso da crítica musical jornalística, uma requisição solicitada pelo confronto entre quadro teórico (conceitual sobre media), coletas de observações do material jornalístico e estado da arte sobre o tema em específico, pesquisa bibliográfica sobre campo musical, é a de se tomar o mundo musical como cenário mediatizado. Daí emergem as questões conjuntas da importância das agendas mediáticas na seleção do que se ouvir na contemporaneidade bem como de uma cultura mediática.

As caracterizações respondem pelo processo de amplas e recentes mudanças na sociedade conhecido como mediatização – em que se alteram sobremaneira as relações entre instituições, media e os atores sociais. O conceito é interessante no que “permite pensar *juntos* múltiples aspectos del cambio social de las sociedades industriales que hasta ahora se han analizado y discutido en forma relativamente dispensa”, alega Verón (1997, p. 14). Mediante tal reconfiguração societária, o autor sugere um esquema para análise da mediatização. Reconhece sua incipiência e limitação – apresenta o formato de um esquema simplificado do que seria o marco conceitual de uma reflexão global sobre a mediatização (Ibid., p. 15). Trata-se de uma proposição para iniciar uma análise sobre o fenômeno, mediante a mencionada falta de sistematizações e avalanche de termos que surgem no mercado discursivo. Aproveitou-se aqui do caráter sugestivo e aberto de tal esquema para utilizá-lo como uma das orientações metodológicas gerais – sabe-se que o esquema não propõe um aparato de análise textual ou específica de algum produto mediático. Aceitou-se mais como sugestão metodológica.

O esquema baseia-se em três esferas principais de relação: instituições, meios de comunicação e atores individuais – o que pode em alguma medida ser assemelhado ao usual tripé artistas-crítica-público encontrado no estado da arte já referido. E o que se destaca são as interações dessas esferas. Pelo setor denominado de instituições, deve-se entender os múltiplos ordenamentos organizacionais da sociedade não caracterizados como meios de comunicação, enquanto que atores individuais designa os membros de uma sociedade – não organizados em sindicatos, associações, como atores sociais, coletivos (Ibid.).

Interessante notar que na noção de “medios” do autor podem ser enquadrados tanto o jornal quanto o CD, por exemplo, no caso da crítica musical. Essa esfera engloba então desde não só o espaço em que se pratica a crítica quanto um dos objetos (os registros sonoros, como LP, DVD, CD...) dos comentários. Os meios são definidos como dispositivos tecnológicos de (re)produção de mensagens, margeados por condições de produção e reconhecimento (modalidades de recepção) específicas, aos quais o acesso é marcadamente plural, coletivo. O autor oferece ainda outro critério para identificação do mediático:

La diferencia entre lo que es mediático (en el sentido que aquí me interesa) y lo que no lo es, puede expresarse en términos estrictamente económicos. En el caso de los usos no mediáticos de sistemas de comunicación, es el servicio el que constituye un mercado, pero no los mensajes. En el caso de los fenómenos mediáticos, la oferta está constituida por los mensajes, los mensajes mismos circulan como productos en un mercado de discursos (Verón, 1997, p. 14).

Na definição de meio, cabe assim tanto o jornal (e a crítica musical) quanto o CD, LP, DVD – os formatos usuais de registro sonoro e comercialização da música. O que interessa sobremaneira para essas orientações metodológicas na representação esquemática do processo de mediatização são as comunicações entre esses setores, ao que o autor chama de coletivos (Ibid., p. 15) e que se pode aproximar do que se vinha chamando de interação entre as instâncias que participam da crítica musical. Formam-se coletivos nas interações entre instituições e mídia, mídia e atores individuais, instituições e atores individuais, e entre meios e a relação entre instituições e atores (a maneira como os meios afetam a relação entre instituições e atores). São zonas de produção de coletivos. Sendo que abrindo cada ponto é possível produzir inúmeros desdobramentos interativos. A análise da mediatização deve permitir explicitar as operações através das quais se constroem os coletivos (Ibid.).

Esta pesquisa estuda, em alguma medida, portanto, as relações que a crítica estabelece com instituições da sociedade, com o público leitor, como interfere na relação entre atores e instituições, e também – um desdobramento permitido pelo caráter propositivo do esquema – como se relaciona com outros meios. Desse modo, leva-se em conta três instâncias principais (em interação) no estudo da crítica: a) instituições relativas à produção musical, empresas, gravadoras, organizações e também a classe artística, músicos, bandas; b) a crítica em jornal. E no caso mais específico da análise, a *Folha de S. Paulo* e seus comentários sobre música. Cabem aqui também relações com os produtos mediáticos de registro e comercialização musical, como CD, LP, DVD e com

outros media, como TV, Rádio, Internet, revistas e outros jornais; c) o público leitor da crítica e também consumidor de música, de forma geral.

É claro que cada tópico desses, pensado separadamente, seria suficiente para estudos exclusivos, por isso que se frisa que o esquema proposto foi tomado como uma orientação metodológica geral. Sabe-se da impossibilidade de se fechar todo esse circuito analiticamente. Ele permite, no entanto, manter o foco na atuação da crítica musical jornalística embutida na perspectiva de uma crescente mediatização das mais variadas áreas sociais. Aqui se buscam pedaços, ou pedaços de pedaços da construção desses coletivos, dessas relações de mútua implicação entre instituições, crítica e público. No mais, interessam as relações de tensão, de disputas aí travadas no espaço da crítica. Tanto a pesquisa bibliográfica quanto a análise de campo (do jornal *Folha de S. Paulo* nos meses de maio e junho de 2003) preocupam-se em apontar para a conversação dessas esferas. Com valorização, claro, da instância crítica jornalística, de como ela atua como subsistema social de retorno sobre a produção musical e em que medida disponibiliza uma leitura polêmica (no sentido de plural, conflitiva, de confronto de vozes, próximo aos processos agonísticos) sobre a música.

3.2 À procura dos processos (mediáticos) de disputas sociais: elementos constituintes da investigação

Com essa ampla perspectiva como guia, recorreu-se a diferentes estratégias de pesquisa, diversas modalidades de trabalho com o quadro teórico, com a problematização e com a pesquisa de campo. Essa operação conjunta envolveu: a realização de um primeiro contato com os observáveis, através de pré-observação; levantamento inicial do estado da arte; pesquisa bibliográfica mais apurada em obras e textos de periódicos (revistas, jornais, *sites*); uma pesquisa piloto, resultado da monografia final de uma das disciplinas do curso, com o jornal gaúcho *Zero Hora*, na qual foi possível obter não só informações relevantes sobre o trabalho de produção da crítica musical, mas também aspectos do produto e tentativas metodológicas; podem também ser citadas as demais monografias, que funcionaram como exercícios constantes de problematização e idas a campo; a

produção e apresentação do texto de qualificação; constantes revisitas aos materiais empíricos; análise do *corpus*, entre outras.

Como essa pequena e modesta amostra permite imaginar, a pesquisa se faz assim por uma multiplicidade de escutas, leituras, produções e idas a campo, por assim dizer. O que leva a considerar que a investigação empreendida não é um percurso linear, mas envolve recuos, avanços, contornos e simultaneidades. O plano de ação inicial é reconfigurado mediante as demandas do percurso. Nesse sentido, a estruturação do texto final não corresponde à cronologia do percurso de pesquisa – resulta sim de outra sistematização, feita muito mais à luz do fim do processo, e de uma proximidade maior com o objeto.

Os momentos que compõem a estrutura do presente texto são muito mais etapas num sentido figurado, de indicação de uma elaboração e sistematização que permita ao leitor reconhecer minimamente a gradual fomentação da problematização geral, a sustentação do eixo de pesquisa. O texto foi dividido em três momentos principais: construção do objeto; olhares sobre o objeto; e pesquisa de campo.

a) construção do objeto:

Este bloco corresponde ao empenho de problematização da crítica musical jornalística. Parte de um tateio do que se comenta sobre a crítica, de idéias gerais sobre o fenômeno – o que de algum modo fornece pistas das relações entre instituições, crítica e público. Faz uma breve revisão dos estudos sobre crítica e monta uma fundamentação teórico-metodológica – sustentada na cultura mediática como terreno de conflitos, no conceito de campo e na concepção de um subsistema social de retorno com potencialidades críticas, ancorado numa perspectiva agonística;

b) Olhares sobre o objeto:

Os dois capítulos aí presentes concentram-se, respectivamente, na constituição e gradual mediatização do campo musical brasileiro e nas relações entre campo musical e campo jornalístico através da crítica de música. A investigação sobre o campo musical reúne e sistematiza informações colhidas em material bibliográfico e também em entrevistas e declarações presentes em matérias jornalísticas veiculadas. Interessam as características principais do campo musical, compreender como se monta o circuito de música contemporâneo, sustentado no esquema gravadora-CD-mídia-*shows*-consumidor, apreender as tensões então dispostas. Identifica-se as instituições colocadas, o chão social, pode-se dizer, da produção musical, que acaba por revelar outras feições da indústria cultural, uma outra qualidade. No referido esquema para análise da mediatização, aqui o “medio” considerado é muito mais o registro fonográfico e as alterações que gera na relação do público e das instituições com a música.

O capítulo seguinte preocupa-se mais com a formação histórica das interações entre crítica, público e instituições. Recorre à pesquisa bibliográfica para tratar da noção de crítica musical, de sua importância (história) e emergência no cenário nacional impresso, bem como as polêmicas que marcam sua trajetória. Ressalva-se que, nas obras de história da música brasileira, apreender a atuação da crítica, em geral, é procurar rastros no percurso dos historiadores, uma vez que raramente é o assunto principal, é mais documento de registro das ocorrências que lhes interessam. Chega-se à crítica contemporânea e faz-se um passeio pelas questões relativas à sua produção, aos interesses em jogo, ações dos leitores, dos editores e dos assessores;

c) pesquisa de campo

Representa a etapa de afunilamento da pesquisa em direção ao observável – faz a análise do material jornalístico selecionado, procurando cotejar, tensionar com as demais informações sistematizadas nos tópicos anteriores. Aqui é o material empírico que deve auxiliar a responder como se dão as disputas sociais na crítica musical. Através do que ela faz/diz, em que medida propõe uma

interação polêmica com instituições (principalmente gravadoras), outros espaços críticos ou médias e com o leitor.

3.3 O que a crítica faz: por uma análise do potencial polêmico da *Folha de S. Paulo*

A análise empreendida concentrou-se no que a crítica efetivamente faz/diz/executa. Teve por objetivo procurar pelas disputas sociais naquilo que a crítica faz e não em suas condições de produção (cotejadas de algum modo pela pesquisa piloto e pelo referencial bibliográfico). O que interessou então foram as *ações editoriais* do jornal, se assim podem ser chamadas. Tomou-se por parâmetro as grandes estruturas editoriais (espaços, interação entre os espaços, o que faz cada espaço), os formatos preferidos do jornal que caracterizam a anunciabilidade da música em suas páginas. As peças foram tomadas mais como estratégias de ação editorial do que como segmentos discursivos (o que exigiria um olhar bem mais sistematizado e rigoroso sobre o amplo material disponível).

Entende-se que observar algumas ações da crítica musical, mesmo que pelo seu trabalho de superfície, numa análise mais geral, atende melhor às questões de pesquisa colocadas, sobretudo à perspectiva da crítica mais como um dispositivo sócio-mediático do que estritamente textual. A expectativa quanto à análise certamente seria outra caso a proposta fosse abordar a crítica musical feita em obras literárias, por exemplo. Mas aqui se trata do comentário periódico (praticamente diário) e em público sobre música. Como a crítica *age* na interação sobre música através daquilo que leva às páginas de jornal pareceu uma questão de análise minimamente pertinente diante também de uma razoável lacuna de estudos nesse sentido (indicações feitas sobre o estado da arte permitiram identificar uma tendência muito maior à ênfase em seu processo de produção).

A análise mistura um mínimo de descrição dessas estruturas com interpretação. A referência aí é a questão das continuidades e tensões desenvolvidas na interação entre instituições, crítica (e demais médias) e público. Buscou-se centralizar as atenções no que se pode chamar de pontos de polêmica –

elementos de tensão, conflito. Investigou-se que tipo de comentário ou disposição editorial, estrutura, (melhor) manifesta as disputas do campo, polemiza. Polêmica, vale lembrar, tem como escopo na análise a diversidade, pluralidade, contrastes, os posicionamentos presentes entre os espaços, em divergências no interior de uma mesma peça, nas orientações editoriais observadas, ou na formatação do produto.

Tentou-se analisar em que medida as tensões são promovidas no cenário musical, através de observação e descrição das relações que se operam entre crítica e obra, crítica e artista, crítica e gravadoras, crítica e público, entre críticas, entre artistas, entre artistas e gravadoras, entre leitores, entre leitores e gravadoras. O eixo da análise é, portanto, o potencial polêmico da *Folha* ao anunciar a música, sua capacidade de manifestar as disputas sociais, os diferentes ângulos de compreensão dos produtos, a pluralidade de olhares, confrontar posicionamentos, levantar questionamentos e dessa forma atuar na (possível) qualificação das interações aí envolvidas.

3.4 Escolha do observável: *Folha de S. Paulo*

A escolha do referido periódico possui duas motivações principais: a) notou-se em observações preliminares que ocorria na *Folha* uma expansão da crítica musical para outros espaços e formatos editoriais para além do já consolidado lugar de apreciação de obras nas páginas do caderno de cultura (processo bem mais discreto nos dois outros jornais preliminarmente consultados - *Jornal do Brasil* e *O Estado de S. Paulo*). É do interesse desta pesquisa compreender como esses espaços podem estar em diálogo, relações polêmicas, de divergência ou de apaziguamento, concordância; b) o outro motivo da escolha foram as matérias publicadas em maio de 2003, a respeito de conflitos no campo musical, envolvendo sobretudo a prática do jabá. A polêmica em torno do tema, levantada e repercutida pela *Folha*, pareceu um bom ponto de partida para demarcar um *corpus* de análise das disputas - fixado agora nos meses de maio e junho daquele ano.

Foi decisivo o fato de que a *Folha* produz maior quantidade de informações periódicas sobre música. É uma crítica mais desenvolvida/concentrada. Reparou-se, nas observações, que o jornal *O Estado de S. Paulo* deixa para o *Jornal da Tarde* (do mesmo grupo empresarial) boa parte da informação sobre música *pop/jovem*. Outra constatação é a de que a *Folha* incluiu-se de modo salutar dentro da idéia de uma cultura da mídia, pela produção quase diária de crítica de música desse universo *pop*, pela incidência da televisão no caderno de cultura, entre outras marcas. Em termos gerais, é a grande imprensa falando de música. A escolha do periódico deveu-se ao reconhecimento de periodicidade e abrangência na tematização da música, o que foi percebido no trabalho de observação dos materiais (a princípio também foram observados *Jornal do Brasil* e *O Estado de S. Paulo*). Importante frisar que, nessa necessidade de delimitar, trata-se menos de descartar, renegar os outros como potenciais objetos de análise, e mais reconhecer as singularidades da *Folha de S. Paulo*. Em grau menor, deve ser levada em conta também a relativa dificuldade de encontrar exemplares do periódico carioca em bancas e arquivos no Paraná (o que dá indicações sobre sua circulação).

Quanto ao período, os meses de maio e junho não marcam excepcionalidades no calendário cultural (como julho, dezembro e janeiro, caracterizados por festivais de verão/inverno/férias e por outro ritmo do campo cultural). Em fins de maio a *Folha* publica reportagem sobre um tema polêmico que é o jabá. A orientação geral foi então cercar como período os meses de maio e junho, tempo razoável levada em conta justamente a observada variedade editorial na abordagem da música. E dentro desse recorte, ajustado em definitivo somente após a qualificação, trabalhou-se o material, com a possibilidade de fazer incidências diferenciadas sobre cada espaço editorial. Isto é, nem todos os cadernos, espaços (colunas, páginas), foram analisados pelos dois meses a fio com a mesma intensidade. O grau variou de acordo com a participação e com o nível de tensão gerado pelas peças no campo musical - percebidos nas primeiras imersões nos jornais. Interessaram somente os comentários que têm a música como objeto.

No total, compõem o *corpus* de análise: 52 edições do caderno *Ilustrada* veiculadas entre 1^o de maio e 30 de junho (de segunda-feira a sábado); nove edições do caderno semanal *mais!* (todos os domingos de maio e junho); duas edições do suplemento mensal [*sinapse*]; sete números do caderno semanal *Folhateen* – publicados às segundas (duas edições de maio e todas as cinco de junho); quatro exemplares juninos do suplemento dominical *TV Folha*; todas as oito edições de maio e junho do caderno *Informática* (levado a público às quartas); e oito números da *Folhinha*, suplemento infantil veiculado aos sábados (cinco em maio e três em junho).

A idéia foi privilegiar, com a seleção de apenas um jornal, as múltiplas ações propostas por um mesmo jornal, os variados espaços de crítica aí existentes e suas conseqüentes relações, do que mapear estratégias de diferentes veículos (o que acarretaria uma válida e também necessária análise mais geral, baseada possivelmente na ação padrão/principal de cada veículo). A decisão é resultado também das descobertas no contato com o material de pesquisa, do reconhecimento da riqueza de informações e da complexidade da crítica musical jornalística do periódico selecionado.

Investiga-se, portanto, os pontos de tensão gerados nos coletivos que articulam instituições (gravadoras e demais agentes do campo musical), crítica e leitores. Metodologicamente, recorre-se ao processo de produção (via pesquisa bibliográfica) e também àquilo que é produzido, ou seja, aos textos da crítica publicados no jornal - aqui chamado de estratégias editoriais (via análise dos materiais). Tem-se como objetivo principal identificar e compreender processos pelos quais se travam relações de tensão na crítica musical jornalística. A questão a se estudar é de que modo ocorrem disputas sociais na crítica musical jornalística.

4 Novas feições da indústria cultural: a constituição do (polêmico) campo musical brasileiro

Este capítulo tem por objetivo investigar como se consolida o campo musical brasileiro, quais são as tensões, as dinâmicas, o que o caracteriza, quais processos são utilizados na mediatização da música. A tentativa é muito menos de pormenorizar momentos da história da música no Brasil do que recorrer a dados que auxiliem na compreensão dos processos de aproximação entre as esferas musical e mediática, de profissionalização do setor, de comercialização da produção artística e de fortalecimento de um circuito cultural, bem como as disputas aí colocadas. Sistematizar alguns pontos referentes ao campo musical permite tentar compreender como as atividades ligadas à música passam a acontecer de forma cada vez mais intensa no âmbito mediático.

Procura-se fazer um mapa mínimo do campo: identificar instituições, atores, formas de ação e relações estabelecidas entre eles. Dessa forma, não se pretende, nem por aproximação, uma análise intrínseca (e semiótica) da canção, como a praticada por Tatit (1997). Não se trata também de história da música no país. O olhar está muito mais voltado para a estruturação do mercado profissional musical - as instituições, os agentes, suas ações. Com o cuidado de não esquecer que o objeto principal da pesquisa é a crítica musical jornalística, não necessariamente a música – que passa a interessar mais em sua condição de campo em diálogo com a crítica. O que compõe o campo musical em alguma medida atua na confecção da crítica e se faz necessário à sua compreensão.

4.1 Música no Brasil: presença e polêmica

A música, no Brasil, é um tema polêmico. Essa parece ser uma daquelas afirmações óbvias, mas extremamente necessária, uma vez que - dada a penetração dessa manifestação simbólica no cotidiano brasileiro, sua normalização - apenas quando mencionada é capaz de gerar uma percepção mínima dos relevos de tal fenômeno. Acompanhar a facilidade com que a música vira assunto em rodas de conversa, como gera reações fortes e as mais diversas

paixões pode ser um bom exercício de observação nesse sentido. A música mobiliza a tal ponto que, não raras vezes, tentar discuti-la - em quaisquer espaços (do bar da esquina à sala de aula) - é como trafegar em campo minado.

Ao falar ao jornal *Página 12* sobre seu novo livro (*Efecto Beethoven*), Diego Fischerman frisa que, com a música, acontecem coisas diferentes do que com as outras artes -sendo que uma delas é o grau de compromisso individual que existe nas discussões sobre música. "Esto pasa porque la música es muy variada y define cuestiones terriblemente sutiles y personales. Sectores sociales que consumen el mismo tipo de ropa, que votan parecido em las elecciones, y que incluso ven el mismo tipo de cine, escuchan músicas totalmente distintas", revela em entrevista a Pablo Gianera (2004).

A pista dada pelo autor em periódico argentino, sobre o envolvimento ou mesmo a afetação com que se conversa sobre música, bem poderia ser uma micro descrição do contexto brasileiro. Nem é preciso grande pesquisa para destacar a importância da música na cultura brasileira. Tanto é que quando se pensa nos elementos que definem, em linhas gerais, o que é ser brasileiro, ou nas expressões simbólicas que mais nos representam, a música não pode de modo algum ser ignorada.

A música adquire tal força por essas terras que é comum colocar sua vertente popular, quase sempre ao lado do futebol, do carnaval, como um dos ingredientes fundamentais de uma identidade brasileira. "Caso eu falasse em elegância no vestir e no falar, no gosto pelas artes plásticas, na visita sistemática a museus, no amor pela música clássica, na falta de riso nas anedotas, no horror ao carnaval e ao futebol etc., certamente estaria definindo outro povo e outro homem" (DaMatta, 1984, p. 18).

Esse caráter emblemático e ao mesmo tempo polêmico da música popular é ressaltado logo nas primeiras linhas da obra de Sérgio Cabral (1996, p. 5): "Já foi dito que a música popular é uma das raras atividades a levar o Brasil para o Primeiro Mundo". Juntamente com o futebol, segundo o autor, seria um exemplo de que é o povo e não as elites que produz no século XX o que há de melhor no

país. Restaria às elites o preconceito para com essas manifestações. "Contamos com um numeroso elenco de compositores, cantores e instrumentistas que entrariam em qualquer seleção mundial dos mais talentosos e criativos personagens da música popular", destaca¹⁸.

Simone Pereira de Sá (1998 e 2003) reúne um importante grupo de autores - Roberto DaMatta, Alberto Ribeiro da Silva, Hermano Vianna Jr., Mário de Andrade, Gilberto Freyre, Antônio Cândido e Jeffrey Needell - para sustentar a premissa de que "nossa música tem sido considerada pelos pesquisadores através da riqueza e sofisticação com que tematiza e constrói relações de sociabilidade dentro da cultura brasileira" (1998, p. 6). É valioso aí o papel da música como instrumento de dramatização da vida social, política, afetiva e de debate da cultura nacional.

De forma ilustrativa, é possível citar a abordagem de acontecimentos políticos nas letras das canções desde fins dos anos 1920. A troca da moeda, as eleições presidenciais marcadas para 1930, a chegada de Getúlio Vargas à presidência, o deboche das forças inimigas na Segunda Guerra Mundial, no carnaval de 1946, são alguns dos momentos, lembrados por Cabral (1996), que podem dizer em que medida a música está presente - e de que modo participa das polêmicas - na sociedade brasileira. Uma situação pontual que pode ilustrar seu caráter identitário - e conseqüente capacidade de gerar pertencimento - é o consumo do forró pelo nordestino que passa a morar na cidade grande e naquela manifestação encontra motivos para matar a saudade do Nordeste. "O forró tende então a ser um elemento integrador e elaborador da identidade grupal do nordestino na Grande São Paulo", explica Silva (2003, p. 141), em estudo que se vale justamente das relações entre mercado (da música do gênero forró) e identidade sociocultural. O autor exhibe ainda momentos em que o forró serve para

¹⁸ Em entrevista a Wilson Sobrinho (2000, p. 31), o músico Tom Zé, ao responder sobre novidades da música brasileira nos últimos anos, argumenta: "o Brasil é onde bate o coração do mundo. Somos a criança da sociedade global, e nossa música, hoje, é um dos principais produtos de exportação. Assim, somos a fêmea do terceiro milênio. A gravidez".

denúncia das más condições de vida ao governo, para alguma acusação, exigência ou elegia à pátria.

Seria possível certamente falar ainda de inúmeros outros momentos ilustrativos - com base apenas no quesito letra de canções - do potencial da música em polemizar, propor posicionamentos, atuações, comportamentos. Mas essa rápida recapitulação tem muito mais como objetivo tentar realçar essa dupla característica (capturada até mesmo no senso comum) da música no país e melhor assim compreender a singular constituição de um campo musical brasileiro (o que não significa necessariamente de música brasileira): (a) seu valor identitário, sua presença e penetração e (b) seu potencial de discussão, de confrontos, de participar das disputas sociais, de gerar polêmica.

Em suma, a música está presente em nosso cotidiano de modo salutar e, ao menos no Brasil, se apresenta como assunto extremamente polêmico, envolvente, caloroso - mesmo em conversas informais (daí a pertinente comparação com o futebol, onde impera a máxima de que todo brasileiro é também um treinador). A música é algo que nos define e talvez seja por isso que seja usual falar dela.

Interessante notar que tal presença e discussão da música se dá hoje de modo predominante pelo campo mediático, capaz de amplificar ainda mais o universo de ouvintes e debatedores. A música firma-se aí como mercadoria especial. Se não é possível dizer que todo mundo gosta de música, é razoável ter em mente, com base nos índices de venda e execução em rádio e TV, que grande parte da população mundial consome música (Dias, 2000, p. 15).

E aí é necessário lembrar que não se vende música apenas pela comercialização de um CD na loja da esquina. Quer dizer, as cifras apresentadas pelos empresários da indústria fonográfica não contabilizam, por exemplo, o consumo aleatório de um transeunte que ouve alguém cantarolando determinada canção. A música, além de poder ser ouvida no CD *player* ou no toca-discos, também está presente no jornal, na telenovela, na publicidade, no cinema, no rádio, no teatro, nos computadores, em rodas de amigos, nas ruas, nas danceterias, no elevador, enfim, em ambientes de todo o tipo.

Ela distingue-se assim de outras mercadorias da indústria cultural pela grande capacidade de interação que estabelece com todos os *media* (Dias, 2000, p. 15). A tendência à miniaturização dos suportes (CD, MD, DVD) e os reprodutores digitais¹⁹ ilustram bem essa difusão que busca eliminar fronteiras²⁰.

Outra característica especial da música-mercadoria é a proximidade, a intimidade que consegue estabelecer com os indivíduos, o que lhe confere grande poder. "Sua capacidade de sensibilizar as pessoas pode levar a reações do mais largo espectro: da angústia ao divertimento, do questionamento à passividade, da liberdade à clausura" (Ibid., p. 31).

Para Walter Garcia (1996, p. 82), a canção recebe, ainda, maior divulgação que qualquer outra obra. Seu consumo é mais efêmero e o custo de produção relativamente barato – aspectos que facilitam sua veiculação integrada a outros produtos, como filmes, novelas e vinhetas de rádio. A música, bem como a canção, têm ainda a capacidade (que vai além do verbal) de despertar reações e propor atuações.

Buscou-se aqui algumas demarcações tentativas da música em território brasileiro, tais como sua forte presença junto à sociedade, que a coloca entre os referenciais da chamada identidade nacional, sua capacidade de mobilizar, assim como seu caráter polêmico - de provocar reações, tematizar conflitos sociais ou de simplesmente gerar discussão. Esses traços devem em alguma medida auxiliar no entendimento de certos processos pelos quais se forma o polêmico campo musical brasileiro.

¹⁹ Existe uma linha de *minidiscs* em que cada aparelho tem 17 cm de largura e alto-falantes de 13 cm. Os *mini-sistemas* de alta fidelidade são outro exemplo de miniaturização. São compactos e reúnem CD, rádio, toca-fitas, DVD e até mesmo monitor de vídeo em um único aparelho. Na Europa e no Japão, detêm entre 60% e 80% do mercado. "Alguns são tão pequenos e leves que podem ser instalados na parede. Outros servem de enfeite para mesas de centro. Um aparato tecnológico tal que mal se distingue onde ficam os comandos de liga e desliga" (Duarte, 2000, p. 64-65).

²⁰ Em 1994, a canção *Macarena*, uma fusão de samba, salsa e jungle, da dupla *Los Del Rio* – nascida em Sevilha – torna-se um sucesso na Espanha. Dois anos depois, a música já tocava em *night clubs* de Londres, gafieiras do Caribe, danceterias de Seul e estádios de beisebol em Seattle. "Foi o *hit* que monopolizou os alto-falantes das

4.2 Palcos da música: o advento da música como artigo de consumo (dos teatros e cafés à sala de espera dos cinemas)

Praticada desde, aproximadamente, metade do século XIX, a venda de músicas em papel impresso para piano pode ser considerada uma das primeiras formas de divulgação musical. As edições de partituras já apontavam segmentação em vários estilos em 1890. A tiragem ficava em torno de 50 mil cópias anuais e a editoração, a partir do conceito de *copyright*, se estabelecia como negócio legítimo²¹. A origem da música de massa pode ser creditada então às partituras, ao piano – um de seus reprodutores – e aos editores.

Esse incipiente comércio da música (através de partituras) era acompanhado pelo desenvolvimento de lugares para a exibição dos músicos, para a performance em público - que acabaria por pautar alterações interessantes na divulgação sonora (o fenômeno pode ser visto como o embrião do que se conhece hoje como um circuito de *shows*). Em 1830, cafés e restaurantes europeus passam a contar com um palco em frente a suas mesas e cadeiras. O surgimento desses (novos) espaços - chamados de *tavern music-halls*, na Inglaterra, e cafés-cantantes, na França - estão associados à urbanização de cidades como Londres, Paris e marca a possibilidade de divulgação da música para a massa urbana, uma vez que as elites tinham seus próprios teatros de concertos. Começa a ampliar-se o espaço de circulação da música na sociedade.

Datam desse período, portanto, alterações de ordem da profissionalização desse setor artístico, ou ao menos do aparecimento de novas funções, uma vez que "começaram a surgir clientes músicos ou cantores dispostos a animar as noitadas" (Tinhorão, 1998, p. 211). Artistas do teatro também são atraídos por esse novo tipo de comércio. Trata-se do aparecimento e valorização da condição de

Olimpíadas de Atlanta”, lembra Dênis de Moraes (1998, p. 21). O CD com o sucesso foi gravado em Madri e mixado em Miami, ao passo que o videoclipe foi gravado em Paris.

²¹ Para proteger os direitos dos compositores, foi formada, em 1882, na Inglaterra, a *Music Publishers Association*. Nos Estados Unidos, em 1917, surge a *National Music Publishers Association* (Wright, 2002, p. 364).

intérprete na música (para além do compositor), pois a situação reivindica um novo formato de canção, capaz de criar maior proximidade com o público presente no ato de sua interpretação - uma linguagem coloquial, próxima. A interpretação ganha mais destaque que a composição, e conforme o modo de se cantar as canções, surgiam diferentes tipos de intérprete, especializados em certos gêneros.

O historiador José Tinhorão (1998, p. 212) explica que "o ato de cantar profissionalmente para um público pagante como que passou também a obedecer ao princípio da divisão do trabalho industrial, entrando os intérpretes a ser classificados em categorias (...)". O gênero musical mais usual era a cançoneta, em que se explorava temas da atualidade - um formato feito para durar uma temporada apenas (quase uma previsão do que viria a ser rotineiro na era dos discos e do rádio).

O café-cantante e a cançoneta chegaram ao Brasil em 1859, com a abertura, no Rio de Janeiro, de uma casa que oferecia a versão nacional da novidade européia. Cafés-cantantes e cafés-concertos aumentaram em número nos próximos anos, mas sempre concentrados no Rio e em São Paulo. A nova modalidade de prática musical, no entanto, desde sua chegada a terras brasileiras não esteve livre de polêmicas. Escritores acusavam - com recalcão conservador, numa leitura contemporânea - os cafés pela corrupção dos costumes, depravação do gosto e da arte.

Embora os escritores Joaquim Manuel de Macedo e Machado de Assis, um mais severo, o outro mais compreensivo, concordassem afinal ao apontar como resultado da introdução da novidade parisiense a "depravação do gosto" (como recordava o primeiro em 1978) e a perda das "tradições e do bom gosto" (como em crônica de 1867 lamentava o segundo), tal observação só vinha revelar a projeção cultural de um fenômeno ligado à evolução da sociedade de classes no Brasil: a adoção de formas estéticas capazes de representar os novos padrões de gosto e expectativas de camadas médias da cidade sem a informação necessária para compreender a arte erudita (a "música séria" da ópera italiana contrapunha-se à "música leve" da opereta austríaca ou alemã), mas já preocupada em recusar como vulgar, brutal e "sem arte" a música dos negros e da "gente baixa" (Tinhorão, 1998, p. 214).

Percebe-se, assim, uma interação entre forças no campo musical (entre oferta musical e público consumidor, ou pelo menos sua projeção) capaz de gerar um outro tipo de produção cultural, mais adequado a uma vindoura classe média, ao que se pode chamar de um gosto popular - estágio intermediário entre a cultura das classes mais baixas e a daquela com pretensões européias.

O sucesso popular de canções - em cafés-cantantes, cafés-concerto, casas de chope, circos, teatros de revista - promove, ainda, em fins do século XIX, o aparecimento de dezenas de cancionistas. O início do século XX testemunha a proliferação de músicos, que freqüentavam os chopes até mesmo para assistir aos colegas (e também competir) nessa nova atividade. E em 1925, registra-se expansão dos chopes para os bairros mais pobres. "Apesar das raras informações sobre a vida popular de outras cidades brasileiras, sabe-se que esses cafés-cantantes e chopes berrantes chegaram a constituir fenômeno nacional nos primeiros anos do século XX" (Tinhorão, 1998, p. 224).

Deve-se destacar, no entanto, que até os anos de 1920, desempenhou papel importante na formação de espaços para apresentação de números musicais - ao lado de cafés e chopes - o teatro de revista, chegando a constituir-se mesmo como força maior no campo das sugestões musicais (Ibid., p. 242). O caminho para a divulgação de músicas começava, assim, no teatro. Em 1890, foi lançado o tango "As laranjas de Sabina", primeira composição de música popular inteiramente brasileira a ter um número no teatro de revista - que viria a ser fornecedor de músicas para o mercado de gravações a partir da virada do século. O carnaval funcionava como ponte entre os palcos revisteiros e a produção de música de massa.

Essa reconfiguração das atividades musicais se traduz numa crescente preocupação dos artistas em colocar suas músicas em números de revistas para ficar conhecidos e, por outro lado, na emergência de um certo "moderno espírito de show" (Ibid., p. 237) dos novos revistógrafos, que aproveitavam o sucesso de determinadas músicas lançadas em disco. A nova relação estabelecida era a

seguinte: ora os músicos procuravam o teatro para conseguir divulgação, ora a revista corria atrás de canções de sucesso para atrair maior público para os espetáculos.

Percebe-se aí uma maior relevância da divulgação, da publicização, do reconhecimento, da visibilidade pública, imbricada nesses processos de profissionalização do setor artístico que acompanham, no Brasil república, o surgimento da música popular como artigo de consumo. Os vínculos apresentados entre os artistas e os espaços de divulgação, apresentação, dão pistas da formação do que mais tarde viria a ser chamado de um circuito cultural.

É na esteira desses acontecimentos que se dá, no entanto, a própria decadência do teatro de revistas, que começa a ver crescer como rival o teatro de sessões - um formato mais afeito à dinamização dos espetáculos (maior quantidade e menor duração dos números). Soma-se a isso, em meados dos anos 1920, a concorrência com os cinemas, que contrataram companhias responsáveis pela realização de rápidos espetáculos para atrair público para os filmes. A iniciativa ficou conhecida como "espetáculo misto do palco e tela" (Tinhorão, 1998, p. 243).

A expressão bem representa a aproximação da música, nesse percurso, da esfera mediática (ainda que de modo bastante elementar, pois aqui as apresentações eram nas instalações mesmo do cinema e não no produto veiculado). Há um avanço do palco das apresentações musicais que vai dos cafés, chopes, teatros até o cinema - como que a indicar uma tendência ao processo de mediatização do setor. O caminho da música, no Brasil, na virada do século XIX para o XX, é feito, portanto, de novos espaços de visibilidade e exibição, bem como por maior divisão do trabalho, uma proto-profissionalização (com a valorização do intérprete e a proliferação de músicos) e formação de gêneros musicais (mais afeitos a um gosto popular). Como consequência, é possível dizer que aumenta o número de envolvidos no que aqui é chamado de campo musical.

4.3 Aperfeiçoamento mediático: música gravada, rádio, cinema e profissionalização

O aparecimento do fonógrafo²², em 1878, provocaria alterações nesse cenário. No ano seguinte, a novidade chegava a terras brasileiras²³. A gravação sonora torna-se realidade em 1887 e permite vislumbrar a possibilidade de fabricação em série da música, para consumo massificado. Com a gravação, não é mais preciso ler e conseguir executar partituras para ouvir ou reproduzir músicas, mas saber em que formato a música foi gravada e em qual aparelho ela pode ser reproduzida. Ele se torna um artigo comercial em 1891, com o nascimento da indústria de rolos de cilindros. Seis anos depois, eram realizadas as primeiras gravações de música brasileira, pelos irmãos Figner. Já em 1902, registra-se o lançamento do lundu "Isto é bom", com o cantor Baiano, gravado pela casa Edison (Cabral, 1996, p. 8).

A dificuldade de reprodução em série dos cilindros levou à utilização do disco de Berliner – 78 rotações – que permitia a obtenção de grandes quantidades de cópias a partir de matrizes gravadas²⁴. A transformação da música em produto industrial, no Brasil, ganha fôlego com o início da produção em massa de discos de cera, em 1904.

O que marca a produção dos registros sonoros, no início do século XX, é uma liberdade de escolha das músicas a serem gravadas e uma pobreza tecnológica do processo de gravação. "Para que uma música tivesse condições de ser bem recebida pelo público consumidor, os cantores tinham de se esgoelar

²² O fonógrafo é uma máquina de gravar e reproduzir sons a partir de microperfurações feitas em um cilindro. O aparelho foi idealizado por Thomas Edison, que tinha em mente a otimização do trabalho nos escritórios (Dias, 2000, p. 34, nota de rodapé n.º 33).

²³ Suspeita-se que D. Pedro II tenha sido o primeiro brasileiro a ter seu canto gravado (Tinhorão, 1981, p. 16).

²⁴ Em 1903, a *Berliner Gramophone Company* declarava lucros de US\$ 1 milhão e oferecia um catálogo de cinco mil títulos (Dias, 2000, p. 34-35).

numa campânula a fim de que o equipamento registrasse a cantoria" (Ibid., p. 11). Mediante as limitações técnicas, os grupos instrumentais levavam relativa vantagem sobre os cantores.

Interessa ressaltar, no entanto, alterações da ordem do campo musical nessa passagem para a música gravada. Até fins do século XIX, o comércio da música se dava pela venda de partituras para piano, o que limitava o quadro de interesses a autor, editor-impressor da música e fabricantes de instrumentos musicais. Com as gravações, ocorre ampliação da base artística (profissionalização dos cantores, maior participação de instrumentistas, novas funções - como o diretor artístico) e industrial (aparecimento das fábricas, desenvolvimento de tecnologia). Aumentam, assim, os interesses em torno da música, as forças que interagem no campo.

O resultado dessa expansão da base industrial-comercial do produto "música popular" em medida muito maior do que o de sua parte artístico-criativa foi que, em poucos anos, os critérios da produção em tal campo passaram da qualidade artística do produto para suas possibilidades comerciais. Isto queria dizer que, embora enquanto criação artística devesse reger-se por padrões estéticos, a música popular passou em sua produção a reger-se pelas leis do mercado (Tinhorão, 1998, p. 248).

Passam a ser significativos aí então na compreensão das dinâmicas do campo musical os tensionamentos ocasionados pelo mercado, pela dimensão econômica dessa produção musical. A chegada de novos gêneros da música estrangeira pode ser lida como atuação dessa nova força, que logo conflita com as condições de acesso do público aos bens culturais.

Para ouvir os novos gêneros que chegavam dos Estados Unidos – o *Cake-Walk do Malandro*, em 1903, o *Cake-Walk Colored Coquette*, de 1908, o *two-step* em 1913 e o *one-step* e o *fox-trot* entre 1913 e 1914 – eram necessários, além dos discos ou dos cilindros, os aparelhos de gramofone de corda, “um luxo fora do alcance das maiorias” (Ibid., p. 250). Na primeira década do século, um cilindro gravado custava de dois a cinco mil réis, um disco variava entre três e seis mil réis e uma máquina “falante” ficava entre 75 e 450 mil réis. Os melhores salários dos

trabalhadores urbanos, por sua vez, raras vezes passavam de 150 mil réis. Tal cenário excludente explica um pouco a cautela dos fabricantes de discos/cilindros em seus lançamentos, restritos a uma tiragem não maior a 250 cópias na primeira prensagem.

Torna-se sensível a ação de uma força externa sobre o campo musical nacional, qual seja, o mercado de discos dos Estados Unidos: multiplicam-se os adeptos de *jazz*, a partir de 1923, sendo adotada a formação *jazz-band* por diversos grupos musicais, com bateria compacta; substituição, em 1913, do piano mecânico pelo autográfico - à eletricidade (o que incentivava a venda de rolos programados com música americana; Hollywood distribui, nos anos de 1920, aos cinemas brasileiros partituras com as músicas que deveriam ser tocadas em cada cena (excluindo a possibilidade de introdução de trechos de música brasileira). Para se ter idéia da extensão do fenômeno, Tinhorão (1998, p. 273) lembra que os ranchos carnavalescos da época passaram a adotar melodias conhecidas de filmes musicais americanos para angariar adesão popular.

Acompanha-se já nas duas primeiras décadas do século XX sinais de maior profissionalização da atividade musical, bem como o afloramento do valor de troca da música popular, de seu caráter de mercadoria. É a passagem da gratuidade artística para a produção destinada à venda. Em fins de 1916 ocorre o primeiro registro na seção de direitos autorais da biblioteca nacional do Rio de Janeiro - tratava-se do samba "Pelo telefone". A partir dessa composição de Donga e Mauro de Almeida, grava-se uma série de músicas identificadas como samba. Mas como esse desenvolvimento não é retilíneo, até as bordas dos anos 1930 era comum a idéia de que "não ficava bem" receber para tocar²⁵ (Cabral, 1996, p. 24).

A descoberta de que era possível usar sua música como matéria-prima para a produção de um produto vendável, com boa perspectiva de mercado junto às camadas de classe média - salas de espera de cinema, teatros de revistas, cabarés, casas de chope, clubes sociais, restaurantes

²⁵ "Receber dinheiro por cantar em público, segundo os critérios em vigor, não ficava bem para um jovem educado" (Cabral, 1996, p. 24).

elegantes (...), casas de música, estúdios de gravação de discos e, logo também, estúdios de rádio -, provocou a partir da década de 1920 verdadeira corrida de talentos das camadas baixas para a profissionalização. Essa espécie de busca de ascensão sócio-profissional através das habilidades musicais iria, no entanto, ter um preço para os supostamente favorecidos: o da abdicação de parte da originalidade e identidade de sua arte e cultura, em favor das expectativas de gosto do novo público que lhes pagava os serviços (Tinhorão, 1998, p. 279).

Como se vê, fazer música deixa de ser mero diletantismo à medida que se consolidam relações (por vezes conflituosas) profissionais entre instituições, artistas e público. No que tange à mediatização da música, a virada para os anos de 1930 acaba por ser de fundamental importância, por marcar modalidades diferentes de aproximação entre atividades musicais e a esfera mediática (com a entrada do rádio e do cinema falado). Em 1927, surge a gravação elétrica, no Rio de Janeiro e começa a se desenhar o estabelecimento do registro fonográfico como principal alicerce da crescente indústria da música. É nessa época, a propósito, que se instalam em solo nacional multinacionais do disco como Parlophon, Columbia, Brunswick e a Victor.

Com a mudança no sistema de gravação, aumentam as oportunidades para músicos. A oferta para gravação de discos era maior ou tão grande quanto a procura (Cabral, 1996, p. 20). Registra-se valsa, maxixe, cateretê, modinha, tango, choro, samba-canção. Surgem também novos cantores e compositores, como Ari Barroso e Lamartine Babo. Era o começo de carreira para cantores como Silvio Caldas e Carmen Miranda - apenas para dar uma idéia do florescimento artístico que acompanhou essa alteração tecnológica. Um aspecto a se frisar, portanto, nesse novo cenário é a inter-relação entre as instâncias de produção, divulgação e consumo da música popular, como bem aponta Cabral (Ibid., p. 19):

Com a evolução tecnológica das gravadoras e com o desenvolvimento do rádio, o comércio também foi levado a modernizar-se a fim de escoar a produção de equipamentos para tocar discos (na época, as vitrolas, os fonógrafos, os gramofones etc. - o nome variava de acordo com o fabricante - ainda eram movimentados a manivela; a eletricidade só chegaria nesse setor muitos anos depois) e de receptores radiofônicos. O mercado foi contemplado com a venda a crédito, o que levou a classe

média, já nos primeiros anos da década de 30, a substituir o velho piano da sala de visitas pelo aparelho de rádio e pela vitrola, ou pelo gramofone.

A descrição feita pelo autor dessa nova disposição do ambiente doméstico para se ouvir música (a vitrola e o rádio no lugar do piano) ilustra bem o nascente processo de mediatização da música no Brasil. A divulgação musical contava com o disco, rádio, teatro, apresentações públicas e - a partir de 1929 - com o cinema falado. Um nova forma de se fazer música nos media são os filmes cantados. Em 1930, foram produzidos três filmes musicais em São Paulo (*Canções brasileiras*, *O mistério do dominó preto* e *Casa de caboblo*). O filme musical *A voz do carnaval*, de 1933, bate recorde de público ao levar para a tela grande atores (agora também no sentido dramaturgico) do ramo musical como Carmem Miranda, Lamartine Babo, Araci Cortes, Jararaca, Ratinho, entre outros.

Se o cinema antes havia servido como uma espécie de palco para a música, na promoção de apresentações musicais em suas dependências como atrativo para os filmes que as seguiam, agora a música é peça chave integrante mesmo da produção cinematográfica nacional. O palco desloca-se das salas de espera para a tela. Estreitam-se os laços entre a música e o cinema. Já em 1935, *Favela dos meus amores* levou às telas dos cinemas, pela primeira vez, o samba dos morros cariocas. No mesmo ano, *Alô, Alô, Brasil* "apresentou o maior elenco de astros e estrelas da música até então reunidos num filme nacional" (Cabral, 1996, p. 51). O filme sofreu ação da censura (o primeiro ato do gênero que se tem notícia) devido à marcha "Garota colossal", de Ari Barroso e Antônio Nássara, que citava dois compassos do Hino Nacional e algumas notas do Hino à Bandeira. Os censores recolheram até mesmo discos com a música e partituras. Ingerências do campo político sobre o musical não acabariam aí, como prova a história da música popular brasileira.

Ao escrever para o jornal *Correio da Manhã*, Ari Barroso destacaria em nota a surpresa do público ao ver os artistas de rádio na grande tela, uma vez que

até então só se conhecia a voz de muitos deles²⁶. Muda, em alguma medida, a relação dos fãs e do público em geral com os artistas - famosos por atuar em um outro espaço mediático que se instaurou no país no início dos anos de 1920 e mudou definitivamente o cenário musical.

O rádio chegou ao país em 1922, mas até o início de 1926 aturaram sozinhas as rádios *Sociedade e Clube do Brasil*, com programação - até o fim da década, nas emissoras paulistas e cariocas - voltada preferencialmente para a música erudita. É na década de 1930 que o rádio estabelece relações de maior proximidade e atuação no campo musical e passa a ocupar lugar de destaque na divulgação da música popular. Um dos marcos aí é a *Rádio Nacional*, criada em 1936, no Rio de Janeiro. Pertencia ao mesmo grupo empresarial dos jornais *A Manhã* e *A Noite* e da revista *Carioca*. Nesse período, havia 65 emissoras no Brasil (12 delas no Rio de Janeiro e oito em São Paulo).

O rádio acompanha a expansão de gêneros voltados à camada urbana da população. Os aparelhos receptores ganham válvulas elétricas, o que permite uma recepção mais clara e a criação de maior intimidade com o público. Na parte da produção, o rádio amplia os espaços de apresentação e a platéia dos músicos, com seus programas de auditório. Alguns cantores famosos passam a ter seus próprios programas e músicos são contratados pelas emissoras. Como se vê, uma presença mais forte do campo mediático (rádio, cinema, publicações, discos) marca o momento de consolidação da música popular.

