DIALOGISMO E DISCURSIVIDADE NAS RESENHAS DA REVISTA *ROADIE CREW*

Igor Custódio Miranda[1]

Marcelo Marques Araújo[2]

Resumo:

O Trabalho de Conclusão de Curso a seguir analisa a forma de construção das resenhas da revista *Roadie Crew* a partir dos fatores de discursividade, opinião, cultura e especialização. A publicação só trata de trabalhos culturais lançados no âmbito dos gêneros musicais *classic rock* e *heavy metal*, bem como suas vertentes. Para isso, foram selecionadas duas resenhas de três edições da revista, correspondentes aos meses de maio, setembro e outubro de 2014. São utilizados os conhecimentos da Análise do Discurso de linha francesa, especialmente conceitos como discurso, dialogismo e sentidos, associados às compreensões sobre jornalismo opinativo, especializado e cultural, em uma metodologia dividida em quatro momentos: gesto de leitura jornalística, análise da nota, análise discursiva e dialógica e análise de sentidos.

Palavras-chave: Análise do Discurso, dialogismo, heavy metal, Roadie Crew, jornalismo cultural.

Abstract

This Final Paper analyzes the construction of the *Roadie Crew* magazine reviews from the multiple factors of discourse, opinion, culture and specialization. The publication only deals with cultural works released under the musical genres classic rock and heavy metal, and its

[1] Graduando em Comunicação Social – Jornalismo.

[2] Professor do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Uberlândia – MG / Brasil. Professor e Orientador no Programa de Mestrado Profissional em Tecnologias, Comunicação e Educação (FACED/UFU). Orientador do trabalho. E-mail: marcelo.araujo@ufu.br

ramifications. For this, two reviews from three issues of the magazine were selected, corresponding to the months of May, September and October 2014. Knowledge from French Discourse Analysis, especially concepts such as discourse, dialogism and senses, associated with insights from opinative, specialized and cultural journalism were used, in a methodology divided into four moments: journalistic reading gesture, analysis of the note, discursive and dialogical analysis and analysis of senses.

Keywords: Discourse Analysis, dialogism, heavy metal, Roadie Crew, cultural journalism

1 INTRODUÇÃO

Opinião, especialização e cultura articulam e dão norte a este artigo, que analisa o discurso de autores em textos opinativos – em especial a resenha crítica, típica do jornalismo cultural – da revista *Roadie Crew*, que trata sobre música, mais especificamente dos gêneros *classic rock* e *heavy metal*.

Parte mais subjetiva dos veículos midiáticos, o jornalismo opinativo é uma vertente mais ampla em comparação ao jornalismo informativo, que se restringe à reprodução do fato. Em revistas, é mais comum a presença de gêneros opinativos, sendo eles: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, crônica e carta do leitor. De acordo com Melo (2003, p. 129), a resenha, que traz opinião sobre produtos culturais, tem maior objetividade (apesar da clara manifestação opinativa), necessidade de descrição e orientação mercadológica (pois orienta a compra).

A opinião jornalística na produção das resenhas da revista *Roadie Crew* é marcada por uma subjetividade opinativa peculiar. Não apenas na forma de articulação do texto opinativo: a linguagem aplicada nos textos da revista é diferenciada do padrão, pelo uso de termos técnicos e jargões específicos da área. Trata-se de um veículo especializado.

Serão analisados os discursos que constituem as resenhas, registrando as formações discursivas constitutivas dos discursos jornalísticos, além das ocorrências de dialogismo nos textos. Além da análise do discurso, tópicos específicos do estudo das áreas de jornalismo cultural e opinativo servirão de apoio para fundamentar o trabalho.

A revista *Roadie Crew*, de periodicidade mensal, surgiu em 1994 como fanzine e tem distribuição em bancas desde maio de 1998 em todo o Brasil e em Portugal. Os editores são

Airton Diniz (também jornalista responsável pela publicação) e Claudio Vicentin e o redator-chefe atual é Ricardo Batalha. De acordo com um *release* (Anexo A), com dados obtidos em dezembro de 2012 (último fechamento de pesquisa feito pela administração), a tiragem tinha uma variação entre 22.000 a 30.000 exemplares e a revista tem 7.500 assinantes.