Transformada, assim, em artigo de consumo nacional vendido sob a forma de discos, e como atração indispensável para a sustentação de programas de rádio (inclusive com público presente, no caso dos programas de auditório) e do ciclo de filmes musicados mais tarde preconceituosamente conhecidos como "chanchadas carnavalescas", a

²⁶ Escreve o músico: "Muitos espectadores saem do cinema mais ou menos com as seguintes expressões: 'Pensei que Custódio Mesquita fosse mais bonito'. Outro: 'Xi! Como Almirante cresceu e engordou!' Dessa maneira, *Alô, alô, Brasil* será a coroação ou o sarcófago de muitas esperanças e de muitos castelos que andam por aí. No Rio, esse fenômeno desenvolveu-se mais suavemente, porque todos os artistas já são mais ou menos conhecidos, pelo menos em fotografia. E lá fora?" (Cabral, 1996, p. 52).

música popular brasileira iria dominar o mercado durante todo o período de Getúlio Vargas - 1930-1945 -, em perfeita coincidência com a política econômica nacionalista de incentivo à produção brasileira e a ampliação do mercado interno (Tinhorão, 1998, p. 299).

Os anos de 1930 demarcam, então, uma nova fase na produção, divulgação e consumo de música no Brasil. Os pontos narrados anteriormente, mais do que pretender remontar uma (pouco provável) linha evolutiva da música, fornecem indicações de como se consolida o campo musical, como seus agentes passam a interagir e de que modo se realizam aproximações com o campo mediático. Mas é importante ressaltar que tal processo de mediatização não é homogêneo nem totalizante. Está sim envolto pelas tensões que caracterizam a sociedade brasileira em diferentes épocas.

Ao mesmo tempo em que se dava o crescimento do mercado musical (com uma produção de discos e gêneros sem precedentes e com o rádio atuando como grande divulgador da música popular) acompanhado de um sentido de profissionalização da classe artística, o mercado de trabalho para músicos sofre uma crise mediante a entrada do cinema falado, em 1929. Pode-se ler nos rastros do processo de mediatização que "Nem o crescimento da produção de discos nem o desenvolvimento do rádio foram suficientes para absorver os instrumentistas desempregados" (Cabral, 1996, p. 31). Em 1932, estimava-se em mais de 34 mil o número de artistas desempregados no Brasil.

Percebe-se um aperfeiçoamento das relações entre gravadoras, meios de comunicação, classe artística e público. As gravadoras aumentam seu poder de ação e começam a assinar com cantores de sucesso da música popular, além de passarem a desenvolver uma venda mais planejada. Sintoma disso é a importância que o calendário passa a assumir nesse mercado. Identificando no carnaval um fator de incentivo para o lançamento de discos, as gravadoras (nas décadas de 1930 e 40) programavam o período de novembro a janeiro para ofertar sambas e marchas. Os períodos junino e de fim de ano também começam a contar com

gravações especiais. Trata-se da busca de maior programação, estabilidade ou previsibilidade no comércio da música²⁷.

Outra frente por onde se pode ler esse aperfeiçoamento é no desenvolvimento de alguma profissionalização por parte dos compositores, como ressalta Cabral (1996, p. 30):

Os primeiros anos da década de 30 ficariam marcados ainda pelo início de um processo de conscientização profissional dos compositores. Os dirigentes das gravadoras e das emissoras de rádio, assim como os proprietários das editoras musicais que começavam a se multiplicar, abriram os seus negócios sabendo que estes eram capazes de render lucros incalculáveis. Alguns cantores também percebiam que o ofício escolhido poderia proporcionar recursos suficientes para a sua sobrevivência. Mas os compositores ainda levariam algum tempo para se convencerem de que exerciam uma profissão que poderia ser remunerada.

Cabral lembra ainda da reação do compositor Cartola diante dessa nova concepção do músico como profissional e que merece aqui ser contada por ilustrar as transformações do campo musical. Quando soube, numa tarde de 1929, que o cantor Mário Reis queria comprar um de seus sambas, logo se surpreendeu. "Comprar um samba meu? Pra quê?", queria saber Cartola, para quem comprar um samba era como comprar o vento, a chuva, qualquer coisa, enfim, que jamais seria comercializada" (Ibid., p. 30).

A questão dos direitos autorais era regulamentada por lei criada pelo então deputado Getúlio Vargas, mas a arrecadação e a distribuição eram (e ainda são) bastante precárias. Casas de espetáculos simplesmente não pagavam, as rádios estabeleciam seus próprios valores. Apenas as gravadoras reservavam pequena taxa da venda de discos para o pagamento de cantores e compositores.

²⁷ Cabral (1996, p. 47) descreve o efeito dessa lógica do calendário: "Até a década de 50, o público já sabia em novembro quais eram as músicas lançadas para o carnaval. Nas noites de natal, com as famílias reunidas, o fundo musical, geralmente, eram os lançamentos para o carnaval. Parecia que, naquela época do ano, o público estava predisposto a comprar discos, do que se valiam as gravadoras para atendê-lo".

A música como profissão foi remodelada também pelo rádio, que não se restringia apenas à divulgação sonora, mas significava também oferta de emprego. Para se ter idéia, a *Rádio Nacional*, em 1956, fornecia 700 empregos diretos. "Eram 17 maestros para um número de instrumentistas jamais reunido em sua totalidade, num só programa, por falta de espaço (...)" (Cabral, 1996, p. 17). Campo mediático e musical atuam aí através de penetrações, de relações de dependência, é possível dizer. O rádio passa a configurar um outro regime de visibilidade pública aos artistas da música.

Todos os grandes cantores brasileiros nas décadas de 40 e 50 foram contratados da Rádio Nacional. Atuar na emissora era tão importante para as suas carreiras que eles não reclamavam nem mesmo dos baixos salários, pois sabiam que a simples apresentação na emissora representava a melhor divulgação das músicas que cantavam e excelente oportunidade de trabalho em todo o Brasil (Cabral, 1996, p. 83).

Tal modelo dura até o começo da década de 1960, quando - em função da TV e do disco (a essa altura, o *Long Play*, com maior qualidade e mais músicas que os dispositivos anteriores) há dispensa de pessoal e encerramento de alguns programas de música ao vivo. Ao invés de cantores, orquestras, radiadores, produtores, o que se tem é a presença (mais barata) do Disc-Jóquei (DJ).

O campo musical não se constitui, portanto, de modo isolado, mas realiza diálogos com público, com os media, com a esfera econômica. Relações que misturam cooperação e conflito. São notórias, por exemplo, as investidas do campo político sobre a música. As ações censoras do Departamento de Imprensa e Propaganda, nos anos de 1940, sobre os compositores para impedir que os sambas denunciasses injustiças sociais são apenas um dos muitos casos de ingerência²⁸.

²⁸ Ficaram famosas as ações do DIP a favor de um samba de exaltação, em que se tentava afastar a malandragem como temática das canções. No lugar do malandro entrava o trabalhador austero. "Para pressionar os autores de música, o DIP usava não só o poder de veto da censura como também os contatos pessoais, tendo o cuidado de incluir em seus quadros alguns compositores" (Cabral, 1996, p. 77). Um dos efeitos dessa pressão pode ser percebido na letra de um dos grandes sucessos do carnaval de 1941, *O bonde de São Januário*: "Quem trabalha é que tem razão / Eu digo e não tenho medo de errar / O bonde São Januário / Leva mais um operário / Sou eu que vou trabalhar / Antigamente eu não

O governo Vargas e sua preocupação em instrumentalizar a música popular, seja com a incorporação da Rádio Nacional ao patrimônio da União ou através da inserção de sambas e marchas em um programa de propaganda do Brasil veiculado em Buenos Aires, fornece vasto material para se pensar nas forças que cercam, produzem e por vezes desafiam o campo musical brasileiro, que - evidentemente, como foi dito no início do capítulo, polemiza, responde, manda seus recados e também se reestrutura.

Com base nesses apontamentos que destacam o papel da gravação elétrica, dos filmes musicais, do rádio e da busca por profissionalização do setor, pode-se perceber um aperfeiçoamento das relações no interior de um circuito que começa a firmar como partes principais casas de espetáculos²⁹, gravadoras, meios de comunicação, artistas e públicos. Como visto, isso representa também o ganho de um caráter industrial e empresarial da música. Os efeitos disso já podem ser percebidos nos anos 1950: cresce a música estrangeira no mercado nacional; músicos brasileiros praticam versões das canções estrangeiras; ocorrem hibridismos (como o sambolero); decresce a participação e o espaço para os sons rurais, a "música de morro" não chega mais ao disco (Tinhorão, 1998, p. 309). Outro dado que pode ser acrescentado é de que, em 1958, foi criada a Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD), como entidade representante das gravadoras.

Dessa forma, outro ponto que merece atenção é o de que existem desigualdades, diferenças no interior do campo musical, seja com relação ao acesso aos bens por parte do público ou fatores ligados à produção, gravação. Há uma crescente diversidade de atores e interesses que parecem, no período abordado dos anos 1930, ganhar contornos mais nítidos e conferir maior complexidade àquilo que antes era simples como o vento e a chuva, para retomar as expressões de Cartola. As relações entre o músico e o público já não se dão

tinha juízo / Mas resolvi garantir o meu futuro / Sou feliz, vivo muito bem / A boemia não dá camisa a ninguém / E digo bem” (Cabral, 1996, p. 78).

mais apenas e necessariamente de forma presencial, por exemplo. E nesse cenário aumenta a presença da música junto à população e também os tensionamentos feitos por campos outros, do qual a censura por força policial é a amostra mais emblemática e recorrente. Apenas uma tentativa, enfim, de reconhecer as (sempre dinâmicas) forças que conflitam e interagem na composição do campo musical brasileiro e assim notar como a compreensão da música contemporânea como mera mercadoria ou, no outro extremo, como livre exercício do espírito, não faz justiça ao emaranhado de relações no qual é produzida, divulgada, consumida e criticada.

4.4 A estruturação da moderna indústria fonográfica brasileira

A década de 1970 pode ser considerada o "período de consolidação da moderna indústria fonográfica brasileira", como assinala a autora de *Os Donos da Voz* (Dias, 2000, p. 18). Nas duas décadas seguintes, por sua vez, é definida e colocada em prática a reestruturação do setor.

A consolidação da indústria fonográfica brasileira está associada ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, o que indica a importância que a difusão de mercadorias culturais assume neste mercado. O investimento nesses meios é desencadeado pelo governo militar, 1964, sob a égide da "integração nacional" via comunicações. O que vai configurar então a situação cultural dos anos 60 e 70 é o volume e a dimensão do mercado de bens culturais (Ibid., p. 52).

Um dado que pode ilustrar essa situação é o de que entre 1967 e 1980 a venda de toca-discos cresceu 813%. Esse aumento deve – e muito – ao crescimento de aparelhos de rádio e TV nos domicílios brasileiros. Se em 1970, 58,9% das residências contavam com a presença do rádio e 24,1% com a da TV, dez anos depois esses números passam para 76,2% e 56,1% respectivamente. O setor fonográfico se amplia vinculado a uma maior presença dos meios de

²⁹ O surgimento da bossa-nova se deve a um circuito de casas, de espaços, *boîtes* no bairro de Copacabana (Rio de Janeiro) que preparou a fusão do *jazz* com o samba

comunicação. A produção industrial para TV responde assim por uma parcela no aumento do consumo de discos (fenômeno que fica mais claro com a telenovela, alguns anos mais tarde).

Entre 1965 e 1972, a venda de discos teve um crescimento médio de 400% e entre 1978 e 1979 o Brasil chega à quinta posição no mercado mundial.

Como forma de pontuar a discussão sobre a trajetória da indústria fonográfica no Brasil nos anos 70 e melhor compreender o crescimento apresentado, Márcia Dias aponta quatro fatores que devem ser considerados. O primeiro diz respeito à consolidação da produção - e de um mercado - de música popular brasileira. Aproximadamente entre os anos de 1965 e 1970, há uma efervescência na produção musical e ganham destaque nomes como *Chico Buarque*, *Caetano Veloso*, *Gilberto Gil* e *Gal Costa*. Outro movimento importante nesse sentido foi o da *Jovem Guarda*, que impulsionou as vendas com as canções da dupla *Roberto e Erasmo*.

Esses dois movimentos – o da *MPB* e o da *Jovem Guarda* – caracterizaram-se como grandes segmentos vendedores de discos e colaboraram para uma transformação da própria mentalidade empresarial. Tanto é que nesse momento alguns artistas abandonam a aura marginal e se tornam “astros”. Quer dizer, a consolidação do mercado de discos é acompanhada pelo aprimoramento empresarial.

Um segundo fator a ser considerado é a chegada do LP, no início dos anos 70. O novo suporte exigiu mudanças econômicas e estratégicas. As empresas que fabricavam compactos simples e duplos viram no LP a oportunidade de restringir custos e otimizar investimentos. Em termos de custos, cada LP continha seis compactos simples e três duplos. Os compactos representavam 57% das vendas em 1969, 36% em 1976 e em 1990 deixam de ser fabricados (Dias, 2000, p. 56).

As estratégias fonográficas das gravadoras também se alteram em função do LP. É a época do trabalho de autor, quando se privilegia o artista em detrimento do disco. Vale mais, nessa lógica, um artista que venda regularmente

em certo segmento do que propriamente um artista de sucesso. Isso se traduz na preocupação das gravadoras em formar seus *casts*.

Outro fator que marca a trajetória da indústria fonográfica é que nos anos 70 a música estrangeira ocupava uma parcela significativa do mercado. Algumas vantagens concedidas às empresas transnacionais (tal como a isenção do Imposto sobre Circulação de Mercadorias) tornam suas produções mais lucrativas. O preço do produto estrangeiro às vezes era menor do que o do nacional, pois o material era gravado fora e as etapas de prensagem, embalagem e distribuição eram executadas por aqui. Várias empresas transnacionais instalam-se no país na segunda metade da década de 70 - *WEA*, 1976, *Capitol Records*, 1978, e *Ariola*, em 1979 – e começam a montar *casts* de artistas brasileiros.

O quarto fator destacado é a interação da música popular com os media, o que aumenta sua divulgação e presença. "A música está sempre presente, seja no centro do espetáculo, seja fazendo uma espécie de pano de fundo, compondo o cenário para a televisão, o rádio, a publicidade, o cinema" (Dias, 2000, p. 59).

Talvez o exemplo mais significativo nesse sentido sejam as trilhas sonoras de novelas, que contribuíram de forma ímpar para o desenvolvimento da indústria fonográfica no Brasil na década de 70. É representativo aí o desempenho da *Som Livre* - braço fonográfico da *Rede Globo*. A gravadora surgiu em 1971 e três anos depois já tinha 38% do mercado de discos mais vendidos; em 1975, 56% e em 1977 tornou-se líder (Ibid., p. 60). Tudo isso com um trabalho voltado a trilhas sonoras de novela/filmes e coletâneas - com um investimento de peso em publicidade via TV Globo.

Essa especificidade dos produtos da *Som Livre* garantiu que ela se firmasse, nas décadas de 80 e 90, entre as maiores vendedoras de disco do país (Ibid., p. 88). Em 1976, ela dividia o mercado de discos com outras 20 grandes e médias empresas, que eram *RCA*, *BASF*, *Marcus Pereira*, *Carmona*, *Polydisc*,

*Central Park, RGE, Japoti, Chantecler, Continental, Crazy, Copacabana, Phonogram, Ktel, Padrão, Tapeçar, Top Tape, Odeon, Cid e CBS*³⁰.

Entre 1974 e 1975, as maiores empresas no mercado brasileiro eram a *Phonogram, Odeon, CBS, RCA* e as nacionais *Continental, Sigla e Copacabana*. Já em 1979, o faturamento estimado do mercado de discos ficava dividido na seguinte proporção:

TABELA 1 - FATURAMENTO DO MERCADO DE DISCOS EM 1979

Empresa	Faturamento (proporção/percentual)
Som Livre	25%
CBS	16%
Polygram	13%
RCA	12%
WEA	5%
Copacabana	4,5%
Continental	4,5%
Fermata	3%
Odeon (EMI)	2%
K-Tel	2%
Top Tape	1%
Tapeçar	1%
Outras	11%

Fonte: Dias, 2000, p. 74.

Esses dados são extremamente relevantes à medida que redesenham o mercado fonográfico brasileiro, apontam tendências e insinuam o movimento de globalização econômica, a ponto de em 1979, como indica a tabela, ter-se a liderança de empresas transnacionais entre as que mais faturam no setor. A gravadora *Som Livre* deve ser considerada como exceção, mediante as condições privilegiadas de divulgação já comentadas.

"De 1980 em diante, consolida-se o grande movimento de concentração das empresas participantes do mercado" (Dias, 2000, p. 74). *Copacabana e RGE-*

³⁰ A relação foi extraída de *Disco em São Paulo*, IDART - Departamento de Informação e Documentação Artística, Coordenação Damiano Cozzela. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 1980, p. 21-22. Citado por Dias (2000, p. 73). O mesmo documento classifica como médias as empresas que possuem de 20 a 50 funcionários e que, mesmo sem estúdios e fábrica próprios, administram várias etapas da produção, com capacidade para "distribuir e comercializar seus discos de forma mais eficiente e fixa [...]" (Dias, 2000, p. 26).

Fermata pedem concordata enquanto a *Som Livre* compra a *Top Tape* e a *RGE*, restando apenas entre as nacionais a *Continental*. E em 1988, *CBS*, *RCA-Ariola*, *Polygram*, *WEA*, *EMI-Odeon* e *Som Livre* fecham o cerco das maiores empresas do setor fonográfico em terras brasileiras. Nesse ano, o Brasil ocupa a 13^a colocação no mercado mundial de discos, com uma arrecadação de US\$ 232 milhões, valor 27 vezes menor que o dos Estados Unidos, primeiro colocado (Dias, 2000, p. 105 - nota de rodapé 27).

Há um aumento de unidades (LPs, K7s e CDs) vendidas na segunda metade da década de 80. A média era de 51 milhões na primeira metade e passou para 65 milhões na segunda. Entre os responsáveis pelo crescimento estão a consolidação de um mercado de música para jovens - manifesto no rótulo *pop-rock* - e o surgimento de outros segmentos, como o sertanejo.

A indústria fonográfica mundial está concentrada em torno das “cinco irmãs”, como vêm sendo chamadas as cinco maiores gravadoras, que dominam aproximadamente 80%³¹ do mercado de discos: *Universal Music*, *Warner*, *EMI*, *BMG* e *Sony*. Com exceção da *EMI*, marca britânica de forte tradição no meio musical, essas empresas são mais do que simples gravadoras. Representam o braço fonográfico de conglomerados transnacionais, capazes de conciliar por trás de um único nome as mais diversas atividades em diferentes áreas, como televisão, editoras, rádios, Internet, entre outras.

E no caso do mercado do disco, a concentração é quase um elemento intrínseco. Ela se agrava, porém, no fim do século XX, com cinco gravadoras no comando do que se produz e divulga de música em escala mundial. A própria constituição das grandes gravadoras se realiza através de fusões de firmas. Em 1928, a parte européia da *Columbia* aliou-se à *Pathé* e, em 1931, à *Gramophone* – o que deu origem às *Electric Music Industries*, a *EMI*. A *Polydor* nasceu a partir da

³¹ As grandes gravadoras, também chamadas de *majors*, estão presentes com intensidade diferenciada em cada país. Mas estima-se que em alguns países elas controlem mais de 90% da indústria fonográfica (Shuker, 1999, p. 151). No Brasil, a tomar pelas empresas presentes no catálogo da Associação Brasileira de Produtores de Discos e que possuem *casts* de artistas, as "cinco grandes" dividem mercado com outras 11 gravadoras (ABPD, 2003).

associação entre a *Deutsche Grammophon* e a *Telefunken*, em 1937, e posterior compra pela *Siemens*. A *Phonogram* surgiu como braço fonográfico da *Philips* a partir da compra da filial francesa da *Gramophone*.

Em 1954, as oito maiores gravadoras do mundo vendiam 85% dos discos de sucesso listados na parada da *Billboard*. Em 1973, 82,9% e, em 1980, 88 dos cem discos mais vendidos (Friedlander, 2002, p. 406). Nas décadas de 1970, 80 e 90, outras fusões fariam nascer a *Polygram*, a *BMG-Ariola*, a *Sony* e a *Warner Music*.

TABELA 2 - FUSÕES NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA – 1969-1993

1969	Odeon + EMI	EMI
1978	Polydor + Phonogram	PolyGram
1987	Bertelsmann + Ariola + RCA	BMG-Ariola
1987	CBS Discos + Sony Corp.	Sony Music
1991/93	Time-Warner/WEA + Toshiba + Continental	Warner Music

Fonte: Dias (2000, p. 43)

Em 1980, as cinco principais gravadoras – *PolyGram* (hoje *Universal*), *CBS* (hoje *Sony Music*), *Warner*, *EMI* e *RCA* (hoje *BMG Ariola*) – controlavam 69% do comércio de música. Em 1997, o índice subiu para 79%. A *PolyGram* arrematou 23% do mercado, a *Sony*, 16%, *Warner*, 15%, *BMG Ariola*, 14% e *EMI*, 11% (Moraes, 1998, p. 150).

A *Universal Music* pertence à companhia francesa *Vivendi Universal*. A *Vivendi* comprou, em 2000, por US\$ 44 bilhões, da canadense *Seagram*, a *Universal Studios* e a *Universal Music*. A manobra colocou a *Vivendi Universal* na segunda posição no ranking dos maiores conglomerados de mídia e entretenimento, atrás apenas da *Aol-Time Warner* – grupo ao qual pertence a *Warner Music*, que comprou, em 1993, a *Continental*, única grande empresa brasileira produtora de discos.

A *BMG* integra o megaconglomerado alemão *Bertelsmann*, dono de 50 empresas em 52 países, nas áreas de rádio, TV, revistas, jornais, gráficas, indústrias de papel, gravadoras, editoras, produtoras de filmes, vídeos e TV por assinatura. A *BMG Ariola*, com sede em Nova York, comanda filiais em 35 países

– entre eles o Brasil. A *Sony Music*, enfim, é apêndice da japonesa *Sony Corporation* – que adquiriu o setor fonográfico da *CBS* -, empresa com origem na área de produtos eletro-eletrônicos.

Os grupos do qual fazem parte as *majors Universal, BMG Ariola e Warner* estão entre os cinco maiores conglomerados de mídia e entretenimento.

Interessa frisar, portanto, o poder de ação de poucas gravadoras no mercado musical. É certo que representam apenas uma das forças a atuar no mercado musical e, desse modo, não respondem por tudo o que é produzido e consumido de música no país. No entanto, esse poderio concentrado se reflete, por exemplo, nas relações dos CDs mais vendidos e das músicas mais executadas na virada para o século XXI.

O disco mais vendido de janeiro a dezembro de 2000 foi a trilha sonora da novela *Laços de Família*, da *Som Livre*, seguido de perto pela dupla *Sandy e Júnior* e pelo cantor *Leonardo*. Além da *Som Livre*, outras cinco gravadoras integram a lista dos dez mais vendidos: *Universal Music, BMG Brasil, EMI Music, Sony Music e Abril Music*. Isso significa que apenas seis empresas fizeram circular aproximadamente 7,75 milhões de cópias pelo país.

Já a lista das dez canções mais executadas em rádio em 2000 é liderada pelos irmãos *Chitãozinho e Xororó*, que assinam com a *Universal Music*, com mais de 5,5 mil execuções. Em segundo lugar aparecem *Os Travessos*, da *Warner Music*, e em terceiro a cantora *Ivete Sangalo*, também da *Universal*. *EMI, Sony e Abril Music* completam o elenco das cinco gravadoras responsáveis pelas dez músicas mais ouvidas no país em um ano.

O que se tentou nesse ponto, então, foi delinear as gravadoras como um dos grandes agentes a atuar na definição do campo musical (e conseqüentemente em suas disputas - mesmo que por fatias de mercado). E esse formato de caráter empresarial ganha contornos nítidos já na década de 1970, com a consolidação de grandes empresas na comercialização de músicas pelo país e pelo mundo³². Nota-

³² As vendas do quarteto inglês *The Beatles*, na década de 1970, deram novo impulso à indústria fonográfica.

se aí, pelo quadro exposto, a penetração da dimensão econômica no setor musical - expresso no processo de racionalização (administração dessa arte), maior divisão do trabalho (aumentam os serviços especializados³³), estreitamento dos laços com os meios de comunicação (a maioria das gravadoras possui hoje um departamento de assessoria de imprensa e a lógica da visibilidade já é bastante assimilada no comportamento artístico), maiores diálogos com a música internacional e na concentração de forças em um número cada vez mais reduzido de agentes.

De olho no que acontecia nos Estados Unidos, em 1970, Friedlander (2002, p. 409), de forma contundente, ressalta que:

As gigantes tornaram-se maiores e as oito maiores produziam e lançavam mais de 80 por cento de todos os discos de sucesso. No entanto, as decisões corporativas não eram mais tomadas nos selos por homens com experiência em descobrir talentos e com um ouvido nas ruas. Agora, elas eram tomadas quase sempre com base nas estatísticas de lucros e perdas. Os novos executivos dos selos, advogados conservadores e contadores, ditavam um curso de ação cauteloso: assinar contratos milionários e longos com os campeões de vendas, reduzir a lista de artistas secundários, e apenas assinar com novos artistas que pudessem fazê-los passar por um rigoroso processo de avaliação e se tivessem uma certeza razoável de que eles seriam lucrativos.

Em que pese o tom um tanto pessimista da avaliação, ela é útil por reconhecer a nova dinâmica de mercado então atuante, com um forte caráter industrial, onde se gera extrema profissionalização nas etapas de produção e divulgação dos discos³⁴. Criam-se outros intermediários entre a música e o ouvinte. É quando surgem, nas rádios, os consultores de programação - pagos para enviar à emissora uma lista com os sucessos de outros mercados semelhantes

³³ Silva (2003, p. 55) nota a crescente participação, na década de 1970, de agenciadores no processo de produção, principalmente com relação à música sertaneja. Uma espécie de profissional especialista em mercadologia, técnicos capazes de identificar o gosto popular e assim orientar (ou adequar a um público) o produto artístico.

³⁴ "Assim, durante a década de 1970, o disco começou a ser pensado a partir de estratégias de produção que envolviam o planejamento, a preparação do músico, escolha do repertório, gravação em estúdios com alta tecnologia, controle da prensagem e

(Friedlander, 2002, p. 409). A consolidação da indústria fonográfica - ou sua transformação no formato que hoje se conhece - marca, assim, a emergência de uma complexa malha de atores envolvidos na produção, divulgação e no consumo de música. Aperfeiçoam-se as relações entre essas instâncias, surgem funções especializadas, baseadas em um saber setorizado (e remunerado). Se aumenta o número de gravações em relação às décadas anteriores, amplia-se também a platéia de uma música que parece ser produzida cada vez mais nos estúdios e menos nas ruas.

4.5 Rock na TV: a música como produto mediático

O salto (qualitativo e quantitativo) da indústria fonográfica nos anos 1970 é resultado, como se vê, de uma série de fatores. Mas de certo modo, a transformação dessa indústria pode ser traduzida pelo nome *The Beatles* - um fenômeno artístico, comportamental e de vendas sem precedentes. Foi um dos principais responsáveis pelas vendas no setor saltarem de 600 milhões de dólares para 1,66 bilhão de dólares entre as décadas de 1960 e 1970 - além de aumentarem o poder de negociação da classe artística frente os empresários (com elevação na percentagem de *royalties*, por exemplo). A venda de discos ultrapassou outras áreas como filmes e esporte.

Os Beatles, assim como Elvis, foram parte de um momento. Sua popularidade coincidiu com a grande expansão da tecnologia das comunicações. A transmissão de *All You Need Is Love* foi vista por 200 milhões de pessoas em todo o mundo. A beatlemania se desenvolveu nos cinco continentes. Devido à deificação da banda, assim como seu impacto significativo nas culturas britânicas e americana, o marketing e a subsequente proliferação da cultura popular ocidental pelo mundo fizeram dos Beatles a força musical mais poderosa da história (Friedlander, 2002, p. 148-149).

fabricação do álbum, embalagem/encarte, distribuição, campanhas de divulgação e difusão", detalha Janotti (2003, p. 61) sobre a indústria fonográfica no Brasil.

O exemplo dos *Beatles* (e, em grau menor, de *Elvis Presley*) aqui interessa justamente por sinalizar a articulação entre crescimento tecnológico e a consolidação de um gênero musical afeito a esse então emergente "ambiente midiático" (Sodré, 2002). Um gênero musical que é a própria expressão maior da mediatização da música, síntese entre consumo cultural e transformações tecnológicas: o *rock*. A tal ponto que só é possível compreender suas origens se pensada a música popular associada ao desenvolvimento midiático (Janotti, 2003, p. 27). O que se procura destacar é a entrada da música em outro patamar, em que passa a ser produzida, divulgada e consumida numa relação bem mais intensa e imbricada com o campo mediático. Ou, como aqui se arrisca dizer, a música passa a assumir feições de produto mediático.

Esse processo de reajustes no campo musical pode ser compreendido a partir de dois elementos-chave e relacionados: a TV e o *rock*. Essas novidades desenvolvem-se sobre um cenário de pós-guerra, que se desenhava, pelo menos, desde os anos 1920³⁵, como já foi visto, composto por fábricas de disco, rádio, publicações, cinema, aparelhos sonoros, jukeboxes, fitas de gravação de som e de vídeo, instrumentos musicais eletro-eletrônicos, espetáculos de massa, etc.. A esse aparato tecnológico soma-se a iniciativa da indústria da música em, pela primeira vez, apostar no jovem como consumidor. O surgimento da TV acaba então por fortalecer a idéia de uma cadeia mediática na qual agora a música interage.

A estrutura de produção/circulação/consumo das cadeias midiáticas agrega os músicos, os distribuidores, a audiência e os críticos. Assim, os dispositivos midiáticos englobam as pessoas que criam e interpretam a música, as mídias e os locais de apresentação, os distribuidores, sejam comerciantes, promotores de *shows* ou divulgadores; os críticos que buscam padrões para avaliação das canções, e a audiência, que varia desde consumidores ocasionais até colecionadores. É no desdobramento desse cenário durante o pós-guerra que surge a música que marcou profundamente o século XX: o *rock* (Janotti, 2003, p. 29).

³⁵ "Nessa época, já era possível pensar em um cotidiano cercado pelas notas musicais presentes nos novos dispositivos de comunicação" (Janotti, 2003, p. 28).

Aqui já se tem presente o esquema de um circuito cultural, onde interagem instituições e atores circunscritos entre os momentos de produção da música e de seu consumo. O surgimento do *rock* se vê assessorado pelo aparecimento dos primeiros programas radiofônicos dedicados ao estilo, comandados por DJ's³⁶ - e não mais necessariamente por músicos contratados das emissoras. Muito mais que simples instrumento de divulgação, a mídia articula essas instâncias e atua vigorosamente no campo musical, seja na promoção de eventos ou como espaço mesmo de apresentação, uma espécie de palco. A TV seria em muito responsável pela popularização de *Elvis Presley* (com os programas *Stage Show* e de *Ed Sullivan*) e outras bandas. O mito do empresário faz-tudo no *rock*, lembrado por Janotti (2003, p. 35), talvez surja em decorrência do vislumbre desse novo circuito e da necessidade de unir os pontos. Daí a figura lendária de alguém capaz de, ao mesmo tempo, agendar *shows*, procurar novos artistas, dirigir uma gravadora, ter um programa de rádio e fazer a divulgação³⁷.

A própria entrada do *rock* em solo brasileiro se dá emaranhada nesse circuito, através de filmes, discos versões dos artistas locais para os novos sucessos estrangeiros. A novidade chega ao país pelo cinema, com a exibição de *Sementes de Violência*, em 1955, e *No balanço das horas*, em 1957. Não tardariam em aparecer programas de rádio (nas rádios Nacional, Tupi e Guanabara) e de TV (Record, Tupi e TV Rio) dedicados ao gênero. Em 1965, foi lançado o programa *Jovem Guarda*, na TV Record, que marca um dos movimentos do *rock* nacional. "Desse modo, assistia-se ao surgimento de uma cadeia midiática que envolvia publicações, mídia eletrônica, fãs e uma leva de ídolos do *rock* (...)", anota Janotti (2003, p. 70). São feitas, assim, conexões entre

³⁶ Eram "locutores que faziam a programação, a locução e a divulgação de seus próprios programas, transformando-os então, em verdadeiros *shows*; tanto que, muitos dos programas eram executados ao vivo em festas, dando início aos pontos de encontro de fãs de *rock*" (Janotti, 2003, p. 32).

³⁷ Para se ter idéia de como é forte esse mito no *rock*, vale a pena conferir os filmes *Pé na Estrada* (EUA, 1997) e *Quase Famosos* (EUA, 2000). Ambos tem como pano de fundo a profissionalização em curso no setor fonográfico (e o estabelecimento da função de "empresários de bandas"), mas preservam certo encanto pela figura mítica. No primeiro filme, o empresário chega a viajar em turnê junto com a banda em uma van.

rock e mídia eletrônica. O grupo *Mutantes*, por exemplo, foi batizado e lançado pelo cantor Ronnie Von, em seu programa na TV Record.

Um formato de evento musical que cresce nessa fase e consegue repercussão muito em função da cobertura televisiva são os festivais. Festivais de música popular brasileira, a partir de 1965, e shows em faculdades passam a ser alvos do interesse comercial das televisões. Nomes da MPB conseguem seus próprios programas - *Elis Regina* conduzia *O Fino da Bossa*, na TV Record. Tal modelo de difusão musical daria tão certo que cada emissora teria, a partir de então, o seu próprio festival. É desse momento que despontam ao grande público nomes como *Chico Buarque*, *Geraldo Vandré*, *Edu Lobo*, *Mutantes*, *Caetano Veloso*, *Gilberto Gil*, *Sérgio Ricardo*, entre outros.

Com o fortalecimento gradual de uma cadeia mediática, os movimentos musicais, as polêmicas, os embates, os debates, acontecem não somente nos bares, nos apartamentos, nas universidades, mas também se produzem no âmbito mediático. E os festivais parecem funcionar muito bem nesse sentido. De tal modo que, quando surge o movimento Tropicalista (que faria justamente uma espécie de fusão do *rock* com a *MPB*), já existe ampla cobertura dos meios eletrônicos e da imprensa (Tinhorão, 1998, p. 325).

A transmissão televisiva de shows e festivais representou a possibilidade de alargamento das audiências em escala inédita. Para se ter uma idéia, em 1974, o grupo *Secos & Molhados* teve seu *show* no ginásio Maracanãzinho (lotado, com 25 mil pessoas) transmitido ao vivo pela TV para todo o país. Uma platéia de milhões de espectadores para um grupo brasileiro de *rock*.

O modelo de festivais televisionados adentrou a década de 1980 e a inclusão de uma música *rock* no festival da *MPB* da TV Globo (da banda *Gang 90 & As Absurdetes*) provocaria alterações no mercado fonográfico, que dava sinais de estagnação. Estava em ebulição o gênero que mais tarde ficaria conhecido como *pop rock* brasileiro, em sintonia com publicações especializadas, cobertura em jornais, espaço em rádios e TV - programas de auditório (*Hebe Camargo*, *Chacrinha*, *Bolinha*, *Raul Gil*) já atuam fortemente aí na difusão musical.

As mudanças da indústria fonográfica, a adoção de um caráter mais empresarial ao setor, associadas ao fortalecimento de uma cadeia midiática reconfiguram também os eventos musicais. Os *shows* (ligados ao circuito comercial) tornam-se megaeventos, sustentados no apelo midiático. Não se trata mais apenas de profissionalizar os espaços de exibição musical, mas de tornar o evento atraente, enquadrá-lo nos moldes midiáticos e oferecê-lo a uma ampla audiência.

A turnê de divulgação do LP *Revoluções por Minuto* (com 600 mil cópias vendidas), de 1985, da banda paulista *RPM*, é um marco desse cenário. Contou com a produção de Manoel Poladian e com a direção musical de Ney Matogrosso, além de apresentar grande estrutura de iluminação e som. Rendeu o disco *Rádio Pirata - ao vivo*, com vendagem estimada em 2,2 milhões de cópias. "A partir do *RPM*, os *shows* mambembes, pelo menos para os grandes nomes do *pop rock*, faziam parte do passado" (Janotti, 2003, p. 88). Outro evento importante nesse sentido foi o *Rock in Rio*, em 1985, que contou com ampla divulgação e um público de 1,38 milhão de espectadores. A TV Globo apresentou, após a realização do festival, um compacto com os melhores momentos das atrações nacionais e internacionais.

No plano internacional, a década de 1980 também foi envolvida pelos *shows* de grande estrutura. O modelo era um misto de campanha e performance musical. O potencial de divulgação e de visibilidade levou artistas e promotores da música popular a aproveitar os megaeventos - como as turnês *Live Aid*, *Farm Aid* e pelos direitos humanos da Anistia Internacional - para debater temas como política, economia e justiça social, levantar fundos, divulgar questões políticas, conseguir adesão e promover os negócios musicais³⁸.

A presença intensa da TV na divulgação de informações musicais, na transmissão de *shows*, na exibição de artistas, irá solidificar o apelo visual da

³⁸ O *Live Aid* arrecadou, em 1985, 67 milhões de dólares para africanos que passavam fome. Apresentações simultâneas em Londres, Filadélfia e Sidney foram transmitidas eletronicamente para um bilhão e meio de pessoas em mais de cem países (Friedlander, 2002, p. 374).

música (que já era fomentado através de curta-metragens nos anos 1920 e por *video jukebox* na época das *big bands*. Em 1967, os *Beatles* lançaram um filme promocional para divulgação de seus álbuns). O gênero musical *new wave* surgiu desse novo perfil do campo musical.

Mas a música entra em definitivo na era da TV com a criação de um canal a cabo exclusivo de música, nos Estados Unidos. A MTV (*Music Television*) foi criada em agosto de 1981, ficava 24 horas no ar e tinha como proposta principal a veiculação de videoclipes. O canal provocou alterações no meio musical. "Aparecer na MTV vendia discos, influenciava os hábitos de compra e promovia a exibição de artistas desconhecidos. Em 1984, a MTV começou a cobrar das gravadoras a transmissão de vídeos (até então isto era gratuito)" (Friedlander, 2002, p. 370). Com a comercialização do espaço, as produções menores de artistas pouco populares começam a perder terreno para vídeos mais sofisticados bancados por gravadoras. O canal torna-se um grande aliado na promoção de produtos e também presta-se a experimentações desse novo formato de divulgação musical.

A MTV incentiva a criação de um outro segmento de mercado - as gravadoras não tardariam em lançar vídeos de seus artistas. Se em 1988 a categoria de vídeos musicais sequer constava no relatório anual de vendas da RIAA (Associação Americana da Indústria Fonográfica), seis anos depois constava a informação de que 11,2 milhões de vídeos foram vendidos (Ibid., p. 372). "No final dos anos de 1980, a MTV atingia quase 20 milhões de lares norte-americanos e era assistida regularmente por 85% das pessoas entre 18 e 34 anos" (Shuker, 1999, p. 287). Em 1988, foi criada a MTV européia e, em 1991, a MTV asiática.

A MTV instala-se no Brasil em 1990, através de parceria com o grupo Abril. Antes disso era possível sintonizar apenas a MTV norte-americana, por parabólica. O alcance da emissora nacional era bastante restrito nos primeiros anos de funcionamento, mas já passava a atuar na cadeia mediática. "Em 1993, não tinha MTV em Belo Horizonte", pondera John, da banda mineira *Pato Fu*, em documentário exibido na emissora sobre o ano de 1993, que destaca ainda as

bandas *Chico Science e Nação Zumbi*, *Planet Hemp*, *Gabriel O Pensador*, *Skank* e *Raimundos* - grupos que teriam crescido já na geração *MTV*. "Quem não tocava nas rádios, tocava na MTV", lembra o vocalista Rodolfo, da banda brasileira *Raimundos*, no mesmo documentário.

A entrada e consolidação da MTV brasileira no meio musical coincidem com a ampliação na comercialização do CD (*compact disc*) no país. Apesar de ter suas origens no início dos anos de 1980³⁹, apenas em meados da década seguinte o CD atinge uma camada mais ampla da população e do próprio setor artístico. Sua adoção como principal formato de registro sonoro produziu modificações profundas na qualidade de reprodução e no armazenamento, alterando relações, portanto, do ouvinte (os modos de audição e consumo) até a produção. As gravadoras, contando agora com mais facilidades na distribuição, passaram a apostar na disponibilização em novo formato de todo o seu acervo original - o que acarretou uma enxurrada de material e informação musical no mercado⁴⁰.

Isso gerou facilidades de acesso nunca vistas antes, mas, ao mesmo tempo, uma certa confusão, já que é praticamente impossível para qualquer fã de *rock* dar conta de um gênero em sua totalidade. Hoje, é possível perceber um abismo entre o fã, profundo conhecedor da arqueologia do *rock* em sintonia com os últimos lançamentos e o consumidor ocasional que não possui conhecimento especializado (Janotti, 2003, p. 52).

³⁹ O CD foi mundialmente lançado em 1983. De acordo com Friedlander (2002, p. 373), "A estratégia era convencer os consumidores de que o CD era superior em qualidade em relação aos discos de vinil e às fitas cassetes, e que era imperativo que eles trocassem coleções inteiras de discos por CDs. Foi uma jogada genial, pois a grande margem de lucros do CD (12 dólares por unidade quando comparado aos seis dólares dos discos e fitas) garantiria lucros providenciais para a indústria fonográfica. Em 1982, venda de 53 milhões de CDs gerou, aproximadamente, a mesma quantia do que a venda de 125 milhões de discos de vinil".

⁴⁰ Tanto é que nos primeiros doze meses em que as vendas de CDs superaram as de LPs, em 1993, metade dos títulos em CD eram relançamentos. A estratégia representava um investimento muito mais seguro para as gravadoras. Enquanto um disco inédito precisava vender na época 100 mil cópias para ser lucrativo, um relançamento exigia "apenas" 3 mil cópias (Dias, 2000, p. 108).

A confusão a que se refere o autor parece realmente sintetizar um aspecto central do cenário musical nos anos de 1990 (e que redimensiona o próprio papel da crítica musical): o considerável aumento de informação musical, resultante em muito do processo de mediatização do setor. E nessa década é possível dizer que a música entra, no Brasil, na era da TV. Tanto pela consolidação da MTV (que não se restringe à exibição de videoclipes mas também produz seus programas específicos, como telejornais, documentários, shows, premiações) quanto pelo surgimento e manutenção de vários programas voltados exclusivamente à música na TV aberta.

O programa *Bem Brasil*, veiculado pela TV Cultura, estreou em 1991, com a proposta de transmissão de um show ao vivo⁴¹. As apresentações eram realizadas no anfiteatro da USP e agora acontecem no Sesc Interlagos. Exibido também pela TV Cultura, o programa *Ensaio* está no ar desde 1990. Recebeu o Prêmio Qualidade Brasil 2004, Edição São Paulo, na categoria Melhor Programa Musical. Trata-se de uma mistura de música com depoimento. Não há platéia e nem sequer o entrevistador aparece. Foca-se apenas o grupo ou o músico convidados. É um show para TV, pode-se dizer.

São apenas exemplos casuais entre vários programas semelhantes. Pode-se lembrar ainda dos programas de auditório (como *Faustão*, *Altas Horas*, *Caldeirão do Huck*), *talk shows* (*Jô Soares*), *reality shows* (como o *Fama*) e outras derivações que trazem periodicamente atrações musicais às telas - para ficar em exemplos apenas da Rede Globo. Telejornais, como o *Jornal Hoje*, dedicam espaços semanais a informações sobre música, com matérias sobre bandas. Sem contar os demais telenoticiários e programas de entrevistas que, vez ou outra, convidam atores do campo musical. Há ainda que ser acrescentada na lista a

⁴¹ Já passaram (alguns deles mais de uma vez) pelo programa nomes como: *Gal Costa*, *Luiz Melodia*, *Daniela Mercury*, *Hermeto Pascoal*, *Tom Zé*, *Barão Vermelho*, *Zeca Baleiro*, *Cássia Eller*, *Tim Maia*, *Chico Science e Nação Zumbi*, *Alceu Valença*, *Dona Ivone Lara*, *Jorge Ben*, *João Bosco*, *Paulinho da Viola*, *Rita Ribeiro*, *Zélia Duncan*, *Ed Motta*, *O Rappa*, *Capital Inicial*, *Cidade Negra*, *Engeheiros do Hawaii*, *Skank*, *CPM22*, *Titãs*, *Los Hermanos*, entre outros. Mais detalhes em <http://www.tvcultura.com.br/bembrasil/>.

lacuna preenchida pelos canais a cabo. A música figura também, em muitos casos, como pano de fundo, trilha sonora em filmes, seriados, comerciais e novelas.

Cada "espaço" desse, é bom que se diga, faz alguma coisa diferente dentro do campo musical. Conceder uma entrevista em telejornal tem peso diferente, por exemplo, de tocar ao vivo em um programa de auditório - são públicos e efeitos diversos, no mínimo.

A música acaba por ser se tornar então, notadamente a partir dos anos de 1990 no Brasil, um produto para ser ouvido e também visto. Sua produção, divulgação e seu consumo daí em diante são marcados pela ostensiva presença da ação televisiva. Uma interessante aproximação entre as esferas musical e mediática, uma vez que a TV não opera apenas na mera divulgação de algo alheio, mas atua na criação de (mais) espaços para a música, torna-se também um palco (seja na criação de festivais da década de 1960, na exibição de videoclipes, ou na transmissão de shows exclusivos para TV) - ou seja, é agente atuante no campo musical (modifica, reconfigura, disputa). Chama-se a atenção, assim, para o indicador de que a música do fim do século XX parece ser fomentada cada vez mais dentro dos meios de comunicação, assumindo ares de produto mediático, na medida em que está cada vez mais integrada a uma cadeia mediática. Estão associados a essa tendência o aumento nas dimensões da audiência da música, de modo geral, e maior disponibilização de informação musical. O que, certamente, gera um olhar de expectativa sobre o comportamento da crítica musical contemporânea.

Vale ressaltar que a processual mediatização da música não corresponde a um isolamento da arte em relação ao chão social, como se os media constituíssem um mundo à parte da sociedade, nem a um determinismo mercadológico - essa música não se esgota em seu caráter de mercadoria, nesse novo ambiente há espaço para criação, inventividade, para algo além de uma suposta mera reprodução dos interesses econômicos (como em todo produto mediático). Não fosse assim, seria necessário abandonar a idéia de campo e crer na influência unilateral de um agente sobre o outro e não na interação entre eles, nos conflitos que aí ocorrem. As canções de protesto nos festivais, bem como os megaeventos

que misturaram *shows* com campanhas, são sintomas justamente desse diálogo (mais ou menos conflitivo) que o campo musical estabelece com outros campos, ora mandando seus recados, suas provocações⁴², propondo discussões, ora agindo em cooperação - mas de toda forma participando das lutas sociais que marcam uma época. O que já fornece alguma noção sobre o relacionamento (polêmico) da esfera musical com o mundo que a cerca.

De modo geral, "Durante a década de 1980, a música popular aumentou o debate de temas como política, economia e justiça social" (Friedlander, 2002, p. 373). Promoveu-se a associação de causas sociais a grandes eventos, que contaram com ampla participação dos meios de comunicação. Nesse caso, os meios unem-se ao campo musical para reivindicar ou atuar junto a outro campo - o político, por exemplo.

Além desse diálogo com outras esferas (a música que serve para campanhas, para divulgar grandes causas sociais), a própria mediatização da música envolve tensões - pode haver conflito na relação entre os campos musical e mediático (trata-se de um outro tipo de polêmica, portanto). Uma das polêmicas recentes no meio televisivo e que bem ilustra as complicadas negociações entre os campos envolveu o programa *Domingão do Fasustão*, da TV Globo, e o cantor *Lulu Santos*. No mês de junho de 2003, o cantor - tido como a grande atração musical do programa - teve seu tempo de apresentação reduzido, de modo que executou apenas um número, sendo "cortado" para a entrada dos comerciais - o que contrariava o "combinado". Em carta dirigida ao apresentador Fausto Silva, publicada originalmente no site do artista (www.lulusantos.com.br), *Lulu Santos* contesta o tratamento que o programa lhe dispensou - o que gerou ainda uma explicação pública por conta da emissora (em nota e ao vivo, em programa seguinte, numa espécie de "editorial" narrado por Fausto Silva). Percebe-se no jogo de argumentações travado o relacionamento nem sempre amistoso entre

⁴² Ou como diz Tinhorão (1998, p. 318), as canções de protesto costumavam "cutucar o Poder com a vara curta (...)".

lógicas distintas, como a artística e a mediática, acionadas em um programa de auditório.⁴³

4.6 Tensões contemporâneas: crise, pirataria, mercado independente, Internet, jabá...

A idéia de crise é praticamente uma constante a acompanhar as mais variadas discussões ou os mais presentes apontamentos sobre música contemporânea. De tal forma que, desde fins dos anos de 1990, não é absurdo algum dizer que quando se fala em música (no Brasil e no mundo), fala-se muito em crise no setor fonográfico.

Eis uma pequena amostra: “Em uma situação similar à mudança da música em folhas soltas para a música gravada ocorrida em meados do século XX, a tecnologia da música popular e a indústria fonográfica do século XXI vão ter que encontrar novas formas de fazer negócios”, aposta Friedlander (2002, p. 412); o antropólogo brasileiro Hermano Vianna (2003, p. 118), que já estudou fenômenos como o samba e o *funk*, também é taxativo nesse sentido - “Penso que a indústria fonográfica, como existe hoje, está com os dias contados”; o que faz acreditar que

⁴³ Segue trecho da carta de *Lulu Santos* (com grafia original) aos apresentador Fausto Silva - interessa por explicitar o trabalho de bastidores que envolve a exibição mediática da música, assim como divergências de interesses aí presentes: "D q adiantou termos contratado e pago 5 musicos,5 técnicos,2 produtores e um camareiro q ficaram a disposição do programa por 10 horas(desd a passada d som até o apresentação)para fazermos o q poderia muito mais simplesmente ser resolvido com um playback?Sim pq,como imagino q vc saiba,o combinado com a produção d seu programa incluia trechos d até 60" d 6 canções,respondendo a solicitações d personalidades amigas (Nelson Motta,Fernanda Torres,Mariana Ximenes,Luiz Fernando Guimarães,Scarlet Moon e mesmo Xuxa)q foram 'alugadas' para este fim.Neste caso,a presença dos musicos teria tornado a atração mais...atraente(ou,ingenuamente assim eu achava)

Na verdade,faz tempo,deixei d fazer playback em tv,acho empobrecedor,e d empobrecimentos ã precisamos mais,é uma questão d fazer minha parte pelo 'desempobrecimento',seja do q for,no caso,das apresentações musicais em tv. O q me espantou mesmo,e isso imprimiu nitidamente no ar,p'ra qq pessoa q tiver assistido,foi a rispidez com q fomos 'cancelados'no q era p'ra ser o inicio d nossa apresentação. Televisão corre contra o tempo,sabemos todos. O compromisso q vcs profissionais tem d por no ar uma programação ao vivo em rede nacional,tempo real,imagino,deve ser altamente estressante,mas,tal estória:passarinho q como pedra...". E, ao final, uma observação: "p.s.:Se vc me permite um comentário,sempre achei,e continuo achando imperdoável o fato d vc falar em cima das palavras e notas d uma musica sendo cantada" (Almeida, 2003).

“(...) os anos 90 chegam em meio à mais grave crise que o setor já assistiu”, complementa Dias (2000, p. 105).

Os recortes apresentados, no geral, fazem referência a um cenário de mudanças, a rachaduras num modo até então usual e eficiente de comercializar a música. Trata-se, no mínimo, de uma preocupação em apontar reconfigurações ou tendências. E, de modo geral, essas falas estão circunscritas por comentários sobre instabilidade econômica (brasileira e mundial), avanço das novas tecnologias na seara musical, comércio ilegal de produtos fonográficos (sob o rótulo “pirataria”), alto preço de CDs, numeração de CDs, entre outros. Nas mais variadas instâncias (em programas de TV, nos jornais, em pesquisas acadêmicas, no congresso), discute-se a crise da indústria fonográfica, com a participação de diversas vozes do campo musical (músicos, empresários, produtores, associações, etc.).

O próprio catálogo da ABPD – associação que representa as gravadoras do país – sobre o mercado do disco em 2002 é eficiente em diagnosticar a abrangência de tal crise, expressa sobretudo na diminuição na venda de CDs. Trata-se do mercado mundial em queda livre: "O mercado norte-americano caiu pelo terceiro ano consecutivo em 2002 (...)" ; "O mercado japonês teve seu quinto ano consecutivo de queda em valores (...)" ; "O mercado britânico, que vinha apresentando crescimento há cinco anos consecutivos, encerrou 2002 com o número de vendas de *singles* similar ao de 1992" ; "O mercado alemão registrou seu quinto ano consecutivo de queda" ; "O mercado canadense caiu em valores pelo terceiro ano consecutivo (...)" ; "Em 2002 o setor fonográfico na Espanha apresentou queda (...)" ; na Austrália, no mesmo ano, "o mercado seguiu a tendência mundial de queda" ; "O mercado mexicano apresentou seu segundo ano consecutivo de queda nas vendas" (ABPD, 2003, p. 14-18). Exceções ficam por conta de França e Itália, com relativo crescimento nas vendas.

Aponta-se como motivo para a queda na venda de CDs a substituição de produtos legais por falsificados ou obtidos pela Internet, a competição com outros setores do entretenimento e a instabilidade econômica, principalmente na América

Latina e na Ásia (ABPD, 2003, p. 10). Já o mercado de discos brasileiro de 2002 apresentou crescimento de 3,6% em valores e 1,7% em unidades em relação ao ano anterior (tomando por base valores em reais) – o que não é considerado um desempenho satisfatório, mas bem reproduz a crise generalizada do setor. Traduzidos os números de vendas em dólares, é possível perceber que houve uma queda 16,4% no faturamento, conforme tabela apresentada pela ABPD (2003, p. 20).

A quantidade de CDs vendidos pode ser representada por uma linha descendente desde fins dos anos de 1990. Para se ter idéia, em 1998, foram comercializadas 105 milhões de unidades. Já em 2002, o número cai para menos de 80 milhões. Só na Grande São Paulo, maior centro comercial do país, a queda no faturamento com vendas de CDs, em 2002, foi de 39% em relação a 2001 (Barbosa, 2003).

O cenário não apresenta melhoras em 2003, quando o mercado mundial de discos apresentou “sua maior queda desde o advento do CD” (BBC, 2004) – uma redução de 7,6% em relação a 2002. Os culpados seriam a pirataria, a crise econômica global e a competição com videogames e DVDs. O mercado europeu foi o que apresentou maior queda, sendo que houve recuperação em países como Estados Unidos, Austrália e Grã-Bretanha.

A polêmica em torno dessa grande crise ganha novo gás no Brasil no início de 2003, com o encerramento das atividades da gravadora Abril Music. Os principais motivos apresentados oficialmente foram a dura concorrência com as gravadoras multinacionais e a pirataria.

Como se vê, a pirataria ou comércio ilegal de produtos é uma das tensões que marca o campo musical. Mobiliza campanhas por parte das gravadoras, ações de repreensão policial, faz girar o comércio informal e diz ainda algo a respeito do comportamento do consumidor de música – é, portanto, um indicativo de ação do público. O assunto divide a classe artística, gera tensões internas, mas também solicita a participação de outros campos, como o político e o mediático.

Estima-se que a venda de CDs falsificados, no Brasil, tenha subido de 3% do total vendido pelo mercado, em 1997, para 59% em 2002 (ABPD, 2003, p. 34). Somente no ano de 2002, a APDIF do Brasil – Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, criada em 1995 – acompanhou a apreensão de aproximadamente 20 milhões de CDs falsificados, entre gravados e virgens, sendo que o montante de unidades dessa espécie girou em torno de 115 milhões. A entidade, desde 2000, desenvolve ainda combate à pirataria por meio da Internet, com trabalho de remoção e notificação de *websites* brasileiros considerados ilegais.

Em âmbito mundial, calcula-se que apenas a China supera o Brasil em números absolutos de CDs falsificados. Segundo levantamento da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), a atividade ilegal movimentou US\$ 4,6 bilhões em 2002, o que corresponde a 53% de todos os CDs vendidos no mundo (ABPD, 2003, p. 40).

Outro dado apresentado pelo relatório sobre o mercado de discos em 2002, da ABPD (2003, p. 34), que bem denuncia a crise do setor, diz respeito aos efeitos da queda nas vendas desde 1997. Em cinco anos, houve uma redução de 30% no número de postos de trabalho diretos, caiu em 30% a contratação de artistas, duas mil lojas de discos foram fechadas e 24% a menos de produtos foram lançados. Sem contar perdas com arrecadação de impostos no atacado e no varejo.

Mais do que se aprofundar em dados de mercado e estatísticas do setor, interessa realçar essa crise da indústria para compreender algumas dinâmicas do campo, o embate entre diversas forças capaz de promover remodelações. Estão em voga, portanto, alterações da ordem da produção, da circulação e do consumo da música contemporânea. E os dois elementos abordados, a queda na venda das gravadoras e a pirataria, permitem compreender relações entre essas instâncias. Janotti (2003, p. 55) faz apontamento aí relevante ao dizer que “o consumo musical vai em direção contrária aos índices negativos dos grandes

conglomerados”⁴⁴. Defronta-se com a alteração da própria noção de “audiência musical”.

A proliferação de reprodutores portáteis, por exemplo, como CDs automotivos, *walkman*, enquadra-se aí. Ainda mais importante salientar a atuação da Internet nesse redesenho da audiência musical. Tanto é que a troca de arquivos de música pela rede mundial de computadores é um dos alvos da preocupação das gravadoras, pelo potencial que apresenta. Para se ter idéia das dimensões dessa nova forma de consumo musical, vale lembrar que de 2000 a 2002 foram retiradas do ar mais de 22 mil páginas de música consideradas ilegais pela APDIF. Programas como o Napster, que permitia a livre troca de arquivos de música entre usuários, promovem outra forma de acesso do público à música. O que gera, claro, uma reação por parte das instituições ligadas à esfera da produção industrial⁴⁵.

Com o aumento do acesso à rede, surgem inúmeros *sites* ligados a música. Fãs criam páginas em homenagem a seus ídolos, ouvintes trocam arquivos MP3, outros passam a escrever sobre música, consumidores podem comprar – em alguns casos – um lançamento diretamente no *site* de certo artista, que o envia pelo correio (principalmente entre os independentes). Há ainda bandas que passam a lançar discos inteiros em formato MP3, ou seja, de música digitalizada para computadores. Sem entrar na discussão sobre até que ponto isso interfere nas vendas convencionais em lojas, parece mais oportuno, então, apontar, ainda que brevemente, o desenvolvimento de atividades ligadas a música na Internet como ampliação nas margens de ação do público e sintoma de reajustes na indústria do disco. A possibilidade de adquirir acervos sem a necessidade de troca material do

⁴⁴ Silva (2003, p. 62) faz apontamento semelhante ao explicar que “A existência do comércio do CD pirata está relacionada à expansão do mercado e à grande demanda por parte dos consumidores. A grande maioria é atraída pelo baixo preço do produto, que na realidade é bem inferior ao estipulado pelo mercado oficial”. Não raras vezes o preço de lançamentos sugerido para as lojas ultrapassa a marca dos R\$ 30,00.

⁴⁵ Em 2000, a Aol (America online), cujas ações valiam na época mais que produto interno da Argentina, anunciou a compra do conglomerado Time Warner Inc. – ao qual pertence a gravadora Warner. Uma das propostas motivadoras da fusão era lançar um serviço online de assinatura de músicas.

produto fonográfico (apenas arquivos digitais) tensionam sobremaneira os padrões até então vigentes de informação musical.

Demarca-se, assim, de maneira mais acintosa desde fins dos anos de 1990, um processo de modificação no circuito musical. Questiona-se a prática das grandes gravadoras. Passa a ser desafiado de forma mais ampla o usual esquema artista-gravadora-loja/divulgação-consumidor de circulação do artigo sonoro na sociedade. E nesse sentido tanto a Internet como a pirataria funcionam quase como um mercado paralelo, ou alternativo ao da grande indústria.

Em 2001, bandas norte-americanas como *The Strokes* e *The White Stripes* deveram muito de seu reconhecimento em terras brasileiras à divulgação de canções pela rede (o que não está desvinculado do restante da cadeia mediática, claro, como a crítica musical em jornais). A primeira banda era conhecida e fazia relativo sucesso antes mesmo de lançar um CD. Outros artistas, renegados de início por gravadoras, utilizam-se da pirataria para testar seus produtos, conseguir maior público, visibilidade e divulgação. O músico por vezes negocia seu produto com o vendedor ambulante. É possível até mesmo lançar CDs no mercado informal, que também começa a desenvolver suas regras. “Os vendedores do CD pirata fazem a gente existir. Graças a eles nós temos uma boa divulgação. É bom lembrar que a pirataria não lança qualquer CD”, alega o músico de forró Francis Lopes em entrevista a Expedito Silva (2003, p. 62)⁴⁶.

Assim como Frank Aguiar, Francis Lopes ilustra os contornos de um novo circuito que se desenha. Os dois representantes do forró eletrônico fizeram o caminho que vai dos camelôs às grandes gravadoras. “Através do mercado

⁴⁶ Reproduzo o restante da resposta pelo modo como sugere uma espécie de profissionalização do mercado informal: “Logo que cheguei em São Paulo, eu estava meio desesperado para divulgar o meu CD, e as gravadoras e as rádios não queriam saber do meu trabalho. Aí tive a idéia de recorrer à pirataria para tentar lançar, jogar o meu CD no mercado. Foi quando descobri uma pessoa que era do meio e conhecia pessoas envolvidas com o mercado da pirataria, e ela fez a intermediação. Mas também não é muito fácil, porque elas ficam preocupadas, querendo saber quem é que está por trás do negócio. Cheguei a enviar o meu CD demo para um deles e obtive a resposta que não gravariam o meu CD, que apenas gravariam a fita cassete e eu tinha que pagar o selo e comprar uma certa quantidade de fitas. Aí eu falei: ‘Rapaz, até na pirataria eu tô ferrado. Não pago, desse jeito não pago mesmo’” (Silva, 2003, p. 62).

paralelo, esses artistas conquistaram sucesso garantindo espaço nas emissoras de rádio e de televisão. E, atualmente, em média, realizam trinta shows por mês” (Silva, 2003, p. 118). O músico desenvolve-se, nesse cenário, muitas vezes como um estrategista, com visão de mercado e capacidade de atuação. Ele consegue assimilar (e mapear) dinâmicas de funcionamento do campo musical, o que amplia ainda seu poder de negociação. A situação exige, como se vê, competências que vão além do domínio de um instrumento musical ou de conhecimentos técnicos para execução de uma peça⁴⁷.

Existem, assim, estratégias que desafiam o cerco das grandes gravadoras e propõem outro modo (mais ou menos ousado) de se chegar ao público (no caso de artistas) ou de se experimentar música (no caso do público). O campo é composto, então, por divergências, por forças conflitantes, ou, ainda, por atores em concorrência. É preciso considerar que, mesmo dentro do chamado mercado musical (composto por um circuito embutido na lógica da comercialização da música) existem diferenças nos modos de atuar.

Uma referência obrigatória nesse sentido é o mercado independente – setor que abrange, de modo geral, iniciativas de produção, gravação e divulgação realizados fora das grandes gravadoras. O termo independente é aberto a controvérsias, mas está ligado, sobretudo após os processos de transnacionalização do setor fonográfico, a uma certa oposição aos grandes conglomerados mediáticos, “à aura que envolve tentativas de se firmar no

⁴⁷ Em entrevista a Silva (2003, p. 117-119), *Frank Aguiar* revela algumas de suas táticas: “Primeiro recorri aos camelôs porque queria que meu produto se tornasse conhecido, mas eu não tinha estrutura, as gravadoras não me queriam. Aí eu saí de banca em banca distribuindo as minhas fitas – isto é, eu gravava as fitas em fundo de quintal mesmo. Eram essas as condições que tinha. Depois era só levar aos camelôs. Quando eu ia de banca em banca levando as fitas para os camelôs, dizia a eles: ‘Olha, rapaz, essa fita é boa; tenta vender’. Outras vezes, eu reproduzia umas cem fitas, levava as caixinhas de fita e dizia: ‘Olha, bicho, vou deixar na tua banca, pra ver se tu consegue vender’. E, no outro dia, eu mandava os meus amigos comprarem minhas fitas para ver se conseguia ‘amedrontar’, impressioná-los. Sempre tive essas idéias de marketeiro, e essa história deu certo porque eles [os camelôs] começaram a divulgar e comentar [entre si] dizendo: ‘Pô, o cara vendeu as fitas dele, vamos reproduzir mais’. E a história foi batendo de boca em boca. A partir desse momento comecei a visitar o Largo Treze, em Santo Amaro, a Lapa, a Praça da Sé, São Miguel e fui fazendo a mesma história, montando o mesmo

mercado sem ser tragado pelo poderio das grandes companhias fonográficas” (Janotti, 2003, p. 64).

Fica difícil falar, portanto, em origem do disco independente, mas sua trajetória passa por *Carmélia Alves* (que diz ter lançado o primeiro disco brasileiro independente em 1942), pelo selo *Marcus Pereira* (o primeiro independente direcionado ao mercado), por lançamentos como *Paêbiru* (de Zé Ramalho e Lula Cortês, em 1972), os discos de bolso do jornal *O Pasquim*, pelo grupo *Boca Livre* e a criação de uma Distribuidora Independente, pela Vanguarda Paulista, entre tantos outros marcos também relevantes.

As experiências dos selos independentes *Baratos Afins* e *Cogumelo*, firmados nos anos de 1980, bem como do *Tinitus*, criado em 1992, já seriam capazes de ilustrar a diversidade de relações possíveis para com as *majors* - as grandes gravadoras -, com as lojas e com os media⁴⁸. Alguns selos independentes delegam a distribuição a uma grande gravadora, outros tentam arcar com todo o processo. Há ainda aqueles que procuram funcionar como um pré-filtro para as grandes gravadoras, realizando uma primeira triagem do que tem potencial de vendas e possa satisfazer interesses de mercado. Firmam-se tanto relações de complementariedade quanto de confronto.

Alguns selos surgem baseados em outras atividades correlatas, como casas de *show* e lojas de discos – como *Baratos Afins* e *Devil*, de São Paulo, *Cogumelo*, de Belo Horizonte e – mais recente – *Barulho Records*, de Curitiba. O que mais uma vez dá idéia do grau de interação presente no circuito musical. Tal como com as grandes gravadoras, a relação com as lojas também pode ser assim de cooperação. No entanto, no geral, existem disputas na esfera da distribuição e da divulgação de seus produtos.

esquema de deixar as fitas com os camelôs, depois mandar os amigos comprarem. E com isso o negócio foi crescendo, ‘apavorando’”.

⁴⁸ No cenário internacional, destacam-se como marcos importantes *Creation*, *4AD*, *Sub Pop*, *Demon*, *Stiff* entre outras empresas.

As dificuldades de distribuição física dos produtos às lojas são acrescidas pela falta de interesse das mesmas por produtos que não venham com a marca das majors, considerada uma garantia de sucesso. Da mesma forma se comportam os meios instituídos de promoção e difusão, que raramente abrem espaço para produções alternativas. Assim, ao lado do domínio das majors, as indies têm se desenvolvido num contexto permeado de contradições (Dias, 2000, p. 127).

O desenvolvimento de tecnologias de gravação e a redução do preço da montagem de um estúdio colaboraram para o surgimento desse “novo”⁴⁹ agente do campo musical, que passa a estabelecer relações mais ou menos polêmicas com grandes gravadoras, lojas, meios de comunicação e também com o consumidor. Seu caráter de oposição aos grandes conglomerados multimidiáticos pode se dar tanto no plano de propostas musicais (ao trabalhar um gênero que está fora do mercado), quanto de melhorar o acesso aos produtos fonográficos (quando fixa preços menores que os das grandes gravadoras), para ficar em dois exemplos. O que não quer dizer que tais empresas não estabeleçam também processos de seleção e que não possam funcionar como as grandes e endossar estratégias já consolidadas.

As gravadoras independentes participam de um processo de especialização da produção e de segmentação de mercado, ao permitir explorar novos nichos e regiões. Significa a organização de um sub-setor dentro do mercado de discos. No plano do público, consumir produtos da área independente pode simbolizar um diferencial, uma contestação a certos modos de consumo, uma atitude (como no caso do *rock*) – a depender, claro, dos produtos e das relações em jogo. As indies, como também são chamadas, são um claro indicativo de concorrências entre atores no interior do campo musical – o que parece ganhar força justamente no já referido cenário de crise generalizada do setor fonográfico.

Duas produções independentes figuravam na lista dos cinquenta mais vendidos em junho de 2000⁵⁰. *Jorge Aragão Ao Vivo* ocupava o primeiro lugar em

⁴⁹ Aspas necessárias, uma vez que, nos Estados Unidos, só no final da década de 1940 foram catalogadas mais de seis mil pequenas gravadoras independentes (Janotti, 2003, p. 35).

São Paulo e segundo no Rio. *Morango do Nordeste*, de *Lairton e seus teclados*, tinha o 18º posto em São Paulo e o 23º no Rio. O álbum de *Jorge Aragão* saiu pela *Indie Records*, empresa carioca que já colocou no mercado artistas como *Vinny*, *LS Jack*, *Luiz Melodia*, *Jerry Adriani*, *Wando*, *Boca Livre* e *14 Bis*, e foi distribuído pela Universal. O CD de *Lairton* foi lançado pela *Gema*, gravadora paulista voltada ao segmento “brega romântico” que tem como alvo as regiões norte e nordeste do país (Vicente, 2001, p. 81).

É também nos anos 2000 que surge a iniciativa de 30 selos de todo o país de formar uma associação nacional que representasse a produção independente brasileira (empresas brasileiras dirigidas por residentes no Brasil e atuantes na produção e distribuição musical). A ABMI (Associação Brasileira da Música Independente), foi fundada em janeiro de 2002, com sede em São Paulo, e surgiu de vários encontros de independentes organizados para se discutir o (sub)setor, em 1994, 1999 e 2001.

Ajudam a fortalecer esse tipo de circuito inúmeros festivais ligados à cena independente – como *Porão do Rock* (em Brasília), *Demo Sul* (Londrina), *Goiânia Noise* (Goiânia), *Rock de Inverno* (Curitiba), entre tantos outros -, *sites* com informação sobre esse segmento, *fanzines* entre outras publicações. No geral, o circuito é composto pelo que está fora das grandes, seja um gênero musical, um estilo, ou um artista muito polêmico, atuante.

Nesse aspecto, é importante lembrar a atuação do cantor *Lobão*, sobretudo desde fins da década de 1990, quando consegue maior visibilidade, na discussão de questões relativas ao campo musical. Passou inclusive a ser convidado para debates em universidades. Pela convicção das opiniões, pelas provocações abertas que faz nos espaços mediáticos, pela promoção do debate e por ser quase uma exceção no meio artístico brasileiro (no sentido de que é um artista que esteve no *mainstream* e agora apresenta posicionamento claro de enfrentamento a uma série

⁵⁰ Conforme pesquisa de vendagem realizada pelo Nopem – instituto de pesquisa, criado em 1964, voltado exclusivamente ao mercado fonográfico – no eixo Rio-São Paulo, que corresponde a dois terços do mercado nacional de discos (Vicente, 2001, p. 81).

de fatores prejudiciais à classe), tornou-se praticamente o inimigo número um das grandes gravadoras.

Trata-se de um daqueles artistas que têm visão de como funciona o jogo e reconhece a importância de estar nos media para “fazer acontecer”. Teve papel fundamental na proposição de projeto de lei para a numeração de CDs, como forma de aumentar o controle dos artistas sobre a própria produção e diminuir a chance de pirataria dentro da própria indústria, ou de outras injustiças por parte das gravadoras. Encampou também a luta pelos direitos autorais, pela criminalização do jabá e pela diminuição do preço do CD.

Em 1999, reinventou o mercado independente ao lançar o CD-manifesto *A vida é doce* (que acompanhava um encarte colorido no formato LP) em bancas de jornal, por R\$ 14,90 – bem abaixo da tabela das gravadoras⁵¹. O disco vendeu 100 mil cópias sem tocar em rádio. Outros artistas passaram a seguir o mesmo rumo. Lançou a *Universo Paralelo Records*. Em 2001, vendeu o álbum ao vivo *Uma Odisséia no Universo Paralelo* no mesmo esquema. Em 2003, criou a revista

⁵¹ Em entrevista, Lobão (O Pasquim, 2004) explica como saiu da *Universal* e começou a brigar pela numeração: “FUI NA TELEVISÃO CAITITUAR UM DISCO E NO FINALZINHO - PIRATARIA ERA O ASSUNTO DO DIA – O APRESENTADOR FALOU: "COMPRE O DISCO DO LOBÃO QUE ESSE NÃO É PIRATA. NÃO É, LOBÃO? VOCÊ É CONTRA A PIRATARIA?" FALEI: "DEPENDE DA PIRATARIA. A PARAGUAIA OU A OFICIAL? SE FOR A PARAGUAIA, ACHO ROMÂNTICA, AGORA A OFICIAL É PUSILÂNIME, É ESCROTA, É O FIM DA PICADA". NO DIA SEGUINTE RECEBI UM DISTRATO E SAÍ DA GRAVADORA. "Você é muito malcriado!" Fui então tabular como eu iria sobreviver. Tava já com o repertório de *A Vida é Doce* pronto, tentei fazer alguns contatos com outras gravadoras, evidentemente levei um não retumbante... quer dizer, teve uma que quis gravar um disco, um ao vivo, com uma mulher rebolando, cantando *Me Chama*, fiquei com medo! Eu tava na Lagoa Rodrigo de Freitas pensando no que fazer quando me deparei com uma banca de jornal com uma revista de piadas do Ary Toledo. "Piadas a R\$ 9,99 e um CD grátis!" Eureka! Fiz uma revista muito luxuosa chamada *A Vida é Doce*, incluí o CD - numerado - e cobrei R\$ 14,90. Um preço irrisório perto dos CDs lançados a R\$ 30 ou 40 reais. Nesse bojo fiz uma entrevista de capa pra *Caros Amigos*. Chamei Zeca Baleiro e uma porção de pessoas pra irem comigo falar sobre numeração. Só o Zeca foi. Isso teve uma repercussão enorme, era 2002, tava tendo eleição, e Tânia Soares, suplente do Marcelo Deda, de Aracaju, leu a revista e me ligou: "Lobão, eu sou uma nova parlamentar, fiquei muito emocionada ao te ler na revista e queria ajudar a classe dos músicos. O que posso fazer?" Eu, cético, pedi como quem pede uma pizza pra viagem: "Ah, arranja uma numeração aí. A gente precisa que se numere os discos." Desliguei e não dei muita bola. No ano seguinte ela me telefona: "Olha, consegui por unanimidade".

bimensal *Outra Coisa*, basicamente de crítica musical, que a cada edição traz um CD encartado (de artistas que não figuram nos *cast* de grandes gravadoras). Além de valer-se, portanto, de um outro circuito para viabilizar a obra, há um grau de conflito envolvido em relação ao modelo empresarial usual (que inclui não só gravadoras, mas outros artistas e a divulgação massiva).

A produção independente sustenta-se e justifica-se muito na esteira de uma série de críticas feitas aos meios de divulgação – sobretudo à dificuldade em se fazer tocar nas rádios. Existe um relacionamento muitas vezes tenso entre artistas, gravadoras e meios de comunicação. E no bojo dos comentários aí gerados está a polêmica do jabá, ou jabaculé⁵². O tema gerou repercussão nos Estados Unidos, nos anos de 1950 e 1960, quando DJs foram investigados com o intuito de descobrir se havia pagamento para que determinadas músicas fossem tocadas nas emissoras. Alan Freed, um dos primeiros DJs da história, foi condenado por suborno. Apesar da prática ser corrente em várias emissoras.

A institucionalização do jabá acompanha mudanças no perfil do rádio. “Um ponto importante a ser destacado é que, após esses escândalos, iria surgir nas rádios um formato mais impessoal em que os locutores passaram a seguir a listagem dos programadores” (Janotti, 2003, p. 32). O que não impediu, na verdade facilitou, a prática extra-oficial. Com a redução dos investimentos publicitários no rádio (muito em função do aparecimento da TV), as emissoras passam a vender espaços para empresas fonográficas – daí a proliferação do jabá e a constante queixa dos artistas (que ficam excluídos, claro). Nos anos de 1970, o rádio deixa de ser produtor e difusor de mercadorias culturais específicas para se tornar somente difusor, um espaço privilegiado do mercado de bens culturais (Dias, 2000, p. 159).

A polêmica do jabá se dá misturada a comentários sobre um certo empobrecimento do rádio, ao quase desaparecimento da informação musical e da figura do DJ que comenta, analisa, faz a crítica em detrimento de uma

⁵² “Designa a oferta de favores financeiros, sexuais ou de outra natureza em troca de promoção e divulgação” (Shuker, 1999, p. 180). Em inglês, a expressão é *payola*.

programação mais fechada e previsível, pautada pelo diretor de programação. De acordo com Silva (2003, p. 67), os artistas criticam ainda uma espécie de monopólio que se estabelece em torno de determinadas músicas, artistas e gêneros musicais – a partir da conivência entre os meios massivos (principalmente rádio e TV) e grandes gravadoras⁵³. A queixa recai sobre a dificuldade de um acesso plural ao meio. Em outra proporção, o reclame também se faz a respeito da TV na divulgação musical: o acesso difícil, caro e por isso ocupado majoritariamente por artistas filiados a grandes gravadoras e que garantam audiência. “Programas de grande audiência (...) não costumam aceitar produtos que não venham com a grife de uma grande gravadora, como garantia do retorno que deve resultar em audiência” (Dias, 2000, p. 164-165).

Em que pesem os argumentos de que a TV está limitada pela chancela da audiência e de que seria então espaço só para famosos, é importante ressaltar que nomes hoje amplamente reconhecidos já contaram com a TV no início de carreira (sem o apoio de grandes gravadoras) e programas com números musicais menos sujeitos a essa lógica de mercado (ainda que relegados a horários pobres na grade) fazem parte também da história televisiva (como *Ensaio*, *Bem Brasil*, *Fábrica do Som*, *Programa Livre*, *H*, *Musikaos*, *Chacrinha*, etc.).

Mais que aprofundar as argumentações aí colocadas, elas são pertinentes para se pensar as relações entre os atores do campo musical, as disputas envolvidas. E é claro que as grandes gravadoras constituem um das forças a atuar no campo – seja na pressão sobre as rádios ou na compra das chamadas paradas de sucesso, outra instância que interage no setor. Ao mesmo tempo, é preciso lembrar do campo musical como terreno cercado por contradições. Se de um lado tem-se a força do mercado sobre os meios de divulgação, de outro se observa a queda

⁵³ Um dado referencial é o de que entre os 20 artistas mais executados em rádio no ano de 2002 (ABPD, 2003, p. 28), cinco assinam com a Universal, quatro com a BMG, três com a Warner, dois com a EMI e dois com a Sony. Ou seja, as cinco gigantes do setor respondem por 16 posições do *ranking*. Outro detalhe interessante é a repetição. Os intérpretes *Leonardo*, *Jorge Vercilo* e *Kelly Key* têm duas canções, cada um, na lista das mais tocadas.

mundial na venda de CDs e, portanto, uma possível ruptura nesse mesmo mercado. Concomitante ao processo de concentração da música em um pequeno número de empresas, realiza-se o estabelecimento de mercados regionais de música, como na Bahia⁵⁴ e no Rio Grande do Sul, na década de 1990, e não mais apenas no eixo Rio-São Paulo. A diversidade de propostas sonoras convive com o acesso difícil aos meios massivos.

Este segmento buscou, assim, algumas polêmicas que envolvem a música contemporânea como subsídio para compreender como recentes ajustes demarcam o campo musical como um terreno tenso. Percebe-se que essa fase de ampla mediatização se faz acompanhada de conflitos entre atores e modos de produzir, divulgar e consumir os artigos sonoros. É claro que os pontos abordados não recobrem, nem de longe, toda a gama de discussões travadas atualmente sobre o campo, mas talvez estejam entre os mais visíveis e divulgados – de modo que são raros os comentários feitos sobre música hoje que deixem de citar pelo pelo menos um desses aspectos. Tanto a pirataria quanto o mercado independente e as inventivas ações colocadas em jogo na virada para o século XXI permitem pensar tendências, possibilidades e desafios postos a um modelo então consolidado de comercializar a música. Dizem respeito, ainda, à própria dinâmica e característica polêmica do campo musical brasileiro.

Com base no que foi destacado (selecionado, portanto, e sistematizado/combinado) ao longo do capítulo - a presença da música no cotidiano brasileiro, o caminho que faz dos cafés-cantantes às salas de espera dos cinemas, seu vínculo com o rádio e desenvolvimento como atividade remunerada, sua estruturação em formato industrial e de massa, seu desenvolvimento cada vez mais no âmbito mediático, seus recentes reajustes e tensões -, pode-se fazer algumas inferências sobre a noção de polêmica.

O campo musical deve ser tomado como polêmico em pelo menos duas dimensões interligadas: em sua disposição (estrutura) e em suas relações. O que

⁵⁴ Em meados da década de 1980, “rádio baiana não tocava música baiana; a programação era majoritariamente de música estrangeira, à exceção da Educadora FM

marca a disposição do campo musical brasileiro é a diversidade: de espaços; de atores; de propostas artísticas; de modalidades de produção, divulgação e consumo. De forma que não se tem no país apenas um gênero musical nem um jeito predominante de aprender música (a formação clássica, por exemplo). O circuito musical é composto por uma variedade de atores (compositores, intérpretes, produtores, empresários, agenciadores, gravadoras, público, DJs, VJs, críticos, jornalistas, camelôs, lojistas...) e espaços para a música. A pluralidade de intermediários envolvidos entre a composição e seu consumo no formato CD pode bem dizer a respeito da estrutura diversa referida.

Mas o campo musical brasileiro é também polêmico quanto a suas relações, tanto internas quanto aquelas que estabelece com outros campos. Tais relações são caracterizadas por cooperação, colaboração, complementariedade e também por tensões, divergências, confrontos, disputas. No período focalizado neste breve escopo, do Brasil República ao início dos anos 2000, a música transforma-se em negócio, em profissão e em produto para o consumo. Ela ainda se aproxima gradativamente do palco mediático, através de ingerências, de negociações, de acordos, de relações múltiplas, enfim. O que se alega aqui então é que essa ampliação da esfera musical – diversificam os atores, na divisão cada vez maior do trabalho, aumenta a audiência, na medida em que uma mesma música pode ser ouvida em vários países, proliferam os espaços mediáticos que se valem da música, pululam no mercado novidades tecnológicas para sua reprodução e gravação, há uma relativa expansão de gêneros – tem como base a processual produção de maior diálogo com outros campos, sobretudo o mediático, e dessa configuração – um outro circuito, agora – emergem novas tensões, talvez em escala jamais vista.

Ampliam-se e qualificam-se as relações entre agentes do campo musical e para com outros campos, como o econômico e o mediático. Aos poucos, institucionalizam-se os contatos da esfera musical com a mediática. A polêmica reside fundamentalmente, pois bem, na relação entre artistas, gravadoras, os

que, atuando no outro extremo, tinha por slogan ‘Só dá Brasil’ e fazia concessões apenas à música erudita” (Paulafreitas, 2004, p. 11).

media e público. São instâncias que se comunicam. É muito mais da interação dessas partes que resulta a música contemporânea do que de um ato isolado de inspiração artística – ou então da (maldosa) intenção isolada de um mega empresário do setor. Este também participa, sim. Mas passa a interagir em alguma medida com as demais instâncias para vir a público na forma de registro sonoro.

Seria possível ainda falar que a música estabelece relação polêmica em sua presença no cotidiano, naquilo que tematizam as canções, nas suas relações com o cenário internacional, em seus agrupamentos, movimentos, manifestações coletivas, na diversidade de públicos que envolve, na variedade de produtos que oferece e reinventa diariamente ao consumidor, etc..

Buscou-se traçar um mapa mínimo das forças que participam da constituição do campo musical brasileiro e das relações de conflito aí travadas. Foram abordadas, de forma limitada (até mesmo pelas dimensões que o fenômeno assume) as ações do mercado, de artistas e também da cadeia mediática. Faz-se a ressalva, no entanto, que a instância “público” talvez não tenha recebido o mesmo destaque. O que faz o público nesse processo todo? A questão não parece compor decididamente o quadro de atenção dos autores aqui trabalhados – e de muitos outros consultados e não citados. Ainda assim, ficam algumas pistas da ação do público e das relações que estabelece: ele participa como platéia, como comprador dos produtos (oficiais ou não), como intermediário ou ouvinte especializado (organiza fã-clubes, sites dedicados a artistas, ajuda na promoção de shows e festas), como interlocutor nos meios de comunicação, em grupos de discussão ou comunidades na Internet, como músico, ou apenas atua no amplo processo que a sociedade pratica de ouvir e comentar as músicas nas mais variadas ocasiões. Algumas inferências de uma gama certamente mais complexa e instigante (apesar de pouco explorada) de possibilidades de interação no campo musical, que pode ser alvo de outros estudos ou até mesmo da crítica musical jornalística.

5 Relações (estabelecidas e possíveis) entre campo musical e campo jornalístico

“Tome-se uma tira de papel e nela se escreva quatro ou mais linhas, dizendo que a cantora fulana é um anjo e canta como um serafim, e que a cantora sicrana é um demônio e canta como uma coruja, e mande-se este escrito para a imprensa. Tome-se depois outra tira de papel e diga-se o contrário do que se disse na primeira, e remeta-se do mesmo modo para a imprensa. Isto feito, espalhe-se a voz pela cidade que os partidos das cantoras vão dar pateadas e assobios. À noite abram-se as portas do teatro e sirva-se quente” (Martins Pena)

Este capítulo tem por objetivo explorar as relações historicamente formadas entre campo musical e campo jornalístico, bem como projetar outras interações possíveis e – até mesmo – necessárias com vistas à utilização da crítica musical como elemento de polêmica - no sentido de uma pluralidade de olhares reunidos, de promoção de debate, contrastes, confrontos e conseqüente quebra de modos consensuais de sentir, pensar, divulgar e consumir a música contemporânea.

A trajetória começa por um resgate da noção de crítica , de seu germe tensivo e segue pela recuperação da origem da crítica de música em periódicos, compreendida como resultante de um pedido, de uma solicitação social. Faz-se então uma incursão pelo começo da atividade, no Brasil Império, em busca de melhor compreender como vão se moldando gradualmente interações sobre a música através dos comentários em periódicos. Parte-se então para aspectos notadamente jornalísticos dessa crítica – que inclui uma breve passagem pela constituição dos cadernos de cultura, de um lugar fixo para se conversar sobre música, pela segmentação dessa prática e também por aspectos que marcam, de modo geral, sua produção. Recuperando, de maneira ilustrativa, nesse interlúdio, momentos representativos e – talvez – emblemáticos das tensões travadas entre crítica em jornais, artistas, instituições e público. O que pode, no mínimo, sugerir diversas possibilidades de relações (cooperativas e tensas) colocadas em jogo pela crítica no campo musical. Busca-se, ainda, naquilo que se fala sobre as funções da crítica, seu papel social, objetivos, deveres, a identificação de processos de

disputas sociais, polarizações, para, finalmente, tratar sinteticamente da relevância da crítica musical jornalística na cultura contemporânea.

Como abertura, preparação para os próximos movimentos, cabem algumas observações sobre esse sistema social de retorno sobre a produção musical. A crítica musical é aqui considerada num sentido amplo, referente a diversas modalidades de comentários que têm por objeto a música e não somente os espaços de apreciação crítica de obras. Interessante perceber aí então, após percorrer diversas frentes de constituição do campo musical brasileiro, no capítulo anterior, que em conjunto com as transformações apresentadas, vai se moldando também e ampliando um sistema social de retorno sobre a música – que pode ser chamado de sistema crítico, desde que entendido não necessariamente como sinônimo de criticidade. Enquadram-se aí fã-clubes, escolas de música, conservatórios, livros e – num crescente – espaços situados dentro mesmo dos meios de comunicação, como fanzines, programas de rádio, revistas, jornais, televisão, encartes, universidades, DVDs, entre outros componentes. Ao mesmo tempo em que estes últimos realizam um retorno sobre um sistema produtor de música, também possuem seus subsistemas próprios de retorno (como as cartas enviadas aos jornais, num exemplo mais visualizável).

Interessa anotar que a crítica musical contemporânea (considerada então como sistema) é composta por um complexo de publicações impressas, programas radiofônicos, televisivos, *sites* na internet, filmes no cinema, sem falar em outras instituições e organizações extra-mediáticas. Sendo que cada instância listada permite desdobramentos com relação a proposta editorial, periodicidade, estilo, público leitor, entre outras categorias. E cada um desses espaços críticos, pode-se chamar, realiza movimentações bem interessantes atualmente (que tornam o tema ainda mais pertinente de pesquisas), de modo que fica difícil dizer que algum deles esteja superado ou tenha caído em desuso.

Tome-se por exemplo um meio tradicional como o livro: há uma avalanche nas prateleiras das livrarias de (auto)biografias de músicos, ou de grupos. Podem ser lembradas as recentes obras sobre a vida de *Bob Dylan*, *Kurt*

Cobain e Chico Buarque, para ficarmos bem acompanhados. No setor de revistas, surgem publicações que, além de oferecem informação sobre música, lançam CDs a cada nova edição, como a *Outra Coisa*. Isso sem falar em como o formato resenha de discos virou moda nas páginas tanto das especializadas em música como das generalistas, femininas, entre outras.

Nos grandes jornais, só a expansão dos comentários sobre música para outros cadernos além do de cultura já suscita uma investigação. Mesmo os jornais que não têm caderno de cultura não deixam de falar de música em pequenas notas casuais em colunas sociais ou matérias informativas. Nas rádio, parece urgente pensar na atuação dos DJs como críticos de música – ou de que modo a informação musical foi aos poucos varrida do dial (leitura semelhante pode ser feita com relação aos VJs, na MTV). A internet é um prato cheio, pela explosão de *blogs*, *ezines* e outros sítios exclusivamente dedicados aos comentário sobre música – muitas vezes especializados, como os brasileiros *Senhor F* e *Whiplash*⁵⁵.

No cinema, existem desde películas recentes que seguem no ritmo das biografias – como *Ray*, *Cazuza* – até produções que dramatizam e de algum modo ensinam sobre os meandros da indústria fonográfica, como *Quase Famosos*, passando pelas relações pessoais com as canções, como *Alta Fidelidade*. A “música para assistir” dos DVDs – cujas vendas em 2003 cresceram 21,4% em unidades, somando um total de 3,5 milhões de vídeo-discos musicais (Girardi, 2005, p. 1) – mistura espetáculos e informações sobre os artistas e pede uma análise nesse sentido⁵⁶.

Um veículo pouco abordado nas discussões sobre crítica musical é a televisão. Um contrasenso, tendo em vista a diversidade de formatos de programas televisivos na grande que compõe o sistema crítico e a longevidade de alguns. Além de espaços voltados à transmissão de *shows*, existem aquele que misturam

⁵⁵ Respectivamente, nos endereços www.senhorf.com.br e www.whiplash.net.

⁵⁶ “A possibilidade de conferir performances ao vivo, videoclipes, *making offs* e entrevistas de ídolos da música pop é o grande atrativo desse novo tipo de mídia, que, em muitos casos, acabam custando menos que os próprios CDs de música” (Girardi, 2005, p. 1).

apresentações musicais e informação e outros ainda que se sustentam de modo mais concentrado nos comentários. O programa *Viola, Minha Viola*, da TV Cultura, apresentado por Inezita Barroso, por exemplo, completa 25 anos no ar – predominam números de música caipira envolvidos por conversas de roda. Da mesma emissora, é possível também citar o *Jazz & Cia*, que mescla apresentações com explicações, história sobre gêneros ou tendências, informações sobre determinado artista. Mais adepto do noticiário sobre música é o *Alto-Falante*, uma produção da Rede Minas, também exibido na TV Cultura. Criado em 1997, o programa conta com notas informativas sobre novidades, clipes, reportagem e genealogia (em que se remonta a história de determinada banda). Merece a citação também por indicar uma solidificação da cobertura musical televisiva para além do eixo Rio-São Paulo. A transmissão, ao vivo, do desfile das escolas de samba, direto do Rio de Janeiro, também pode fornecer um rico material para o estudo de uma modalidade um tanto *sui generis* de crítica – praticada ao vivo.

No outro oposto da TV estão os jornais diários impressos, pois quando se fala em crítica – a despeito de todo esse rico cenário – a referência mais forte e usual, associação praticamente direta, é a imprensa. E aí já se tem um dado sobre a histórica relação entre crítica musical e jornalismo. É esse lugar comum, por assim dizer, da crítica, os jornais, que aqui interessam – o que não quer dizer que eles sejam sempre os mesmos ou façam as mesmas coisas. Mas montar esse amplo mosaico é pertinente: a) para não se pensar isoladamente o veículo em questão – daí a concepção de um sistema de retorno; b) como assinalamento e explicitação da delimitação (ou opção) praticada por esta pesquisa, que se preocupa com a crítica musical jornalística; e c) para, em alguma medida, sinalizar a relevância do fenômeno crítico na contemporaneidade - justamente quando se fala em fim da crítica, do jornalismo cultural, etc..

5.1 Da noção de crítica: etimologicamente polêmica

A idéia de crítica, na sociedade, carrega em si certo desconforto. No Brasil, o lema senso comum de que “criticar é falar mal” representa bem a carga

pejorativa atribuída à atividade. Criticar já está de algum modo associado a um trabalho penoso, causa de certo mal-estar – daí a vigência de outra máxima extremamente repetida, de que “ninguém gosta de ser criticado” ou coisa semelhante. A palavra está impregnada, assim, por uma atmosfera de atrito, desconforto. Um entorno que a joga para o lado oposto de termos como prazer, aprendizado, criação – é quase como algo não desejável.

No dicionário, se por um lado a expressão “crítica” está ligada a exame e/ou julgamento de obras, comentário, apreciação teórica ou estética, discernimento, critério, discussão dos fatos históricos, censura, condenação, o ato de “criticar” já faz referência a “dizer mal de”. A expressão “Crítico”, por sua vez, além de significar crise ou aquele que tece julgamentos, aparece também como associada a grave, perigoso, embaraçoso, difícil.

Pertinente, assim, recuperar a etimologia da palavra, para além do sentido hoje (socialmente) cristalizado. “Crítica” vem de uma palavra grega, *krinein*. Significa “quebrar”. “A mesma palavra está na raiz de ‘crise’, por exemplo. E a crítica, nalguma medida, faz isso mesmo: quebra uma obra em pedaços, pondo em crise a idéia que se fazia dela” (Nestrovski, 2000, p. 10). Está relacionada ao verbo grego *krino*, “escolher”. Possuem a mesma etimologia as palavras crise, crítica e critério.

Pode-se dizer que a palavra “crítica” torna-se vigente no século XVIII. “Kant emprestou à palavra ‘crítica’ a acepção de um tribunal erigido pela razão, por si mesma e para si mesma (...)”, com finalidades de julgamento, seja na esfera dos conhecimentos teórico, prático ou dos juízos reflexivos – o que se traduz, respectivamente, nas obras *Crítica da razão pura*, *Crítica da razão prática* e *Crítica da faculdade de julgar* (Nunes, 2000, p. 51). Nas palavras do filósofo, presentes no prefácio da primeira obra referida, citadas no dicionário digital de Videotexto.Info (2004), a crítica se exerce como “o tribunal que garanta a razão em suas pretensões legítimas, mas condene as que não tenham fundamento [...] com respeito a todos os conhecimentos aos quais ela pode aspirar, independentemente da experiência”.

Sem pretender o aprofundamento no que se transforma aí em um conceito, o de crítica, nem adaptar simplesmente tais reflexões para um cenário e uma prática completamente diversos, vale frisar, em linhas gerais, a gradual associação possível entre crítica e julgamento. A crítica, além de remeter na etimologia a crise, quebra, pode aí ser lida como um tribunal, que absolve, mas também condena. Isto é, a palavra, em sua raiz, já está vinculada a alguma medida de polêmica, no sentido de estabelecer relações de tensão – o que não corresponde, tal como faz o senso comum, em atribuir-lhe um caráter necessariamente danoso, indesejável, destrutivo, parasita. Em palestra, ao apresentar conferência de Gerd Boheim, o filósofo Renato Janine Ribeiro (2000) faz ressalva nesse sentido e que, pela perspicácia e pelo brilhantismo, merece ser reproduzida:

Hoje realçamos sobretudo o sentido *negativo* da crise: ao tratar dela, sobretudo na economia ou no amor, enfatizamos o que tem de ruim e sonhamos com aquele bom momento, passado ou futuro, em que tudo esteve ou estará em seu devido e calmo lugar. Mas, se assim procedemos hoje, com isso perdemos de vista o sentido mais forte, *positivo*, do étimo. Pois, na crítica, há uma escolha. Há uma criação. Ninguém entenderá bem o que é criticar, na chave de nossos dias, se continuar separando a crítica e a criação artística, se entender a primeira como mera parasita da segunda, se não perceber que, por um lado, criar artisticamente exige critérios e escolhas, e que, por outro, criticar não é apenas decifrar uma criação inconsciente, a do artista. Criticar não é aplicar mecanicamente um critério já pronto a uma obra ou ação. É entrar na crise. É propor critérios que antes não existiam. É inventar o novo (Ribeiro, 2000, p. 31-32).