Segundo as informações disponibilizadas pela revista (Anexo B), a região do Brasil que mais consome a revista é a Sudeste (67%), seguida de Sul (16%), Nordeste (9%) e Centro-Oeste e Norte (ambas 4%). Em relação às classes sociais, a C (42%) é a que mais compra a revista, seguida de D e E (37%) e A e B (21%). A faixa etária predominante do público está entre 19 a 30 anos (48%), seguida de até 18 anos (29%) e acima de 31 anos (23%). O sexo masculino (59%) compõe o maior público, em detrimento à feminina (41%).

No segmento do *classic rock* e *heavy metal*, a única concorrente da *Roadie Crew* é a revista *Rock Brigade*, fundada em 1981. A publicação deixou de ser um fanzine cinco anos depois, mas hoje tem a periodicidade comprometida (a última edição é de abril de 2014). Nas décadas de 1980 e 1990, outras publicações tinham enorme relevância em território brasileiro, como *Bizz*, *Revista Metal* e *Som Três*, entre outras. Todavia, muitas dessas sucumbiram a esta concorrência altamente especializada e técnica.

Nota-se na revista *Roadie Crew* que a opinião do autor é construída de uma forma muito peculiar, o que é comum em revistas especializadas. É frequente o uso de termos técnicos e jargões da área musical. Mesmo assim, a publicação é influente a ponto de ser uma das mais respeitadas no ramo das publicações musicais – a revista tem 20 anos e, mesmo em época de popularização da internet, mantém a circulação firme.

O objetivo deste trabalho é analisar a forma de construção das resenhas críticas da revista *Roadie Crew* a partir dos fatores de discursividade, opinião, cultura e especialização. Para isso, será preciso descrever a linguagem segmentada (jargões e termos técnicos) e investigar a dialogicidade, que é constitutiva de todos os discursos, inclusive das resenhas jornalísticas.

Para isso, será utilizada a Análise do Discurso de linha francesa, com destaque para o dialogismo. Os elementos evidenciarão os sentidos e os dialogismos que atravessam o discurso jornalístico opinativo que constitui as resenhas da revista *Roadie Crew*.

Será escolhida a resenha crítica em destaque na primeira página da seção “Releases”, destinada ao gênero, na edição 189 (outubro de 2014). A escolha se deu em função da correspondência à parte central do ano de 2014. A seleção aconteceu desta forma porque o mercado fonográfico é mais movimentado com novos lançamentos entre o final do primeiro

semestre e o início do segundo. Além disso, boa parte das bandas abordada na revista é do Hemisfério Norte e os lançamentos, geralmente sucedidos por turnês de divulgação, são feitos em períodos de primavera e verão.

Entende-se, inicialmente, que a opinião seja escrita e expressa de forma muito especializada porque deve estar em contato com diversos outros especialistas. A proposta afasta públicos que têm potencial de fidelização ao veículo, mas não são tão especializados; no entanto, aproxima leitores que já são especializados no assunto.

É evidente que um veículo especializado deve orientar seu conteúdo pelo público-alvo. Mas existe um problema sério nas publicações sobre música, em especial na revista *Roadie Crew*: a orientação é feita por, muitas vezes, critérios excessivamente pessoais. Além disso, o apreço pela banda que produziu o material analisado é tamanho que, muitas vezes, impede uma análise fundamentada e pormenorizada. Desta forma, muitos autores de resenhas acabam se portando como torcedores, deixando o pensamento crítico de lado para defender algo sem muitos argumentos ou fundamentação.

2 BARULHO EM FRASES: O JORNALISMO METÁLICO

2.1 A especialização no jornalismo: busca por identidades

A ideia de estar inserido em um grupo – uma comunidade – assimila-se com o conceito de identidade, de Bauman (2003, p. 20-21), em que há uma traição da origem do indivíduo para impedir que este seja somente um "substituto" de antepassados. "'Identidade' significa aparecer: ser diferente e, por essa diferença, singular – e assim a procura da identidade não pode deixar de dividir e separar" (BAUMAN, 2003, p. 21).