Não há, portanto, nada de mau ou ruim intrinsecamente ligado à atividade crítica. Sabe-se que sua prática e aceitabilidade são variáveis em cada época e sociedade. Mas é interessante perceber que seu aspecto tenso, de colocar em crise, debater, está presente na origem da expressão “crítica”. Seus usos, porém, são extensamente variados. Outra definição, essa bem mais extensa quanto aos possíveis fazeres da crítica, presente em Videotexto.Info (2004), é de que se refere, do ponto de vista de suas origens históricas, de maneira ampla, ao “conjunto de princípios teóricos e de juízos pronunciados sobre uma determinada

expressão artística (...). A crítica tem aí objetivos diversos, como extrair os significados possíveis de sua natureza, gênese e desenvolvimento históricos, dos gêneros e técnicas utilizadas, funções e efeitos socioculturais, de suas características temporais, comparar com as demais expressões artísticas ou atividades e conhecimentos, entre outros.

A expressão “crítica” remete a esse emaranhado de idéias, que pode ser compreendido como polêmico tanto em sua dimensão tensa, de debater, colocar em crise, ou entrar na crise, quanto na sua pluralidade de objetivos e fazeres possíveis⁵⁷.

5.2 O surgimento da crítica musical periódica: uma resposta às demandas sociais (orientação e explicação)

O desenvolvimento da imprensa instaura um novo gênero de escritos sobre música. O jornalismo sobre música, que hoje compreende a veiculação de notícias, críticas e comentários musicais em periódicos especializados e em jornais diários, se expandiu no século XVIII. Em 1722, na Alemanha, registra-se o nascimento do primeiro periódico totalmente voltado à música, o *Critica Musica*, com notícias sobre eventos musicais recentes, livros novos, personalidades musicais, comentários e polêmicas a respeito de composições. Antes disso, porém, os jornais já faziam a divulgação de eventos musicais.

Entre 1728 e 1766, a Alemanha contava com sete periódicos musicais. Na Inglaterra, as publicações especializadas aparecem a partir de 1752, mas no fim do século XVII já se fazia divulgação de concertos na *London Gazette*. O número de jornais especializados aumenta em fins do século XVIII, principalmente na Alemanha. O jornalismo musical acompanha a disseminação da imprensa

⁵⁷ Outro exemplar, nesse aspecto, é a definição de Coelho (1999, p. 102). A crítica de cultura, “Em sentido amplo, designa a prática reiterada de análise da produção cultural; nesta acepção, a crítica não é valorativa (não se propõe especificamente a julgar um produto, a considerá-lo bom ou mau) mas compreensiva e situacional: procura compreender a gênese de determinada obra e situá-la no contexto da linguagem a que pertence a obra em estudo (se obra de cinema, teatral, literária, etc.) e no âmbito maior do processo cultural geral de uma época e local”.

periódica e o surgimento da crítica musical moderna. Cavalheiro Filho (1996, p. 8) assinala que

a crítica musical surgiu inicialmente em panfletos e jornais consagrados à crítica literária e artística, no momento em que um novo público nascia para as artes, formado por ‘amadores esclarecidos’, e em que a função de julgamento foi sendo assumida por uma crítica profissional.

O fortalecimento da crítica musical é correlato, então, ao aparecimento de um novo público consumidor de artes – categoria inexistente antes do século XVIII. Os centros urbanos europeus reivindicam aí a produção artística, antes sob a tutela do Estado e da Igreja, com a institucionalização de concertos, teatros e museus como lugares públicos. A discussão sobre artes torna-se um forma de apropriação. A crítica é um prolongamento dessas conversas realizadas em salões, na França, em cafés, na Inglaterra, e nas sociedades de comensais, na Alemanha.

Revistas impressas logo tratam de dar publicidade à crítica originada nesses espaços públicos. É desse momento histórico – de transferência das funções culturais das cortes para as cidades e do surgimento de uma esfera pública burguesa, derivado do papel cada vez mais ativo da imprensa na mediação entre sociedade e Estado – que emerge o jornalismo e a crítica voltados para música.

De jornais e revistas dedicados à crítica literária e artística a periódicos inteiramente voltados à crítica musical erudita – principalmente na Alemanha – e, já no século XIX, em jornais diários. Esse é o caminho, em síntese, percorrido pela crítica musical. Ela vislumbra um novo público consumidor de artes - a classe média passa a dividir espaços com burgueses instruídos e aristocratas citadinos – que forja uma demanda por orientação e busca instruir-se pela leitura dos jornais.

Outro traço dessa demanda – e de uma cultura musical de classe média – é que a presença da música em jornais diários⁵⁸ acompanha, no século XIX, uma certa explosão editorial que envolve literatura biográfica sobre os músicos, guias de repertório, métodos populares de aprendizado musical, histórias da música para o grande público e notas de programa lidas durante os concertos. A disposição para orientar, direcionar um consumo – seja ao informar sobre o melhor concerto ou a pior peça musical de certo compositor – é característica imanente, assim, à própria origem da crítica musical.

Essa característica surge na esteira de outra demanda social, mais antiga, por assim dizer, que é a necessidade de explicação sobre a produção artística. A crítica de arte, notadamente, surge de mudanças na esfera artística. Altera-se o modo de se relacionar com o mundo da arte. Ou melhor, é possível dizer que a “crítica vive da morte da comunicação” (Bornheim, 2000, p. 39). Desaparece o fundamento, o caráter religioso que envolvia e permitia uma comunicação completa entre artes e indivíduos. Que se pense aí, como sugere o autor, no cristão medieval que entra numa catedral gótica para participar do culto divino. A audição da palavra divina, a visão arquitetônica, a música, a luminosidade plástica, tudo isso cria um todo do ambiente que era comunicação. Tal modalidade de comunicação entra em crise. A arte não se esgota em si mesma. A comunicação não é plena nem absoluta. E mais, precisa-se de explicação, elucidação.

Bornheim (Ibid., p. 40) fornece como exemplos do “signo de uma certa crise”: o não entendimento, por parte do público, de uma fuga de Beethoven (“Qual o significado dessa retração dos ouvintes?”, questiona); a ambigüidade radical do romance de Flaubert, *Madame Bovary* – há ao mesmo tempo “as aventuras balzaqueamente vulgares de uma personagem a aliciar o interesse do leitor” e o romance da própria linguagem romanesca, que “veio a transformar, como é notório, toda a natureza do romance moderno”; e, por fim, “a já banal anedota atribuída a Picasso de que maçãs não foram feitas para serem pintadas, e,

sim, para serem comidas (...)” - a fruta vira aí mero pretexto, o que interessa e passa a chamar a atenção está na própria pintura (é outro o regime de representação: “a arte se concentra agora, e por inteiro, na ponta do pincel”). Da impossibilidade de total compreensão das obras, emerge uma solicitação social por elucidação, pelo desempenho crítico.

A crítica musical nasce no início do século 19. Não seria exagero afirmar que surge para dar conta da música de Beethoven. Foi a dificuldade de compreender suas últimas obras – dificuldade que permanece até hoje e não vai deixar de existir nunca, porque faz parte do que elas têm a dizer – que levou um autor como E. T. A. Hoffmann a redigir os primeiros ensaios de interpretação musical. A compreensão, portanto – não o ‘gosto’ -, é o ponto de partida e chegada da crítica (Nestrovski, 2000, p. 10).

Pode-se dizer que é da convergência dessas duas demandas (de orientação e explicação) que emerge e se desenvolve a prática da crítica periódica. A arte passa por um processo de dessacralização, Deus deixa de ser o criador definitivo e, gradualmente, uma nova classe ascende aos (novos) espaços da arte e ali procura se localizar. “Pois que entre em cena o crítico” (Bornheim, 2000, p. 40).

A crítica profissional surge de transformações sociais da modernidade e de alterações relativas ao fazer artístico, que pedem – por assim dizer – um avaliador, uma voz de referência até mesmo para os artistas, e um conselheiro para o público. “À medida que o artista foi se tornando um profissional liberal, tendo que vender suas obras e seu trabalho, passou a sentir necessidade de um intermediário (...)”, capaz de explicar o valor das obras e compará-las (Costa, 1999, p. 47). O mercado da arte passa a contar com pessoas não exatamente habituadas às artes e aos artistas e daí deriva a necessidade de um novo profissional, situado entre o público e o artista.

⁵⁸ Primeiramente na Alemanha, Inglaterra e França, nos respectivos jornais *Vossischezeitung*, *The Times* e *The Atlas* (Cavalheiro Filho, 1996, p. 25).

5.3 Brigas de torcidas nos teatros: surge a crítica musical periódica no Brasil

Como e quando se dá a entrada em cena da crítica musical no Brasil? Que relações estabelece, desde seus primórdios, com o público e com as instituições do mundo da música? Tais questões são ainda pouco abordadas em pesquisas e demais obras bibliográficas, sejam da área da música ou do jornalismo – o que coloca algumas limitações a tal empenho, mas não impede, claro, uma mínima compreensão do processo. Nesse quadro escasso, torna-se extremamente relevante (e urgente) a sistematização e recuperação de textos da crítica feitas por Luís Antônio Giron (2004), em *Minoridade Crítica* (adaptação em livro de dissertação de mestrado). O autor aborda o período de 1826 a 1861 e merece essa ressalva mediante os comentários feitos anteriormente sobre uma tendência pouco analítica no estado da arte sobre crítica musical. São levados a cabo características e variações dos textos, publicações, reações do público, aspectos da vida musical do país, nomes (ou possíveis cânones) dessa crítica, entre outras perspectivas sobre a nascente atividade.

O Primeiro Império (1822-1831), o período regencial (1831-1840) e as duas primeiras décadas do governo de Dom Pedro II (1841-1861) são os momentos que testemunham a efetiva emergência da crítica e a necessidade do raciocínio estético no Brasil, com a emergência das publicações literárias e musicais (Giron, 2004, p. 16).

A primeira crítica de música sobre um evento musical no Rio de Janeiro foi publicada em julho de 1820, no jornal mensal vienense *Allgemeine Musikalische Zeitung*, sobre apresentação de peça de Mozart, em dezembro de 1819. Mas o surgimento da crítica de música em território nacional pode ser datado mesmo de junho de 1826, em colunas especiais no diário carioca *O Spectador Brasileiro*. A atividade começa a ser praticada dentro da crônica teatral, nos comentários sobre óperas e músicas de concerto nos folhetins dos jornais e

revistas do Rio de Janeiro - “Crítica musical é sinônimo de crônica teatral” (Ibid., p. 17).

O aparecimento e o desenvolvimento da crítica musical é correlato, no período do Império: à gradual fundação de instituições, como o Conservatório Nacional de Música, as sociedades de concerto, o Teatro Provisório e a Ópera Nacional; ao estabelecimento da imprensa livre, crescimento no número de periódicos, numa época marcada por conturbações políticas, sociais e culturais; e ao surgimento de um público consumidor de cultura, que passa a adotar como diversão a ida ao teatro, às óperas e aos concertos – em muitos casos assimilando tendências européias.

O aumento na frequência ao teatro, elevado então à categoria de principal diversão da capital, as temporadas de ópera e suas prima-donas, as tendências européias que chegavam via imprensa, tudo isso contribui para gerar novas práticas e organizações no universo cultural. Em 1827, toma-se por hábito, nos teatros, de uma hora outra, atirar moedas de cobre ao palco quando o cantor desagrada (Ibid., p. 73). Formam-se os partidos teatrais, espécie de torcidas com os quais os artistas passam a contar (a versão contemporânea talvez seja o fã-clube). A platéia divide-se, rivaliza em função dessa ou daquela prima-dona. Os partidos de gosto travam embates. De um lado os tradicionalistas, de outro os sedentos e adeptos das novidades (musicais, sonoras, estéticas, comportamentais) parisienses. A crítica ensaia aí suas explorações apaixonadas e polêmicas.

O texto crítico aparece do amadurecimento do gosto do público pela ópera e as novidades européias. Os jornais são um espelho do público e de sua necessidade de instrução e recreio. As opiniões, especializadas ou não, são acompanhadas pelo leitor, que se posiciona por um partido estético, assim como opta pelos partidos políticos. A batalha estética, no entanto, tem pouco a ver com a política. Indiretamente, pode indicar um conflito entre a sociedade colonial e a nova ordem da nação independente. O fato é que o público paga pelos espetáculos e interage com a produção artística, aspectos retratados nos jornais do período (Giron, 2004, p. 74).

A crítica, já em seus nascimentos (anterior ao da crítica literária, vale lembrar), participa então de um ambiente polêmico, num clima de briga de torcidas, no desafio ou confirmação das preferências por determinada prima-dona. Há uma espécie de partidarismo artístico nos jornais, com acusações, deboches, depreciação, encantos, ataques e defesas dos artistas preferidos.

5.3.1 A revolta dos dândis I

Este debate presente na crítica está longe, no entanto, de ser uma metódica avaliação da música. Está muito mais próximo de uma discussão acalorada, com troca de insultos entre críticos, inclusive, baseada numa violência verbal, muitas vezes, e que não raro ia parar em questões extra-musicais. O surto opinativo toma conta da crítica de música (marcadamente até a década de 30 do século XIX) e o teatro é visto como um campo de batalhas⁵⁹. Pratica-se uma crítica de combate. Registra-se aí mudanças fundamentais, portanto, no trato da música, nos termos, no tom e nos interlocutores do debate.

Não se pode negar que, quando a corte portuguesa se instalou no Rio de Janeiro, em 1808, algumas cidades possuíam a tradição de conhecimento e debate musicais. “Tratados e ‘artinhas’ eram passados de mão em mão, e correspondências de teor estético faziam parte da vida cotidiana da intelectualidade (...)” (Ibid., p. 45). Na ausência da imprensa, antes do advento da crítica, as polêmicas giravam em torno de questões estritamente musicais e ficavam apenas entre os diretamente envolvidos – não havia repercussão⁶⁰. Cartas

⁵⁹ “Discute-se ópera como se em Rossini se travasse uma guerra santa” (Giron, 2004, p. 94).

⁶⁰ Um exemplo é a polêmica travada em 1734 entre Caetano de Melo de Jesus, padre e mestre-de-capela da Sé de Salvador, com músicos e teóricos do Brasil e de Portugal. “O que leva Caetano de Melo de Jesus e diversos sábios do Brasil e de Portugal a se manifestar em textos de polêmica é uma questão teórica em torno dos signos da música: é possível compor um contraponto (‘cantoria’) com todos os acidentes da clave e grafá-la, portanto, ou com os sete bemóis ou os sete sustenidos da divisão cromática? Qual é o gênero apoiado na natureza, o diatônico, com seus cinco tons e dois semitons, ou

e relatos de viajantes, relatos oficiais e memórias de artistas não chegavam a constituir assim um debate público de idéias sobre música. O que se tem é teoria musical debatida e aprendida num universo restrito, reduzido de participantes, geralmente associados à esfera religiosa, longe das ruas.

Até 1821, o único jornal a informar sobre óperas e concertos era o oficial *Gazeta do Rio de Janeiro*, que se eximia de emitir opiniões ou publicar resenhas críticas (Ibid., 59). A chegada da crítica marca, assim, uma certa destituição da exclusividade de certos atores no debate de idéias sobre música. E mais, altera profundamente o tom da conversa.

A proliferação das especulações sobre a percepção musical e seus traços filosóficos correspondeu ao acesso do público leigo a um conhecimento quase secreto. Mas o academicismo e a austeridade, resquícios do período colonial e da educação jesuíta, iriam ser tragados pelos dragões da Independência. No lugar dos velhos professores, os diletantes, os dândis da nova ordem, poriam novas idéias em circulação e fariam da reflexão estética um jogo: o folhetim. E isso, com interrupções, por todo o século... (Giron, 2004, p. 71).

A crítica produz textos algo diletantes, sem grandes vôos ou análises, mais atentos a aspectos emocionais, à dimensão teatral dos espetáculos, com poucas observações sobre a execução musical. Ao invés de cléricos e sábios, agora é a vez de dândis recobertos por pseudônimos (que escondiam, em geral, o dono do jornal) se apropriarem da discussão sobre música. Fazem-se ameaças, retuques e alimenta-se a criação de partidos teatrais.

A crítica se faz, nesse período inicial, sob o signo do mau-comportamento (troca de insultos, descrições pejorativas publicadas sem censura), o que pode justificar certa atração do leitor, “(...) mesmo porque o linguajar e o tom escancarado das críticas contrastava com o geralmente bom comportamento

o cromático, com seus 24 semitons? Existe a possibilidade de conciliação entre as divisões harmônica e aritmética?” (Giron, 2004, p. 46).

verbal do restante do jornal” (Ibid., p. 94). A publicação de críticas em jornais se realiza de forma mais proliferada e sistemática, sendo que a ópera – elemento já inserido no cotidiano - é muitas vezes pretexto para criar controvérsia. Começa e existir maior interação entre artistas, crítica e público, tal como nota Giron (Ibid., p. 101-102):

A ópera é entendida como uma diversão completa, tanto espelho das correntes políticas como fuga dos afazeres. A crítica serve como prolongamento e, muitas vezes, substituto do recreio. É lida em todo o território do império e comentada e repercutida nos jornais da província. Não apenas procede ao retrato e à crônica da vida musical, como atinge diretamente os elencos e impele o público a ir ao teatro. Na década de 1820, tempo ainda árcade em paradigmas estéticos, a corte brasileira possuía um público, artistas e, muito embora incipiente e levada pela moda, uma crítica. Em que ela consiste em tal contexto? Um ímpeto quase irracional de interpretar o fenômeno artístico local. “Crítica” é sinônimo de “diletantismo”.

Ao ficar muitas vezes no que seria a epiderme da discussão de teor propriamente musical, a crítica participa assim de alterações na dinâmica do campo cultural, incita à participação, gera reações, promove interação entre as instâncias. Colabora, ainda, no registro de aspectos antes impensáveis de se encontrar nos debates sobre música – como a interpretação dos artistas, os entornos da cena, as pequenas controvérsias e o comportamento do público nos teatros.

5.3.2 A revolta dos dândis II

Essa segunda “revolta” aqui anunciada não faz exatamente referência a uma etapa posterior à primeira, mas à necessidade de acoplar outra abordagem (simultânea) à emergência da crítica. Diz respeito, assim, à proliferação de publicações, às variações de estilo, diferenciações de público e ao uso de diversas

estratégias por parte da crítica – um campo de ações múltiplas, enfim, de diversos fazeres.

A relação de periódicos consultados por Giron (2004, p. 34) fornece um panorama de jornais e revistas que, em maior ou menor grau, atuavam na crítica de música na primeira metade do século XIX⁶¹: *Gazeta do Rio de Janeiro* (1824-1827), *O Spectador Brasileiro* (1824-1827), *Astrea* (1826-1832), *L'Écho de L'Amérique du Sud* (1827-1828), *Luz Brasileira* (1829-1831), *Espelho Diamantino* (1827-1828), *L'Indépendant* (1827), *Jornal do Commercio* (1827-1856), *Gazeta do Brasil* (1828), *Correio Mercantil* (1830-1836), *Revista da Sociedade Philomatica* (1833), *Nitheroy* (1836), *Correio das Modas* (1839-1840), *Minerva Brasiliense* (1843-1845), *O Ramalhete das Damas* (1842-1850), *O Mercantil* (1844-1847), *Guanabara* (1850-1855), *Jornal das Senhoras* (1852-1855), *Marmota Fluminense* (1855-1857), *Revista Popular* (1859-1862), *O Espelho* (1859-1860) e *Revista Dramática* (1860).

Existem, nesse leque de publicações, variações de estilo, proposta e público leitor. *O Espelho Diamantino*, *Correio das Modas* e o *Jornal das Senhoras*, por exemplo, são periódicos femininos. Tratam de música, mas também de moda, bailes e publicam partituras, em alguns casos. De acordo com Giron (2004, p. 118), a contribuição do *Correio das Modas* está na cobertura que faz de eventos não-operísticos e no registro dos primeiros momentos do Romantismo. “Forma-se um ouvinte muito diferente daquele que lançava patações ao palco e pateava a orquestra”.

A primeira publicação feminina foi o jornal *Espelho Diamantino*, que não raras vezes, ao comentar a música, desferia crítica ao restante da imprensa, a outros críticos. O *Jornal das Senhoras* tenta imprimir um ângulo feminino à crônica musical, é o primeiro periódico feminino da Corte redigido exclusivamente por mulheres (Ibid., p. 163). Estocadas em críticos adversários são comuns às três redatoras, como que a marcar uma diferenciação na abordagem da música. Segue-se mais a agilidade do estilo folhetim, uma mistura de crítica,

⁶¹ Referidos, entre parênteses, com datas de suas respectivas circulações.

digressão, retrato e fisiologia. Flagra-se um público mais exigente e também mais aberto aos gêneros popularescos, como lundu, modinha e danças de salão uma geração de compositores efêmeros. As três folhetinistas podem ser consideradas porta-vozes dos diletantes: “exclamam, lamentam, comovem-se e têm *insights* sobre o cotidiano musical do seu tempo” (Ibid., p. 170). “Nas páginas agitadas do *Jornal das Senhoras* vibram noites esquecidas pela história da música”, destaca Giron.

A periodicidade das publicações também é variada, vai de semanários, diários a mensais, como o *Ramalhete das Damas*, dedicado exclusivamente à publicação de partituras de canto e piano. Em certos casos, o imediatismo da polêmica fácil e o impressionismo é substituído por maior análise e procura de um conhecimento musical. Uma carta, escrita por um músico que usa as iniciais “D. A. G. de F.”, resposta a uma série de polêmicas então travadas e publicada em outubro de 1827 no suplemento da *Astrea*, talvez tenha sido a “(...) primeira crítica com desnsidade a sair na imprensa brasileira, pois se ocupa dos aspectos musicais dos objetos das polêmicas dos críticos recém-nascidos” (Ibid., p. 90).

Em 1836, por sua vez, a revista *Nitheroy* publica, em seu número inaugural, o primeiro ensaio sobre música brasileira. Isto é, ocorre uma diversidade de propostas editoriais, que vai da simples cobertura de eventos, aos periódicos de variedade e revistas voltadas a uma esfera mais culta, acadêmica, como *O Guanabara*.

Ao longo da década de 40 do século XIX, o cenário da crítica musical ganha em diversidade de estilos e contaminações textuais, vindas em muito da literatura. A crônica musical destaca-se aí já como um gênero híbrido. Pode-se ilustrar os diversos fazeres críticos através das figuras do diletante, do partidista e do folhetinista.

O primeiro é o amante da música, pronto a frequentar todos os espetáculos. O segundo vai à ópera como quem aposta nas corridas; ingressa em um partido de prima-dona e está disposto a tudo para defendê-la. O folhetinista nada mais é do que um melômano mais ou

menos especializado que escreve (ou escrevinha) para as colunas de recreio dos jornais. O folhetim se afirma como gênero misto de literatura, devaneio em torno da política e dos hábitos sociais e resenhas de espetáculos. Vindo da França, como a moda e os novos comportamentos, ele surge para dar conta da cobertura do recreio e do devaneio do público (Giron, 2004, p. 119-120).

Um dos marcos da época é o trabalho sobre música, em folhetins, de Martins Pena. “Pena é o primeiro crítico musical brasileiro a ensaiar a autodefinição. Sua obra assinala o entrecruzamento de forças aparentemente contraditórias: dramalhão, tragédia, comédia e ópera. Uma força incide sobre outra, em surto de influências e entretextos (Ibid., p. 127). Passa a ser referência a outros críticos vindouros. Trabalha com humor, brinca com as palavras, tenta entender os espetáculos e influenciá-los e contribui para forjar um gênero autônomo que é a crítica.

O personagem do folhetinista, traçado com auxílio das reflexões de Martins Pena, imagina em muito estar na França e se perde na euforia de acompanhar todos os eventos. Sedento por novidades, inscreve múltiplos fazeres no campo musical: escreve sobre óperas, corrige os cantores, analisa os músicos, derruba pretensões, sem tomar partido de cantoras, narra o trecho das óperas, esboça reflexões mais ou menos filosóficas, censura vestuário e cenários, denuncia problemas administrativos e desonestidade, aponta os descasos da censura, manifesta emoções e presta atenção no comportamento e nas reações de artistas e platéia (Ibid., p. 131).

Esta ânsia na cobertura musical dá idéia, em alguma medida, da intensidade com que se dão as interações entre instituições, artistas, público e crítica. Os músicos escrevem cartas de resposta aos jornais, os críticos são por vezes hostilizados no teatro e seus escritos, pelo grau de polêmica e penetração nos partidos, ajudam a encher os teatros – como um circuito. “É a fórmula infalível para fazer dinheiro nos teatros. O circuito (...) está completo. Publicam-se folhetos anônimos, com o objetivo de atingir cantores, os jornais diários e as

revistas não deixam de estampar folhetins e as tipografias editam os libretos das óperas de sucesso (Giron, 2004, p. 133).

Paralelo ao aparecimento de publicações em que crítica e análise traçam aproximações, em busca de um saber mais objetivo, há um interessante movimento de proliferação dos folhetinistas, com uma produção marcada por fanatismos, pela ênfase em escala inédita da opinião, dos partidarismos. “Em 1848, uma enchente de folhetinistas estreatantes invade os teatros e as páginas de diários e semanários. É como se os antigos diletantes resolvessem tomar conta da opinião’ (Ibid., p. 145). O tom exasperado da crítica acompanha o momento em que os críticos descem dos camarotes, nos teatros, para assistir aos espetáculos no chão, junto da platéia, da plebe.

Há um tom combativo inclusive entre críticos, mas as desavenças muitas vezes se concentram em questões extra-musicais, em assuntos menores. A crítica, por vezes, vira o centro das atrações, do recreio e dos comentários. O fato aponta, em alguma medida, para o percurso e reconhecimento dos folhetins nessa atividade. Os folhetinistas têm um passado e, até certo ponto, servem de referência aos outros.

5.3.3 Rumo a uma possível e protelada maioria

Na virada para a década de 50 do século XIX, é possível encontrar sinalizações, portanto, em meio à agitação diletantesca, de uma certa consolidação da atividade crítica nos folhetins. Outro escritor que se presta a refletir em periódicos sobre música e colabora nesse sentido é Gonçalves Dias, apesar de passar quase despercebido pelas atuações apaixonadas de então. O folhetinista tem suas funções melhor definidas nesse esboço do que viria a ser um setor profissional.

Da fisiologia do aplauso de Martins Pena à taquigrafia das sensações de Gonçalves Dias, a crítica romântica se processa por impressões. As opiniões de ambos e de figuras menores, como Joaquim Norberto,

representam o começo da formação de um conhecimento e uma consciência da crítica como espaço de atuação pertinente para a vida musical e teatral (Giron, 2004, p. 157).

É claro que isso acompanha o fortalecimento ou criação de instituições artísticas no setor, como conservatório, sociedades filarmônicas, publicações e casas de ópera. O que mais interessava ao público, porém, era mesmo a dobradinha noites de ópera mais leitura dos folhetins nos fins de semana. Diante dessa demanda é que pode ser lida a estratificação da atividade crítica no jornalismo posta em marcha, com a atuação tanto de jornais de cobertura de eventos como veículos especializados.

O que caracteriza os textos de Alencar é o caráter de passeio que imprime aos comentários, a fantasia, a dispersão. O folhetim, antes dividido em gêneros, agora aborda vários assuntos ao mesmo tempo – o que leva o escritor a, sintomaticamente, publicar os textos do *Correio Mercantil* sob o título de *Ao Correr da Pena*. “O folhetinista é um assistemático, um dândi a passear com a imaginação” (Ibid., p. 179-180). Quando Machado de Assis é empregado, 1859, como folhetinista da revista semanal *O Espelho*, a crônica semanal ou quinzenal dos teatros não é mais vista como um luxo nas redações e sim como um imperativo para leitores de todas as classes (Ibid., p. 190).

Registra-se um amadurecimento da crítica, com relativo aumento na publicação de escritos interessados num conhecimento menos superficial dos fatos da cultura. A aparição do compositor Carlos Gomes no cenário musical funciona aí como rito de passagem. A partir da década de 70 do século XIX a imprensa se ocupará de sua personalidade e de seus sucessos, muito na esteira de um provável projeto nacionalista. “A partir de então surge a imprensa especializada e os diletantes tendem a minguar, os folhetinistas retiram-se para dar lugar aos críticos musicais de profissão” (Ibid., p. 200). A ascensão de Carlos Gomes denuncia alterações no gosto do público e afeta, assim, a crítica de música.

Em sua minoridade, que dura pelo menos quatro décadas, a partir de 1826, a crítica – mesmo que pese seu aspecto por vezes frívolo e impressionístico, sua superficialidade – desempenha papel considerável na ampliação do público de óperas e concertos. O folhetim participa da evolução da vida musical do Brasil independente. Ajudou, na mistura de didática, pedagogia e diversão, na formação de um público ouvinte, espectador, ou, no mínimo, leitor das crônicas nos fins de semana. “Sem o folhetim crítico, o público teria permanecido na ignorância das correntes estéticas e artísticas da época, e os artistas e empresários sem um ponto de referência, ou, então, motivo de ódio” (Ibid., p. 203). Em suas primeiras décadas de vida, já atua, assim, sobre a produção musical – censurando ou orientando músicos, empresários, impulsionando carreiras – e sobre o público.

Como se pode notar no resgate de alguns episódios dessa minoridade crítica, a atividade integrava um circuito de (in)tensas interações sobre os espetáculos. As tensões se manifestam na atitude de músicos, que muitas vezes revidavam, respondiam aos jornais, nas divergências entre críticos, nas polêmicas no conteúdo das matérias, em provocações lançadas ao público, na disputa por segmentos leitores, etc.. As raízes desse sistema de retorno sobre a produção musical indicam, portanto, uma certa tendência polêmica, em seu caráter contundente, partidarista, mas também em sua diversidade de ações e estilos redacionais que conformam, por fim, a crítica musical.

5.4 O lugar da crítica musical jornalística contemporânea: cadernos de cultura

Retomadas essas primeiras movimentações de um retorno jornalístico sobre a música no Brasil, é necessário fazer a ressalva de que não se pode aí, certamente, falar em uma crítica musical jornalística, no sentido contemporâneo (desenvolvida, com espaço garantido em jornais e de relativa circulação na sociedade alfabetizada). O que se produz são rabiscos constitutivos de um esboço dessa crítica. Fatores como o alto grau de analfabetismo, a desproporção na distribuição populacional (em que a capital acabava por ser o pólo editorial e

cultural), limitações no acesso tanto aos jornais quanto aos demais programas culturais, sem falar nas dificuldades técnicas próprias da imprensa nessa época, levam a pensar o quão reduzido era o universo de participação desses comentários (sociais) sobre a música (seja na escrita ou na leitura e repercussão) e fornecem uma idéia geral das precárias interações entre os agentes das artes – que mais tarde viriam a constituir realmente um campo musical.

Em outros termos, a crítica de música – que aí se produz dentro, aliás, da crônica teatral – em periódicos não deve ser vista como algo à parte das desigualdades e limitações que marcam materialmente não só a sociedade brasileira no século XIX (e que estão longe de serem solucionadas séculos a frente) como o desenvolvimento de um então incipiente jornalismo nacional. Fica inviável, antes da virada para o século XX, considerar a crítica em termos de mediatização ou de um circuito de produção, circulação e consumo de produtos culturais. “Na prática, em termos urbanos e públicos, só vai ser possível falar em consumo e crítica cultural boas décadas mais tarde. Ou, para ser mais exato, a partir das últimas décadas daquele século [XIX]. E, de modo mais significativo, a partir dos anos 1930”, destaca Gadini (2004, p. 124), ao pensar as condições que antecedem e, em alguma medida, forjam a confecção de um jornalismo cultural.

O trajeto feito por textos e traços dos periódicos do século XIX, dos quais participam literatos nos escritos sobre música, como o anúncio e a cobertura de eventos, a publicação de obras literárias seriadas, entre outros trejeitos possíveis de se recuperar brevemente, permitem vislumbrar nesse período a prática de um incipiente jornalismo cultural. Há que ser levado em conta o cenário em que esse fazer se desenvolve. A informação de que os espetáculos, como a ópera, e a imprensa atraíam muito mais público do que conservatório, sociedades de concerto e outros tipos de publicação é relevante nesse sentido, por indicar a fragilidade das estruturas de produção artística do país e também as excludentes condições de acesso no período.

Até as últimas décadas do século XIX, obviamente, não se pode falar em alcance massivo e tampouco plural das publicações existentes. Afinal, num meio ainda marcado por relações escravistas e pelo analfabetismo, o campo de luta e tensões dos setores letrados (academias, escolas e também a imprensa) exclui totalmente as classes subalternas e até mesmo alguns importantes setores das classes dominantes (Gadini, 2004, p. 140).

No entanto, dadas essas limitações nas interações em torno não somente da imprensa como dos demais bens culturais em terras brasileiras, é pertinente observar o papel que a imprensa começa, desde a década de 20 do século XIX, a desempenhar no registro dos acontecimentos da música, no anúncio de eventos, nos comentários gerais, na publicação de partituras e – principalmente – na fomentação de discussão, reação do público e dos artistas, de relações por assim dizer tensas no meio musical. Isto é, ainda que essa estória se desenrole quase que no interior de uma única classe dominante, é possível perceber estratégias potencialmente polêmicas (seja na utilização de pseudônimos, nos ataques descarados, na defesa incondicional, na variedade de estilos redacionais, na participação do músico como escritor, numa nascente diversidade de propostas editoriais, indo do público feminino aos ensaios acadêmicos geralmente publicados no exterior) já nos primeiros escritos sobre música em periódicos no Brasil. Além do mais, como já foi frisado, a imprensa vai de certo modo participar e reconfigurar aspectos desse acesso desigual ao mundo da música, tirando a exclusividade do âmbito especializado, religioso ou nobre na conversação sobre música – ainda que isso resulte numa “minoridade crítica”, como denomina Giron (2004), para além da questão etária: superficialidade, impressionismo, pouco ou quase nenhum aprofundamento, abordagem tangencial, concentração em adereços extra-musicais, etc..

Em que pese o fato de que tais problemas ou insuficiências também estejam em reclames e apontamentos sobre a crítica musical hoje praticada, nos anos 2000, o “lugar” dos comentários periódicos e sistemáticos sobre música nos jornais começa a ganhar feições na entrada do século XX. Aumento de tiragem,

alterações nos padrões editoriais (é a época da notícia-literária), maior estruturação das redações e a adoção de uma orientação quase-empresarial são marcas desse processo de industrialização do jornalismo. Considere-se presentes também as já ressaltadas alterações no campo musical nesse período e como isso forja uma demanda por informação (cujo exemplo clássico é o da Era do Rádio, em que surgem publicações para dar conta dessa nova programação cultural). O crescimento de um mercado de gravações sonoras e os incentivos governamentais ao samba também podem ser listados.

O jornalismo feito em escala industrial, a partir de 1930, de acordo com Melo (1985, p. 98), leva a apreciação de bens culturais até então feita nos periódicos a buscar novos caminhos. Aumenta o público leitor, que deixa de ser apenas aquele coincidente com uma estreita faixa de consumidores das obras-de-arte. Ganha espaço o formato da resenha e o objeto dos comentários é cada vez mais um produto em específico das indústrias culturais e menos a obra-de-arte. “A música executada nos recintos fechados deixa de interessar aos jornais diários, cedendo lugar para o registro e avaliação dos produtos da indústria fonográfica” (Ibid., p. 99). O aumento na utilização da resenha corresponde à expansão da indústria cultural no país e à demanda de um público consumidor dos bens culturais, principalmente nos grandes centros urbanos: orientação no consumo.

A crítica musical jornalística tem, no entanto, a década de 1950 como principal referência no seu estabelecimento, por um fator preponderante: é quando se fixa o seu lugar por excelência no corpo do jornal – o caderno de cultura. São basilares nas transformações do jornalismo dessa metade de século as reformas gráficas empreendidas pelos jornais *Diário Carioca* e *Jornal do Brasil*. Altera-se o modo de apresentar as notícias e todo grande jornal passa a desejar também ter um *Caderno B*, como era chamado o caderno de cultura do *JB*. “Com seus textos criativos e sua diagramação arrojada, o Caderno B tornou-se então um ponto de referência na imprensa do país. ‘Caderno B, você ainda vai ter um’ poderia ter sido o *slogan* dos jornais brasileiros” (Dapieve, 2002, p. 95).

É uma fase em que o jornalismo brasileiro assume, decididamente, um caráter empresarial, com aumento de receita publicitária. O que, em alguma medida, acompanha o fortalecimento de um mercado de bens culturais no país, associado ao crescente processo de urbanização.

A *Ilustrada*, caderno de cultura da *Folha de S. Paulo*, é criada em 1958. Ao que tudo indica, é o caderno de cultura diário mais antigo do estado de São Paulo e, ao lado do *Caderno B*, um dos primeiros do País a circular nacionalmente (Gadini, 2004, p. 166):

O então diário *Folha da Manhã*, que mais tarde viria a ser a *FSP*, circulava, à época, com dois cadernos durante a semana e seis ou sete na edição dominical. Matérias sobre arte e cultura, além da programação de cinema, teatro, tiras, notas sociais, cruzadas, programação televisiva e variedades já integravam o caderno *Ilustrada* (ou a *Folha Ilustrada*, como denomina o próprio jornal), que possuía entre quatro e seis páginas. Aos sábados, o jornal editava uma página literária (*Vida Literária*).

Alguns anos mais tarde, já na década de 60, a *Folha Ilustrada*, o 4º caderno do jornal, trazia matérias de artes plásticas, ciência, livros e autores, horóscopo, exposições, rádio e TV, cinema, música, discos, roteiros de teatro e cinema, em meio aos anúncios da área, estréias, etc. Vale lembrar que o *Ilustrada* também veiculava muitas notas ou matérias de agências internacionais (seja de astros do cinema hollywoodiano, musicais, descobertas científicas, etc). Aos domingos, a *Folha Ilustrada* destacava os lançamentos editoriais, contendo mais textos e anúncios, que resultavam num aumento do número de páginas para 10 ou 12 por edição. Também em sua edição dominical, o jornal traz o caderno *Vida Social* com colunas sociais, notas e muitas fotos de clubes.

Os cadernos culturais se proliferam e passam a oferecer abordagens diferenciadas ao campo cultural, desde a valorização da arte de vanguarda a uma proposta de maior debate de idéias. A *Ilustrada* pode ser enquadrada muito mais numa proposta de divulgação de idéias e de novidades do setor cultural (música, livros, cinema, artes plásticas...) – aposta, assim, na valorização da informação.

Gradualmente, a música passa a contar com espaços cada vez mais estabelecidos, constantes, nesses cadernos – sobretudo na esteira dos lançamentos musicais, das resenhas dos registros sonoros. De acordo com Cavalheiro Filho (1996, p. 86, 145), o poeta mineiro Murilo Mendes, em 1946 e 1947, já fazia comentários sobre lançamentos fonográficos nas páginas d’*O Estado de S. Paulo*. Lançamentos em LP (*long play*) tinham uma seção específica em 1953, que aparece com maior assiduidade dois anos depois. Ainda em referência ao periódico paulista, o autor aponta, em fins da década de 1950, uma abertura aos comentários sobre outros gêneros musicais para além da música erudita. A crítica de cinema ganha maior importância e, ao seu lado, os comentários sobre música popular, numa crescente até a próxima década. “Já nos anos 60, especialmente após 1965, nenhum jornal deixa de trazer matérias regulares sobre música popular brasileira e internacional. Dos ‘Beatles’ à Bossa Nova, esse foi o fenômeno que caracterizou a década” (Ibid., p. 10).

A despeito da *Folha de S. Paulo*, há mais tempo convencida da idéia de caderno de cultura, ao que parece, *O Estado de S. Paulo* lança seu caderno de cultura – com notas sobre as artes, resenhas, artigos e afins separados do restante do jornal – somente em 1986. Isso não impediu, no entanto, uma certa polarização marcada pelos dois periódicos nos debates da área cultural desde os anos de 1950 – uma vez que *O Estado*, como se viu, tinha uma seção para os assuntos culturais, desde 1953, mais tarde transformada em suplemento.

A principal característica do *Estado de São Paulo* na área cultural vai ser forjada pelo fortalecimento de espaços de debate, crítica e polêmica, envolvendo básica ou geralmente os setores intelectuais que giram em torno da publicação. Essa tradição, vai ser sempre polarizada com outro diário paulistano: a *Folha de São Paulo* (FSP) (Gadini, 2004, p. 166).

Em relação ao cenário que se tinha a partir do que pautavam e discutiam os suplementos (em geral literários) antes da década de 1950, pode-se dizer que a

entrada dos cadernos de cultura causa um relativo aumento no acesso ao debate, uma espécie de ampliação num círculo antes bem mais restrito às interlocuções entre autores e intelectuais críticos. Tanto é que o período permanece como referência de um tempo áureo do jornalismo cultural nas mais diversas discussões. A partir desse ponto, aponta Gadini (2004, p. 159), o jornalismo passa a intervir nas relações do campo cultural cada vez mais pela lógica do “agendamento, informação e serviço que passam a instituir o setor cultural à medida que os jornais selecionam eventos, iniciativas, ora com críticas, ora com informação pretensamente objetiva ou até mesmo opinião assumida” do que na criação de debates intelectuais especializados.

Nesse processo, tornado mais agudo pelos anos de 1980, a música (assim como as demais manifestações simbólicas tradicionais) passa a contar com espaços fixos, exclusivos, sejam colunas, formatos, estruturas editoriais, páginas, ou dias da semana com maior veiculação de matérias relacionadas – uma forma de rodízio que agenda um subsetor com maior destaque de acordo com o dia da semana. Os mais diversos jornais entram na “onda da cadernização periodística”, como chama Gadini (2004, p. 184), em que cada publicação de médio ou grande porte passa também a contar como um caderno diário de cultura. É claro que isso acarreta um modo diferenciado de se tematizar a cultura, o que tem gerado reações – sobretudo desde fins dos anos de 1990 - de amplo espectro que apontam para a redução do teor de criticidade, de invenção, ousadia, de espaço, especialização e correlata assimilação cada vez maior de características dos outros cadernos informativos e da agenda do mercado, entre outras pertinentes percepções. Ponderadas as variações e mudanças ocasionais, é desse lugar que se faz a crítica musical jornalística contemporânea. A música *pop*, aliás, como nota Piza (2003, p. 53), está entre os assuntos preferidos desses cadernos, ao lado do cinema americano e da TV brasileira⁶².

⁶² Em entrevista, o crítico de música Abonico Smith (2002) reafirma a maior presença de música e cinema nos cadernos de cultura brasileiros. “Música e cinema são os dois estilos mais populares. As duas vertentes mais populares de cultura. Cinema por causa da imensa produção importada dos EUA e música por causa da popularidade. Então

5.4.1 Segmentação da crítica: *rock* e cultura *teen*

Desde meados de 1960, começa a tomar corpo o que viria a ser chamado de cultura *pop*. No ramo musical, tem participação essencial nesse novo fenômeno a *beatlemania*, que deu novos rumos à indústria fonográfica. Os jornais brasileiros começam, a partir daí, a dar maior margem ao cinema norte-americano e à música popular - mesmo periódicos até então dedicados sobretudo à música erudita, como *O Estado de S. Paulo*.

Os anos de 1960 marcam, assim, no Brasil, o aparecimento de uma crítica musical mais segmentada e que valoriza um público jovem – em sintonia com as dinâmicas então em voga no mercado de discos. Surgem publicações especializadas, voltadas a gêneros musicais específicos, sendo o de mais destaque o *rock*. Uma das primeiras publicações nacionais especializadas em *rock* foi a *Revista do Rock*, lançada em agosto de 1960. Criada pela jornalista e compositora Janette Adib e com sede no Rio de Janeiro, a revista trouxe ao público por aproximadamente 14 anos letras de músicas, reportagens com novos ídolos, fofocas em geral e cartas de fãs. Em fevereiro de 1962, estampava na capa Sérgio Murilo e Cely Campello, primeiros rei e rainha do *rock* brasileiro. A *Revista do Rock*, ao lado de outras publicações como *Baby Face* e *Rock News* – editadas no início dos anos de 1970 – registram os primeiros passos do *rock* nacional (ROSA, 2002a).

Em 1972, surge o jornal *Rolling Stone*, versão nacional do original americano. Durou aproximadamente um ano com 36 números. Era editado por Luis Carlos Maciel e contava com uma equipe de jornalistas, escritores, músicos e poetas. Publicava longas entrevistas com músicos, matérias de fôlego sobre bandas, biografias, resenhas de discos, *shows* e comentários. Artistas estrangeiros consagrados, como *Rolling Stones*, *Janis Joplin* e *Yes*, dividiam espaço com

acho que não vai mudar não. É cinema e música o que vai sempre mandar nas pautas de cadernos”.

novidades nacionais – como *Paulo Bagunça e a Tropa Maldita* e *Módulo 1000*. “Apesar de sua curta duração – praticamente um ano, apenas – é, sem dúvida, a mais importante experiência em matéria de jornalismo musical, cultural e comportamental da história da imprensa jovem”, avalia Fernando ROSA (2002b), criador do site sobre *rock Senhor F*. Merecem lembrança ainda entre os que ajudaram na configuração dessa crítica segmentada publicações como *Jornal da Música*, *Intervalo*, *Rock – A História e a Glória*, *Jornal do Disco*, *Revista Pop* e, já nos anos de 1980, a *Bizz* – que na década seguinte se transforma em *ShowBizz*. Em meados de 1980, surge a revista *Rock Brigade*, especializada numa subdivisão do *rock*, o *heavy metal*.

Esse processo de segmentação (que acompanha uma tendência de mercado, em que se produz cada vez mais a idéia de que existe um tipo de produto específico para as demandas de cada nicho consumidor) tem sua radicalização nos anos de 1990, quando ganha as páginas dos jornais e não mais apenas das revistas e publicações especializadas. É o fenômeno dos cadernos *teen* – suplementos semanais voltados a um público adolescente, tendo como uma das marcas principais a crítica musical (ao lado de temas como cinema, comportamento, educação). Em 2000, era possível encontrar pelo menos 33 suplementos, em grandes e médios jornais brasileiros, voltados exclusivamente aos adolescentes (Alvim, 2000, p. 222).

No rastro da citada onda de cadernização, jornais de circulação nacional (como *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*) passam, na década de 1990, a inventar seus cadernos *teen*, que abordam sobretudo a música *pop* e *rock*. O movimento é acompanhado de perto por jornais de circulação estadual, como a *Gazeta do Povo*, no Paraná – cujo caderno *teen* denominado *Fun* surgiu em 1996, no formato *standard*, e circulou até fins de 2004. Era comportamento padrão ao caderno, em seus primeiros anos de vida, estampar a primeira página com bandas

de *rock* curitibanas (o que sinaliza para uma possível e interessante relação de complementariedade entre cadernos de cultura e *teen*)⁶³.

A *Folhateen*, da *Folha de S. Paulo*, surge em fevereiro de 1991. Foi lançado no formato *standard*, com seis páginas, sendo capa e contracapa coloridas. O caderno, hoje tablóide, “(...) tem na música uma das principais articulações com seu tipo de leitor. Os estilos musicais mais presente (sic) no caderno são *rock* (e seus subgêneros como *punk*, *grunge*, *funk metal*) e *rap*, com pequenas incursões pela música eletrônica e o *heavy metal*”, afirma Gumes (2004, p. 2). Reserva-se espaço para resenhas de lançamentos, matérias com bandas e a coluna *Escuta Aqui*, do jornalista Álvaro Pereira Júnior, que acabou se tornando uma marca registrada do suplemento. A *Folhateen* é a versão segmentada do caderno de cultura *Ilustrada*, um lugar para onde se expande a crítica musical jornalística.

5.5 Repercussões polêmicas no século XX: situações ilustrativas

Como forma de apreender relações já estabelecidas, em diferentes momentos, entre os campos musical e jornalístico, sobretudo contatos tensos entre as instâncias músico-crítico-público, faz-se um passeio agora por situações que tiveram alguma visibilidade e repercussão pelo teor polêmico envolvido. A pretensão não é inventariar os embates historicamente dispostos entre músicos, críticos e público – o que foge até mesmo às capacidades da pesquisa. Sabe-se que

⁶³ O suplemento *teen* teve início em 1994, na forma de uma coluna sobre música dentro do caderno de cultura. Dois anos depois, expande-se no formato de outro caderno – o que bem ilustra a segmentação dentro do jornalismo cultural e da crítica musical, uma das especialidades do produto. “Em todo o ano de 2000, a música teve espaço fixo em duas páginas. Na número três, era publicada a coluna *Orelhão*, com notas a respeito de acontecimentos recentes do *showbusiness*, transações de gravadoras, anúncios de apresentações, últimas informações sobre bandas, turnês e promoções. A página quatro era destinada a comentários sobre discos e *shows*, acompanhados, em algumas vezes, de pequenas entrevistas. Outras matérias sobre música, como grandes entrevistas com bandas, cantores, artistas, ocupavam espaço variável nas demais páginas” (Schoenherr, 2002, p. 31). De acordo com o criador do caderno, Abonico R. Smith, pesquisas realizadas com os leitores do *Fun* sobre as preferências temáticas apontavam invariavelmente a música em primeiro lugar.

inúmeros outros casos poderiam ser explorados. O objetivo pontual, no entanto, é reconhecer – de modo ilustrativo – tensionamentos feitos pela crítica em jornal no campo musical, o que de algum modo permite visualizar estratégias colocadas em ação, por parte da imprensa, e disposições e comportamentos dos músicos e demais agentes do campo.

5.5.1 Causos da ‘Era do Rádio’

Durante a chamada Era do Rádio, principalmente nos anos de 1930, registra-se uma intensa participação de jornais e revistas nos debates, nas polêmicas que envolviam o campo musical. As publicações eram palco da manifestação (por vezes preconceituosa) sobre o samba e a música popular. Músicos atuam como colunistas, em seções fixas, ou então como articulistas, com artigos. A tomar pelos episódios polêmicos lembrados por Cabral (1996), pode-se dizer que participam notadamente desse cenário jornais como *O Estado de S. Paulo*, *A Hora*, *Correio da Noite*, *A Noite*, *O Jornal*, *Diário de Notícias*, *O Radical* e revistas especializadas como *A Voz do Rádio* e *Phono-Arte*.

Em 1914, foi um “escândalo” a execução, em cerimônia de recepção aos chefes das missões diplomáticas estrangeiras, no palácio presidencial, de uma das músicas mais famosas de Chiquinha Gonzaga, *O corta-jaca*. A entrada da música popular na sociedade brasileira e de instrumentos a ela associados, como o violão, foi marcada por conflitos (registrados pela imprensa). “Para os conservadores, um duplo pecado: música popular numa recepção presidencial e tocada por violão!” (Cabral, 1996, p. 13). Os jornais estamparam o fato nas primeiras páginas.

Mais de dez anos depois, o fato de se tocar sambas e marchas no Teatro Municipal de S. Paulo gerou reações conservadoras da imprensa, como do jornal *O Estado de S. Paulo*: “Com a presença e a cumplicidade de altas autoridades do Estado e do Município, o Teatro Municipal, anteontem à noite, esteve em pleno domínio da fuzarca”, dizia uma das peças (Ibid., p. 21). As publicações não ficam, assim, à parte das questões da época, apenas a retratá-las, mas tomam partido,

posicionam-se, reagem – seja a respeito de um gênero musical ou de algum ator social do campo.

Em 1933, os jornais, de modo geral, posicionaram-se a favor da greve das emissoras de rádio, quando cinco estações saíram do ar em protesto ao aumento das taxas de direitos autorais que deveriam ser pagas aos músicos, estabelecido pela SBAT (Sociedade Brasileira de Autores Teatrais). A exceção era o jornalista e compositor Orestes Barbosa, do jornal *A Hora*, que escrevia a primeira seção de rádio da imprensa brasileira. “Orestes, que tinha sérias divergências com os líderes do movimento (...), dedicava diariamente várias linhas à defesa dos compositores e ao ataque aos proprietários das emissoras” (Cabral, 1996, p. 41).

Músicos, como Ari Barroso, também participavam da crítica musical, seja relatando em crônica a reação dos espectadores ao ver seus ídolos do rádio no cinema (como um repórter), ou advogando em causa própria, fazendo reclames sobre o resultado de uma competição musical, em 1940. O músico utiliza-se do jornal *O Radical* para rebater a eliminação de suas músicas (principalmente *Aquarela do Brasil*) da Noite da Música Popular, promovida pelo DIP. Um dos membros da comissão julgadora era Heitor Villa-Lobos, que justificou a desclassificação de *Aquarela...* por não ser carnavalesca e por ser uma manifestação patriótica e de civismo. Vale a pena reproduzir o revide de Ari para compreender essa interação tensa através das páginas de jornal:

Não sou compositor cívico. Componho marchas e sambas inteiramente despreocupado das complicadas questões de civismo. Também devo esclarecer que não compus *Aquarela do Brasil* para o carnaval e, se o inscrevi no concurso, foi justamente porque o regulamento não especificava o gênero carnavalesco da competição. Foi uma ‘Noite da Música Popular’. E *Aquarela do Brasil* é uma música popular (Cabral, 1996, p. 76).

A crítica é aqui oportunidade do músico se defender, prestar esclarecimentos e contra-atacar. Ela participa dessa tensão interativa entre, no

caso, o júri, o festival e o desclassificado. É claro que não se trata apenas de mera insatisfação com o resultado, mas estão em jogo questões como a defesa de certa concepção de música popular, por exemplo, frente às constantes tentativas de instrumentalização por parte do Governo. A crítica funcionou, no episódio, como espaço para manifestação de divergências no campo musical.

A presença de posicionamentos fortes, de opiniões incisivas, não corresponde necessariamente a criticidade (a uma avaliação plural, criteriosas e sistematizada), mas reproduz, em alguma medida, os conflitos da época. O preconceito e até mesmo o racismo expressos em alguns momentos da crítica na revista especializada *A Voz do Rádio* é sintoma desse processo. O articulista Almeida Azevedo transportava para seus artigos toda a aversão que tinha pelo samba de morro. E não estava sozinho. Mediante o crescimento do gênero, nos idos de 1935, de vez em quando, “os jornais eram contemplados por artigos mal-humorados e pretensamente intelectuais, apontando a existência do samba como sinal de decadência cultural e até moral” (Cabral, 1996, p. 54). A crítica rivaliza aí com um gênero, reage à sua entrada, popularização e adesão na sociedade.

Ainda que nessas condições, a referida revista resguarda espaço para uma diversidade mínima de opiniões, no ano seguinte. A matéria principal contava com entrevista de Lourival Fontes, diretor do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) – órgão precursor do famigerado DIP, um dos braços fortes da censura. A revista sugere, durante a entrevista, um “saneamento” das letras de música popular (Cabral, 1996, p. 57). Isto é, reforça o papel da censura. É até certo ponto surpreendente, então, que apareça, nesse mesmo número, um texto de veemente defesa do samba, assinada apenas pelas iniciais “A. B.”⁶⁴.

⁶⁴ Para melhor apreensão do teor do debate e das ingerências políticas da época, reproduz-se trecho da entrevista, citada por Cabral (1996, p. 56-57) e do artigo em defesa do samba: “*A Voz do Rádio* traz ao diretor do DPDC uma sugestão que entende ser até de interesse nacional. Desejamos referir-nos à censura prévia das letras da música popular brasileira. Não seria oportuno incluir nas atribuições do Departamento que vela pela ‘difusão cultural’ o saneamento das letras a que aludimos?”. Lourival Fontes responde: “A sugestão d’*A Voz do Rádio* se reveste de ineludível cunho patriótico e se me afigura de inadiável execução. A mim não me escapará a relevância do assunto que, em quase todos os países, tem merecido cuidadoso interesse por parte dos poderes públicos. Para

Percebe-se aí a polêmica não só em relação a um objeto exterior à crítica, mas entre os próprios fragmentos, textos da edição, no interior de um mesmo produto. O episódio remete também à atuação e interferência da crítica (dessa vez não pela voz de reivindicação de um músico diretamente envolvido, mas por processos jornalísticos, pela entrevista) na gerência do campo musical, através de um pedido, de uma sugestão - em público - a um de seus atores.

Em outros momentos, a relação entre crítica e campo era de harmônica cooperação. Um exemplo foi a realização de um concurso, pelo jornal *A Noite*, em 1937. Diante do suspense de quem seria o próximo presidente, criado pelo anúncio de que Vargas estaria disposto a convocar eleições (na verdade, ele continuaria no poder), o periódico queria saber a opinião dos músicos. Eles deveriam responder, em música, à pergunta “quem será o homem?” (Cabral, 1998, p. 60). A peça então seria submetida a uma comissão julgadora. O jornal fazia, assim, novamente uma solicitação ao campo musical, mas dessa vez não mais na forma de pressão, de ação coercitiva. As esferas musical e jornalística aí se unem em prol da promoção, de uma atividade com fins produtivos. A pronta resposta de vários compositores dá algumas indicações do prestígio e da penetração da imprensa entre a classe artística e o leitorado.

O samba volta a suscitar polêmica nos jornais em fins da década de 1930, principalmente devido ao sucesso de Carmem Miranda nos Estados Unidos, que insere ao já acalorado debate o modo como o Brasil é exibido e representado em

acentuar o relevo da sugestão que acaba de fazer, bastaria citar o caso do México, onde a música popular não é apenas censurada. Foi padronizada por forma a evitar que, com o tempo, fatores estranhos ao país ou os próprios compositores possam deturpar o que, nos moldes da padronização, foi fixado como ‘música popular mexicana’”. O repórter insiste: “E não seria possível tornar efetiva, desde já, essa providência?”. O entrevistado responde: “Dentro dos dispositivos que regulam as atividades do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, não é possível pôr em execução, no momento, a medida. Pode afirmar, porém, que apreciando devidamente a sugestão d’*A Voz do Rádio*, vou pleitear para o Departamento – e certamente obterei – [que] seja incluída na regulamentação a ser decretada a função de censor da letra da música popular brasileira”.

Já a defesa do samba manifesta sob as iniciais A.B. se expressa nesses termos: “Positivamente, não têm razão os detratores do samba, esses indivíduos que vivem sempre de mau humor, procurando denegrir, com argumentos imbecis, aquilo que a crueza intelectual não lhes deixa entrever além da ponta do próprio nariz”.

outros países. Ao invés de músicos ou de agentes do campo, quem atua, ou melhor, duela nessa feita são dois intelectuais vindos de outras instâncias. Trata-se da seqüência de intervenções (argumento, resposta, réplica, tréplica) do historiador Pedrol Calmon e do romancista José Lins do Rego, em 1939, nas páginas de *d'A Noite* e *d'O Jornal*. Discute-se o samba em meio a ataques pessoais. Em última análise, tem-se o choque de uma posição contra e outra a favor do samba como representante legítimo da cultura nacional. A repercussão do embate no *Diário de Notícias*, do Rio de Janeiro, em artigo de Mário de Andrade, sinaliza já um aperfeiçoamento do sistema crítico, em que ao menos ampliam-se as margens e os interlocutores da discussão.

Pode-se dizer que se tem aí um aumento do potencial polêmico da crítica, a partir de uma conversação mais prolongada e da qual participa também um terceiro. A rixa entre os dois primeiros, no entanto, como assinala Mário de Andrade, não traz necessariamente, em todos os aspectos, uma qualificação para a compreensão da música. “Não coube vitória a ninguém. Nem ao próprio samba, coitado, que saiu das mãos do seu apologista e do seu detrator bastante desvirtuado”, sentencia (Cabral, 1996, p. 72).

O samba, nesse período, é então o grande foco de discussões e alvo das ações da crítica musical em periódicos. As disputas ora advém de fora do campo musical (entre campos, portanto), ora entre os agentes do mesmo campo. Percebe-se nesse cenário inquieto a interação entre músicos, intelectuais, instituições e público através da crítica.

5.5.2 1968: contra ou a favor de Chico

Em 1968, a MPB havia se transformado num verdadeiro campo de batalhas, recheado de antagonismos. Ou se era contra ou a favor. “O Brasil musical de então vivia apaixonadamente dividido, como costuma acontecer em situações radicais”, explica Zuenir Ventura (1988, p. 77). O clima era de briga de torcidas e o maniqueísmo político era muitas vezes transferido diretamente para a

seara musical. Uma das polêmicas da época referia-se às desavenças entre Chico Buarque e à dupla tropicalista Caetano e Gil.

Assim como crescia o número de admiradores do trabalho de Chico, desenvolvia-se uma verdadeira “campanha antichicolatria” – e informações veiculadas em jornais abalavam o relacionamento entre Chico e os tropicalistas. “Em alguns casos, a imprensa foi responsabilizada pelos desentendimentos, mas, em outros, não havia como negar” (Ventura, 1988, p. 78). Discutia-se, entre outras coisas, se Gil tinha realmente incentivado ou não as vaias a Chico em um festival de samba. A versão publicada pelos jornais dizia que sim, o que alimentava os atritos. Chico Buarque, por sua vez, dá a sua explicação para o ocorrido também através do jornal. Em entrevista na *Última Hora*, refere-se às vaias e às faixas “Mutantes, sim; Chico, não”. O cantor publica, ainda, um artigo na coluna *Roda-viva*, de Nelsinho Mota, “que era um vibrante porta-voz do Tropicalismo na imprensa” (Ventura, 1988, p. 79). Tenta ali romper com sectarismos e dualismos, ao alegar não ser contra a guitarra elétrica nem contra o tamborim. “O final do artigo deixava uma lição para aquela e todas as épocas: ‘Nem toda loucura é genial, como nem toda lucidez é velha’”.

Como o episódio permite perceber, a imprensa participa do clima apaixonado e envolvente em torno da música. Alimenta o debate com a publicação das opiniões dos músicos e preserva colunistas atuantes na divulgação musical, da qual Nelsinho Mota é um dos exemplos – Torquato Neto e sua *Gelêia Geral*, na *Última Hora*, ou suas crônicas no *Jornal dos Sports*, seriam outras lembranças possíveis. Caetano e Chico preservariam o hábito de mandar textos à imprensa de forma freqüente até a década de 1980.

A crítica musical em jornais dialogava, claro, com um cenário muito específico de efervescência na esfera da produção artística, de produtos editoriais e dos embates político-culturais. As peripécias do jornal *O Pasquim* talvez possam também, até certo ponto, funcionar como uma das referências emblemáticas para se imaginar o grau de paixão que envolvia os debates da época. Zuenir Ventura (1988, p. 75) também auxilia nessa recuperação de uma atmosfera de

fervilhamento e manutenção de polêmicas. “Era difícil ser indiferente naqueles tempos apaixonados. Também, havia muito o que discutir”, seja em assembléias, bares, universidades, passeatas, praias – e, pode-se acrescentar, ainda, na imprensa. A crítica, como no caso citado de Chico Buarque, atuava na relação entre artistas – causava por vezes desentendimentos naquele período de extensas e diversas discussões, como destaca Ventura (Ibid.). “ Os temas eram infundáveis, tanto quanto a duração dos debates. Mais do que discutir, torcia-se: pela vitória dos vietcongs, a favor ou contra as guitarras elétricas na MPB, por Chico ou Caetano, pela participação política dos padres e, claro, contra a ditadura”.

5.5.3 Um questão de identidade nacional (?): *É o tchan!* na Suíça

*"Eu vou te ensinar uma dança babaca / Pegar umas gostosas e pôr
pra rebolar / E vou sair dizendo pra todo país / Que isso é a
música do meu lugar / Eu vou dizer que sou da Bahia / E vou virar
superstar / Mesmo sabendo que tem bem mais que isso por lá / Eu
vou fazer dinheiro até enjoar"
(Velhas Virgens, na canção "Senhor Sucesso")*

Em 1997, um outro estilo de samba – alterado (mais próximo do pagode, talvez), misturado a outros gêneros, com bom índice de vendas, coreografias marcantes, forte conotação sexual, bem diferente do chamado samba de morro das décadas de 1930 e 1940 – foi capaz de reacender a discussão (que, na verdade, nunca desapareceu, mas se manteve como um brasido) sobre a representação do Brasil no exterior pelo desempenho musical de alguns artistas. ‘Até que ponto determinado artista (e sua proposta musical) representa bem o país no exterior’ era a questão em torno da qual girou, mais uma vez, a polêmica – que serve como ponto de partida para Sá (1998, p. 1) refletir sobre as conflituosas narrativas a respeito da identidade nacional. O festival suíço de *jazz* de Montreux - que reserva todo ano espaço na programação para uma noite com atrações brasileiras, da qual já participaram nomes como *João Gilberto*, *Caetano Veloso*, *Djavan*, *Gilberto Gil* – foi duramente criticado por alguns jornalistas brasileiros. “O problema: incluir

na programação o grupo É o Tchan!, da dançarina Carla Perez, produto da ascensão recente do pagode baiano às paradas de sucesso”.

O caso, estampado à época nas páginas de cadernos culturais cariocas, ganhou repercussão pela manifestação da secretária de cultura do Rio de Janeiro, Helena Severo, em artigo para a revista *Veja*, em julho. Um mês depois, o jornal carioca *O Dia* destaca a polêmica em manchete de primeira página: “Intelectual quer proibir o tchan”. O periódico faz, ainda, uma enquete com os leitores, querendo saber se o grupo representa bem o Brasil no exterior. O resultado, publicado no dia 16, revela um empate técnico: 48% sim; 52% não (Sá, 1998, p. 2). O campo musical se mostra aí como uma arena de disputas, para onde se encaminha uma diversidade de vozes da sociedade. A crítica musical, com seus múltiplos espaços (jornais e revista, no caso) e estratégias editoriais (o artigo opinativo, ou “ponto de vista”, a matéria informativa, a enquete com leitores), vai azeitar então a interação dos variados atores sobre o fato, um grupo musical, um estilo, que configuram um grande tema para debate. As tensas relações se manifestam, na crítica, sob a forma de posicionamentos, da exacerbação dos opostos, pode-se arriscar dizer. O campo jornalístico alimenta, repercute, prolonga e amplia a discussão.

5.5.4 Brigas ilustradas de Caetano

É nos anos de 1980 que jornais paulistas como *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* criam seus cadernos culturais diários, *Ilustrada* e *Caderno 2*, respectivamente. Piza (2003, p. 40) destaca que “A *Ilustrada* ficou famosa por seu gosto pela polêmica – como a que Francis e Caetano Veloso travaram em 1986 – e por sua atenção à cultura jovem internacional, então em plena ebulição”. A rixa aconteceu, na verdade, em 1983, como aponta a biografia do cantor na Internet (Biografia, 2005). Em março daquele ano, a TV Manchete inaugurou o programa Conexão Internacional, em que Caetano entrevistou o vocalista e líder dos *Rolling Stones*, Mick Jagger, em Nova York. Francis critica a postura de Caetano no

programa. O músico revida, chama o articulista de preconceituoso, e outros artistas e intelectuais são convocados a se posicionar sobre o assunto.

No ano anterior, o cantor baiano já havia entrado em confronto com o crítico e escritor José Guilherme Merquio, que o acusava de "pseudo-intelectual" que tenta usurpar "a área do pensamento". "Por que os artistas - e não os pensadores - são chamados a opinar sobre os mais diversos assuntos?", provoca Caetano. "Esta é uma questão que deve ser pensada com rigor e delicadeza", sentencia. Em 1984, novas discussões esquentam as páginas da *Ilustrada*. Dessa vez, tem como opositor o poeta e colaborador da *Folha*, Décio Pignatari. "Caetano responde aos insultos desfechando fortes golpes no articulista. Sobram farpas para todo lado", louva o *site* do cantor⁶⁵.

Como se percebe, o relacionamento de Caetano com o campo jornalístico e sua capacidade de gerar reações certamente seria objeto de empenhadas investigações específicas, tamanha sua capacidade de articulação junto aos espaços mediáticos e pela reconhecida relevância artística, ou ao menos presença e longevidade, de sua obra no cenário musical brasileiro. Vale lembrar que, em 1970, o artista enviava, de Londres, artigos para o tablóide carioca *O Pasquim*. O campo jornalístico conta, assim, com os músicos, muitas vezes, como colaboradores – uma espécie de repórter especial. A prática bem ilustra uma estratégia de cooperação entre os campos. O que não impede, e isso deve-se destacar, que essas produções, sejam reportagens, artigos, entrevistas que têm o músico-repórter como autor, tensionem – em variados graus – outros setores, artistas, idéias ou atores da sociedade.

Ainda com relação à *Ilustrada*, Piza (2003, p. 40) repara também na constituição de um quadro de "críticos incisivos e articulistas brilhantes", além de columnistas. O caderno passou a praticar aí reportagens que ressaltam um nome ou uma tendência de possível (ou previsível) interesse do público. O autor era, muitas

⁶⁵ No mesmo ano, houve tentativas de golpes (não apenas verbais) contra o crítico musical Pepe Escobar. Representantes de 12 bandas de *rock* paulistanas foram à redação do jornal para impedir que o jornalista voltasse a escrever sobre elas.

vezes, um misto de repórter e crítico, como Pepe Escobar e Luís Antônio Giron, na música. Isto é, o autor das matérias “endossava opinativamente aquilo que anunciava”.

De acordo com Piza (2003, p. 41), esse clima de “variedade” e “quentura” perdurou até meados dos anos de 1990, quando ocorre uma redução no aspecto opinativo, muito em detrimento da predominância do que chama então de uma “agenda passiva”.

5.6 Disputas pré-crítica: um passeio (tangencial) pelas condições de produção da crítica musical jornalística contemporânea

“Essencial: para ser um crítico de música não é preciso ouvir música. Bobagem. Perda de tempo. A Internet está cheia de gente que já fez o serviço por você. Ler algumas resenhas é bem mais fácil que ouvir discos. Decore o nome das bandas novas, escute o hit e mande bala. Não dê bola pros grupos antigos em especial. Basta saber que Velvet Underground foi uma banda de um pessoal que usava óculos escuros e que Jesus And Mary Chain não é uma seita religiosa. Faça uns elogios e diga que influenciaram muita gente, mas que a música pop está cheia de novidades e não dá pra perder tempo com velharia” (Henry Chinaski⁶⁶)

Tendo em vista as relações tensas travadas pela crítica musical aqui ilustradas e a tendência detectada no estado da arte, apontada em capítulo anterior, de se valorizar aspectos da produção da crítica, procura-se nesse segmento apreender algumas disputas envolvidas naquilo que a condiciona. Faz-se uma espécie de breve passeio pelas condições de produção, a fim de se reconhecer aspectos que cercam a feitura da crítica de música contemporânea em jornais e que possam dizer sobre seu caráter agonístico. Trata-se realmente de uma visita tangencial (com auxílio de depoimentos dados por profissionais do setor à mídia, presentes em obras e capturados por entrevistas), complementar, uma vez que a opção da pesquisa está em focalizar mais o que faz a crítica do que sua fabricação, o momento pré-crítica, por assim dizer. Esse trabalho paralelo pode, no entanto,

colaborar na melhor definição dos agentes que interagem na sua produção, bem como no apontamento de desafios e limitações aí dispostos. Em última hipótese, investe-se em traçar um perfil geral e abrangente da crítica musical jornalística a partir de sua esfera de produção.

Uma das primeiras referências, nesse sentido, é de que, quando se pensa a crítica musical submetida não apenas ao espaço jornal, mas também e conseqüentemente às lógicas de produção jornalística, promove-se – indiretamente - o desmonte de uma idéia (talvez romântica) de crítica musical, em que se preserva a imagem da livre escolha de pautas, de um trabalho quase que artístico, sem pressões de tempo ou de fontes interessadas. Imagem que, como vimos, ainda perdura em certos comentários sobre a atividade ou numa recorrência exagerada a um passado mítico que permeia discussões. O ambiente em que se produz e divulga a crítica musical jornalística parece ter se tornado mais complexo, ou se profissionalizado a ponto de exigir outras competências. Permanece a expressão crítica desde sua minoridade, nas primeiras décadas do século XIX, no caso brasileiro, mas o sentido realmente é outro.

O que se vê estruturalmente⁶⁷ é uma espécie de "jornalização" dos cadernos de cultura. Aspectos largamente atribuídos a outras editorias (pressão do tempo, das fontes, ânsia pela novidade, a própria noção de notícia, o "furo", o planejamento), àquelas que trabalham com as chamadas *hard news*, também são encontradas nos cadernos de cultura. As marcas desse processo de produção acabam aparecendo no produto - títulos com verbos, textos curtos, informativos, separação no desenho da página entre "informação" e "opinião", entre outras.

A situação em que se pratica a crítica musical jornalística (ao menos em jornal diário) já não é a mesma daquela em que participavam sobretudo maestros e

⁶⁶ A dica faz parte de texto do provocativo site *Abacaxi Atômico* (intitulado "Esqueça o Álvaro") e parodia matéria lançada pelo jornalista Álvaro Pereira Júnior, da *Folha de S. Paulo*, com recomendações de como ser um crítico de música.

⁶⁷ Tendo por base agora não somente as referidas fontes (bibliografia e entrevistas), mas também observações realizadas em visita à redação do jornal *Zero*

músicos renomados, na primeira metade do século XX. É preciso pensá-la dentro do processo que se costuma, enfim, chamar de mediatização.

Uma das implicações do trabalho jornalístico é o funcionamento muito a partir do entrecruzamento de informações, atores, vozes, falas, vindas de outros campos. Isto é, o jornal (res)urge cotidianamente, em alguma medida, como resultado desse trabalho de interação com o que se pode chamar de mundo das fontes. O campo jornalístico possui na negociação de atos, ações, estratégias e interesses diversos (em origem e propósito) uma de suas dinâmicas basilares, fundantes, por assim dizer. Sua promessa, de certo modo, é a de fazer falar essas outras instâncias – e aí o discurso jornalístico pode ser realmente situado como um “canteiro de obra” (Fausto Neto, 2000, p. 29), através do qual se promove uma ampla conversação de diversos setores da sociedade. Nem poderia ser diferente com o jornalismo cultural – respeitadas, claro, as relações específicas em jogo. Nessa perspectiva, o espaço jornal (presença, tratamento, abordagem) passa a ser algo diariamente *em disputa*.

A visibilidade e, em muitos casos, a legitimidade conferida pela simples publicação de idéias, nomes, agentes, marcas, opções de consumo, nos cadernos de cultura é, assim, um valor bastante caro aos atores do campo cultural. Nessa linha, é realmente eficaz pensar a produção do jornalismo cultural como resultado de “interesses cruzados”, como sugere Gadini (2004). Cada página de cultura possui, em alguma medida (mesmo que desigual), os olhares de seus leitores, agentes interessados e editores, para ficar em poucos exemplos. Para maior explicitação de como isso se dá no campo cultural, vale recorrer às palavras do autor:

Para além do produto jornalístico que diariamente chega às bancas ou à casa do leitor, os cadernos culturais traduzem – ou refletem – uma série de interesses nem sempre explícitos e que envolvem a empresa jornalística, os repórteres e editores, os próprios leitores e os agentes ou

Hora, em Porto Alegre, em 7 de novembro de 2003, e percepções gerais sobre o produto crítica musical.

produtores culturais que, por sua vez, exercem uma função de certo modo central nesse caso, uma vez que estão e interagem cotidianamente no campo cultural.

Esses ‘agentes’ culturais não possuem qualquer homogeneidade de interesses e tampouco operam com as mesmas estratégias nas tensões que o processo editorial dos cadernos de cultura envolvem. São, aliás, representados pelos mais diversos profissionais ou indivíduos que vivem, sobrevivem ou lutam por determinado aspecto do campo cultural: artistas, escritores, cineastas, diretores de teatro, atores, produtores independentes, assessores de imprensa de indústrias da cultura, dentre outros, que exercem um importante papel de ‘interlocução’ – direta, distanciada ou via monitoramento midiático – com editores de cadernos culturais dos diários brasileiros. Nessa interação, forja-se, portanto, uma certa legitimidade coletiva que é disputada e, de certa forma, também negociada naquilo que é publicado ou silenciado nas páginas dos cadernos de cultura (Gadini, 2004, p. 255).

Busca-se, assim, a partir dessas referências sobre o jornalismo cultural, conceber a crítica de música como espaço visado, sujeito a ações de agentes do campo musical, como assessorias, empresas, produtores, divulgadores, artistas e do público – conjunto que, dos modos mais diversos e com variada intensidade, vai negociar sua existência mediática com o campo jornalístico. Um dos agente que mais se destaca no investimento de ações sobre a produção da crítica musical – até mesmo pela concentração do mercado do disco e poderio econômico acionado – é a gravadora, cujo comportamento rotineiro amplamente conhecido (e mais usual) consiste em enviar seus produtos aos jornais. Normalmente, o jornalista recebe um “disco e um release de papel, ou então por email”, informa Renato Mendonça (2003), editor e crítico de música do jornal gaúcho *Zero Hora*.

As gravadoras procuram, então, alimentar um contato com as redações por meio de suas assessorias de comunicação, seja no envio de seus *kits* promocionais (CDs e release), informações por email sobre lançamentos (*newsletter*), convites para *shows* e coletivas ou na intermediação de entrevistas com músicos de seu *cast*. Prática comum também é a visita periódica de um divulgador da gravadora ao jornal para municiar o crítico com os últimos lançamentos. O crítico de música

Abonico Smith⁶⁸ (2002), criador do caderno jovem *Fun*, da *Gazeta do Povo* (PR), ressalta que, mediante a crise do setor fonográfico, tal prática está terminando – as gravadoras nem sempre conseguem manter divulgadores no *staff*.

Para além dessa ação – talvez mais visível e usual – das gravadoras junto ao jornal, outros agentes também procuram sugerir pautas e, assim, agendar - em alguma medida - os cadernos de cultura. Os espaços privados de *shows*, casas de espetáculos, possuem papel relevante nesse sentido, bem como demais assessores do mundo artístico – que enviam email, telefonam ou entram em contato diretamente com os jornalistas. Aqui interessa, no entanto, um retrato das principais forças muito mais que uma detalhada descrição das complexas relações postas em jogo.

Dada a complementariedade (e relativa dependência) entre crítica e campo musical (seus agentes, produções, manifestações simbólicas), cabe considerar que essas forças negociantes vão de algum modo atuar em procedimentos do trabalho jornalístico. A pauta é um dos exemplos que bem permite visualizar incidências (desiguais) dos agentes da música. Renato Mendonça (2003) enumera três formas principais para estabelecer uma pauta no jornal em que trabalha: a partir de release recebido; a partir de material de gravadoras e/ou convites; e - essa mais rara - a chamada "pauta pensada", montada a partir do contato direto do jornalista com a chamada "comunidade cultural".

O aperfeiçoamento dos trabalhos de assessoria no setor cultural altera, portanto, a própria forma de funcionar (e de pensar matérias, temas, ousar angulações) do jornalismo cultural – de tal modo que é raro encontrar uma gravadora, mesmo independente, que despreze uma repartição de assessoria, produção de boletins e contato com os media. É claro que esse processo não ocorre da mesma forma nos mais variados periódicos nacionais, mas pode bem ser entendido como uma tendência geral, principalmente em grandes e médios

⁶⁸ Trabalha atualmente com o *site* essencialmente de crítica musical *Bacana* (www.bacana.mus.br).

jornais. Pode-se imaginar o grau de interesse que gira em torno de um caderno de circulação nacional como a *Ilustrada*.

Em sintonia com esse ambiente mediático em que se tecem comentários sobre música, em particular, e cultura, no geral, o jornalista e crítico Arthur Dapieve (2002, p. 100) alega que os cadernos de cultura estão cada vez mais parecidos. Aponta ainda os motivos: pressão e sofisticação das assessorias; pressão sobre a pauta por parte da própria competição entre os diferentes cadernos de cultura⁶⁹; e aumento da carga de trabalho. O último ponto listado merece aqui um desdobramento.

Uma das dimensões desse aumento da carga de trabalho espelha-se no próprio crescimento da indústria cultural no país. Ou seja, “(...) a produção cultural foi intensificada de tal maneira nas últimas décadas que apenas o leque de opções da agenda cultural já é mais que suficiente para preencher as cada vez mais escassas páginas dos cadernos de cultura”, ressalta Mocarzel (2001), então editor do *Caderno 2*, em intervenção na sessão sobre Jornalismo Cultural durante o 6º Seminário de Jornalismo e Comunicação do Banco do Brasil, realizado em 2000, no Rio de Janeiro. A indústria fonográfica não foge à regra. Apresenta crescente desenvolvimento e aproximação da esfera mediática, com maior força desde a década de 1970. Em meados de 1990, populariza-se o formato CD e, na virada do século, torna-se mais fácil gravar CDs – a partir do relativo barateamento tecnológico.

A crítica contemporânea lida, assim, com uma verdadeira enxurrada de CDs que chegam às redações – não somente via gravadoras. “Agora, com a facilidade de gravar um CD, o maior problema não é fazer a matéria, é estabelecer o que é importante, o que merece espaço no jornal ou não”, avalia Mendonça (2003).

⁶⁹ “Hoje saiu no *Correio do Povo* uma matéria sobre o disco da *Rita Lee* (...). Mas aquilo ali que está na matéria é o release. Então a gente está lutando para conseguir uma entrevista com a *Rita Lee*. A gente quer dar uma coisa a mais para o leitor. Só dar o release, para nós, não é o suficiente” (Mendonça, 2003).

Essa proliferação de materiais que chegam aos críticos é, não raras vezes, reconhecida pelos próprios músicos, que aproveitam para criticar uma eventual falta de habilidade, critérios para selecionar essas produções. “Já perdi muito sono com a crítica musical, hoje leio e sei perfeitamente quando o crítico ouviu ou não o disco com atenção. Geralmente eles escutam trocentos trabalhos de uma só cajadada e não se aprofundam em nenhum”, diz a cantora Rita Lee (2005), em entrevista ao *site Página da Música*. Caetano Veloso⁷⁰, em fala recuperada por Gadini (2004, p. 313), mostra-se partidário da mesma idéia: “Os críticos não têm tempo de ouvir. Recebem um CD com um press release, no mesmo dia todos entrevistam o artista e saem rapidamente para as redações”.

A esse crescimento da indústria da música, some-se uma redução nas condições estruturais de trabalho jornalístico, representado pela moda empresarial de enxugamento das redações, com freqüentes cortes de pessoal. O jornalista da editoria de cultura acaba assumindo aí múltiplas funções, desde escrever para vários suplementos como auxiliar na diagramação de seus textos. Nessa lógica, “(...) todo mundo é pau-para-toda-obra (...)”, como diz Mendonça (2003).

Em consonância com o relato do jornalista Arthur Dapieve (2002, p. 97), que detecta a sobrecarga de trabalho como uma das características do setor profissional de jornalismo cultural contemporâneo, encontramos na redação do *Segundo Caderno* do jornal gaúcho *Zero Hora* um acúmulo de funções. Renato Mendonça é editor de música, de teatro, repórter (redige os textos, faz entrevistas e notas informativas) e participa do processo de planejamento gráfico de suas matérias. Colabora, ainda, com textos para o caderno dominical *ZH Donna*, de variedades. O editor do *ZH Donna*, Luiz Zini Pires, em contrapartida, colabora esporadicamente na crítica musical. Ao crítico não cabe assim “apenas” ouvir o CD e tecer a opinião, mas procurar por fotos, ilustrações, ir atrás dos créditos, cobrir *shows*, agendar entrevistas com as gravadoras... O colunista Roger Lerina,

⁷⁰ VELOSO, Caetano. "O jornalismo em debate". Entrevistado por Geneton Moraes Neto. Disponível em <<http://www.globo.com/caetanoveloso>>. Versão on line do jornal O Globo.

responsável pela *Contracapa* (que mistura notas sobre música e colunismo social), faz também crítica de música e - ao mesmo tempo - é responsável pela subeditoria de cinema. Outro agravante são as ocasiões em que os repórteres são deslocados de suas subáreas para alguma "força-tarefa".

Na *Folha de S. Paulo*, percebe-se que um mesmo jornalista da área de música imprime seus textos, em algumas situações, tanto na *Ilustrada* quanto no caderno jovem *Folhateen* – e colunistas como Lúcio Ribeiro e Pedro Alexandre Sanches também se prestam a escrever matérias e resenhas.

Abonico Smith (2002), que ao mesmo tempo em que era jornalista do *Caderno G* (caderno de cultura da *Gazeta do Povo*) elaborou – em 1996 - um caderno jovem, é sintético ao explicar a (falta de) divisão de trabalho (pela redução de pessoal) nesse novo empreendimento: “O *Fun* era eu. Era eu cuidando de tudo, basicamente” – um crítico de música que “servia até cafezinho”. O jornalista comenta esse pensamento empresarial dos periódicos:

O jornalismo está fora da grande imprensa. Você quer saber de jornalismo, não procure na grande imprensa. Porque os grandes veículos, as grandes redes corporativas, elas são empresas que tem que dar lucro. Então elas pensam como empresas. Pensando como empresas, o que elas estão fazendo? Elas estão demitindo o pessoal de mais idade, com mais experiência, mais veterano, que ganha mais, para contratar só recém-formado, para pagar o piso ou menos que o piso. Até a *Folha* está fazendo isso. Então o pessoal que sabe, que tem alguma base, tal, são poucos os que restaram nos jornais ou nas revistas (...). Mas agora todo caderno cultural está assim. Sem os grandes nomes ou cada vez mais sem os grandes nomes” (Smith, 2002).

O acúmulo de funções, o quadro reduzido de profissionais e a enxurrada de novidades discográficas despejadas no mercado geram tensão, portanto, na produção da crítica e computam ao jornalista o trabalho cada vez mais concentrado na redação, empenhado em selecionar esse material. Um crítico de música que não vai a *shows* além daqueles determinados pelo jornal, não frequenta lojas de discos e compra no máximo dois CDs por mês. Esse é o

desenho caricatural que pode ser feito do jornalista que trabalha com música, baseado no depoimento de Renato Mendonça (2003), e parece bem ilustrar adversidades e limitações (por vezes contraditórias) que cercam a produção da crítica musical em jornal diário.

O fator "tempo" é apontado então como condicionante nessa produção. Os CDs comentados são geralmente ouvidos na própria redação e os prazos de fechamento do caderno de cultura são antecipados em relação ao restante do jornal. "Eu às vezes brinco que escrever é um detalhe. É o que vai acontecer comigo. Eu vou passar agora grande parte do tempo tentando achar uma foto boa e vou ter que escrever a coisa em minutos", confessa o crítico em uma manhã de trabalho (Mendonça, 2003).

Outra constante em diversas falas sobre o jornalismo cultural, de modo geral, e que também atingem a cobertura musical, é a constatação de uma sensível diminuição no espaço para os textos – o que, muitas vezes, se traduz simplesmente na desapareção de comentários e reflexões mais elaboradas, opinativas, nos cadernos de cultura. Basta uma leitura habitual dos periódicos para perceber que tal redução é correlata ao aumento de anúncios publicitários nessas mesmas páginas. Uma prática adotada pela *Ilustrada*, pelo menos desde fins dos anos de 1990, e com maior assiduidade nos anos 2000, é lançar apenas o título na primeira página do caderno e preencher o restante da página com anúncio. Ao invés da análise, há uma orientação maior pelo jornalismo de serviço, com valorização dos roteiros, aponta Mendonça (2003). Essa nova política editorial, para Abonico Smith (2002), resulta na redução de espaço para tematização da cultura.

Sobrecarga de trabalho, aumento no número de eventos, coletivas e de materiais enviados à redação, importância atribuída à parte gráfica (responsável por marcar um diferencial em relação ao restante do jornal, daí muito da necessidade de “fechar” antes), espaço reduzido para o texto, número restrito de jornalistas, prazos de fechamento cada vez mais curtos e aumento do espaço de

serviço (principalmente roteiro) são alguns dos fatores que perfazem a zona de tensão entre a redação, instituições e público.

Muito em função desses aspectos da crítica jornalística, que – em certa medida – endossam uma relativa dependência da indústria fonográfica (tanto na lógica dos lançamentos quanto no acesso das assessorias das grandes gravadoras às páginas), no caso da música, vários comentários apontam para uma certa estagnação do jornalismo cultural. O comportamento de alguns jornalista passa a bem representar esse circuito viciado, como o (mau) costume de esperar que CDs e demais materiais informativos (um livro, vídeo) cheguem à redação – espera-se a “notícia despencar na redação” (Smith, 2002). Evaldo Mocarzel (2001) é incisivo ao comentar o que chama de “marasmo” que aflige o jornalismo cultural:

Outro efeito colateral de toda essa intensificação na produção da indústria cultural é o surgimento, nas redações do jornal, de gerações de repórteres preguiçosos e viciados em release de assessores de imprensa. Há uma quantidade muito grande de profissionais no mercado que é totalmente dependente de assessores de imprensa e que, em muitos momentos, vendem gato por lebre. Assim, acabamos publicando o trash sempre tão bem embalado da indústria cultural.

Numa avaliação mais próxima da crítica musical (em revistas e em jornal), o jornalista da *Folha de S. Paulo* Lúcio Ribeiro (2003) compreende essa fragilidade na cobertura jornalística da música como resultado mesmo de um mercado da música ainda pouco articulado. “Aqui não temos uma indústria de música, tudo aqui é meio jogado. Existem gravadoras, existem rádios, existem lançamentos de discos, existem bandas, mas não há uma indústria musical”. Haveria aí uma dificuldade em constituir uma cena musical, em função da inconstância das gravadoras em bons lançamentos, da escassez de rádios de qualidade e de poucos jornais que fazem uma cobertura “bacana” de discos e bandas. “Não há revistas, e as que circulam tentam sobreviver da maneira que der. É difícil colocar pautas de música em jornal *mainstream*” (Ribeiro, 2003). Ainda

assim, o jornalista identifica críticos que conseguem mobilizar pelo que escrevem mesmo num país em que, segundo ele, não existe exatamente uma cena musical, mas fragmentos de cena.

O jornalista Luis Nassif (2003, p. 38), colunista de economia da *Folha de S. Paulo* (com eventuais incursões pela área musical), é mais preciso ao atribuir uma falta de qualidade da crítica musical em jornais principalmente ao acomodamento do jornalismo cultural e ao que chama de “esquema de panela”. Destaca que movimentos musicais importantes, como Bossa Nova e Tropicalismo, contaram em algum ponto com a participação do jornalismo, através de agitadores que traziam novos temas e faziam “acontecer” – o que não ocorre hoje.

Em outros tempos o jornalismo cultural tinha um papel relevante dentro da hierarquia do jornal. Hoje não tem isso. Mesmo que você seja bom jornalista numa área ou outra, você não pode definir lances editoriais mais ousados. Outro ponto é que se tem uma tendência muito grande na música brasileira para a formação de panelinhas. O jornalista fica acomodado esperando o que vem da gravadora, dando espaço para a sua panelinha. Se os jornalistas escrevessem um artigo por dia de um artista bom haveria uma revolução na cobertura musical do país. Os próprios festivais de música, na hora da premiação, são um esquema de panela inacreditável (Nassif, 2003, p. 38).

A proximidade e afinidade entre jornalistas e fontes, a criação de amizades nessa relação, ou uma possível promiscuidade, para Arthur Dapieve (2002, p. 101), não são características exclusivas do jornalismo cultural – acontecem na forma de *lobby* também em outras editorias, como política e economia. Na área de cultura, argumenta, há o risco de o jornalista, pela mínima convivência com o setor artístico, acreditar que faz parte desse universo e criar a ilusão de que esse relacionamento se dá sempre em torno da amizade. Mas “Não é assim que a banda toca. As pautas circulam entre repórter e fonte por uma honesta comunhão de

interesse: o primeiro precisa da notícia para trabalhar, a segunda vive de criar notícia. Coisa bem distinta da amizade” (Ibid., p. 101-102).

Para Araci Abreu Amaral (1983, p. 348), a convivência com o meio artístico é o que facilita e ao mesmo tempo torna complexo o trabalho do crítico. A partir do contato mais prolongado e do conhecimento da carreira de certos artistas, das inevitáveis dificuldades aí enfrentadas, há o risco da crítica passar a valorizar o trabalho – e dar visibilidade - mais pela “perseverança” de certo produtor no meio artístico do que pela singularidade e qualidade da obra – uma espécie de prêmio de consolação. “No entanto, se examinadas essas obras com olhos de fora, com um mínimo de lucidez – a despeito dessa complexa rede de injunções – freqüentemente se poderia dizer, como na velha fábula, que ‘o rei estava nu’” (Ibid.).

Além dessas declarações, também aponta para as complicações da relação entre críticos e artistas e da possível geração de um círculo vicioso, a preocupação presente em escritos sobre a atividade em regular esses bastidores da profissão, seja na forma de conselhos de como o crítico deve se comportar ou na discussão de sua procedência. Luiz Amaral (1987, p. 143) elenca cinco condições exigidas ao crítico: ciência, gosto estético, imparcialidade, tolerância e urbanidade. Trata-se um pequeno receituário que tenta regular as condições para se fazer julgamento, nos quesitos conhecimentos prévios, influências, pressões (ambiente de trabalho, produção), abordagem e mesmo redação (escolha dos termos). O autor reconhece a tensa relação entre jornalismo e setor artístico ao recomendar que “O crítico deve esforçar-se para pôr de lado, no instante mesmo em que pensa em julgar, suas amizades, antipatias, sentimentalismo” (Ibid., p. 144).

Em grande medida, os escritos sobre crítica em jornais discutem quem *deve ser* o crítico, sua formação e pré-requisitos. Não há consenso a respeito, nem uma definição estanque (deve ser músico ou jornalista, por exemplo) – emerge das observações muito mais um híbrido jornalista-artista. O conhecimento profundo do setor abordado e mesmo o envolvimento – “Jornalismo cultural também é paixão” (Dapieve, 2002, p. 96) – são requisitos bastante frisados (em que pese o

fato de que valem igualmente também para outros segmentos e editorias), sem deixar de lado exigências do ambiente jornal, como um texto ágil, sem termos rebuscados, criativo, informativo, dinâmico e atento à atualidade, por exemplo. Um certo mal-estar na crítica jornalística derivaria, portanto, da queda excessiva para um dos lados – o conhecimento artístico (hermetismo, altamente especializado, desinteressante ao leitor) ou o jornalístico (desconhecimento de causa, superficialidade, falta de criticidade). Melo (1985, p. 98) identifica, historicamente, na fabricação de resenhas, a presença tanto de atores vindos dos respectivos subsetores do campo cultural em questão (música, cinema, teatro, artes plásticas, literatura) quanto de jornalistas que, em função do desafio colocado, “acabaram se enfronhando nos bastidores do setor e despontaram como analistas capazes de merecer a credibilidade do público”.

Os profissionais aqui mobilizados não deixam, então, de reconhecer, em alguma medida, um círculo vicioso que confere certa estagnação à crítica musical e chegam a apontar possíveis novos relacionamentos com o campo musical. Foi a partir da percepção de que “havia uma dificuldade de artistas novos chegarem ao jornal” que foi criada no *Segundo Caderno*, de *Zero Hora*, a coluna semanal *Bossa Nova*. “A gente colocou um email no jornal pra qualquer pessoa pegar e vender o seu peixe ali” (Mendonça, 2003).

Abonico Smith (2002) enxerga mudanças no cenário musical com o crescimento da internet. Acredita que isso acaba por dar maior poder ao artista e mudar as relações de consumo – “você não precisa mais esperar o jornal dar a notícia que você quer ou o rádio tocar a música. O contato artista-público ficou estreito. Foram cortados todos os intermediários. Isso é muito bom”. Já o também crítico Arthur Dapieve (2003) vê com resguardo o potencial da internet em dar maior liberdade ao músico e alega uma dependência do artista em relação às empresas fonográficas, “porque essas grandes estruturas tanto sugam sua criatividade quanto permitem que ele se dedique ao cerne do seu trabalho: fazer música”.

Outra mudança apontada, que poderia permitir à crítica musical sair dos nomes conhecidos e de sucesso, está no papel das rádios:

As rádios pararam no tempo. Isso fez com que as gravadoras parassem no tempo. Então muita coisa boa não é lançada por grandes gravadoras. Ou não é lançado em edição nacional, ou as próprias bandas nacionais independentes (...) são vistas como um produto que tem que vender, que tem que alcançar a marca "x" de cópias pela grande gravadora. Tratam tudo da mesma forma. Então, a partir do momento em que as rádios começarem a descobrir que existe um universo fora daquele no qual ela empacou - que não muda há 10/15 anos, não tem mais música nova e se tem música nova é só jabá, não no sentido de jabá de pagar, mas de promoção de gravadora - acho que as coisas começam a melhorar. Vai de quem quiser abrir o olho a coisa nova, procurar as coisas novas (Smith, 2002).

Nesse pequeno selecionado de falas e pontos de vista sobre a produção da crítica musical jornalística, que fornece apenas os aspectos mais caricaturais da complexa gama de estratégias e relações aí dispostas (na forma de um breve passeio), já se percebe pontos em comum – preocupações partilhadas, portanto – e também uma relativa diversidade de olhares (dos profissionais) sobre a situação em que se faz a crítica. E são esses interesses que vão interagir (em diálogos mas também em tensões) com outras variadas formas de ação e modos de pensar as manifestações musicais vindas de outros agentes. Como se vê, a lógica jornalística atravessa a crítica contemporânea na forma de pressões do trabalho dos assessores, da falta de espaço para opinião em comentários, de acúmulo de funções, aumento de anúncios, redução das redações, sujeição a um ritmo de atividade, entre outros aspectos que caracterizam esse momento pré-crítica, em linhas gerais.