No caso do *heavy metal* e do estilo que o deu origem, o *rock*, a identidade entre os ouvintes foi criada na década de 1950, com o surgimento do estilo. Tom Leão (1997, p. 13) destaca que, antes do nascimento do *rock*, os jovens só tinham, como opção musical, discos de *jazz* dos pais e não havia ídolos que se comunicassem com a linguagem deles.

> O boom adolescente que britânico que começou nessa época baseou-se nas concentrações urbanas de moças relativamente bem pagas nos escritórios e lojas em expansão, muitas vezes com mais para gastar do que os rapazes, e naquela época menos comprometidas com os padrões masculinos de gastos em cerveja e cigarro. [...] Pode-se medir o poder do dinheiro jovem pelas vendas de discos nos EUA, que subiu de 277 milhões de dólares em 1955, quando o rock apareceu, para 600 milhões em 1959 e 2 bilhões em 1973 (HOBSBAWN, 2000, p. 321).

Os jovens, portanto, se tornaram um público em potencial: se há um movimento artístico que dialoga com eles, também surge a necessidade de trabalhar com uma mídia especializada que trate do assunto de uma forma que o público-alvo se sinta, de fato, identificado. A busca pelo diálogo com a própria identidade, até mesmo em veículos de imprensa, fomenta o jornalismo especializado. E, reconhecidamente, a *Roadie Crew* é uma revista especializada em *heavy metal*, segundo Abiahy (2000, p. 21), que também ressalta a variedade de opções de publicações segmentadas sobre música de acordo com gêneros musicais. Entende-se, portanto, que:

> [...] as produções segmentadas são uma resposta para determinados grupos que buscavam, anteriormente, uma linguagem e/ou uma temática apropriada ao seu interesse e/ou contexto. Esses grupos agora encontram publicações ou programas segmentados com o qual possam se identificar mais facilmente. Neste caso, o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo (ABIAHY, 2000, p. 6).

De acordo com Faro (2007, p. 143), apenas na área cultural, há mais de 20 revistas especializadas em seus diversos segmentos. Existe, portanto, um interesse muito grande, o que gera uma demanda pelo jornalismo especializado. É uma forma natural de organização. "A sensação de atordoamento com o bombardeio de informações a que temos acesso nas últimas décadas nos leva a procurar uma maneira de organização, de seleção mais eficaz do material informativo" (ABIAHY, 2000, p. 24). Como há a segmentação do público, também é perceptível que a linguagem utilizada para dialogar com o mesmo é diferenciada.

> [...] o jornalismo especializado sente-se tentado a abordar os temas segundo uma linguagem específica. Ou seja, usando termos e expressões predominantes no universo do leitor daquele tema. Mas quando esta linguagem é recebida em outras esferas pode ser considerada alheia. Em termos, isso acontece devido à especificidade que é adotada como um recurso para abordar os leitores, mas não é bem vindo porque o jornalismo não deve se tornar hermético (ABIAHY, 2000, p. 23).

Desta forma, cria-se um vínculo muito forte com a identidade cultural do grupo que é alvo desse jornalismo especializado, o que também abre precedentes mercadológicos. "Historicamente, a especialização periodística está associada, em sua maioria, à evolução dos meios de comunicação e a formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos" (TAVARES, 2009, p. 117).

A necessidade de se sentir contemplado por um grupo social acompanha um desfruto do regozijo consumista, preenchido pelo desenvolvimento do jornalismo especializado. Segundo Gilles Lipovetsky (2004), trata-se do momento vigente de hipermodernidade, com o hiperconsumismo em voga.

> Uma das consequências mais perceptíveis do poder do regime presentista é o clima de pressão que ele faz pesar sobre a vida das organizações e das pessoas. [...] Sempre mais exigências de resultados a curto prazo, fazer mais no menor tempo possível, agir sem demora: a corrida da competição faz priorizar o urgente à custa do importante, a ação imediata À custa da reflexão, o acessório à custa do essencial" (LIPOVETSKY, 2004, p. 77).