A esfera de produção da crítica musical em jornais diários é, desse modo, um espaço tenso, em que interesses são cotidianamente negociados – e sobre o qual os atores do campo musical (artistas, empresas, gravadoras, organizações, casas de *show*, *promoters*, assessorias) depositam seus investimentos. É desse

ambiente agonístico de produção que emerge a crítica, o que leva a questionar em que medida se reproduz (nas páginas) esse nível de tensão e de pluralidade de interesses – ainda mais em um cenário em que proliferam dizeres de que a crítica morreu, piorou, entre outros reclames. Por fim, algumas questões de além mar que parecem dizer respeito a alguns traços das condições gerais de produção da crítica musical brasileira em jornais que aqui se procurou abordar, publicadas no *site Divergências: música em português*:

(...) será que só os novos discos nos poderão surpreender? Serão as novas tendências assim tão novas? Será que música é só o que aparece nos jornais, na televisão e na rádio? E a música que está para trás? Porque não falar da música do passado? E da música que se faz agora e que é realmente nova e não a de certos pseudo-intelectuais?

Não deverão ter as publicações de hoje um papel mais didático do que promocional das últimas edições? Dar a conhecer novos mundos sonoros que não os propostos pelas grandes editoras? E não existirá uma estranha cumplicidade entre certas editoras e alguns jornais, rádios e produtoras de espectáculos? (...) Existirá crítica musical independente? (Joaquim, 2005).

5.7 Importância da crítica no vale-tudo cultural dos anos 2000: (rel)ações possíveis

"Fazer escutar a música: fazer da música algo de vivo, ou mais vivo. Reinventar a música, em resposta ao que ela nos dá. Tudo isso é um ideal da crítica"
(Arthur Nestrovski)

Ao longo deste capítulo, é possível perceber as diferentes feições que a crítica musical assume em sua trajetória pelos periódicos. Estabelece tensões e continuidades de variados modos com outros atores do campo musical, com o público e com outras críticas. Ela não faz a mesma coisa o tempo todo, como se nota, nem está isenta do complexo quadro de forças que, em última análise, produz a sociedade. Suas condições de produção, visitadas brevemente nas palavras de profissionais da crítica, dão conta de apontar, minimamente, um

entrecruzamento de interesses envolvidos nesse setor jornalístico – uma disputa não somente por espaço e divulgação, mas, até certo ponto, pela própria definição do exercício crítico.

Por outro lado, algumas pistas levantadas nos capítulos iniciais sobre a crítica musical fazem referência a um emaranhado tanto de (pré)concepções sobre a atividade (algumas bastante limitadas) quanto de espaços, publicações ocupadas e modalidades, estratégias, postas em marcha e que também brigam por um entendimento da utilidade ou da própria necessidade da crítica. A prática da crítica às artes cada vez mais dentro dos espaços midiáticos representa um aumento no alcance e uma possível maior participação. Ao mesmo tempo, transformada assim também em um produto jornalístico, coloca dúvidas, marca indecisões sobre como fazer, a quem falar, com quem dialogar, com quais objetivos e segundo quais critérios. Se o cenário fosse outro, talvez não constituísse costume tão comum (ou fácil) lançar opiniões sobre a crítica jornalística – uma das tendências no estado da arte já destacada.

As bipolaridades que cercam as discussões e também colocam em crise o fazer crítico em jornais bem ilustram uma relação tensa, desconfortável, repleta de hesitações. A crítica vive dramas entre informação e formação, em ser efêmera ou duradoura, entre transitoriedade e consistência, especialização e generalidade, opinião e informação, o pessoal e o coletivo. O crítico está (num duelo) entre o amador e o profissional, o músico e o jornalista (em nosso caso). Naquilo que focaliza, revela-se um trêmulo entre o nacional e o internacional, o próximo e o distante, o popular e o erudito, o passado e o urgente, o fabricado e o espontâneo, e outras oposições capazes de balançar o julgamento.

Tais elementos tornam razoável admitir que a função da crítica contemporânea é uma questão em aberto. O papel do crítico parece ser algo sempre *em discussão*. Daí essas perturbações que envolvem a crítica musical jornalística, em seu fazer diário, no seu debate. “Um crítico só pode escrever com segurança enquanto a instituição crítica, em si, estiver acima de questionamentos. Uma vez que essa instituição seja radicalmente questionada, é de se esperar que os

atos críticos individuais se tornem perturbados e duvidosos de si próprios”, adverte Eagleton (1991, p. 1) na introdução de sua obra, sobre o percurso da instituição crítica na Inglaterra desde o século XVIII.

A crítica contemporânea é questionada então por inúmeros fatores, dos quais se pode ressaltar: a expansão da indústria cultural e respectiva explosão de ofertas de consumo, gêneros, hibridações, propostas, nichos consumidores, estilos (do cinema até a literatura); a crescente exclusão que caracteriza esse processo no Brasil, seja pelo analfabetismo ou pelo acesso (quase) impossível aos produtos culturais; o desgaste provocado pela própria exacerbação da atividade crítica, nem sempre de modo sistemático, elucidativo, criativo – responsável em grande parte pela desvalorização pública do papel do crítico no país (Suzuki Jr., 1986, p. 83); e também por aspectos sócio-culturais da época, por assim dizer, como a “repressão ao julgamento subjetivo” da qual fala Coelho (1994, p. 102).

Curiosa consequência da libertação do indivíduo, esta que impõe mais respeito aos outros do que ao próprio julgamento pessoal. Vivemos um período de tolerância auto-repressiva; exaltação e suicídio da individualidade se combinam, narcisismo e auto-anulação, bravata preconceituosa e pálida timidez se alternam nos artigos assinados de jornal, porque de certo modo a subjetividade passou a ser encarada não como um apelo a compartilhar de certezas esquecidas (...), mas sim como uma auto-exibição ociosa de quem não tem autoridade alguma para expressar suas próprias idéias e julgamentos (Ibid., p. 103)

Diante desse cenário e de uma constante tendência no estado da arte de enfatizar aquilo que não funciona é que se entende por necessário lançar agora algumas perspectivas sobre uma relação possível e produtiva (e por isso não necessariamente menos tensa) entre campo musical e campo jornalístico através da crítica musical.

5.7.1 Um DJ ampliado: seleção, registro e organização do que escutar

Fornecer um mínimo de critérios para selecionar o que vale a pena numa época de relativismo cultural, em que é moda assumir como legítima toda e qualquer manifestação simbólica (sempre sob o argumento de um pretensão pluralismo, de uma cordialidade brasileira, de um jeito “bacana” de ser...). Esse parece ser um motivo e um propósito para o exercício da crítica musical – tomados os velozes lançamentos que infestam as prateleiras diariamente das lojas e o crescimento do repertório disponível, sobretudo após a popularização do CD, quando registros em vinil ganharam reedição em formato digital. A proliferação das FMs, dos canais de TV a cabo, pela década de 1990 e a internet também contribuem no acesso a um arquivo de dimensões jamais vistas – o que aumenta assim a demanda por orientação.

O crítico de cultura Marcelo Coelho (1994, p. 16) é perspicaz na apreensão de um certo “oba-oba cultural” que perfuma essa época de explosão de ofertas de consumo, de referências e citações. Uma espécie de clima efusivo e vislumbrado que, na contramão do aqui proposto, vive justamente da falta de critérios e da abolição do julgamento. Transforma-se isso num estilo de vida⁷¹.

Consumimos alegremente Tom Waits e Mozart, Thomas Mann e Raymond Chandler, Rimbaud e Arnaldo Antunes. Nada contra que se varie de leituras e de discos. O problema está na situação de disponibilidade, de indiferença geral, de perda de critérios, de promiscuidade de valores que muitas vezes acompanha esse comportamento. Tudo se perde porque: “tudo” está à disposição, na bagunça de uma estante da Tok & Stok. A experiência estética se corrompe na avidez de “informação” cultural (Coelho, 1994, p. 17).

⁷¹ É a cultura “Jardins”, em referência ao bairro paulistano que, na visão do crítico, encarna tal comportamento – propagandeado no livro de Bruna Lombardi, *Filmes proibidos*.

Em meio a um festivo vale-tudo cultural, torna-se ainda mais necessária a crítica – alguma instituição capaz de selecionar minimamente o que é relevante, de fazer distinções. “Hoje em dia, ninguém, por mais que ame a arte, consegue acompanhar tudo o que acontece e tudo o que é apresentado. A crítica ajuda o público a fazer uma seleção e a tomar conhecimento daquilo que não pode ver ou assistir” (Costa, 1999, p. 47). No mesmo sentido, a propósito do lançamento de seu livro *Efecto Beethoven*, Diego Fischerman (2004) dá o seu parecer: “Creo que el crítico de música, el ensayista de música, es un disc-jockey ampliado. Es alguien que trata de decirnos: ‘Che, escuchá esto’”.

O crítico, nessa concepção, a princípio, é alguém em quem confiar. É o especialista em garimpar o mundo da música, um perito sobre o qual os leitores depositam (alguma parcela de) confiança. Nessas condições, esse profissional possui também sua legitimidade no fato de que acompanha de modo mais sistemático os mais diversos acontecimentos do campo cultural – “(...) viu mais filmes ou escutou mais discos do que a maior parte das pessoas. Sua base de dados é maior” (Dapieve, 2002, p. 96). Essa capacidade de ter uma “visão geral” sobre o universo artístico em questão também é apontada pelo crítico musical Renato Mendonça (2003) como uma característica importante do jornalista, uma vantagem sobre os demais (público e artistas) – “(...) ele tem algo que o artista não tem, que é essa visão geral”, daí a necessidade das mais diversas experiências estéticas.

Isso não significa reduzir a atividade crítica a uma mera indicação do que ouvir, pois ao mesmo tempo em que seleciona o material, ela organiza, sublinha, agrupa, define – ainda que numa estrita resenha sobre um lançamento fonográfico. Entre os múltiplos fazeres de uma resenha, Marques de Melo (1985, p. 100) ressalta que ela: informa; eleva o nível cultural; reforça a identidade comunitária; aconselha como empregar melhor os recursos dos consumidores; estimula e ajuda os artistas; define o que é novo; documenta para a história; e diverte. Na reorganização cotidiana do universo artístico, a crítica pode, assim, “Catalisar movimentos esparsos, reunir artistas que trabalham no mesmo sentido e que, sem

o crítico, não teriam tido nenhuma oportunidade de se encontrar” (Amaral, 1983, p. 194).

Tanto Amaral (Ibid, p. 348) quanto Nestrovski (2000, p. 11) destacam a importância dessa seleção operada pela crítica em relação às condições sociais concretas na qual ela se desenvolve. Seu papel como registradora de eventos e sua capacidade de situar o leitor em meio a uma “floresta de nomes e correntes” (Ibid.) já podem ser considerados, segundo os autores, atributos valiosos no contexto latino-americano e brasileiro, respectivamente.

5.7.2 Conversação sobre música: por uma leitura social ampla dos produtos culturais

Outra possibilidade (conjunta) de conceber as relações entre campos musical e jornalístico é tomar – e utilizar - a crítica musical jornalística como uma grande conversação (ou interação, para ser mais preciso⁷²) sobre música. Esse trabalho de seleção, registro e organização vai, processualmente, *fazer conversar* músicos, leitores e jornalistas sobre objetos específicos, de forma preponderante sobre registros fonográficos.

Interessante assinalar aí a conotação histórica da crítica como diálogo. Piza (1996, p. 41) recupera esse elo ao lembrar que a “crítica é uma abreviação do ensaio” – cuja constituição remonta, por sua vez, aos países europeus no século XVII em meio a um esforço de solidificação dos ideais modernos de justiça social e liberdade de expressão (e que teria como praticantes nomes como Erasmo de Rotterdam, Michel de Montaigne e Francis Bacon). O ensaio surge, portanto, no bojo do reconhecimento da necessidade de trocar idéias e opiniões, de aceitação do outro, da busca pelo conhecimento. Tanto é que a crítica europeia moderna

⁷² Nos termos de Braga e Calazans (2001, p. 27), trata-se de uma “*interação social mediatizada*”, que – diferente do modelo conversacional – caracteriza-se pela disposição de uma produção objetivada e durável, que permite a comunicação diferida no tempo e no espaço com uma gama diversa de interlocutores. Resguardada essa especificidade, a preferência – neste tópico – por usar o termo *conversação* deve-se a uma

surge contra o Estado absolutista (Eagleton, 1991, p. 3). Isto é, parte-se do princípio de que vivemos em uma sociedade plural e, principalmente, onde “os atritos são aceitos como inevitáveis, porém convertidos em energia criativa” (Ibid., p. 40).

Nesse sentido, a crítica musical em periódicos, como abreviação do ensaio, pode preservar essa propensão ao diálogo, a servir como conversação, em que se comenta (e debate) publicamente as obras. O jornal é, então, um lugar em que se toma contato com a leitura do outro sobre determinado produto e – socialmente, de modo diferido no tempo e no espaço – promovem-se revisões de posição, confrontos, concordância, aceitação, resposta. Tal proposição (de funcionamento, ação estratégica, relação com o campo musical) carrega o pressuposto de que “(...) não existe descrição absoluta nem puramente objetiva” (Leenhardt, 2000, p. 21). É impossível à crítica dizer tudo sobre um objeto. Bem mais pertinente, desse modo, acreditar na possível constituição gradual, pela crítica jornalística, de um tecido de interpretações sobre a produção cultural contemporânea, baseado certamente em argumentações e observações objetivas, mas também contagiada por impressões e experiências pessoais de fruição, consumo.

Ao publicizar o contato, a interação particular com uma obra, as reações da platéia, ao descrever certa escuta, a crítica promove um interessante compartilhamento de aspectos pessoais e subjetivos. Trata-se, em alguma medida, de coletivizar essas singularidades. Daí que se diga que a crítica é a um só tempo obra de um e de muitos. “Os comentários do outro sempre ajudam o desenvolvimento de nossa sensibilidade, chamando atenção muitas vezes para elementos novos e diferentes, quer concordemos com eles ou não” (Costa, 1999, p. 41).

À sombra dessas considerações, a crítica pode ser compreendida como promotora de uma leitura social ampla da produção cultural de uma época. A leitura presente no ato crítico não é de modo algum isolada nem puntiforme, o que

tentativa de frisar o caráter participativo, dinâmico, amplo, prático, usual, evocado pela expressão e que o dispositivo social crítico, acredita-se, pode assumir.

caracterizaria um exercício meramente individual. O objeto da crítica – um CD, um *show*, um programa de música na TV – se relaciona com outras obras em sentido vertical e horizontal (Nunes, 2000, p. 52): com aquilo já feito numa sucessão temporal e com demais produções existentes em dado momento, simultaneamente. Desse modo, “a leitura individual é também social, porque se acha sob condições culturais e históricas determinadas” (Ibid.).

Ao apostar numa grande leitura de produtos culturais agenciada pela crítica, é necessário ter em mente a leitura como *prática social*, um processo coletivo que não se reduz à reação individual dos leitores. Partindo da crítica literária, Vasconcelos (2000, p. 14) diz que “Entre a obra literária, enquanto uma estrutura de sentido, e o leitor, que carrega para leitura seu *horizonte de expectativa*, isto é, sua história e lugar na ordem social, abre-se o espaço da discussão da leitura não só como atividade social, mas também como prática social”. E conclui por estender tal concepção também à crítica de outras artes – tomando o crítico como “um leitor que compartilha com outros leitores um sistema coletivo de valores e normas, cabendo-lhe, no entanto, a tarefa de formular perguntas e propor respostas (...)” (Ibid., p. 15). A leitura social ampla da crítica pode ser vista, então, em resumo, como uma reunião de interpretações, decifrações, olhares múltiplos sobre os produtos musicais – dada a já referida inserção e interação da música na cultura brasileira.

Essa (rel)ação possível aqui proposta se aproxima, pela presença de vários interlocutores e de uma variedade de olhares, pelo compartilhamento de experiências, citações, pela pluralidade de percepções, argumentos e interpretações sobre a produção musical, da perspectiva do jornalismo como um “campo polêmico”, adotada por Mouillaud (1997). Essa grande conversação sobre música - além permitir o cruzamento de informações e uma comparação ainda que inconsciente com a memória musical, como quer Dapieve (2002, p. 96) para o bom exercício da crítica – rende, levados em conta os retornos periódicos (praticamente diários) da crítica jornalística, um cotidiano retrabalhar das idéias.

Nenhum ser humano é infalível ou já pensou em tudo sobre qualquer assunto. Ele sempre ouvirá coisas novas que o farão retrabalhar suas idéias. Para melhor ou para pior, não importa. O que mantém uma cultura viva, o que impede que o silêncio dos ignorantes e obscurantistas impere no clima de uma sociedade, é exatamente o retrabalhar das idéias. Esse retrabalhar das idéias é fundamental à sociedade porque mantém acesos os valores da liberdade de expressão e da tolerância. As duras penas, neste final de século XX, compreendeu-se que a liberdade de expressão é um dado político e econômico; e, sem ela, as obras de arte escasseiam e a paisagem de experiências e idéias empobrece (Piza, 1996, p. 43).

Outro ponto a ressaltar é que essa prática do retrabalhar de idéias, do cruzamento de citações, referências, informações, opções de interação com os objetos, é qualificadora tanto do setor artístico quanto do público – não somente em termos de fruição estética mas até mesmo organização diária, posicionamento, estímulo ao debate. Essa conversação é parte do aprendizado do artista, do crítico e do público. “O artista precisa se integrar a um universo de idéias, propostas e princípios, além de estabelecer um conjunto de relações e de participar de uma comunidade promotora de arte (...)” (Costa, 1999, p. 59). O público, por sua vez, precisa estar devidamente informado para poder participar do circuito cultural. “É dessa maneira que ele desenvolve sua sensibilidade e pode estar em sintonia com a arte e os critérios de julgamento artístico” (Ibid., p. 60).

Neste caso, a crítica, mesmo “errada”, é importante, porque está, na verdade, não “julgando”, mas está, isto sim, “testando” a obra... e quando aparece um outro crítico para criticar o antecessor é que se vai constituindo uma leitura coletiva, uma leitura social da obra. É assim que vai surgindo, se podemos dizer, um clássico da literatura, ou não. Porque nenhum erro da crítica, clamoroso que seja, foi capaz de destruir uma obra; ao contrário, se hoje lemos Shakespeare, ou Virgílio, ou qualquer clássico, é porque em cima dessas obras, ou melhor, embaixo delas, foi se construindo uma montanha de erros, de apreciações parciais, incessantemente revistas e corrigidas, e é essa montanha de... críticas, de leituras diferenciadas, que terminou constituindo, ou comprovando, determinado livro como um “clássico” (Coelho, 2000, p. 84-85).

É nessa conversação ampla que se promove um aprendizado coletivo – e em público – de artistas, críticos e público leitor. A crítica trabalha, nessa perspectiva, numa lógica tentativa de erros e acertos, desprovida de qualquer dogma, em prol de uma participação ampla (com diversidade de posições) e produtiva (no sentido de uma interação qualificada, mais sistemática, com maior capacidade de associações e aproveitamento, de uma escuta ampliada) em torno dos produtos musicais.

5.7.3 Postura atuante: chances de intervenção na produção cultural

Uma última breve colocação que se faz sobre ações possíveis da crítica musical jornalística – essa mais na forma de apontamento, uma vez que apenas atribui relevo a aspectos já sugeridos nas demais abordagens e também trabalhados no capítulo de fundamentação teórica – diz respeito à sua capacidade (ou mesmo necessidade) de intervenção na cultura contemporânea, notadamente na indústria da música (artistas, gravadoras e demais agentes envolvidos). Trata-se de pensar incidências sobre os produtores e sistemas de produção (Braga, 2002, p. 28).

Em certa medida, a crítica possui, no jornalismo, a princípio, a singularidade de prestar-se justamente à avaliação, ao aspecto opinativo, de criticidade, muito mais que outros espaços, bem mais presos à lógica informativa, de citação explícita de fontes, narração dos fatos e de um quase desaparecimento do autor do texto. Por essa capacidade menos velada de ação, pode-se dizer que o jornalismo cultural está, assim, dentro e fora da cultura (Suzuki Jr., 1986, p. 79) – é complemento do circuito cultural, indispensável à sua vitalidade, mas também marca tensão, ruptura, disputa. Nas palavras do autor, “O jornalismo cultural da grande imprensa tangencia as curvaturas do mercado não só em suas zonas de aderência (...) como também na sua topografia de crise” (Ibid.), que podem ser traduzidas – respectivamente - pelos sucessos do disco e pela produção independente.

A intervenção sobre a produção cultural pode se realizar, de acordo com o jornalista, de inúmeras formas: no lançamento de um fato cultural, no questionamento de uma verdade estabelecida e oficializada, na promoção de um debate sobre questões do momento, entre outras. “O caderno de cultura deve inserir-se no circuito como um agente fecundador e não apenas como um assimilador passivo da produção que noticia. Deve ser um espaço cotidiano de instauração de novas questões culturais” (Ibid., p. 82).

Em sentido próximo, uma sugestão feita por Amaral (1983, p. 351-352), a partir de “Reflexões sobre a responsabilidade social da crítica de arte na América Latina”, em 1980, ainda mantém atualidade e pertinência, ao propor um modo de intervenção junto ao circuito cultural:

Mas o que é importante afirmar (...) é que não deve bastar “ignorar” leilões – ou registrá-los como significativos de uma época – mas tentar uma atuação de acordo com o momento de gravidade social em que vivemos, assinalado pela incoerência, desrespeito do ser humano, e pela ambição de uns poucos em detrimento de uma grande massa populacional que sobrevive com teimosia, desejando também se afirmar como expressão cultural, debatendo-se por fazer valer valores culturais menosprezados – ou caricaturizados em folclorismos – pelos chamados meios artísticos, ou ainda violentados pelos impositivos meios de comunicação de massa. Existe uma cultura em gestação, quiçá ainda informe, porém vital e em crescimento, à nossa volta. Estabelecer vínculos com os núcleos mais ativos desses outros segmentos, registrando-os, talvez seja, por certo, um dos caminhos da nova crítica da América Latina.

Longe de atribuir à crítica um papel autônomo na sociedade, coube aqui registrar ações possíveis, explorar potencialidades – sendo que uma delas enquadra-se na perspectiva de uma necessária leitura polêmica do campo musical (que provoque o debate, contemple o confronto de idéias e a própria diversidade de atores e modos de produção, circulação e consumo da música contemporânea). Tentou-se colaborar, brevemente, na visualização de uma (possível) crítica menos passiva, limitada, e mais participativa, plural e atuante nos rumos da música.

6 O potencial polêmico da *Folha de S. Paulo*: uma análise do que a crítica faz

6.1 O caso *Radiohead*: agendamento musical jornalístico

“*Somos acidentes esperando para acontecer*”
(Thom Yorke)

Nos meses de maio e junho de 2003, um nome passa a ganhar especial destaque no cenário musical. Diversos espaços mediáticos passam a centralizar a atenção em torno de um lançamento fonográfico: o aguardado sexto álbum da banda inglesa *Radiohead*, *Hail to the Thief*. Publicações nacionais e internacionais (de jornais a revistas), canais de TV, rádio e *sites* na Internet empenham-se na busca por informações sobre o grupo e seu novo disco. Há um agendamento, desse modo, não só dos jornais sobre o público ou da gravadora sobre os media, mas também entre veículos noticiosos.

É em meio a esse interagendamento que a *Folha* passa a acompanhar de modo prolongado o novo registro fonográfico e a banda, perfazendo uma modalidade peculiar de agendamento – interações temáticas entre os espaços de um mesmo jornal. *Radiohead* é abordado no columnismo musical, ganha capa do caderno *teen*, vai para página de destaque da *Ilustrada* e termina por voltar ao columnismo, sem não antes galgar espaço como recomendação no suplemento dominical de discussão de idéias.

Para além desse mapa da presença do agente na crítica musical, salienta-se que são mobilizadas diversas estruturas editoriais e ações (uma variedade de fazeres, portanto), autores (de jornalistas, colunistas, *free-lance* a publicações internacionais), para se tecer comentários. As estratégias da crítica envolvem avaliação de *show* no exterior, anúncios informativos, resenha de arquivos da Internet, avaliação do disco, biografia, genealogia, entrevista, referências incidentais, entre outras.

O objeto referencial dos comentários altera-se durante o caminho: indo do lançamento mesmo como evento, alargando-se para a trajetória do grupo e

fechando-se sobre o CD. Amplia-se gradualmente o nível de leituras sobre a obra e também o público projetado para a escuta. Ao lado disso, há que se reconhecer um certo consenso sobre a importância do artista e do lançamento (que recorre a determinadas operações de enquadramento). A possibilidade de uma leitura polêmica encontra-se muito mais, então, na variedade de estilos, recursos, ações, espaços de cobertura, do que no questionamento frontal da qualidade da obra – e que, processualmente, ao longo do tempo, podem constituir um repertório de avaliações úteis ao leitor. O que não impede que se encontre – como será apontado – um nível de tensão no interior de uma única peça jornalística, por exemplo, dadas variações estilísticas e de foco.

Cabe acompanhar no processo de agendamento realizado as variações (de formatos, fazeres) da crítica musical, bem como as relações de polêmica que estabelece no campo musical pelo menos em duas dimensões: no processual agrupamento de leituras, escutas, opiniões, posicionamentos sobre a banda ou sua obra; e também no tensionamento (num grau mais interno às peças) de idéias, comportamentos, expectativas, referências já consolidadas no imaginário ou a uma situação social específica.

O agendamento musical crítico-jornalístico em questão traça a seguinte cronologia:

02/05 – foto-legenda na coluna *Popload*, da *Ilustrada*

30/05 – anúncio do lançamento em *Popload*

02/06 – matéria de capa da *Folhateen*

06/06 – matéria de página inteira na *Ilustrada*

11/06 – crítica do CD, do *New York Times*, na *Ilustrada*

22/06 – indicação no *mais!* (*os dez+*)

23/06 – recomendação em *Escuta Aqui*

6.1.1 O pré-lançamento jornalístico: preparação da escuta (e dos bolsos!)

Com mais de um mês de antecedência, a *Folha de S. Paulo* anuncia o lançamento do CD *Hail to the Thief*, sexto álbum da banda britânica *Radiohead*. No dia dois de maio, a coluna semanal *Popload*, da *Ilustrada*, veicula foto-legenda sobre o evento e começa, em certa medida, a produzir o acontecimento. A foto é da capa do futuro disco e a legenda informa o título, a data em que chega às lojas (nove de junho) e o *single* (música de trabalho). Especula ainda que “cada música tem duas sugestões de título”.

No fim do mês (dia 30), o mesmo espaço trata de realçar o informe: “Dia 9 próximo a gravadora EMI põe no país, em lançamento simultâneo com o resto do planeta, o álbum ‘Hail to the Thief’, o sexto discaço do cultuado Radiohead”, diz a nota, que destaca ainda outras três novidades discográficas para o mês de junho – “Uma batelada de discos legais (...)”, para usar a expressão do jornalista.

Esse segundo ataque informativo marca um diferencial em relação ao primeiro por começar a valorar o produto – o disco já é “legal”, um “discaço”, antes mesmo de chegar aos ouvintes, de ser lançado. Em ambas as notas trabalha-se com um suposto: o de que o leitor conhece a banda. Não existem informações sobre o grupo. Sabe-se agora, no entanto, que se trata do sexto disco de um “cultuado” grupo. Os adjetivos genéricos e o trabalho com o suposto conhecimento prévio e familiaridade do leitor com o nome são indícios de um encaminhamento da escuta operado pela crítica, pode-se dizer, ainda que nesse nível basicamente informativo, noticioso.

As notas informativas de anúncio do lançamento começam a sugerir uma possível importância e um suposto conhecimento público sobre o artista em questão a partir da omissão de maiores informações, esclarecimentos sobre sua origem ou afins. É o que fica implícito e se supõe de conhecimento ao menos do leitor da coluna, que em geral pode ali acompanhar novidades sobre música *pop* internacional no ambiente da internet (daí o trocadilho do nome). Esse conta-gotas informativo funciona como um aperitivo, uma vez que o lançamento não chega a

ser assunto principal das duas referidas edições da coluna, mas pertence a um grupo secundário de informações.

O trabalho do jornalista Lúcio Ribeiro na coluna semanal *Popload* prepara a recepção, a chegada do disco, da novidade fonográfica – “prepare o bolso”, avisa uma das notas. Cria expectativa em torno do lançamento, desperta a curiosidade, e nesse sentido intensifica e/ou melhor direciona as interações entre instituições-crítica-público, induz a manter contato, a ir lá checar o material, a continuar acompanhando (tanto o jornal quanto a banda). Essa fase inicial, de anúncio, uma espécie de pré-lançamento, é essencialmente cooperativa: indústria fonográfica e jornal somam esforços. O discurso jornalístico tem aí como referência um evento futuro, previsível, programado (ainda não é realmente a obra que interessa, que vira objeto). No entanto, pelos adjetivos genéricos e indeterminados utilizados, bem como por aquilo que não é dito e pelo fato das informações (re)aparecerem no mesmo espaço editorial, começa a ser moldado certo destaque ao lançamento (não é apenas mais um disco). São breves piscadelas do jornal só para os iniciados que começam a forjar a importância do lançamento nas páginas da *Folha*.

Vale destacar que entre uma nota e outra o nome da banda não desaparece por completo, mas figura num pano de fundo, é citado em resenhas como base de comparação, ou brevemente lembrado em cartas (o que dá sinais de sua penetração na área musical popular). Esse trabalho (referências esparsas, citações ocasionais) será aqui chamado de *incidências auxiliares* no movimento de agendamento musical jornalístico em estudo.

6.1.2 Salvem o ladrão! (o roubo da agenda/atenção)

Passada essa fase de anúncios preparatórios, é possível dizer que o *Radiohead* toma de assalto a agenda crítico-jornalística. A alteração, em relação à fase anterior, se dá em termos de intensidade e também de angulação, tratamento. Na semana que antecede o lançamento mundial, a *Folha* elege a banda inglesa

como prato principal e – ao invés de breves anúncios – passa a praticar uma espécie de dossiê sobre o grupo. Há um alargamento no objeto referencial das matérias, que é agora menos o lançamento (como evento) e mais a banda e sua obra (os cinco álbuns anteriores, especulações ou audições prévias do que viria a ser o sexto, e, finalmente, uma avaliação do mais novo CD). É nessa fase, aqui compreendida entre os dias dois e 11 de junho de 2003, que acontece o auge informativo na cobertura crítico-jornalística sobre o *Radiohead*. De notas informativas salta-se para uma outra modalidade editorial para fazer a crítica musical.

Exatamente uma semana antes de o CD *Hai to the Thief* chegar às lojas, a banda é matéria de capa da *Folhateen*. “ÀS VEZES ELES VOLTAM: Radiohead, considerada a banda pop mais importante em atividade, lança novo CD, que chega ao Brasil na próxima segunda”, estampa o caderno. A matéria conta ainda com chamada na primeira página do jornal, que, agora sim, convida o leitor a conhecer a banda: “Conheça a trajetória do grupo, suas influências e a opinião da crítica e de artistas. Leia também sobre o show na semana passada em Londres”.

A crítica da *Folhateen*, que ocupa três páginas, pode ser dividida nas seguintes estruturas: a) titulação e texto principal, de apresentação; b) quadro de influências artísticas; c) crítica de show; d) discografia comentada e; e) acréscimos de serviço. São espaços que fazem coisas diferentes e participam de forma singular, portanto, na constituição do todo crítica musical. Em resumo, a crítica vale-se das seguintes ações:

- a) Titulação (título e linha de apoio) e o texto principal introduzem o leitor no assunto. Explica-se a trajetória do artista, comenta-se o início da carreira, cidade natal, a formação da banda, a escolha do nome e presta informações sobre os discos – detalha o trabalho de estúdio, letras, os produtores e variações na utilização de instrumentos musicais. Além de chamar atenção para o lançamento, na próxima semana. Faz um apanhado geral da biografia do *Radiohead*, com destaque para os aspectos musicais, de sonoridade,

gravação. O título, em letras garrafais vermelhas, no alto, “2+2 = 5”, causa certa tensão, uma ruptura para com a lógica habitual dos títulos jornalísticos e também da matemática – trata, assim, de atrair a atenção e de atribuir singularidade ao artista em questão. Promove, desde o início da peça, uma espécie de “polêmica silenciosa” (Mouillaud, 2002, p. 86) com outros formatos de titulação e apresentação do material jornalístico. O título, em consonância com os primeiros parágrafos, sustenta a tese do texto, a leitura principal, por assim dizer, do trabalho e da trajetória da banda – a saber, a de uma “matemática improvável”, “só ela pode explicar como, em pouco mais de dez anos, o Radiohead deixou de ser um forte candidato a banda de uma nota só (o hit "Creep") para se transformar no embaixador da música experimental dentro do primeiro escalão da indústria cultural”. Percorre-se, assim, pedaços da trilha de um vencedor, no olhar do crítico. Longe de ser unilateral, ou apologética, a narrativa produz polêmica: 1) em relação a avaliações e suspeitas sobre a banda em outras épocas, faz o contraponto à luz do presente; 2) ao recuperar a reação da crítica, ainda que de forma geral e desfigurada, durante a trajetória do grupo e; 3) ao explorar contradições, ambigüidades da produção da banda, e situar o comportamento do grupo em relação (oposta) a um imaginário comportamento padrão no mercado musical⁷³.

- b) O quadro de influências sonoras e artísticas (“Eles não existiriam se não fosse...”) faz o trabalho de genealogia, de identificar (com breve comentário e

⁷³ Enquadram-se nessas formas de polêmica os trechos: (1) “Aí surgiram as suspeitas de que o Radiohead era mais um desses grupos que lançam um grande hit e somem da face da Terra. Ouvindo ‘Pablo Honey’ hoje, parece injusto. O disco é irregular, soa bastante como U2 em algumas faixas, mas a alquimia entre os três guitarristas já era evidente e explodiu no álbum mais pop da banda até hoje, ‘The Bends’, de 95”; (2) “(...) e a crítica percebeu que tinha nas mãos um filho legítimo de um triângulo amoroso formado por Pixies, Sonic Youth e R.E.M.”; (3) “Mesmo na contramão da aposta mercadológica de empurrar o lixão para as massas, ‘OK Computer’ chegou ao topo das paradas, ganhou Grammy e foi eleito pelos leitores da revista ‘Q 4 Music’ o melhor álbum de todos os tempos”, “Depois de megaturnês em estádios lotados, o Radiohead poderia descansar sossegado e repetir a fórmula vencedora ao infinito. Mas deu seu salto mais ambicioso” e “O estranho é que, mesmo descartando o jeitão de hino de suas canções, o Radiohead consegue manter o status de gigante da mesma indústria que critica”.

foto) uma linhagem, a procedência do grupo. Remonta e sistematiza músicos que estão nas raízes do som do *Radiohead*. Essa estrutura editorial é responsável pelo aprofundamento no conhecimento musical – estabelece elos possíveis com o passado, demarca historicamente a constituição da proposta artística em questão. Não deixa de ser, então, um quadro de sugestões para consultas a sons semelhantes, agora organizados, agrupados.

- c) A matéria conta também com um crítica de um *show* em Londres, cuja data não é precisada – diz-se apenas que foi a uma semana do lançamento (possivelmente no sábado ou no domingo), último de uma mini-turnê européia. Trata de descrever e avaliar a presença da banda no palco. Comentam-se atitudes dos músicos no palco e reação da platéia. Colhe falas de quem assistiu, diz o preço do ingresso, dá detalhes da fila de entrada do espetáculo e traduz, em certa medida, o ambiente de euforia em torno do quinteto britânico⁷⁴. O nível de tensão interno da crítica é gerado a partir da quebra com expectativas sobre a relação da banda com a platéia, em função das novas sonoridades – que teriam tudo, segundo o crítico, para não agradar o público mais jovem e mais presente na platéia. O silêncio durante as músicas deixa de ser, assim, apatia para virar hipnose, como destaca a crítica. Contrariamente ao que seria esperado, a performance da banda agrada ao público adolescente⁷⁵, atesta a peça jornalística.

⁷⁴ “Para quem tinha muita grana, bastava desembolsar as 100 libras (cerca de R\$ 500) pedidas pelos cambistas. Na porta, com a carteira vazia, a estudante Rachel Campbell, 17, resolveu improvisar. ‘Sou fã, tenho pouco dinheiro e PRECISO entrar!’, escreveu em um cartaz. ‘Espero uma boa alma me ajudar’, disse”.

⁷⁵ “Durante algumas canções novas, o silêncio dava a impressão de que o público estava entediado. Pelo contrário, a explosão de aplausos ao final das músicas revelava que os fãs estavam mesmo era hipnotizados.

Desde que enveredou por experimentações, o som que a banda de Thom Yorke criou parecia perfeito para afugentar os adolescentes. Afinal, quem curte murmúrios, quebras de ritmo, baterias meio-jazz e poucas guitarras, normalmente, é o pessoal mais velho. Mas a regra não se aplica ao Radiohead. ‘Sou um fã novo. Comecei a curtir o grupo quando ‘Amnesiac’ foi lançado. Prefiro a fase recente, mas também gosto dos CDs antigos’, disse após o show, Will Tonks, 16”.

- d) A última página contém a discografia da banda, cercada por opiniões de críticos (maioria de revistas internacionais) e músicos brasileiros. Em que pese o caráter predominantemente elogioso dos comentários (os músicos elegem o seu disco preferido e justificam; são recolhidas citações de críticas favoráveis, na maior parte, que por vezes soam como slogans publicitários), promove-se uma espécie de fórum de discussão sobre a obra do grupo, em que se tem acesso ao olhar de atores diversos. Tal estratégia colabora na percepção de matizes entre os trabalhos discográficos (uma vez que, no caso dos músicos, se é obrigado a dizer o porquê da escolha, o que carrega comparações, mesmo que implícitas⁷⁶). Um número menor de críticas recolhidas de publicações trabalha no estabelecimento de diferenciações, gradações entre os discos, ao relativizar a importância do produto mediante os demais álbuns⁷⁷. Não aparecem, no entanto, depoimentos de artistas que não gostam de tal estilo ou da banda, o que poderia acrescentar um contraste interessante.
- e) Por fim, são publicados endereços de *sites* na Internet onde é possível encontrar mais informações sobre a banda.

Na sexta-feira seguinte, seis de junho, é a vez da *Ilustrada* voltar-se para a banda. A crítica, estampada em toda a página E9, é composta por titulação (título, subtítulo, gravata), fotos (da banda e da capa do CD), frase de destaque (com trecho da entrevista na lateral da página), entrevista direta com o baterista, introdução à entrevista e resenha do álbum – separada por um quadro do restante

⁷⁶ Como na opinião de Fernanda Takai, vocalista da banda mineira *Pato Fu*: "Prefiro o 'The Bends'. Durante muito tempo, ele foi referência para a gente em estúdio. Gosto muito de ouvir o Thom Yorke purinho!". Ou então na opinião de João Barone, baterista dos *Paralamas do Sucesso*: "Meu favorito é 'Kid A'. Como sou meio 'velho', gosto muito das cores e texturas e das referências ao Pink Floyd, além da voz incrível do Thom Yorke".

⁷⁷ "Agradável, sim, mas nem tanto... Muitas dessas 'canções' ficam ao redor dos três, quatro minutos, justamente quando elas começam a ficar interessantes... E o disco soa quase lá" e "É só uma sombra do que um álbum ao vivo do Radiohead poderia ter sido".

do texto. É colocada em causa, como se vê, uma multiplicidade de propriedades significantes para anunciar o novo disco do *Radiohead*.

A variada estrutura editorial não conduz necessariamente, no entanto, nesse caso, a uma pluralidade de enfoques sobre o objeto. É posta em marcha uma gama de operações para atuar na solidificação e confirmação de uma tese central, de um enquadramento. Operações que remetem tanto às condições de produção quanto de reconhecimento (Verón, 1996) do discurso jornalístico, resultam de processualidades produtivas mas também agem como estratégias de convencimento do leitor.

Signos de legitimidade são mobilizados para confirmar a idéia central de que o “Radiohead reencaixa o rock no meio de suas experimentações”, como expressa o subtítulo. A tese principal é reafirmada pela gravata, que alerta para as “mudanças sonoras” sobre as quais irá falar o baterista e pela citação em destaque como “Frase” (“Acho que esse disco é o que mais conseguiu captar no estúdio a energia que o Radiohead leva para o palco”). A resenha reforça o enquadramento ao se guiar pela avaliação de que o disco “promoveu o retorno do rock ao Radiohead”. A tese principal da crítica é respaldada, portanto, por diferentes mecanismos de legitimação. Anuncia-se o lançamento mais pela concordância do que pelo confronto de posições, seja na entrevista, na resenha ou no texto introdutório.

A fabricação desse consenso envolve operações como distinção e justificativa. A crítica preocupa-se em mostrar o quanto o assunto é importante – a tal ponto que merece uma página inteira do caderno de cultura de um dos maiores jornais do país. Um dos mecanismos é o de diferenciação, de singularização do CD. Não se trata, nessa lógica, de mais um disco a preencher as prateleiras, mas é “o” disco. Nessa linha, quem não comprar o álbum novo corre o sério risco de deixar de compartilhar do momento de maior felicidade da banda e, ainda, perder

de acompanhar o retorno do *rock* ao *Radiohead*. São operadores de comparação e definição que atribuem maior valor a esse disco em específico⁷⁸.

Ligada a essa operação de distinção, singularização, está a justificar as escolhas feitas. Presta-se explicações tanto sobre a escolha do entrevistado quanto do assunto abordado e, nesse ponto, acaba-se por endossar a importância do lançamento. Nos primeiros parágrafos, o texto faz referência a um clima (mediático) de expectativa generalizada em torno do novo álbum, ao fato de que há uma “celebração noticiosa” que “evidencia a importância” que a banda adquiriu no cenário musical⁷⁹. Utiliza-se como justificativa para tratar, com tal destaque, do assunto o próprio discurso sobre a banda. Esse metadiscurso opera com figuras de indeterminação, genéricas, imprecisas quanto à localização – responsáveis por criar a impressão de que todos estão falando sobre (e aprovando!).

A crítica jornalística coloca em contato o artista com seu público (ou ao menos com o público do jornal). Ela faz essa mediação, com variações no grau de proximidade: ora privilegia-se a relação do leitor com a banda, ora com certo músico componente, ora com a obra, ou com outras avaliações. A matéria do dia seis de junho estabelece a máxima aproximação até então, tanto com a banda (através de entrevista com um dos músicos) quanto com o disco a ser lançado (através de resenha baseada nas faixas disponíveis na Internet). Antes de o CD chegar às lojas, já se tem uma avaliação e uma tese central sobre a obra, um direcionamento (preferido) para a escuta. Percebe-se que nessa aproximação do objeto (artista/obra), em que até mesmo se simula um contato direto com o artista através da entrevista, há uma redução no grau de polêmica envolvido, no sentido

⁷⁸ A partir da entrevista, percebe-se que “esse disco é o que mais conseguiu captar no estúdio a energia (...)”, “é o que melhor captou a felicidade da banda”, o que “consegue, nas letras, ser mais direto, chegar mais às pessoas, do que ‘Amnesiac’ e ‘Kid A’” e “tão bom quanto ‘Ok Computer’”, seus antecessores.

⁷⁹ Como nos trechos: “(...) a cena pop pára nos próximos dias para saudar a chegada do novo CD do Radiohead”; “(...) o sexto disco do mais cultuado grupo de rock do mundo”; “Tal disco já é consumido em alta velocidade na rede (...)”; e “(...) fato que pode

de confrontos, contrastes de opiniões, gradações, debate. A disputa se dá muito mais em termos de oferecer antecipadamente ao leitor um contato com o lançamento e com o artista.

A crítica propriamente dita do novo CD ganha as páginas da *Ilustrada* no dia 11 de junho. Trata-se de texto originalmente publicado no jornal norte-americano *The New York Times*. A peça jornalística encerra essa fase de exacerbção informativa sobre o grupo em torno do lançamento. O estilo do comentário diferencia-se dos anteriores. Concentra-se na obra (sem entrevistas, fotos ou demais aportes). O texto movimenta-se da carreira da banda em direção aos detalhes do CD. Avalia a carreira para entender o momento atual do artista, procura pelas mudanças de estilo, propostas colocadas na trajetória. Há uma tese central, um eixo para a análise. Mas não se trata de um texto burocrático, unilateral, fechado. Isso porque há uma dramatização responsável por manter um nível de tensão em relação ao tema. A orientação central de que “Em ‘Hail’, Radiohead recusa isolamento” – como diz o título – extrapola os termos musicais e acaba por servir de exercício (metafórico) de reflexão sobre a sociedade, sobre a impossibilidade de refugiar-se no isolamento, a necessidade de enfrentar o mundo real.

A crítica prolonga ou incorpora, de certa forma, a temática do disco. Reproduz o clima do CD. Analisa letras, publica trechos, faz comparações, avalia o encarte, mas – acima de tudo – cria uma tensão interna. “Às vezes, o que é mais assustador vira realidade. É essa a certeza desconsoladora que percorre o sexto álbum do Radiohead (...)”, avalia o crítico. Captar mudanças na trajetória e recorrer a uma riqueza de detalhes, imagens, referências sobre o passado da banda surge como um dos trunfos para tentar funcionar como uma espécie de complemento ou continuação da obra.

ter a polêmica medida pela quantidade de capa que mereceu em revistas e jornais de todo lugar, inclusive desta *Ilustrada*”.

Ao longo dos prósperos e tumultuados anos 1990, o Radiohead era do contra. A banda aplicava suas melodias exaltadas a canções de alienação e maus augúrios, com Thom Yorke cantando sobre vigilância e despersonalização, sobre enfrentar figuras estranhas e assustadoras ou ser uma delas, tudo isso na voz marcada e frágil de um menino que foi vítima de abusos.

O Radiohead subvertia sua grandeza roqueira britânica própria com imagens áridas e contundentes e correntezas subjacentes de dissonância e ruído. E encontrou ouvintes dispostos não apenas a acompanhar suas canções, mas também a refletir sobre elas. Aliás, o que começou como um grupinho pequeno e fechado de ouvintes acabou virando um público de massa.

O texto costura a trajetória da banda numa guerra de opostos, como isolamento e popularidade, solidão e multidão (massas), fuga e enfrentamento do mundo, interior e exterior. Procura, nesse trabalho, avaliar o significado social da obra – com base na situação atual do grupo, do gênero musical, na atualidade dos temas cantados. Pratica-se, assim, uma espécie de crítica social (discute-se música, mas, indiretamente, também a sociedade). A música serve de motor para um drama psico-social em torno do isolamento e da volta ao mundo real.

A banda desafiou sua própria popularidade ao se voltar para dentro com “Kid A” e “Amnesiac”, os dois álbuns que produziu durante uma fase prolongada de experimentos feitos em estúdio durante 1999 e 2000. Mas as palavras de ordem de “Hail to the Thief” estão escondidas no meio de “I Will”, balada que fala do esconder-se num bunker subterrâneo, quando Yorke canta “encontro o mundo real ao sair de minha casca”.

“Hail to the Thief” chega em meio a uma enxurrada de palavras. A pintura da capa do álbum é repleta de palavras não inteiramente aleatórias e, em muitos casos, ameaçadoras, entre elas medo, perigo, segurança, TV, Deus, carne bovina, armado, pobre, Internet, drogas e “donut”.

A enxurrada de palavras em “Hail to the Thief”, além das letras das canções, não é um exemplo de poesia de geladeira, de arte roqueira. É um sinal de que, depois de transformar sua música ao se retirar para dentro do estúdio, o Radiohead pretende se engajar novamente com o mundo externo com a concretude da linguagem, oferecendo mais do que suficientes potenciais associações.

A crítica ocupa-se da tarefa de atribuir significado aos mínimos detalhes da obra em questão, como as palavras do encarte ou trecho de certa canção. Reveste essas opções artísticas de sentido, interpreta-as. Nesse sentido, a crítica musical funciona como uma “pedagogia da sensibilidade” (Leenhardt, 2000, p. 20), uma escola do ver, do escutar e do sentir – um efeito torna-se perceptível para aquele que não está acostumado com ele.

Ao redor dessas matérias lançadas, há um trabalho de agendamento mais residual por parte de inferências auxiliares. São feitas citações paralelas, referências menores, publica-se foto nas colunas *Escuta Aqui* e *Popload* e na seção de cartas da *Folhateen* (um leitor elogia a cobertura feita pelo caderno). De forma indireta, esses espaços produzem os entornos, a ambientação. A coluna *Popload* acompanha mais sistematicamente festivais dos quais participa o *Radiohead* e mantém seu nome, assim, na agenda.

6.1.3 Repercussão: *exit music (for a film)*

Se o lançamento do *Radiohead*, em 2003, entra em cena nas páginas da *Folha* através de notas informativas em colunas, ganha aí então maior destaque com matérias de profundidade, biografia do grupo, influências, discografia comentada, entrevista com integrante da banda, resenha antecipada da obra e crítica do CD, é através de outro formato ou estrutura editorial que os britânicos saem de cena. A despedida se dá na forma não exatamente de resenhas, mas de sinopses de recomendação do disco.

É nesse formato que até mesmo o suplemento dominical *mais!* passa a contemplar o lançamento da música *pop* – algo não tão usual ao caderno. No dia 22 de junho, em espaço da segunda página destinada a indicações de livros, artes, exposições, em geral (a seção chama-se *os dez+*), ao lado de livro de Émile Durkheim, conto de John Updike, estudo sobre o simbolismo arquitetônico, DVD de filme *noir*, é que se encontra *Hail to the Thief* – a essa altura um velho

conhecido da *Folha* – entre as recomendações dominicais. Ainda que de modo sintético, informa sobre a linha temática das letras, tendências sonoras, nome do vocalista, gravadora e preço. A sinopse é praticamente uma junção resumida das avaliações feitas até então pela *Ilustrada*: “E as feridas não cicatrizaram neste sexto álbum do cultuado quinteto inglês Radiohead. Na excruciante voz de Thom Yorke, as músicas falam de uma idade das trevas se precipitando sobre a humanidade novamente. Do crepuscular ao lírico, o CD mescla experimentalismos e laptops às boas e velhas guitarras”.

No dia seguinte, é a vez da coluna *Escuta Aqui*, do caderno *Folhateen*, recomendar o mesmo CD, no espaço *Play*, destinado aos produtos aprovados pelo colunista. A leitura da obra é, ao ritmo da coluna, bem mais pessoal: “Trouxe muitos CDs da Califórnia, mas até agora não consegui parar de ouvir esse álbum estupendo, uma viagem ‘one-way’ ao espaço sideral das texturas pós-rock e das quase-melodias. Fenomenal”. O colunista recomenda, ainda, uma nova revista inglesa, que “Deu a melhor crítica do novo Radiohead que li”.

O agendamento da banda ganha fôlego e diminui de intensidade, portanto, nas colunas. São pontos de origem e de chegada. O lançamento começa a ser anunciado em espaço voltado para a música *pop* internacional e às informações da Internet, vai para o caderno *teen* e culmina em atingir o público do *mais!* – com variações de angulação, tratamento, estilo redacional e público leitor. Esse último formato trata de endossar, dar um aval definitivo para o produto, a ponto de recomendá-lo para outros públicos.

6.2 Frejat, Nando, Lulu, Marina, Wanderléa and Annie Lennox: carreira-solo como drama identitário

*“All the lonely people
Where do they all come from?
All the lonely people
Where do they all belong?”
(Lennon/McCartney)*

Junho de 2003 pode ser considerado o mês em que os músicos solitários ganham as páginas da *Ilustrada*. Frejat lança o segundo trabalho solo, em carreira paralela a de sua banda, o *Barão Vermelho*. Nando Reis, por sua vez, lança o primeiro trabalho solo após sair do grupo a que pertencia, os *Titãs*. Lulu Santos tem mais estrada nesse caminho solitário, bem como a escocesa Annie Lennox. Marina Lima, após perder a voz em função de depressão, tenta voltar aos braços do público com um projeto *Acústico MTV*. Dar a volta por cima, sair de uma espécie de ostracismo, é também objetivo da cantora Wanderléa.

O momento artístico de cada músico listado permite certamente inúmeros e singulares desdobramentos (o que foge ao interesse da análise). Aqui se busca, no entanto, focalizar na formação dos coletivos entre instituições, crítica e público. E nesse sentido é que vale dizer que – em que pesem as diferenças presentes nesse variado leque de cantores e cantoras da música popular – esses artistas solo (alguns separados de suas bandas, outros já estabelecidos unicamente na função) são agrupados pelo trabalho da crítica. Por uma ação editorial, eles passam a habitar a mesma “cena”, são enquadrados dentro da mesma “moldura” (Mouillaud, 2002, p. 61-63). A carreira-solo é interpretada pela crítica musical como um drama identitário. Nesses termos, mais do que música, o que está em jogo é a própria vida dos artistas, suas indecisões e lutas por procurar ser *eu mesmo*, por assim dizer.

As matérias em questão (por título) seguem a seguinte cronologia:

06/06/03 – Frejat insiste no solo com rock’n’roll básico e amor

09/06/03 – Marina tenta ‘refazer elo com Brasil’

13/06/03 – Annie Lennox despe sua tristeza no orgulhoso “Bare”

13/06/03 – Sentada à beira do caminho (Wanderléa)

25/06/03 – O segundo sol (Lulu Santos)

25/06/03 – O último romântico (Nando Reis)

Cabe ressaltar que outros artistas que adotam o formato solo também aparecem nas páginas da *Ilustrada* nesse período, mas não são, no entanto, enquadrados dessa forma – são criticados sob outra chave de leitura, pode-se dizer. Daí o interesse em se perceber como a crítica faz para colocar essas personagens na mesma cena, que elementos e estratégias mobiliza para aproximá-los, oferecê-los ao leitor em um mesmo pacote.

6.2.1 Para além das ocorrências: as questões (ou as dores do mundo)

*“Meu show é Prozac na alma de quem vai e de quem vem”
(Lulu Santos)*

Percebe-se, assim, que a agenda musical jornalística não é composta apenas de ocorrências (lançamentos, eventos, *shows*, falecimentos, manobras de gravadoras) mas de questões – identidade, por exemplo. São temas ou problemas presentes na sociedade e que, em alguma medida, penetram no espaço mediático noticioso e são capazes de reunir ocorrências diversas. A questão da identidade presente nas matérias sobre os referidos músicos não é, assim, algo determinado unilateralmente pelo crítico, mas emerge da sociedade, de relações. É um tema em constante debate, travado por diversas instituições. Um indicativo aí é perceber como o lema do “seja você mesmo” penetra as mais variadas produções (literárias, cinematográficas, musicais, jornalísticas) e consegue adesão em discursos e comportamentos, podendo ser apontado mesmo como uma moda contemporânea. O enquadramento dos lançamentos juninos como uma crise identitária pode aqui ser tomado, portanto, como sintoma de interação do jornal com o público, com as forças sociais, de modo geral.

Uma das ações da crítica é, então, a de inserir interpretativamente os artistas num conflito entre opostos. Lulu Santos está, assim, entre o *pop* e o comercialismo “deslavado”. Annie Lennox, de modo semelhante, é enquadrada numa indefinição entre *pop art* e música comercial. Nando Reis e Frejat vivem a insegurança de desgarrar-se de suas bandas de origem e o crítico trata de apontar

essas dificuldade, ao frisar a trajetória e o retorno a certas parcerias. “A fórmula se aproxima da do Barão Vermelho, cujos integrantes aparecem em várias faixas do CD. Mas Frejat diz que o resultado é completamente diferente do de um trabalho de banda, ‘até porque dificilmente eles aparecem tocando juntos em alguma faixa’”, explica a crítica do álbum de Frejat. No caso de Nando Reis, é destacado na reportagem o seu complicado desligamento da banda *Titãs*.

Em situação semelhante, como na necessidade de se livrar do passado para assumir uma “verdadeira” identidade, é colocada a cantora Wanderléa – entre um personagem já mítico, da época da Jovem Guarda, e a proposta atual de trabalho. “A imagem colada em Wanderléa, talvez para sempre, ainda é a da musa tola e alienada da jovem guarda, a cantar estabandamente ‘Pare o casamento’, ‘Ternura’ e ‘Prova de fogo’”, defende a resenha. “Se ‘O amor sobreviverá’ não evita essa imagem, tampouco a legitima. É uma revisão da história de Wanderléa, mas não da musa iê-iê-iê – ‘Pare o casamento’ será excluída da edição comercial, se sua vontade prevalecer’”, continua.

A cantora Marina Lima é encenada em uma crise, entre o formato acústico, a adesão a um formato de sucesso comercial e uma fidelidade à carreira (continuar com um público segmentado). “Minha preocupação foi achar um denominador comum, pelo qual não me sentisse traída nem traísse as pessoas da MTV”, explica em entrevista a Pedro Alexandre Sanches – o que mais ou menos sintetiza seu drama.

Seja no questionamento a opiniões do artista, nas entrevistas reportadas, ou na identificação de limitações do seu desempenho no CD, a crítica ressalta – em certos momentos – a fragilidade do(a) cantor(a), sua insegurança, como no caso de Wanderléa. “A voz continua sendo de quem nunca estudou canto e não confia plenamente em si. Mas está solta e à vontade como nunca esteve”. No caso de Marina, também se faz a mesma tradução – um problema técnico na voz (um aspecto de desempenho musical) é transformado em conflito pessoal, em sintoma de uma crise do indivíduo.

Estrategicamente, a crítica não faz distinção entre a pessoa, a obra e o artista/autor. O que se julga, nessas condições, não são estritamente aspectos musicais, mas a vida e a identidade de pessoas. Uma das operações na constituição dessa cena é a personalização do produto fonográfico. A frase de Nando Reis em destaque funciona nesse sentido: “Acho que é um grande disco de ‘eu estou falando isso para você, meu amor’. Isso é minha necessidade de expressar conflitos ou emoção, Não é que eu tenha musas inspiradoras e eleja isso alienado da miséria do mundo, é minha relação com o mundo. Eu sou doce”. A crítica atua na aproximação, na criação de maior intimidade entre público e obra, através da extensa identificação entre o produto CD e seu autor. Emblemático aí o fecho da resenha sobre o lançamento de Marina Lima. “Poderiam ser de amor versos como ‘Eu vim aqui sem medo / querendo me render / dizer que mesmo longe / eu estava com você / perdão’, mas lembram antes o diálogo de uma cantora com cada um de seus possíveis ouvintes”.

Colabora na criação de um clima intimista sobre as obras a utilização de fotos que destacam o caráter solitário dos autores (que aparecem sempre sozinhos, ou quando muito refletidos em espelho ou vidro, como no caso de Marina e Frejat) e a titulação - “O segundo sol”, “O último romântico”, “Sentada à beira do caminho”, por exemplo. Outro recurso que compõe o enquadramento desses vãos solo como um drama identitário é a recorrência ou eleição de temas preferidos, que produzem certa atmosfera em torno dos produtos, criam uma ambientação. Tenta-se reproduzir o clima do disco, pelo prolongamento da temática das letras, principalmente. Os temas preferidos são solidão, melancolia, tristeza, insegurança e o amor romântico (em geral frustrado, não correspondido, difícil). Além de solitários, os músicos são também heróis sofredores, exalta-se como valor a tristeza:

De todo modo, Annie Lennox goza as delícias e padece das angústias de falar de dor com secreta alegria, de cantar o vigor com disfarçado desânimo.

É coragem que pouco seria permitida hoje em dia num país tropical feito o Brasil, cercado de “alegria” por todos os lados. Tem esse mérito, inquestionável. Mas é doído, dolorido, doloroso. É essa a nudez orgulhosa e nunca envelhecida de Annie Lennox.

Interessante notar que quando essa temática um tanto sombria, de uma espécie de mal do século, não está disponível na obra e não pode assim ser transportada para a crítica, ela é produzida através das falas do artista. Isto é, aciona-se uma outra operação para produzir a mesma atmosfera tensa. É o que ocorre na crítica de *Bugalu*, disco de Lulu Santos, cuja alegada alegria é desconstruída pelo crítico. Lulu aproveita a entrevista para falar dos problemas, dos dramas do mundo e se propõe como antídoto - “Há quem se compraza com a tristeza. Eu, não. A melhor forma de encarar a tristeza é ter uma reserva de alegria. Meu show é Prozac na alma de quem vai e de quem vem”. O entrevistado, até certo ponto respondendo ao crítico, desanda a falar genericamente do mundo e contribui na produção de um clima melancólico para falar do que seria um disco alegre, “um bugalu de alegria”: “A mistura de fundamentalismo e política é, para mim, o pior cenário do que pode vir a acontecer no Brasil no futuro. Essa multidão de desvalidos e tristes rezando em templos, com o casal governamental à frente, faz um cenário muito feio”.

Puderam ser detectados, assim, elementos, ações, recursos da crítica musical que formam a moldura nos limites da qual os lançamentos de carreira-solo são interpretados, como a criação de atmosferas, o prolongamento da temática do disco, a valorização do individual e conseqüente personalização da obra, a transformação da entrevista em discussão dos problemas do mundo (a promoção de um alargamento temático). Os artistas passam, nesse caso, a ser agrupados mais por essa afinidade temática do que por proximidades exclusivamente musicais, de sonoridade ou proposta artística.

Esse enquadramento é um potencial gerador de identificação com o leitor, dota os artistas de contornos mais humanos, envolve-o por problemas (tristeza,

melancolia, solidão) que também são do público e, por essa via, aproxima músicos, crítica e público, azeita as interações aí dispostas.

6.2.2 O crítico dos solitários: ao estilo de Pedro Alexandre Sanches

As seis matérias aqui analisadas são de autoria do crítico Pedro Alexandre Sanches, que fica justamente responsável pelos lançamentos mais afeitos à música popular brasileira, de modo geral. Quando abre o leque para artistas internacionais, são – como no caso de Annie Lennox, músicos do gênero *pop*. Ao longo das críticas sobre esses artistas solitários, pode-se notar um estilo, padrões adotados, recursos que se repetem e que podem ajudar na percepção dos diferentes modos de se tecer comentários colocados em jogo pela *Folha de S. Paulo*.

O formato preferido do crítico é o de reportagem acompanhada de crítica do lançamento, além de titulação, foto e, por vezes, frases de destaque ou outros acréscimos ocasionais. No caso do CD de Annie Lennox, utiliza-se apenas a crítica do álbum. A reportagem aqui referida é um texto baseado em entrevista com o artista – mescla falas do entrevistado a informações dadas pelo crítico, geralmente em concordância. É uma espécie de fala conjunta, portanto. Algumas vezes, soa como uma colagem de citações da entrevista.

De modo geral, a reportagem oferece uma noção básica do disco em questão, fornece um mínimo de referências sobre o artista, apresenta-o ao público. Uma ação recorrente é a do músico prestar explicações (à crítica e ao público), nesse espaço, sobre as escolhas feitas na constituição da obra – seja em relação a eventuais convidados presentes em alguma canção ou a repertório. Nesse sentido, a crítica musical colabora na compreensão dos processos que envolvem a produção do CD – visto então como uma montagem, que requer certas opções por parte do artista (justificadas nesse espaço). Auxilia a sair de uma concepção ingênua de arte pela arte e caminha em direção ao entendimento do registro fonográfico como um produto mediático (que envolve processualidades específicas de produção, edição, circulação, recepção).

Esse texto principal acaba por trazer, assim, predominantemente a voz do músico, suas impressões e explicações sobre o trabalho. O crítico atua de forma discreta, na organização dessas falas. Em função dessas operações, o que ocorre aí é uma auto-avaliação – o próprio artista faz a crítica de seu trabalho, uma espécie de auto-análise.

Já a crítica propriamente dita do CD, demarcada graficamente como “crítica”, separada da reportagem, é o espaço em que o crítico entra em ação: recupera traços da trajetória do artista, diz qual sua característica principal no cenário musical; compara o lançamento com demais trabalhos precursores; destaca o melhor ponto da obra (uma faixa do CD ou uma sonoridade, combinação); identifica um problema principal, que representa perda qualitativa, um aspecto negativo, por assim dizer; e aborda os temas das canções, muitas vezes transferindo a atmosfera da obra para o texto, tentando reproduzir o clima criado musicalmente.

Aparecem como critérios para Pedro Sanches no decorrer das peças jornalísticas a coerência (com sua trajetória) e a inovação, a ousadia (entre outros, claro). É o que se cobra, pode-se dizer, das produções em questão. Os problemas que identifica estão ligados geralmente a uma indefinição na proposta do artista, a um meio-termo que resulta num trabalho mais pobre (não tão singular ou ousado, criativo). Mas em todo esse trabalho, abre-se margem, o que convém assinalar, para a dúvida, para o “talvez”, incertezas. Sinaliza, assim, nas entrelinhas, outras possibilidades de interpretação – joga com a ambigüidade. Evita um discurso sisudo, fechado – o que pode ser visto como “raciocínios táticos” (Coelho, 1994, p. 8), manobras entre as convicções do crítico e o plano jornal (seu amplo público) para evitar a autocaricatura e abrir espaço ao diálogo.

As críticas dos cantores solitários são imbuídas de um tom intimista, sentimental em alguns momentos. Apenas para efeito de contraste, vale dizer que não é uma prosa acadêmica, distanciada ou mais sistemática. É um texto envolvente e envolvido com a obra. Orienta-se, em muito, pela dramatização de

conflitos vividos (individualmente) pelo músico, encena um impasse pessoal e aí ganha ares de crítica musical psicologizante.

6.2.3 Marina Lima em versão acústica: um drama psico-mercadológico

A crítica do CD *Acústico MTV Marina Lima* (reportagem + resenha + títulos + foto) está longe de se restringir ao mero registro de um lançamento. A partir da situação da cantora, a peça dramatiza um conflito da música industrial contemporânea entre popularidade (e provável adesão a formatos, concessões ao mercado musical) e fidelidade artística (que por vezes representa segmentação, manutenção de um nicho restrito do público). A crítica encena a dificuldade, o mal-estar da cantora na opção que faz por gravar um acústico. O título da resenha é aí significativo: “Disco baila no fio da navalha”. Recobre semanticamente a opção artística e mercadológica pelo formato de um caráter identitário. Transforma, gradualmente, a escolha num drama pessoal.

A reportagem deixa entrever todo o desconforto de Marina, sua insegurança, a partir de suas próprias falas – “O ‘Acústico MTV’ desta vez é de Marina Lima, 47. E a própria artista admite que sentiu desconforto e hesitação em se engajar no projeto de revisão de sucessos em versão desligada da tomada”. A ponto de até mesmo fazer uma auto-crítica: “‘Sugar’ é uma balada toda eletrônica, toda vazia. Foi para o ‘Acústico’ e ficou uma balada babada, de que não gosto. Gosto da música, mas não naquele formato”. A cantora apresenta o seu drama e justifica a (in)decisão de gravar o álbum como uma necessidade de atingir um público mais amplo: “É uma forma de eu conseguir fazer de novo um elo com o Brasil e com o povo brasileiro. Não quero ser uma cantora de elite, se isso acontecer terá fracassado minha profissão”. Justifica ainda a gravação de seu primeiro DVD, pelo crescente apelo visual do mundo musical. Mas faz a ressalva: “Não me rendi ao formato, e a MTV me deixou à vontade para fazer como eu queria”.

A crítica do CD trata de contrapor argumentos, embalados numa certa narrativa que valoriza as ações da cantora, a toma como personagem e realça aspectos descritivos e adjetivos, utiliza jogos de palavras para encenar sua crise identitária:

Artista séria e compenetrada, Marina Lima sabe que baila no fio da navalha quando tem de desdizer alguns de seus princípios para, segundo seus próprios termos, voltar aos braços do povo.

Uma das marcas de sua trajetória tem sido o fato de ela sempre extrair das “últimas tendências” a fonte para ir construindo uma obra muito pessoal – mesmo que o preço seja seus discos soarem transitoriamente datados tempos depois. “Acústico MTV” é o reverso. Coloca-se na esteira da “penúltima tendência”, com o agravante de que tal tendência é regressiva, de fim de século e não de início de outro.

Movediça, Marina luta contra o sufoco dessa situação. O seu é um acústico de piano, nunca um de orquestras fofas de cordas aveludadas. É áspero, não simplifica versões de obviedades (...).

Mas não há jeito. Em tudo isso aí o disco se faz ouvir sisudo demais para um “Acústico MTV”, “Acústico MTV” demais para uma Marina Lima.

A tese central da apreciação é o não casamento entre a artista (sua obra) e o formato acústico e todas as suas implicações. A crítica diz o que funciona e o que não funciona. E reveste de pessoalidade as escolhas feitas, de modo que não é apenas uma escolha entre formatos e propostas artísticas, mas a própria (in)definição de um modo de ser, de refazer contato com o Brasil, como diz. A crítica produz um drama psicológico em torno de uma questão de mercado musical. Isso não quer dizer que a crítica se torne pobre, pois ela auxilia a compreender e identificar processos pertencentes à produção de um disco, como a escolha de repertório, de instrumentos musicais, dos músicos convidados. Ela questiona, ainda, um padrão de produção musical, um esquema em voga, uma fórmula que são os acústicos – e, nesse sentido, produz ao leitor uma leitura menos ingênua do cenário musical, auxilia a reconhecer estratégias do mercado.

Pode-se pensar, ainda, que essa dramatização de um conflito pessoal atua na aproximação entre artista e público leitor, ao dotá-lo de caráter humano, de falhas, inseguranças e indecisões. Cria aí algo em comum, um elo, com o público.

6.2.4 Nando x Lulu: a melancolia desvairada contra o comercialismo deslavado

Uma estratégia específica, em dois meses de jornais, é utilizada para anunciar os lançamentos de Lulu Santos e Nando Reis, em 25 de junho de 2003. É o único caso em que há um jogo, uma referenciação, entre as páginas da edição, entre críticas, espaços editoriais. Cria-se uma relação polêmica no interior da edição da *Ilustrada*, através de remissões entre as matérias publicadas nas páginas E1 e E4. Nessa ação da crítica, os dois trabalhos analisados são colocados em contraste.

O formato utilizado nos dois casos é praticamente o mesmo – titulação, foto, frase, reportagem, crítica do CD (com apenas a diferença de que na matéria sobre Lulu Santos há um texto complementar, uma retranca, sobre o tema de algumas das faixas). Além do fato de lançarem álbuns na mesma época, o caráter solo de seus trabalhos e a pertença à música *pop* estreitam ainda mais suas ligações e preparam, assim, as comparações.

Os títulos anafóricos trocados tratam de dar início ao jogo, mas solicitam certa familiaridade por parte do leitor. “O segundo sol”, nome de uma das canções de sucesso de Nando Reis, serve de título para a matéria sobre Lulu Santos. O texto referente ao lançamento de Nando Reis, por sua vez, intitula-se “O último romântico” – nome de música famosa de Lulu Santos. A partir daí, passam a ser estabelecidos contrastes entre os dois artistas e seus mais novos produtos.

A oposição criada é entre uma falsa alegria (Lulu Santos) e uma admitida melancolia (Nando Reis). Apesar de Lulu frisar o tempo todo que se trata de um “disco feliz”, a crítica questiona, capta contradições: “Epa, escapa um pessimista por detrás do bugalu de felicidade?”, ironiza o crítico após resposta não tão

otimista sobre a realidade brasileira. Analisa-se, nesse caso, as falas do entrevistado. A crítica desconfia, cria suspeitas: “Falando de Valle como artista subestimado, Lulu estaria falando também de si? Diz que não (...)”. A foto contraria também o discurso de felicidade. Mostra o cantor com a mão na cabeça, chateado, abatido, incomodado. É a imagem de um homem triste, enfim.

A resenha do CD termina por interpretar a dita alegria como um jogo de *marketing*, uma guinada a um som ainda mais comercial, tanto é que identifica truques em algumas das faixas, efeitos eletrônicos. “Comercialismo deslavado é a meta”, diz o título. O final ironiza: “Se é para ser assim, a receita é a mais Lulu Santos possível: alegria, alegria, alegria. É tanta alegria que é até perigoso”. Nessas marcações também se produz referências à crítica sobre Nando Reis. “Melancolia desvairada é o destino”, diz o título da resenha, que termina parafraseando a anterior: “A receita é a mais Nando Reis possível: melancolia, melancolia, melancolia. É tanta melancolia que é até perigoso”. Confronta-se, assim, a alegria artificial do primeiro à melancolia autêntica do segundo.

Através dessas referências, da projeção de uma relação tensa entre as duas propostas analisadas por meio de comparações indiretas, a crítica musical aí sugere um nível de distinção entre artistas tão próximos e auxilia a identificar a aposta principal (temática, sonora, estilística) dos músicos.

6.3 Pegue e pague: guerrilhas da música digital (em debate)

*“Convenhamos, pagar R\$ 30 por um CD não dá. É mais de 10% do salário mínimo”
(internauta ouvido pela reportagem da Folhateen)*

Uma das tensões contemporâneas, que provoca seguidas discussões e freqüentes embates, no campo musical diz respeito à livre troca de arquivos de música na rede mundial de computadores. O tema tem mobilizado diversos agentes, indo de artistas que disponibilizam suas músicas na Internet a tribunais de justiça. A *Folha* ocupa-se detidamente, no mês de maio, de tal discussão – que,

curiosamente, não passa pela *Ilustrada*, a não ser em eventuais perguntas a músicos nas entrevistas.

São os cadernos *Informática* (ou *FolhaInformática*) e *Folhateen* que se ocupam de produzir realmente um fórum de discussão em torno do tema, do qual participam agentes do campo musical (como gravadoras ou associações representativas, usuários/internautas, músicos, *sites* de música) e de outros campos, como advogados e empresas ligadas ao ramo de informática (como produtoras de *software* e provedores de acesso à Internet). Essa conversação sobre música digital tem início no dia sete de maio, com publicação de nota informativa, no caderno *Informática*, sobre ações coercitivas das gravadoras quanto à troca de arquivos de música pela rede. Já no dia 12, é a vez do caderno *Folhateen* entrar na conversa, com matéria em que “Usuários que alimentam a rede com música em MP3 explicam por que fazem isso”. No dia 28, a música digital vira matéria de capa do caderno *Informática*. Aborda-se, em duas páginas, as ações das gravadoras, discute a legalidade, informa sobre *sites* de música paga e gratuita e ensina o usuário a se proteger de eventuais ataques das empresas antipirataria.

São mobilizadas várias estruturas, formatos textuais e autores. A primeira matéria referida é grafada apenas como “da redação”, a segunda é de Guilherme Werneck (crítico costumaz da *Folhateen*) e a terceira é do *New York Times* (texto principal) e da reportagem local (textos auxiliares). A matéria publicada em *Folhateen* possui um formato pouco usual, é um fórum de opiniões sobre a música digital, com destaque para o comportamento e para a voz do internauta. Trata-se de uma coleta de posicionamentos (dos usuários e dos artistas) sobre o tema e de uma tentativa de identificar modalidades de ação do consumidor na rede. As matérias de *Informática* possuem estrutura informativa, bem mais próxima das outras editoriais, como política e economia, e podem ser divididas entre: as que informam sobre ações das gravadoras com relação à música digital e discutem a legalidade; aquelas voltadas a auxiliar o usuário, que ensinam como se proteger, localizar sites ou manusear programas de computador; e outras que informam sobre serviços de música online disponíveis.

A crítica musical atua, nesse caso, diretamente na relação entre usuários e instituições – principalmente gravadoras. Ao promover, no todo, um debate (não somente no interior de uma mesma peça, mas também por projeção), ela colabora, em alguma medida, na percepção (interligada) de diversidades: (a) quanto aos ângulos do problema; (b) quanto aos agentes do campo musical e envolvimento de outros campos; (c) quanto aos posicionamentos dos atores; (d) quanto aos modos de consumo da música, ao comportamento do usuário.

A *Folhateen* ouviu mais de 30 internautas para saber os motivos que os levam a colocar música na rede. “Segundo o *Folhateen* apurou, quem coloca música na rede o faz por três motivos principais: 1) para dividir com os outros um disco de que gosta, 2) para disponibilizar raridades que não são encontradas nas lojas e 3) como protesto contra o alto preço dos CDs”. Ao invés de apenas endossar a campanha e compreender a questão apenas pelo ângulo da pirataria, a crítica ouve assim os usuários. São disponibilizadas opiniões, justificativas, dos usuários que colocam música na rede, sendo que um deles é uma espécie de usuário-produtor, responsável por um *site* de bandas independentes. O tema ganha, assim, em complexidade e pontos de vista. A crítica coloca, nesse ponto, o leitor em contato com outros usuários, com outras opiniões e sugere aí possibilidades de ação, consumo – amplia seu repertório para interagir no circuito musical.

A mesma matéria conta, ainda, com um quadro de opiniões de músicos. Dos seis escolhidos, quatro são a favor e dois contra a troca gratuita de músicas na rede. Os favoráveis destacam a ampliação na divulgação, no conhecimento de novos artistas. Os contrários sustentam a posição com base na perda de arrecadação dos direitos autorais. O olhar “legal”, jurídico sobre o tema é também contemplado, em matéria ao pé da página, que mostra o lado da indústria da música: “Disponibilizar arquivos em MP3 na internet é crime. E, tanto nos EUA como no Brasil, a indústria de discos tenta encontrar formas de barrar essa prática”, informa. Há ainda um box com perguntas e respostas breves (colhidas na Internet) com usuários de redes de troca de arquivos musicais. Se por um lado a

crítica questiona a ação de usuários que colocam músicas na rede (até onde isso configura pirataria), por outro debate a legalidade das ações cada vez mais enérgicas das gravadoras.

6.3.1 A crítica na trincheira com o leitor-usuário: as gravadoras como inimigo

A crítica musical não se limita a apenas arquitetar um campo de debate em torno da música digital, mas também toma partido (pelas opções e ações que realiza), demarca um posicionamento bem mais próximo do usuário (internauta) que das gravadoras. Ela envolve, para isso, as notícias em um clima de suspense, em um cenário de guerrilha, marcado por oponentes, táticas de sabotagem e de defesa. O alerta inicial é dado no dia sete: “As gravadoras estão tentando conseguir autorização legal para invadir PCs e apagar músicas pirateadas. Segundo o “The New York Times”, elas também estudam meios de travar micros com arquivos ilegais”. Mantém-se o leitor na expectativa, no aguardo das próximas manobras.

Um vocabulário é manejado para criar suspense, para dar cores às reportagens de um filme de investigação. Desse modo, a indústria fonográfica “desenvolve métodos secretos para prejudicar os usuários”, ou então vem “silenciosamente financiando o desenvolvimento e os testes de programas que sabotariam os computadores e as conexões à internet de pessoas que baixam música pela rede”. Tal estratégia envolve preservar fontes no anonimato ou não precisar a origem de certas informações – como nos trechos “Segundo executivos da indústria fonográfica, algumas das maiores gravadoras do mundo pretendem enfrentar a pirataria musical on-line com uma nova medida (...)” e “(...), diz um executivo ouvido pela reportagem”. Aos poucos, se estabelece um relacionamento tenso entre crítica e gravadoras, no sentido de que ela mobiliza, propõe ações de ajuda aos usuários.

Além de informar então quais são as táticas do inimigo, a crítica ensina como se defender ou, no mínimo, qual a disposição desse novo cenário. As

matérias sobre ações das gravadoras, bem como de discussão da legalidade das manobras, são acompanhadas por textos auxiliares que ensinam a gravar música do micro em CD, fita, passar LP para CD, bem como a instalar programas de proteção, segurança – “Medidas ajudam a defender micro contra ataques”, diz o título de uma das peças. Esse bloco auxiliar é voltado ao manuseio do computador, sugere *sites* para adquirir programas e músicas de forma gratuita e ações ao usuário. Outras matérias, circundantes, avaliam programas novos no mercado voltados à gravação de arquivos MP3, traçam comparações, ajudam a utilizar, fornecem dicas. Trata-se de municiar o leitor contra possíveis ataques das gravadoras, ensinar a se mobilizar no campo musical.

Essa polarização entre usuários da música digital livre e ações proibitivas das gravadoras é contrabalanceada pela presença de matéria sobre um programa de música paga na rede. Avalia-se as vantagens do programa, seu funcionamento e sua legalidade, como forma de oferecer opções situadas num meio-tom entre tais pólos. “Embora os donos do site declarem ter obtido permissão legal de duas entidades que regem os direitos autorais de música na Espanha, as grandes gravadoras multinacionais consideram o serviço ilegal, pois não foram consultadas” – pondera a reportagem.

A rivalização com as gravadoras também acontece pela publicação de certas opiniões de internautas (colhidas nas redes de troca de música digital) na *Folhateen*. A estratégia resulta tanto na demonização das empresas – “As gravadoras são apenas os vermes”, diz um usuário – quanto na indicação de possíveis encaminhamentos para o debate: “Com a distribuição facilitada, as pessoas aprendem que o que vale é a música, não só o que as gravadoras querem. É disso que eles têm medo: de que acabe a ditadura deles sobre o que é banda boa ou ruim”, manifesta-se outro internauta.

6.4 Nos meandros da indústria musical: denúncias de jabá

Pelas discussões e análises aqui empreendidas, percebe-se que a crítica musical jornalística não trata da música das esferas, da arte no genérico, de

grandes divagações sobre o lúdico, dos sons da natureza ou de outras possibilidades que a vastidão da manifestação simbólica permite imaginar (e que já soam como exageros, tamanho o reconhecimento dos hábitos que a prática forjou historicamente nos jornais), mas se ocupa sim de produtos bem específicos – na maioria CDs, lançamentos fonográficos. São diversos os espaços nas páginas da *Folha* que vão se dedicar justamente às novidades do mercado musical. O caso que agora será focalizado ganha relevo extra mediante essas informações - a de que a crítica musical trata de produtos do mercado musical e de que a estratégia majoritária é, assim, a apreciação ou comentário dessas obras.

Quando o tema do jabá (pagamento geralmente oferecido a rádios e TVs para a execução de músicas) ganha as páginas do jornal, há ao mesmo tempo reforço e acréscimo a tais informações. Primeiro, porque a música é compreendida nas matérias analisadas como um campo de tensões entre agentes interessados, como mercado e não somente arte. E, segundo, porque a crítica vale-se aí de outras estratégias que não a apreciação de obras. A entrevista direta é o carro chefe, acompanhada de matérias informativas, notas em coluna e de artigo opinativo – modalidades bem mais usuais em outras editorias, como política e economia. O que pode auxiliar a enxergar então matizes e variações nos modos de ação da crítica musical. A própria *Ilustrada*, nesse caso, sai do costumeiro esquema CD e *show* e pratica uma reportagem, no contato direto com a fonte.

O tema “jabá” começa a ser abordado na coluna *Ruído*, publicada toda sexta-feira na *Ilustrada*, ganha as páginas do caderno em matérias, estende-se a outras editorias, retorna para o caderno de cultura e, por fim, para a coluna onde teve origem. O caso respeita a seguinte cronologia:

16/05/03 – *Ilustrada*, coluna *Ruído*: “Músico defende a legalização do jabá”;

21/05/03 – *Ilustrada*, matéria de capa: “O preço do sucesso”;

22/05/03 – *Cotidiano*: “Deputado propõe até dois anos de cadeia para quem receber jabá”;

Editoriais: “Propina musical”;

23/05/03 – *Ilustrada*: “Mercado questiona aplicação da lei antijabá”; coluna *Ruídos*: “Sem elenco, sem jabá”;

30/05/03 – *Ilustrada*, coluna *Ruído*: “‘Pai da divulgação’ no Brasil fala sobre o jabá”;

06/06/03 – *Ilustrada*, coluna *Ruído*: “A música, as leis”.

Um ponto a se destacar é que ocorre um diálogo entre espaços editoriais, tanto numa mesma edição (por correlação temática), quanto ao longo das edições através de recapitulação de textos passados e de repercussão (ou suíte, no jargão jornalístico). Dessa forma, a entrevista publicada com André Midani, publicada originalmente no dia 21 de maio, é citada e lembrada em matérias dos dias 22, 23 e 30 do mesmo mês, em localizações diversas. A entrevista repercute em outros espaços e edições, portanto, da *Folha*. Para além desse efeito de prolongamento da discussão, de desdobramento, a matéria do dia 23 não só relembra a entrevista e principais pontos como acrescenta falas inéditas do entrevistado. Já no dia 30, a coluna *Ruído* chega a questionar dados da entrevista relativos ao período em que teve origem a prática do jabá no Brasil, através da voz de outra fonte. “O veterano Geraldo Loewenberg, 79, que se intitula ‘pai da divulgação’ de música no Brasil, coloca reparo na entrevista sobre jabá que o ex-executivo André Midani concedeu à *Folha*”, informa o texto principal da coluna.

Esse trabalho feito pela crítica, nesse caso, de recuperação do texto anterior e submissão a reparos, discussão, a outros olhares merece destaque não só por ser prática pouco rotineira na grande imprensa como por colaborar numa leitura polêmica do campo musical – com informações abertas a questionamentos e não aceitas como dogmas ou, no mínimo, com a busca processual de maior precisão da informação (e revisão), não necessariamente no uso de confronto direto, que parece ser o que acontece de fato na situação citada. Acredita-se que a continuidade na discussão de certas questões associada à pluralidade de

interlocutores constitua uma possibilidade de qualificar a conversação sobre música – ao passo que gera maior autonomia (a longo prazo) ao leitor para tomar posicionamentos ou criar argumentos, rever opiniões pré-concebidas.

Além dessa tensão entre estruturas da crítica, o jornal coloca-se no caso jabá – até certo ponto – em disputa com outros media (rádio e TV), ao denunciar ou pelo menos discutir o que acontece nessas instâncias outras do circuito musical mediático. O que também não vem a ser costumeiro. É de conhecimento geral a existência do jabá, mas poucas vezes a imprensa reporta tal prática, produz material específico sobre o assunto, documenta, aponta como funciona – de modo que o tema passa, grosso modo, a figurar quase que apenas nas falas de artistas independentes, que giram por fora do grande esquema das gravadoras multinacionais. Daí talvez a necessidade de se abrir a matéria/entrevista do dia 21 de maio com a declaração “O jabá existe”.

A cobertura crítico-jornalística do assunto, nos meses de maio e junho de 2003, tem dois ganchos, motivos ou eixos principais: a entrevista com André Midani, “um dos nomes mais importantes da indústria fonográfica brasileira dos anos 60 aos 90”, em 21 de maio; e a entrega do projeto de lei ao Congresso que prevê a criminalização do jabá, de autoria do deputado Fernando Ferro, que aconteceu no mesmo dia. Dois jornalistas dedicam-se a essa cobertura – Pedro Alexandre Sanches e Laura Mattos.

São traçadas três linhas de análise da ação da crítica no caso do jabá. A primeira refere-se à interação promovida através do jornal entre diferentes agentes do campo musical – a crítica investiga, colhe depoimentos, vai atrás das testemunhas, enseja posicionamento. A segunda percebe o trâmite do projeto de lei no próprio espaço da crítica, que passa a fazer o papel de parlamento e discutir, antecipada e amplamente, o texto. O último enfoque é o de que a crítica auxilia a partir dessa cobertura a compreensão de processos que perfazem o mercado musical, das tensões e interesses sobre a música contemporânea.

6.4.1 A crítica abre inquérito: depoimento, acusação, defesa, omissão (a interação pelo jornal)

“Vamos supor que nos 70 a situação fosse como é hoje. Teria botado jabá em cima de Caetano, Gil, Chico, Raul Seixas. A coisa começa a ficar pior quando você pega um artista que não tenha nenhuma qualidade e coloca dinheiro por cima”
(André Midani)

A crítica participa de um clima de exacerbação das disputas do campo musical ao publicar material sobre o jabá. Em alguma medida, ela faz florescer e dá vazão a tensas relações entre agentes diversos. Ela colhe um depoimento, publiciza acusações, dá margem para a defesa, vai atrás de outras testemunhas, por assim dizer, convoca integrantes do campo a expor o seu parecer, a manifestar sua posição – quase como uma comissão parlamentar de inquérito mediática. É possível, assim, visualizar o relacionamento (por vezes tenso) entre atores do campo musical no interior de peças jornalísticas, no diálogo entre espaços, ou no trabalho paulatino de cobertura que vai se montando ao longo das edições.

A investigação ganha força a partir de entrevista (exclusiva) com André Midani, ex-empresário do setor fonográfico, que ganha capa da *Ilustrada* e destaque na primeira página do jornal. “Pela primeira vez, uma das figuras centrais da indústria do disco no Brasil explicita a história do pagamento clandestino feito por gravadoras para emplacar sucessos musicais em emissoras de rádio e televisão”, inicia o texto principal de abertura para o depoimento. Já se demarca aí os principais envolvidos nas acusações: gravadoras, rádio e televisão. As acusações de prática do jabá, através da fala de Midani, saem da usual generalidade e passam a ser nominais, direcionadas contra a extinta gravadora Abril Music, rádio Jovem Pan e o finado programa televisivo do Chacrinha (Abelardo Barbosa). “A seguir, André Midani fala sobre as formas de pagamento do jabaculê e de esquemas envolvendo Chacrinha, a gravadora Abril Music e a rádio Jovem Pan”, avisa matéria da página E3 que traz a continuação da entrevista. A crítica atua aí no acirramento das relações entre esses agentes e ao

mesmo tempo fornece um quadro mínimo de quem compõe a cena musical contemporânea e quais interesses estão em jogo.

Nem mesmo o fato de tanto a Abril Music quanto o programa do Chacrinha não existirem mais os impede de uma defesa no espaço do jornal. A mesma edição do dia 21 de maio destina o que a *Folha* denomina de sub-retranca (texto complementar) às explicações dos acusados. São consultados o proprietário da rádio (citado nominalmente na entrevista), o ex-diretor financeiro da gravadora e o filho de Chacrinha, que trabalhava com o pai e também é acusado nominalmente por Midani. As fontes rebatem as acusações e expõem divergências sobre a compreensão do que seja o jabá, de como isso se desenvolveu no passado e também quanto a posicionamento (a favor ou contra). A crítica enseja a tomar uma posição (em público) sobre o tema.

Para os representantes da gravadora e da rádio, as práticas citadas por Midani como jabaculé são na verdade “projetos de marketing”, negociações explícitas entre gravadoras e emissoras. Leleco Barbosa, filho do lendário apresentador, se defende negando também a qualificação de jabá – argumenta que se tratava de “troca de interesse”. São falas mais favoráveis à prática, compreendidas como parte do negócio, como se percebe de forma declarada no posicionamento desse último: “Artista é um produto como outro qualquer. Não vejo por que não pagar. Se cria um produto e quer anunciar, tem que pagar”.

O posicionamento de André Midani sobre a prática já é mais complicado, fica num meio-tom, pode-se dizer – uma vez que já fez parte do esquema que denuncia (daí o valor de sua entrevista) e, em alguma medida, admite que hoje, se continuasse no ramo, teria “botado jabá em cima” de músicos de qualidade. Ao mesmo tempo, o “Ex-executivo diz que pagamento para execução de músicas é suborno e defende a criminalização”, o que dá margem para uma opinião com mais nuances, matizada, explicativa e não restrita a um simples partidário contra ou a favor. E dessas contrariedades os entrevistadores se aproveitam, funcionando como investigadores, para uma leitura do problema em diversas frentes – longe, portanto, da simples adesão ou oposição ao depoimento.

As perguntas realizam mesmo um questionamento, um espaço tenso que colabora para a discussão do tema e melhor aproveitamento da experiência do entrevistado, ajudam a contar a história, instiga (o que depende, claro, da habilidade também de quem responde). É possível citar como exemplos dessa modalidade: “Você quis resistir ao jabá?”, “A geração dos anos 80, inclusive artistas seus, contou muito com Chacrinha para fazer sucesso. Como terminou sua briga com ele?”, “Qual era o peso do orçamento para jabá numa gravadora?”, “Por que as gravadoras não se uniram para acabar com o jabá?”, “O esquema tinha a participação dos donos das emissoras?”, entre outras interrogativas que resultam em maiores esclarecimentos ao leitor de como funcionou o esquema.

Outra ação que merece nota é o de que a crítica, a partir daí, sai em busca de envolvidos, testemunhas, outros agentes do campo musical. Até mesmo quem não tem a dizer é, assim, citado, em sua omissão. Como o presidente da gravadora Som Livre, que “afirma que não conhece os atuais mecanismos de jabá na indústria musical porque a gravadora deixou de manter elenco exclusivo há mais de 15 anos. ‘Não posso testemunhar como o jabá está hoje em dia’, diz” – em nota da coluna *Ruído* do dia 23 de maio. Interessante notar que nessa operação de convocação de vários debatedores, agentes nem sempre lembrados pela crítica musical passam a participar da interlocução, como empresários do rádio e da TV, além de artistas e representantes de gravadoras. Em certos casos, a manifestação é provocativa, como a insinuar que outros atores sejam investigados ou se manifestem. Segundo um vice-presidente de emissora de televisão, se a lei anti-jabá fosse “aprovada e aplicada, as ‘prisões logo contariam com a presença de apresentadores muito conhecidos, figurinhas incentivadoras do jabá nacional”. Em outros momentos, artistas contrários ao jabá tensionam, em suas falas, as emissoras de rádio e a relação que estabelecem com o público. “Se um radialista ganha um apartamento para dizer todos os dias que tal banda é o máximo, seus milhares de ouvintes também vão achar que a tal banda é realmente o máximo, sem saber que a verdadeira razão de sua opinião é a corrupção”, argumenta o músico Edgard Scandurra.

6.4.2 A tramitação do projeto de lei anti-jabá na crítica musical

*“Quem ganha dinheiro com esse esquema sempre faz cortina de silêncio para abafar o debate. O projeto ao menos está abrindo uma discussão”
(deputado Fernando Ferro, autor do projeto)*

Outra mobilização editorial da crítica se dá em torno do projeto de lei, de autoria do deputado Fernando Ferro, que prevê a criminalização do jabá e é apresentado ao Congresso no mesmo dia em que foi publicada a entrevista-denúncia com André Midani. As duas vertentes impulsionadoras do trabalho da crítica nesse caso – entrevista e projeto de lei – vão estabelecer cruzamentos. O que se destaca é que a crítica musical jornalística da *Folha* não apenas acompanha a tramitação do projeto no Congresso, dentro do fórum político competente, como o faz tramitar (antecipadamente) ali mesmo, nas páginas do jornal. Antes de se ter um retorno institucional das instâncias políticas, a crítica já debate o projeto de lei, coloca-o em discussão pública, aponta falhas, limitações, vigia sua apresentação, arrisca sugestões e até mesmo prescreve o seu fim.

O projeto de lei funciona como gancho factual para a crítica desencadear toda a discussão a respeito do jabá. É na coluna *Ruído*, de Pedro Alexandre Sanches, na *Ilustrada* de 16 de maio de 2003, que se traz à superfície (dentro do recorte dos dois meses selecionados, claro) essa verdadeira polêmica contemporânea do campo musical. A nota principal da coluna traz a manifestação de músico independente que é contra a prática do jabá, mas propõe como saída justamente o contrário daquilo que diz o projeto – “a legalização do jabá”. Noticia-se, assim, uma tomada de posição (“Músico defende a legalização do jabá”, diz o título). Paralelamente, após resumida a idéia do projeto, é anunciada sua entrega ao Congresso na próxima semana. O deputado é entrevistado e conta que conseguiu o apoio do Ministro da Cultura. Ou seja, o projeto de lei anti-jabá entra na pauta (jornalística e posteriormente também na do Congresso) como tema controverso, sujeito a choques, discordâncias e múltiplos interesses.

Desde essa primeira aparição, a crítica trata de oferecer ao leitor uma sutileza de posições a respeito do tema –muito mais desenvolvidas, por assim dizer, que um simples contra ou a favor do projeto e do jabá. Ainda na nota citada, o músico é contrário ao jabá, mas discorda da essência do projeto. “Ele defende que, legalizado, o jabá seria tributável e aconteceria às claras”, explica. “Essa é a minha opção”, frisa o músico mais adiante.

A entrevista com André Midani publicada cinco dias depois não deixa de ter como referência ou motivo (gancho jornalístico) o projeto de lei (que ao mesmo tempo chega ao Congresso). Tanto é que se destaca logo em chamada para a matéria na capa da *Folha*: “O ex-produtor (...) diz que pagou e pagaria a rádios e TVs para promover artistas. O hábito é conhecido como jabá. Mas ele diz apoiar projeto de lei propondo criminalizar a prática”. O corpo do texto reforça o apoio e faz um resumo do projeto. Uma das últimas perguntas explicita: “O que acha da proposta de criminalização do jabá?”, ao que o entrevistado responde “Acho que é indispensável”. Nas matérias seqüentes sobre o projeto de lei há quase sempre uma recapitulação ou lembrança de informações da entrevista, de modo que o depoimento colhido pelo jornal passa como que a ser anexado ao projeto de lei – em alguma medida endossa, confirma, documenta a existência do jabá.