Miranda (2005, p. 82) entende, justamente, que a especialização é um risco do jornalismo cultural, ao mesmo tempo em que pode salvá-lo. Apesar de o texto ter a chance de ficar mais rebuscado e utilizar de recursos discursivos mais completos, o perigo da "propaganda especializada" é iminente. Isso acontece em outras especialidades, mas na cultural é ainda mais forte.

2.2 Cultura, música e heavy metal no jornalismo

Apesar de uma série de fãs de determinadas práticas artísticas darem muita importância à prática do jornalismo cultural, este é colocado em segundo plano por muitos veículos de comunicação. Profissionais da área se acostumaram a trabalhar em estruturas menores e mais humildes do que jornalistas de outros setores, como esporte, política ou factuais gerais. "Jornalismo cultural é a especialização jornalística de mais baixo status na maioria das redações, e fico triste em reconhecer isso. A verdade é que as artes não constituem a área que concentra a atenção da maioria das empresas de comunicação" (SZANTÓ, 2007, p. 37).

No entanto, a cultura é um elemento imprescindível para o funcionamento da sociedade. Não há um consenso entre os estudiosos da antropologia sobre o que é cultura, mas o primeiro conceito historicamente trabalhado na área é entendido como "[...] este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes e qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade". (TYLOR apud LARAIA, 2001, p. 25).

No entanto, para este trabalho, é essencial compreender que diversos veículos do jornalismo cultural utilizam conceitos generalizados de cultura.

> Apesar da amplitude da abordagem do conceito dessas disciplinas (antropologia e sociologia), o uso generalizado imprime ao conceito de cultura um gama de significados como: 1) estado de desenvolvimento da mente (uma pessoa culta); 2) os processos deste desenvolvimento (os "interesses culturais" ou os "processos culturais") e 3) os meios destes processos (as artes e as "produções intelectuais") (VILLA, 2000, p. 5).

O terceiro significado acima apontado é o que está mais presente nas publicações culturais especializadas. Há publicações em todas as sete artes, estabelecidas pelo "Manifesto das sete artes", de Ricciotto Canudo, produzido em 1923: música, dança, pintura, escultura e arquitetura, teatro, literatura e cinema. Acrescentam-se, também, as inserções e atualizações do manifesto: fotografia, banda desenhada, jogos eletrônicos e arte digital.

As manifestações culturais que são analisadas neste trabalho, por serem as mesmas da revista *Roadie Crew*, são os estilos musicais *classic rock* e *heavy metal* – o segundo, uma espécie de evolução do primeiro. Tom Leão (1997, p. 10) define o *heavy metal*, atualmente, como algo além da música – é, segundo ele, "um estilo de vida", que não se caracteriza mais pelo estereótipo do sujeito que ouve "música barulhenta". Após um apanhado histórico, o escritor afirma que o *heavy metal* nasceu, ao mesmo tempo, nos Estados Unidos e no Reino Unido.

Assim como uma série de apreciadores de outros estilos musicais, "O fã de *heavy metal* espera ansiosamente pelos resultados dessas produções. Ele acompanha pelos meios de comunicação o andamento das gravações, qual banda entrou em estúdio [...]" (CAMPOY, 2010, p. 19). Neste espectro, compreende-se o jornalismo especializado em cultura, ou, mais especificamente, em música, pois é o principal canal de comunicação entre as bandas e os fãs – mesmo com o crescimento das mídias sociais virtuais.

Não apenas um regozijo individual, como sugere Lipovetsky (2004, p. 24): os fãs de *heavy metal* podem ser compreendidos sob o conceito de identidade. Segundo Campoy (2010, p. 22), o *heavy metal* foi "às ruas" e, desde então, representa um fator de agregação social. "Ao fã não basta ter o disco, ouvi-lo e, esporadicamente, comparecer a algum show de suas bandas favoritas. Ele deixa seu cabelo crescer, veste-se de couro negro e sai à procura de outros apreciadores do estilo" (CAMPOY, 2010, p. 22).