No dia 22 de maio, matéria na editoria *Cotidiano* (que não deixa de levar a alcunha *Ilustrada*, para sinalizar o nicho temático dentro do jornal) informa que o projeto foi apresentado ao Congresso. Faz o resumo da proposta, apresenta a justificativa, enumera as sanções previstas (prisão e cassação) e também aponta para suas limitações – “A proposta não enquadra gravadoras, normalmente responsáveis pelo pagamento do jabá”. Após expor a argumentação do autor, finaliza: “A tramitação será definida nos próximos dias” (nas páginas do jornal, seria possível acrescentar).

Talvez a mistura entre política e música seja um dos motivos da saída, então, da discussão para outras editorias e espaços além do caderno de cultura. No mesmo dia, um dos editoriais da *Folha* dedica-se ao assunto, com o artigo “Propina musical”. O texto relembra a entrevista e apresenta o tema ao leitor

(desavisado), mas discorda e passa a questionar o projeto de lei, submetido a uma bateria de perguntas. A voz (oficial) do jornal passa, assim, além de agentes do campo musical, a atuar efetivamente no debate. O referido editorial faz as vezes de parlamento, examina a súmula do projeto e ainda encaminha uma sugestão ao setor:

Antes, contudo, de apoiar um projeto de “criminalização” do jabá, como propõe o deputado Fernando Ferro (PT-PE), convém perguntar se isso é realmente factível. Será que é possível estabelecer uma tipificação bem delineada para essa prática que se quer converter em delito? Será que as fronteiras entre algumas modalidades de jabá e a legítima comercialização de espaço para promoção são tão claras quanto gostaríamos que fossem? A última coisa de que o Brasil necessita é de mais uma daquelas leis fadadas a não “pegar”.

O ideal seria que o próprio setor, as rádios e as gravadoras, chegassem a um acordo. A auto-regulamentação é normalmente preferível ao remédio mais amargo da proibição.

O argumento central da manifestação (a factibilidade e aplicação do projeto) serve de orientação para matéria do dia seguinte na página E16 da *Ilustrada* – com o título “Mercado questiona aplicação da lei antijabá”. Prolonga-se (em outro formato e estratégia) aspecto mencionado no texto do editorial do dia anterior – “(...) uma lei será eficiente para coibir a prática no país?”, pergunta a dupla Pedro Alexandre Sanches e Laura Mattos. A partir daí são reunidos artistas, representantes de emissoras de TV, o próprio André Midani, o proponente do projeto, associação de música independente, gravadoras, para discutir a eficiência e aplicabilidade da lei. Cria-se um fórum paralelo ao político para julgar o projeto de lei.

De modo geral, pode-se dizer que esse quadro ampliado de interlocutores resulta em ganho qualitativo, ao oferecer uma variedade mínima de olhares não apenas sobre o projeto, mas sobre a própria organização e dinâmica do campo musical contemporâneo. Mesmo a opinião restrita de quem diz apenas que a aplicação da (futura) lei é discutível – como Lulu Santos – não fica solta, é

contrabalanceada e ajuda a mapear o lugar de fala desses atores. “Quem ganha dinheiro com esse esquema sempre faz cortina de silêncio para abafar o debate. O projeto ao menos está abrindo a discussão”, responde o deputado autor da proposta. Já Midani acredita que uma lei seja necessária e faz paralelo com a situação nos Estados Unidos, em que a criminalização da atividade resultou em redução do jabá.

Interessante notar que a crítica não só acompanha a apresentação do projeto no Congresso, mas também confere se as emissoras de TV o receberam, testa a repercussão. A Rede TV! aponta limitação do projeto, por “não enquadrar as gravadoras”. A Globo advoga em causa própria, dizendo que a escolha de números musicais na programação se dá exclusivamente por aspectos artísticos. A TV Gazeta informa que submeterá o texto ao departamento jurídico. Já a Rede Bandeirantes, “que engloba TV, rádios e gravadora, declarou que ‘recremina a prática do jabá e acha que misturar conteúdo editorial musical com propaganda é enganar o público’”. O SBT se omitiu e outras emissoras procuradas não responderam em tempo (dado o ritmo diferenciado desse parlamento mediático). Das gravadoras, seis não se pronunciaram, restando apenas a opinião da Som Livre. O que está em jogo no posicionamento das emissoras, das gravadoras e dos artistas é, em alguma medida, a sua relação com o público (que pode confiar em maior ou menor grau em seus procedimentos). A crítica faz não só a intermediação entre os agentes como atua na própria relação entre instituições do campo e público consumidor de música.

Mas nesse caso a crítica realiza simultaneamente outra ação, com incidência sobre outro campo, o político. Ela toma as rédeas de discussões que teriam como fórum competente o Congresso. Manda assim seus recados sobre o projeto, faz reparos, sugestões e, por fim, antes mesmo de ser devidamente julgado, suspeita sobre seu fracasso. Na voz do presidente da Som Livre, “o jabá acabará em breve, pois os custos das gravadoras e a redução dos mercados limitarão esse expediente no futuro. Quanto ao projeto, acho que não surtirá maiores efeitos, o que lastimo”. De volta ao espaço originário da coluna *Ruído*, a

crítica deixa agora o projeto para o Congresso e aguarda resoluções. “Até agora nada aconteceu com a lei do jabá no Congresso (...)”, atualiza nota informativa do dia seis de junho.

6.4.3 A música (também) como negócio: para uma leitura menos ingênua do mercado fonográfico

*“Ainda que inadvertidamente, a maioria das pessoas acredita que as rádios tocam uma canção porque ela faz sucesso, e não que ela faz sucesso porque as rádios a tocam”
(editorial da Folha de S. Paulo, de 22/05/03)*

No caso analisado, a crítica musical jornalística trafega nos meandros da indústria fonográfica, em uma região de sombras do campo musical. E aí reside parte de seu caráter polêmico (no sentido de que leva a possíveis melhoramentos na interação sobre a música). Não se trata, dessa feita, de noticiar lançamentos, agenda de *shows* ou acontecimentos envolvendo músicos pelo mundo. Ao invés de ficar somente nessa “fachada” do campo musical, a crítica vai aos bastidores, aos “fundos” do mundo da música – para usar os termos de Goffman (1999).

O corpo de textos aqui reunidos e analisados tratam, em maior ou menor grau, de forma pungente ou lateral, dos processos envolvidos na circulação da música na sociedade, na sua visibilização, divulgação. A crítica não apenas atesta a existência de jabá, de pagamentos ilícitos (em geral por parte das gravadoras) para se promover canções em rádios e TVs, como investiga os procedimentos, as operações envolvidas no esquema, as formas de pagamento e até mesmo estima valores. São citados exemplos e feitas, em certos casos, comparações com outros países (México e Estados Unidos).

Há quem fale em jabaculê, em “projeto de marketing”, em “troca de interesses”, mas todos fazem referência, então, ao aspecto comercial da música, às suas negociações. A crítica auxilia, nesse sentido, na compreensão da música como um campo de forças, em que as escolhas do que se leva ao ar (em rádio e

TV) são frutos de negociações, embates, disputas. A crítica diz (não isoladamente, claro), nesse trabalho, as forças que – em última análise - fazem o campo musical. Mapeia minimamente os agentes dispostos e sugere interesses. Na contramão, como se percebe, de qualquer leitura que se faça da música como esfera autônoma, como arte pela arte ou congêneres. A dimensão econômica da música contemporânea é realçada. O lado legal também aparece, as tentativas de regulação advindas de outros campos, incidências do mercado, dos interesses dos artistas por visibilidade, etc..

A crítica situa historicamente essas disputas, ensina, de certo modo, como vai se constituindo o campo musical, como se forjam as relações entre as instituições e os media. Dá margem ao conhecimento de trechos ou aspectos das histórias da música no país e de como se processa sua comercialização. Um último ponto a respeito das ações da crítica nesse caso é, então, o de que os meios de comunicação também passam a ser objeto de comentários – ainda que em menor grau. Não se trata no caso de nenhuma análise avançada de formatos de programas de música na TV ou coisa parecida, mas de um incipiente e importante esforço de identificação e explicitação de processos que fazem com que a música chegue às rádios e à TV. A crítica convoca a uma preocupação mínima com a incidência comercial sobre esses veículos, lembrando várias vezes que são concessões públicas – “o que já bastaria para justificar a imposição de certos freios aos apetites mais perversos do ‘livre mercado’”, diz o editorial do dia 22 de maio de 2003.

Acredita-se que tais ações da crítica musical possam melhorar a interação do leitor com essas diversas instâncias envolvidas na produção, circulação e no consumo de música, no sentido de que ao menos derrubam ou relativizam idéias do senso comum sobre os meios de comunicação (como o de que as rádios tocam as canções mais pedidas ou de sucesso), qualificam a capacidade de edição e cobrança do ouvinte/leitor. Mas tudo isso com a ressalva de que se trata de um trabalho gradual da crítica, separado em diferentes espaços e ao longo de várias edições, o que pode reduzir seu aproveitamento e sua eficiência crítica. Fica em

aberto também a questão do que acontece com os jornais, os meios impressos, nessa onda de jabá.

6.5 Cartas do leitor (jovem!) – respostas do público atengido

*“Bom, se há alguém que erre mais do que os críticos, é certamente o público”
(Marcelo Coelho).*

Analisar o potencial polêmico da crítica musical envolve apreender como se dá a participação do leitor no jornal. Uma das possibilidades de estudar essa interação diferida no tempo e no espaço é o mecanismo de cartas do leitor, que em geral constitui uma seção em várias editoriais. Não é a única forma de retorno do leitor sobre a crítica, mas certamente é o mais facilmente identificável, por fornecer uma resposta explícita nas páginas do periódico. Objetiva-se aqui compreender como o leitor fornece retornos sobre a crítica musical através das cartas publicadas na seção “Cartas” do caderno *Folhateen*. Interessa perceber o que as cartas comentam, que tipo de relação estabelecem com a crítica ou com outros agentes do campo musical e em que medida colaboram em uma leitura polêmica da música.

Foi escolhido o caderno *teen* em função de que ali foi identificada participação mais intensa e periódica de leitores sobre música. A *Ilustrada* não conta com seção para manifestação dos leitores. Outros cadernos, como os semanais *Folhinha*, *TV Folha* e o mensal *Sinapse* registram manifestações escassas, ocasionais a respeito de música, o que desfiguraria a análise geral aqui pretendida. Foram contempladas pela análise as edições da *Folhateen* dos dias 12 e 19 de maio, dois, nove, 16, 23 e 30 de junho. Se levado em conta o fato de que o referido caderno e a *Ilustrada* constituem os dois principais espaços de crítica musical da *Folha*, pode-se dizer que o suposto leitor jovem é o único que tem lugar garantido para manifestar suas posições (que serão, claro, submetidas a processos editoriais de seleção, redação, organização, cortes, entre outras).

A seção de cartas fica na página dois e ocupa dois terços da largura da página. Possui sempre um título no alto da página, comentando, chamando atenção para algumas das cartas e dos posicionamentos dos leitores. Utiliza-se, em alguns casos, fotos com legendas para ilustrar as manifestações do leitorado. Cada manifestação ganha também um título temático que procura resumir o conteúdo. O leitor pode participar tanto por correspondência comum quanto por email – orienta-se que “Mande nome completo, idade, endereço e telefone”. Cada inserção é acompanhada do nome do autor, cidade e idade, na maioria dos casos.

Nas sete edições analisadas, há um total de 37 cartas, relacionadas a assuntos diversos. Predominam como temas cinema, comportamento e música. O caderno não agrupa regularmente os textos por essas divisões, apenas quando se referem a uma mesma matéria aparecem seguidos. No geral, os assuntos ficam misturados. São publicadas de quatro a seis cartas por edição. São 16 as inserções referentes a música (o que inclui manifestação de leitores e também resposta do jornal ao leitor publicada na mesma seção), que incluem comentários sobre música, sobre a crítica musical ou sobre um crítico em específico.

Fazendo uma média, a partir das inserções devidamente identificadas, pode-se dizer que o público da crítica musical que se manifesta na *Folhateen* é um leitor comum do jornal (não envolvido diretamente nos temas), predominantemente masculino (13 homens contra apenas duas mulheres), do estado de São Paulo (somente dois leitores de outros estados) e fica na casa dos 19 anos (a faixa etária dos participantes vai de 15 a 29).

As cartas sobre música publicadas invariavelmente tem por base matérias da edição anterior – não são, assim, comentários soltos, espontâneos. Nas sete edições, em três o título da seção faz referência a carta sobre música. Trata-se de uma reclamação sobre não publicação de uma coluna na edição anterior, comentário sobre matéria e elogio de edições passadas. Das 16 inserções relacionadas ao tema música, 12 fazem referência à crítica (entrando aí desde elogios até comentários sobre a crítica jornalística), duas rebatem a opinião de outro leitor, uma comenta um gênero musical (e aí apenas cita de passagem

matéria do caderno) e uma traz o “direito de reposta” do crítico citado no número anterior.

Elogios configuram prática recorrente na seção. Das 12 inserções que tem a crítica por objeto de comentário, metade possui elogios. Mas a manifestação nunca fica restrita ao elogio, faz ainda correção, sugere pauta, provoca o colunista, tece comentário geral sobre mídia e sociedade, faz apelo aos organizadores de *shows* para trazer uma banda ao Brasil, critica certo texto (levanta um aspecto esquecido pela matéria). Quase todos os elogios dizem respeito à escolha de um tema, do assunto da reportagem ou da coluna. Apenas uma carta elogia a existência de uma seção para bandas independentes. O que não quer dizer necessariamente que elogios não possam contribuir com a crítica musical. O destaque, mesmo elogioso, de certa abordagem ou da construção de um argumento crítico certamente traria bons resultados em termos de contraste com outras matérias, espaços, identificação de modalidades de ação e promoção de polêmica (ao fazer distinções no trabalho da crítica). No entanto, os elogios aqui realizados, além de uma redução ao assunto abordado, são baseados muito mais em termos de preferência pessoal, de “gostei muito” do que explicitação dos aspectos da crítica que causaram essa reação positiva.

A metade restante das manifestações que não possuem elogios pode ser classificada em cinco modalidades de ação: discordância de determinada escolha do jornal (um texto); ponderações a certa crítica (um); discordância da avaliação feita em resenha, do valor (negativo ou abaixo do esperado) atribuído a certo CD (dois textos); comentário recriminando a falta de checagem de informações em certa coluna (um texto); e sobre o trabalho de um crítico em específico (um). As três peças de discordância assinaladas funcionam como um elogio às avessas, esgotam-se em termos de “não gostei”, esvaziando em certa medida uma possível tensão (produtiva) para com o jornal. O leitor se coloca, no caso das manifestações sobre resenhas, como defensor da banda – o que fecha possíveis canais de discussão e aprendizado, vira fundamentalismo.

Um das orientações que se pode tomar para avaliar essas manifestações do público leitor nas páginas da *Folhateen* é perguntar pelo seu grau de abertura ao diálogo, seja sobre a própria crítica ou sobre música. Devem ser destacadas aí então (a) a sugestão de pauta (aprofundamento, na verdade, para uma matéria sobre música na Internet), (b) a identificação de um aspecto não abordado pela crítica musical, (c) a ponderação ou relativização de certo argumento, (d) comentário (ainda que generalizante) sobre o fazer jornalístico (recriminando a falta de checagem da informação) e (e) sobre o trabalho específico de um crítico.

Para deixar mais claro, vale dizer que em *a*, o leitor elogia matéria da edição passada sobre música digital e aproveita para sugerir “uma próxima reportagem em que sejam abordadas as redes eMulle/eDonkey, nas quais o principal objetivo não é compartilhar pequenos arquivos de música, mas gigantescos arquivos de filmes, jogos e programas”. O leitor dialoga aí com o jornal e também com outros leitores, prolonga, desdobra a discussão do tema. A manifestação *b* é sobre a mesma matéria. Levanta aspecto não abordado: “Foi esquecido, porém, um aspecto importante da questão. A troca de música pela internet permite uma inovação na relação entre consumidor, gravadoras e distribuidoras”. Também prolonga o debate, posiciona-se e critica as gravadoras:

Se, por um lado, a distribuição de música na internet vai de encontro à política de direito autoral e de propriedade, de outro, as gravadoras, quase que como um cartel, aproveitam-se da vulnerabilidade do consumidor para impor arbitrariamente toneladas de produções comerciais, sem valor artístico, e a preços abusivos.

As duas manifestações são publicadas agrupadas na edição do dia 19 de maio. É o único caso, no período analisado, em que há mais de um retorno sobre a mesma peça jornalística. Em *c*, o leitor concorda de modo geral com a crítica ao comodismo das FMs feita pelo jornal, mas pondera, atacando os críticos, em sua segmentação – “(...) acho que devemos tomar cuidado com ataques aos ouvidos preguiçosos. Afinal, que adianta se gabar de conhecer sons que a maioria não

conhece se esses sons não agradarem nem ao indie do indie?”. Em *d* não há exatamente uma referência a música, mas o texto foi aqui enquadrado por dizer respeito à coluna *Escuta Aqui*, predominantemente de crítica musical. A leitora discorda da avaliação do colunista Álvaro Pereira Júnior sobre um filme e pede o dinheiro do ingresso de volta. Daí em diante comenta o jornal, a checagem de informações, sua feitura, portanto, mesmo que brevemente: “Tiro daí duas conclusões: nem sempre os jornalistas checam suas fontes. E nem sempre um colunista é um bom jornalista”.

A acusação suscita um “Direito de resposta” (como diz o título) do colunista na edição seguinte (dia 23 de junho). O que poderia ser motivo para um debate e início de pertinente discussão, no entanto, fica restrito a uma defesa. O jornalista reafirma seu ponto de vista, detalhando-o melhor. Mas não aproveita para discutir o tema, as fontes, os jornalistas, os colunistas, a checagem.

O mesmo crítico é alvo do comentário *e*, intitulado “Ode ao ladrão”. O leitor questiona uma mudança de comportamento de Álvaro Pereira Júnior com relação à banda *Radiohead*. Ironiza o fato de que o crítico gostou do último lançamento tendo rejeitado os anteriores. É um leitor que acompanha o jornal, portanto. “Repentinamente, Álvaro Pereira Júnior tornou-se tiete do Radiohead”, comenta. A manifestação vale mais (em termos de diálogo) pela percepção de variações ao longo da crítica no relacionamento com certa obra.

O colunista parece ser o único tema que se prolonga pelas edições (é citado em cinco inserções), umas vez que não se promovem discussões menos isoladas – como acontece, para efeito de comparação, com uma matéria de comportamento, que repercute por várias edições. A música está mais sujeita a estocadas do leitorado, o que em alguma medida dificulta visualizar aprofundamentos ou mesmo o aperfeiçoamento de comentários, discussões, na seção de cartas. Tanto é que existe apenas uma carta referente a música – defende um gênero musical, o “nu-metal”, e fica por isso mesmo. Nem outros leitores, nem o jornal, dão deixas para a continuidade do assunto.

O debate entre leitores é outro recurso que pode ampliar e qualificar a conversação sobre música, por habituar os interlocutores a um espaço de diversidade de idéias, opiniões, posicionamentos, e por colocar em contato diferentes leituras sobre um produto musical ou sobre a crítica, a depender da condução efetuada pelo jornal. São apenas duas as inserções que respondem outros leitores. Uma delas, publicada em 23 de junho, sob o título “Metaleiro de butique”, deixa a desejar em relação a essa possibilidade. Faz acusações baseadas em gosto pessoal a outro leitor: “O ‘metalhead’ que indicou o Metallica para a seção ‘CD Player’(...) não passa de um poser, pois o Metallica acabou há anos”. Não há discussão, mas fanatismo, preconceito musical. Interessa ao leitor, no caso, rivalizar bem mais com a pessoa autora do comentário anterior, o que despotencializa a pertinência de se falar da autenticidade do seguidores do gênero ou algo parecido.

A outra resposta, publicada em nove de junho, permite leitura diferenciada. O leitor polemiza com a opinião de outro leitor, expressa na edição passada, de discordância da avaliação feita em certa resenha (uma espécie de defesa do chamado “Reggae raiz”). Há um interessante questionamento, no início da resposta, do posicionamento a priorístico do missivista: “São cômicos os argumentos de Bruno (...), que estranhou os elogios do Cássio (...) ao Nick Cave and The Bad Seeds, banda que ele, Bruno, diz nunca ter ouvido falar. Quer dizer então que só se pode falar bem de algo que o mocinho já conhece, é?”. A partir daí, porém, o comentário volta-se para preferências musicais fechadas e para a simples rejeição pelo estilo musical. Provoca os fãs de *reggae*, certamente. A condução efetuada pelo caderno é justamente para essa segunda parte, bem menos plural, de ataques – a resposta tem como título “Erva daninha”, em referência às palavras do missivista, de que o *reggae* é “destinado a quem só quer saber de queimar uma erva enquanto ‘viaja’ nas letras de ‘paz e amor’”. O jornal deixa de apostar aí num comentário sobre como fazer julgamento, como avaliar, na crítica a posicionamentos definidos *a priori*, por simples afinidade, para ficar com dizeres facilmente encontrados no senso comum das conversas sobre música.

Outro sintoma do encaminhamento da interlocução praticado pela *Folhateen* na seção de cartas – ou da falta de condução, uma vez que o jornal não comenta as cartas, em geral mistura os assuntos e não faz perguntas ao leitor, nem prolonga comentários sobre um mesmo tema ao longo das edições, entre outras estratégias que se pode imaginar para aperfeiçoar a relação, discutir produtos ou críticas em específico – é o tom de provocação presente nas manifestações do leitor em todas as edições consultadas. Os jornalistas são chamados de “preguiçosos” (em 23 de junho), ou, ironicamente, de “pensadores da música” (12 de maio) – “(...) bandas do underground dividem espaço com o editor-chefe do ‘Fantástico’ e suas asneiras (...)”, provoca outro leitor em 19 de maio o colunista Álvaro Pereira Júnior. Sobram provocações em termos de gêneros musicais: “(...) Tribo de Jah e a outras baboseiras do chamado ‘reggae de raiz’, produto de quinta categoria (...)”; “E metaleirinhos de butique que ouvem (...)”; entre outras. Editorialmente, é possível dizer que esse é o tipo de interação (entre leitores, entre leitor e jornal, entre leitor e música) preferido na seção.

7 Considerações finais

“*Si se calla el cantor / calla la vida
porque la vida / la vida misma es todo un canto*”
(Horacio Guarany)

Um primeiro ponto a assinalar nessas considerações finais é de que a análise realizada sobre o material jornalístico não faz justiça à complexidade da crítica musical da *Folha*, no sentido de que não consegue apreender e expressar toda a gama de fazeres e especificidades de diferentes espaços, estratégias implicadas. É claro que isso, até certo ponto, indica limitações do esquema analítico e do modo de se dirigir aos materiais, mas também sinaliza uma opção – a de se buscar muito mais uma percepção geral sobre o trabalho da crítica em dois meses, as relações (e situações) de continuidade e tensão envolvidas para o exame de seu potencial polêmico.

Tal escolha metodológica levou à análise das estruturas editoriais majoritariamente em função de casos (jabá, música digital, *Radiohead*, carreira-solo), o que foi útil na percepção da articulação dos espaços da crítica, no reconhecimento do que essas peças – quando mobilizadas – fazem em conjunto, que desenho se forma nessa junção. Nas costas dessa operação analítica, no entanto, não se pode deixar de admitir que se movimenta uma multidão de processos outros, cujo estudo demandaria uma outra modalidade de dedicação aos textos, dada a riqueza dos materiais. Isto é, vários espaços da crítica musical não puderam aqui ser contemplados ou explorados à exaustão. Certas peças jornalísticas, como uma matéria sobre *jazz* publicada no caderno *Sinapse*, num estilo dossiê, ou então a própria coluna *Escuta Aqui*, da *Folhateen*, certamente renderiam valiosos deslocamentos ou estudos paralelos, específicos.

Por mais tentadores que possam parecer, esses (des)caminhos foram evitados, ou ponderados, sob o risco de conduzir uma análise em separado do restante da pesquisa. A opção pela *máquina* crítica musical jornalística diz respeito à problematização desenvolvida, às idéias mencionadas a se tensionar

sobre a atividade, aos olhares (gerais) sobre a constituição do campo musical e da crítica em periódicos. Isso quer dizer que: (1) a análise da *Folha* não chama para si toda a responsabilidade de compreensão dos processos de disputas sociais, mas divide esforços com a investigação sobre o campo musical, sobre a crítica, com observações sobre tendências no estado da arte, entre outros pontos que interagem na pesquisa – por isso que se diz que não é propriamente um estudo da *Folha de S. Paulo*, mas que agrega esse observável; (2) a análise não é totalizante, mas focalizada, limitada, deixa questões em aberto a serem desdobradas; e (3) é de certo modo um experimento, um processo tentativo de extrair resultados mais próximos (e pertinentes) à área do jornalismo, pode-se dizer – daí a valorização da ação (social e editorial) da crítica musical.

Se algumas regiões da crítica no jornal ficaram em descoberto, há que se ter em conta que isso sugere, em alguma medida, o próprio caráter dinâmico e amplo do observável, que não permite tudo analisar. Próximo à fase final da pesquisa, por exemplo, percebeu-se a desconsideração da coluna de Luis Nassif, no caderno de *Economia*, que aos domingos, eventualmente, faz incidências no ramo da música. Foi necessário então reconhecer uma valorização, na análise, de espaços que estabeleceram – nos dois meses selecionados de 2003 – alguma periodicidade no comentário da música.

Levando-se em consideração a relativa escassez de sistematizações e avaliações sobre a crítica contemporânea em periódicos, bem como as incessantes discussões e indecisões que cercam setor o profissional (uma demanda por orientação, talvez), acredita-se que a análise nesse nível geral (mais ágil) tem sua validade mesmo que por oferecer aspectos da crítica que porventura escapam ao corrido olhar do leitor comum diário. O trabalho processual, cotidiano, paulatino da crítica ganha evidência no estudo dos casos elencados. Uma outra crítica aos poucos se revela...

A análise da *Folha* mesclada (em projeção) à recuperação feita de como a crítica em periódicos já atuou em outros tempos colabora na fixação de matizes nas discussões sobre a atividade. Dizer que ela é sempre maligna para com os músicos ou de que não passa de elucubração diletante de músicos frustrados parece não exercer qualquer fascínio nesse (outro) cenário – que contempla variações no decorrer do tempo, estilos diferenciados, estratégias diversas e periódicas reinvenções na relação com artistas, instituições e leitores. Essa presença de semitons fica evidente na própria dificuldade (ou mesmo impossibilidade) de se classificar a crítica feita na *Folha* – ao mesmo tempo em que é intimista e tece dramas psicológicos, vai aos bastidores e faz denúncias, para ficar em um exemplo.

Ainda nessa soma de esforços (e de abordagens, perspectivas) dos capítulos cinco e seis, é possível pensar no controverso caminho de duas vias da crítica musical. Vai, a um só tempo, do partidarismo ao apaziguamento e do exercício de liberdade às pressões do mercado – dependendo para onde se olhe, para suas condições de produção ou para aquilo que faz ao dizer. O tom marcadamente opinativo e as tensões geradas por posicionamentos fortes, cuja expressão máxima é o partidarismo da primeira metade do século XIX, ficam cada vez mais raros. Por outro lado, ocorre o oposto em suas condições de produção, que ganham em tensão na mesma medida em que o campo jornalístico se profissionaliza (e passa a sobreviver numa complicada trama de interesses). Se antes o exercício era de liberdade e criação (com o crítico indo a todos os espetáculos possíveis), agora é um terreno tenso, pressionado pelas forças do mercado (fonográfico e jornalístico) – com o crítico cada vez mais enfiado nas redações, ocupado em selecionar incessantes lançamentos que ocuparão as páginas dos jornais.

Há pouco tempo, durante o que é considerado o auge do jornalismo cultural, até a década de 1970, as chamadas grandes polêmicas promovidas pela crítica estavam sustentadas na exposição de opiniões, na profundidade de argumentos, no debate e participação de nomes reconhecidos no campo cultural. É

a época dos grandes críticos, como se costuma dizer. O potencial polêmico hoje parece estar bem mais vinculado à ampliação da cobertura da música, dos espaços e formatos que interagem – em que as disputas não assumem a forma de discordância declarada em relação a uma obra ou estilo, mas se valem de sutilezas. Daí talvez a impressão de que a crítica desapareceu.

Desde sua minoridade, deve-se destacar a acentuada redução na participação de músicos (como articulistas ou colunistas) na crítica musical em jornais. Os espaços foram assumidos, até certo ponto, por profissionais da comunicação – o que fornece uma interessante deixa para estudos futuros, que é o de se pesquisar o profissional da crítica, suas rotinas, formação, *habitus*. A se basear pela *Folha* nos dias de hoje, com exceção de artigos do músico *Lobão*, fica difícil lembrar de outras colaborações nesse sentido. Quanto a esse aspecto da relação entre campos musical e jornalístico, de uma extinta co-produção mais sistemática, pode-se falar em uma relativa redução do aspecto polêmico, portanto.

A participação dos músicos na crítica da *Folha* está concentrada nas entrevistas, quando em geral se promove uma relação amistosa com os críticos. Sendo que em muitos casos o crítico apenas intercala um amontoado de falas do entrevistado. A tensões se dão, na entrevista, com relação às gravadoras. Alguns músicos se aproveitam do espaço para depositar suas queixas sobre a indústria ou certa gravadora. Ao invés da discussão frontal (entre crítico e músico, entrevistador e entrevistado), tem-se aí um debate lateral, com vistas a atingir um ausente.

No geral, os artistas são pouco tensionados pela crítica. As tensões parecem ter migrado dos artistas e suas obras para a relação entre crítica e gravadoras – ao menos nos referidos casos, em que a crítica chega a abordar os bastidores da indústria fonográfica. O estabelecimento de divergências no interior de uma mesma peça jornalística não é prática usual da *Folha*.

As resenhas do caderno *Folhateen*, na seção *lançamentos*, são exemplares no baixo potencial polêmico interno. São comentários condescendentes, em que

os seis discos avaliados por edição ganham quase sempre a mesma avaliação. De 30 CDs resenhados, três são qualificados como “ótimo”, 13 “bom”, 12 “regular”, dois recebem “ruim” e nenhum entra como “péssimo”. A variação máxima em uma mesma edição é de duas gradações, de ótimo a regular ou então de bom a ruim. A edição do dia dois de junho apresenta apenas regulares e bons. Essa nivelção impede ou limita o próprio efeito da avaliação, ao não oferecer parâmetro para contraste (como uma sala de aula em que todos os alunos tiram dez). O que vem a ser regular só é compreendido em relação ao péssimo ou ótimo. São categorias relacionais. Na maior parte, os comentários são elogiosos.

Essa prática é reflexo de uma estratégia que se estende também para a *Ilustrada*: ignora-se a produção considerada de baixa qualidade e que não raras vezes faz sucesso em rádio. Ela não vira objeto de comentários. O que vem a ser um desperdício se pensada a crítica musical como processo de aprendizagem. Seria a chance de mostrar no que essa produção se diferencia, ou em quais quesitos é pobre. Talvez a explicação se dê por um clivagem de gêneros musicais. Os estilos contemplados levam a se pensar em uma *pop* crítica, bem na lógica de uma “cultura internacional-popular”, como chama Ortiz (1994) – de referências culturais desenraizadas em circulação pelo mundo. Destaca-se aí a atuação das colunas *Popload* e *Escuta Aqui*, antenadas à música *pop* internacional.

Mas, a partir dessas negativas e de outras percepções sobre o trajeto da crítica musical e também da análise, em que ações se pode dizer que há uma valorização do potencial polêmico? Isto é, com vistas a uma eventual orientação ou sugestão do modo de fazer a crítica, que estratégias se revelam qualificadoras da conversação sobre música?

Uma orientação a se tomar de início, nesse sentido, é a de que o crítico pode ser comparado a um narrador esportivo, tal qual lembrado por MacCammel (1997, p. 87). Ele participa de uma produção cultural, frisa, destaca, seleciona o que deve ser levado em conta ou os aspectos que fazem a experiência cultural. O crítico, nesses termos, seria uma espécie de "narrador" da música contemporânea -

diz o que ouvir, quais canções merecem maior atenção, dá ênfase a certos traços do artista ou de um CD, sugere para onde olhar ou direcionar os ouvidos.

Nessa perspectiva, a experiência cultural de leitura da crítica e interação com a música podem ser mais ricas realmente quando se dispõem ao diálogo com uma pluralidade de referências, sejam idéias arraigadas no imaginário do consumidor de música ou preconceitos do senso comum sobre certo gênero, por exemplo. A associação a um filme ou a uma obra literária pode ajudar a compreender o clima sonoro de certo disco. A referenciação ao universo simbólico do leitor nos títulos é amplamente utilizada pela *Folha* e pode ser listada como estratégia que, como se fossem piscadelas, combina uma interação com o público – remete anaforicamente a uma canção ou elemento da cultura *pop*, por exemplo. A produção de uma tensão interna – via dramatização, conflito entre opostos, contrastes, na derrubada de uma questão consensual estabelecida e amplamente divulgada – na peça jornalística também pode qualificar a escuta.

Outro modo de fornecer uma leitura potencialmente polêmica (que respeite a pluralidade, suscite a diversidade de olhares) do campo musical é a mobilização de variados espaços editoriais, formatos e estilos redacionais. Destaca-se aí a interação entre espaços da crítica (a avaliação de um mesmo disco em mais de uma coluna, por mais de um crítico), a presença de diferentes posicionamentos sobre uma mesma obra ou artista, bem como espaços para a manifestação explícita do público leitor. Uma crítica pode ser feita a partir da opinião de outro crítico (do mesmo jornal ou não) sobre um lançamento. Manter, aliás, espaços que fujam ao imperativo do lançamento fonográfico é fundamental numa estratégia editorial de tensão com a indústria e cooperação com o leitor. A crítica, numa perspectiva polêmica, tenta misturar espaços com estilos, autores e também periodicidade variados. Uma forma de dotar a crítica musical de várias atualidades - como sugere Fontcuberta (1993, p. 24), um mesmo produto congrega assim diferentes atualidades.

Necessário lembrar, ainda, da utilidade de se comentar uma variedade de objetos – CDs, *shows* (ação cada vez mais rara e, no caso da *Folha*, quase restrita ao erudito), livros relacionados, acontecimentos (noticiários), eventos (agendas de serviço), comportamentos e ambientação do setor (colunas), programas de música na TV, DVDs, lançamentos, raridades, programas de rádio, música na Internet, publicações de crítica musical, paradas musicais, gravadoras, lojas de discos, entre outras estratégias que ajudam uma melhor localização e participação no circuito.

Por fim, deixa-se como sugestão outras três ações – uma delas praticada desde os primórdios da crítica e, em certos casos, adotada pela *Folha*; a segunda, pouco usual, ainda mais em jornais de pretensa circulação nacional; e a terceira ainda incipiente. Trata-se da recomendação de Daniel Piza (2003, p. 70) de ir além do objeto comentado, utilizá-lo para inserir questões na conversa sobre música, atuar como um “intérprete do mundo”. Uma tática que pode ajudar a ler, processualmente, a música não como manifestação isolada, segmentada da vida cotidiana. A segunda idéia está associada também a essa produção de ligação da música com o mundo da vida: trazer marcas do lugar (cidade, estado, região) em que a crítica é feita/consumida – referências imaginárias, valores, produção local – auxilia o leitor nas relações com seu entorno. Uma terceira ação possível a ser apenas apontada é o trabalho em alguma medida da crítica musical como crítica mediática, que tome em considerações processos, lógicas e aspectos da esfera mediática envolvidos na produção, circulação e no consumo da música. Dadas as penetrações entre os campos, torna-se fundamental capacitar uma leitura competente da música como produto mediático.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPD. **Publicação Anual do Mercado Fonográfico**. ABPD 2002. Rio de Janeiro, 2003.

ALMEIDA, Ruben. Lulu Santos nunca mais participará do Domingão do Faustão. *Notas musicais*. Cifra Club, 25 jun. 2003. Disponível em: <http://cifraclub.terra.com.br/notasmusicais/ler.php?id=545>. Acesso em 21 jan. 2005.

ALVIM, Gustavo Jacques Dias. Os suplementos teens na imprensa brasileira. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol. 23, nº 1, jan/jun 2000.

AMARAL, Araci Abreu. **Arte e meio artístico (1962 – 1981)**. Entre a feijoada e o x-burguer. São Paulo: Nobel, 1983.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. 4^a ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.

ANDACHT, Fernando. Prozac, meios e máfia: o amanhecer de uma nova subjetividade. *Revista Lugar Comum – Estudos de mídia, cultura e democracia*. N. 13-14, jan-ago. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

BAHIANA, Ana Maria. Jornalismo de música dá certo no Brasil? Portal Comunique-se. 01 jul. 2003. Disponível em: www.comunique-se.com.br. Acesso em: 17 dez. 2004.

BARBOSA, Marco Antonio. Mercado fonográfico na encruzilhada em 2003. *Cliquemusic. Acontecendo*. 06 fev. 2003. Disponível em: http://cliquemusic.uol.com.br/br/acontecendo/acontecendo.asp?Nu_Materia=3902. Acesso em 20 fev. 2004.

BBC. BBC Brasil. Mercado de discos tem pior queda da era do CD. 07 abr. 2004. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/cultural/story/2004/04/040407_vendamusicaml.shtml

BIOGRAFIA. Site oficial de Caetano Veloso. Disponível em: www.caetanoveloso.com.br. Acesso em: 15 fev. 2005.

BORNHEIM, Gerd. As dimensões da crítica. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC: Itaú Cultural, 2000.

BORNHEIM, Gerd. As dimensões da crítica. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC; Itaú Cultural, 2000.

BRAGA, José Luiz. Cartas de leitores como dispositivo social crítico. Texto apresentado no NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre: PUC/RS, 2004.

_____. Mais que Interativo: Agonístico. XII Encontro Nacional da Compôs. In: Anais do XII Encontro Nacional da Compôs. Recife: Compôs, 2003. v. 1. p. 1-19.

_____. O sistema social crítico interpretativo. In: LUIZ, Aida Prado, José (Org.). Crítica das práticas midiáticas – da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo, 2002.

_____. Interação & Recepção. In: FAUSTO NETO, Antonio; HOHLFELDT, Antonio; PRADO, José Luiz Adair; PORTO, Sérgio Dayrell (orgs.). Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade. Porto Alegre: Edipucrs/Famecos, 2001.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Maria Regina Zamith. **Comunicação e Educação**: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.

BROCANELLI, Rodney. Jornalismo musical. Crise à vista com a geração MP3. **Observatório da imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd111120036.htm>>. Acesso em: 11 nov. 2003.

CABRAL, Sérgio. **A MPB na era do rádio**. 2^a ed. Col. Polêmica. São Paulo: Moderna, 1996.

CALLADO, Ana Arruda. O texto em veículos impressos. In: CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal**. O jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: Puc/Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

CARANDINA, Tiago. O jornalismo musical brasileiro. **Revista Zero**. Disponível em: <<http://www.revistazero.com.br/sonosite.php?i=414>>. Acesso em: 28 out. 2003.

CAVALHEIRO FILHO, Roberto Dante. **A música na pauta jornalística d'”O Estado de S.Paulo”**: 1947-1968. Dissertação de mestrado. São Paulo: ECA/USP, 1996.

COELHO, Marcelo. Jornalismo e crítica. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC; Itaú Cultural, 2000.

_____. **Gosto se discute**. São Paulo: Ática, 1994.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. 2 ed. São Paulo: Iluminuras, 1999.

COSTA, Cristina. **Questões de arte**: a natureza do belo, da percepção e do prazer estético. Coleção Polêmica. São Paulo: Moderna, 1999.

DaMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

DAPIEVE, Arthur. Entrevista para Digestivo Cultural. Disponível em: <<http://cincominutos.tripod.com.br/dapieve.html>>. Acesso em: 8 mar. 2003.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal**. O jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: Puc/Rio; São Paulo: Loyola, 2002.

DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz**: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo, 2000.

DUARTE, Sara. Música minimalista. **Isto É**. São Paulo, n. 1612, ago. 2000, p. 64-65.

EAGLETON, Terry. **A função da crítica**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

FAUSTO NETO, Antônio. Estratégias midiáticas e o 'Caso Ronaldo'. Revista Fronteiras: estudos midiáticos – v. II, n. 1, dez. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

FISCHERMAN, Diego. Oíd Mortales. Entrevista a Pablo Gianera. Página 12/web. Radar. Buenos Aires, 11 jul. 2004. Disponível em: <<http://www.pagina12.com.ar>>. Acesso em 11 jul. 2004.

FONTCUBERTA, Mar de. **La noticia**. Pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós, 1993.

FRIEDLANDER, Paul. **Rock and Roll**: uma história social. Trad. A. Costa. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. Tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Cultura y comunicación**: entre lo global y lo local. La Plata: Periodismo Y Comunicación, 1997.

GARCIA, Walter. Canção popular: arte e consumo. **Revista Cultura Vozes**. Petrópolis, v. 90, n. 1 jan./fev. 1996. p. 79-83

GIANERA, Pablo. Oíd mortales. Página 12/web. Radar. Buenos Aires, 11 jul. 2004. Disponível em: <www.pagina12.com.ar>. Acesso em 11 jul. 2004.

GIRARDI, Juliana. “Música para assistir”. Gazeta do Povo. Caderno G. 23 fev. 2005, p. 1.

GIRON, Luís Antônio. **Minoridade crítica**: a ópera e o teatro nos folhetins da corte: 1826-1861. São Paulo/Rio de Janeiro: Edusp/Ediouro, 2004.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Trad. Maria Célia Santos Raposo. 8. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

GUMES, Nadja Vladi Cardoso. Música: Marcas sonoras juvenis. Texto apresentado ao NP13 do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre: PUC/RS, 2004.

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

JOAQUIM, André. Existirá crítica musical independente em Portugal? Divergências: música em português. Disponível em: <<http://www.divergencias.com/news>>. Acesso em: 12 jan. 2005.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais?. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Trad. de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LEE, Rita. Entrevista à Página da Música: onde a mpb acontece. Meu nome é Rita Lee e sou beatleólatra. Disponível em: <<http://www.paginadamusica.com.br/categorias/entrevistas/ritalee.html>>. Acesso em: 05 fev. 2005.

LEENHARDT, Jacques. Crítica de arte e cultura no mundo contemporâneo. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC: Itaú Cultural, 2000.

MACCAMEL, Dean. Experiencias culturales. In: MARTÍN-BARBERO, J.; SILVA, Armando (org.). **Proyectar la comunicación**. Santafé de Bogotá: TM, 1997.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MENDONÇA, Renato. Entrevista concedida a Rafael Schoenherr, em 03 nov. 2003.

MIDANI, André. "Jabá incluía até drogas, diz André Midani". In: Caderno Ilustrada, da Folha de S. Paulo, p. E3, 21 mai. 2003. Entrevista concedida a Pedro Alexandre Sanches e Laura Mattos.

MILLS, C. Wright. *Filosofias da ciência*. In: **A imaginação sociológica**. Trad. Waltensir Dutra. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

MIRANDA, Orlando. **Tio Patinhas e os mitos da comunicação**. 2 ed. São Paulo: Summus, 1978.

MOCARZEL, Evaldo. Arte banalizada? A razão cínica e o futuro dos cadernos de cultura. Observatório da Imprensa. 08 jan. 2001. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/atualiza/artigos/jd090120011.htm>>. Acesso em: 16 dez. 2004.

MORAES, Dênis de. **O planeta mídia: tendências da comunicação na era global**. Campo Grande: Letra Livre, 1998.

MOUILLAUD, Maurice. **O jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.

NASSIF, Luis. Muito além da notícia. Entrevista feita por Melissa Medroni. Revista Top Magazine, n. 58, 2003.

NESTROVSKI, Arthur. **Notas musicais: do barroco ao jazz**. São Paulo: Publifolha, 2000.

NUNES, Benedito. Crítica literária no Brasil, ontem e hoje. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC: Itáu Cultural, 2000.

O PASQUIM. Entrevistão: aquele que não livra a cara de ninguém. Entrevista com Lobão. 14 ago. 2004. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/lobao/>. Acesso em 17 dez. 2004.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. (org). **Pierre Bourdieu**. Coleção Grandes Cientistas Sociais, nº 39. São Paulo: Ática, 1983.

PAULAFREITAS, Ayêska. Da JS à WR: apontamentos para uma história da indústria fonográfica na Bahia. Texto apresentado ao Núcleo de Pesquisa 06 – Rádio e Mídia Sonora, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre, 2004.

PETILLO, Alexandre. O dia em que a crítica rock morreu. Revista Zero, n. 1, maio. São Paulo: Lester e Pool Editora, 2002.

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

_____. Crítica da crítica da crítica. Revista Cultura, n. 2, v. 90. Petrópolis: Vozes, mar./abr. 1996.

RIBEIRO, Lúcio. Entrevista a Rodney Brocanelli. Out!, o mapa dos embalos paulistanos. 14 out. 2003. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fd141020037.htm>>. Acesso em: 10 jun. 2004.

RIBEIRO, Renato Janine. Apresentação de Gerd Bornheim: a crítica inventando o novo. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC; Itaú Cultural, 2000.

RODRIGUES, Adriano Duarte. A emergência dos campos sociais. In: SANTANA, R. (org.). Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Piauí: Revan, 2000.

_____. Estratégias da comunicação: formas de sociabilidade e questão comunicacional. Lisboa: Presença, 1990.

ROSA, Fernando. A primeira revista do rock. Revista digital Senhor F. Disponível em: <http://www.senhorf.com.br>. Acesso em: 22 set. 2002a.

_____. O rock dos setenta em jornal. Revista digital Senhor F. Disponível em: <http://www.senhorf.com.br>. Acesso em: 22 set. 2002b.

SÁ, Simone Pereira de. Entre raízes e antenas: notas sobre música popular e identidade nacional. Texto apresentado na VII COMPÓS - encontro anual da associação dos programas de pós-graduação em Comunicação, ao GT Comunicação e Sociabilidade. São Paulo: PUC, 1998.

SÁ, Simone Pereira de; MARCHI, Leonardo de. Notas para se pensar as relações entre Música e Tecnologias da Comunicação. Revista Eco-Pós/UFRJ - Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação, v. 6, n. 3, dez. 2003. Mídia, música (pop)ular e sociedade. p.47-59. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2003.

SCHOENHERR, Rafael. **A hierarquização musical pelo jornalismo do caderno *Fun***. Trabalho de conclusão de curso – graduação em Comunicação Social/Jornalismo. Ponta Grossa: UEPG, 2002.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. Trad. Carlos Szlak. São Paulo: Hedra 1999.

SILVA, Expedito Leandro. **Forró no asfalto**: mercado e identidade sociocultural. São Paulo: Annablume / Fapesp, 2003.

SMITH, Abonico R. Entrevista concedida a Rafael Schoenherr, em 30 nov. 2002.

SOBRINHO, Wilson. Somos a fêmea do terceiro milênio, a gravidez. Revista Fórum - outro mundo em debate. São Paulo: Publisher, 2000. p.31.

SODRÉ, Muniz. O *ethos* mediatizado. In: **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SUZUKI JR., Matinas. Anotações sobre jornalismo cultural. In: **Seminário de jornalismo**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1986.

TATIT, Luiz. **Musicando a semiótica**: ensaios. São Paulo: Annablume, 1997.

TINHORÃO, José Ramos. **História social da música popular brasileira**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

_____. **Música popular**: do gramofone ao rádio e TV. São Paulo: Ática, 1981.

VARGAS, Natividad Abril. La crítica periodística. In: _____. **Periodismo de opinión**. Claves de la retórica periodística. Madrid: Síntesis, 1999.

VASCONCELOS, Sandra Gardini T.. Apresentação de Jacques Leenhardt: crítica de arte/arte da crítica In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo: SENAC: Itaú Cultural, 2000.

VENTURA, Zuenir. **1968**: o ano que não terminou. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Revista Diálogos**, 48. FELAFACS. Lima. 1997.

_____. El tercer término (1976-1980). In: **El semiose social**. Fragmentos de uma teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa, 1996.

VIANNA, Hermano. De olho nos ritmos urbanos. Entrevista a Michael Herschmann e João Freire Filho. Revista Eco-Pós/UFRJ – Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação. Mídia, Música (pop)ular e sociedade. V. 6, n. 2. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2003.

VICENTE, Eduardo. Música independente no Brasil dos anos 90. Revista Cultura Vozes, Petrópolis, v, 95, n. 1, 2001, p. 81-86.

VIDEOTEXTO.INFO. Crítica. Disponível em: <<http://www.videotexto.info/critica.html>>. Acesso em: 20 dez. 2004.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Trad. Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WRIGHT, Chris. A Indústria Fonográfica. In: MARTIN, George (org). **Fazendo música**: o guia para compor, tocar e gravar. Brasília: UNB, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.