Para compreender esse fenômeno, torna-se necessário recorrer aos conceitos da sociologia da música, que, de acordo com Mueller (2002, p. 584), é a aplicação e o desenvolvimento de teorias e métodos sociológicos para compreender comportamentos e atos musicais enquanto ações sociais em outras disciplinas da área da música, como a musicologia e a educação musical. Ou seja, para se entender a função social da música, é necessário ir

além das partituras. A música conversa – não só com o indivíduo, mas com a sociedade. "O que da linguagem artística autônoma da música resta no espírito do tempo é uma linguagem comunicativa" (ADORNO, 2011, p. 114).

Segundo Campoy (2010, p. 35), a prática musical não é autônoma, nem mesmo feita por um indivíduo autônomo. Associam pessoas com instrumentos, partituras, aprendizagem, gravações e elementos sociais. A arte em questão dialoga com os processos sociais que a legitimam e a tornam, simplesmente, reais. "[...] música é mais do que harmonias, melodias e ritmos" (CAMPOY, 2010, p. 35).

Tia DeNora (2003, p. 151) entende que a sociologia da música separa, justamente, a música da sociedade. "Isto também implica que a tarefa dos estudos sociomusicais consiste de várias tentativas de ver o social na música – como influência na forma e estilo musicais, e como ideologia a ser revelada no conteúdo musical" (DENORA, 2003, p. 151). Apesar disso, a tarefa ainda é válida, especialmente porque:

> [...] o desígnio do compositor se atualiza, como o do mito, através do ouvinte e por ele. Em ambos os casos, observa-se com efeito a mesma inversão de relação entre o emissor e o receptor, pois é, afinal, o segundo que se vê significado pela mensagem do primeiro: a música se vive em mim, eu me ouço através dela. O mito e a obra musical aparecem, assim, como regentes de orquestra cujos ouvintes são os silenciosos executores (LÉVI-STRAUSS, 2004, p. 37).

Apesar de o jornalismo cultural conferir efemeridade à música, nichos como o de fãs do *heavy metal* não têm tal prática. Campoy (2010, p. 22) ressalta que o admirador deste estilo é muito próximo do mesmo, com uma série de atividades práticas que garantem o envolvimento do indivíduo. Não é só música – trata-se, mesmo, de um estilo de vida para grande parte dos adeptos.

> Os musicólogos estão cientes de que a inscrição da música é um contínuo embate social. [...] o registro dessa arte em matéria que sobrevive à sua execução arregimenta uma série de agentes e técnicas em lados opostos, disputando quais formas de materializar a música serão praticadas. [...] Suas nomeações não dissolvem as crenças de outros agentes que outras práticas são melhores (CAMPOY, 2010, p. 96).

Assim como o *heavy metal*, o seu progenitor, o *rock*, tem uma relevância ainda maior para a sociologia da música. Para Beras (2013, p. 16-16), o *rock* está em um momento pendular. Ora representa a rebeldia, ora foge do *status quo*, ora foge de ser absorvido pela indústria cultural, teorizada por Adorno e Horkheimer, fruto da apropriação da cultura. "O

rock tem relevância como objeto de estudo social, pois tem autonomia enquanto objeto de estudo, com características próprias e tempos próprios" (BERAS, 2013, p. 1).

Desta forma, entende-se que a música:

> [...] não é meramente um meio "significativo" ou "comunicativo". Ela faz muito mais do que exprimir através de meios não verbais. No nível da vida diária, a música tem poder. Ela está implicada em muitas dimensões do agenciamento social, [isto é, está implicada com] sentimento, percepção, cognição e consciência, identidade, energia, incorporação [...]. (DENORA, 2000, p. 16).

Inseridos na indústria fonográfica, o *heavy metal* e o *classic rock* são, legitimamente, manifestações culturais. Como ressaltado anteriormente, contam com publicações especializadas, que se dedicam a abordar tais gêneros. Uma série de estudiosos entende o jornalismo cultural como jornalismo de variedades, pois vai além das artes e cobre, também, o que está relacionado ao lazer e até à vida pessoal de celebridades. "[...] o uso corrente do termo jornalismo cultural é lacunar; define por cultura aquilo que, nos veículos midiáticos, é destinado às manifestações artísticas, muitas vezes às variedades, pautado, sobretudo, pela marca do tempo de lazer" (GOLIN, 2009, p. 28). Há de se destacar, também, que:

> [...] a influência televisiva no jornalismo cultural impresso resultou no entrelaçamento cada vez mais evidente entre informação jornalística e entretenimento. Como resultado, o debate de ideias, uma das marcas históricas do jornalismo cultural, perdeu espaço (ALZAMORA, 2009, p. 40).

Nota-se, porém, que a revista *Roadie Crew* se reserva ao direito de atribuir a sua cobertura à música e, basicamente, nenhum elemento fora desta. Trata-se de um aspecto positivo e negativo, ao mesmo tempo. Positivo porque, aparentemente, a cobertura da vida dos músicos famosos não acrescentaria ao conteúdo da revista. Negativo porque, ao restringir demais, adequa-se ao conceito raso de cultura que é adotado por grande parte das publicações de jornalismo cultural, tendo em vista que:

> Seu papel (jornalismo cultural) nunca foi apenas o de anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte ao mesmo tempo integrante e autônoma (PIZA, 2003, p. 37).

Atualmente, o jornalismo cultural enfrenta mais uma tarefa, em meio às outras que já são intrínsecas à sua existência: a de trabalhar com os conceitos globalizados de cultura. "[...] não se pode fazer jornalismo cultural levando em consideração apenas os vetores específicos

do território próprio, as fronteiras. Interessa à cultura hoje ligar-se ao que se passa lá fora, entrar em contato com o outro, além" (COELHO, 2007, p. 26).

Desta forma, a tarefa de entender a cultura, que já é difícil, torna-se ainda mais complicada. "Compreender a cultura é muito difícil. Dominar a cultura, como se diz, mais ainda. Muito mais difícil do que a economia. Dominar alguns princípios da economia e vir a ser um jornalista econômico é relativamente simples [...]" (COELHO, 2007, p. 27). Além disso, o contexto globalizado fez com que editores (repórteres estão salvos dessa) se distanciassem e rejeitassem profundamente da identidade cultural brasileira, segundo Medina (2007, p. 34).

Em um mar de problemas constatados na prática do jornalismo cultural, destaca-se o "modelo de serviço".

> A ideia é a de que nós, editores, não possuímos o conhecimento relevante. É o leitor que tem a especialização relevante: porque ele sabe o que quer fazer no fim de semana e como deseja usar seu tempo livre para divertir-se ou edificar-se. [...] O resultado [...] é o que se percebe atualmente na maioria dos jornais americanos. Mais da metade do espaço editorial destinado ao jornalismo cultural consiste em listas: intermináveis colunas detalhando todas as exposições, todas as apresentações musicais [...]. O leitor tem menos resenhas críticas, porque se assume que a informação crítica, a inteligência crítica está com o leitor (SZANTÓ, 2007, p. 41).

O jornalista perde toda a sua autoridade enquanto sujeito apto a falar sobre sua especialidade. É, também, culpa da demanda. O jornalista Maurício Stycer (2007, p. 72) revela que recebe de dez a 20 CDs novos semanalmente, o que torna difícil a tarefa de lidar e selecionar algo relevante em um grande volume de informação.

Com a demanda forte por parte da indústria fonográfica, o fenômeno se repete na revista *Roadie Crew*: a seção de resenhas, intitulada "Reviews", que aborda todos os grandes lançamentos do universo *classic rock* e *heavy metal* amparados por grandes gravadoras, ao lado de uma pequena parcela de lançamentos mais modestos, costuma ter oito páginas com, em média, de 35 a 40 textos sobre discos diferentes.

A necessidade do hiperconsumo justifica a quantidade de produtos analisados em apenas uma edição mensal: na atual fase em que a sociedade vive, segundo Lipovetsky (2004), devemos consumir o máximo possível em menor quantidade de tempo, de acordo com uma lógica hedonista que nos obriga a isto não para rivalizar com outras pessoas, mas para saciar a nossa necessidade hiperconsumista.

Desta forma, é muito difícil encontrar qualquer veículo que se adeque, de fato, aos princípios da crítica moderna.

> [...] a crítica moderna se estabeleceu, em geral, como farol orientador para o público, pois pretendia educar os gostos e nortear a opinião, e para o artista, notadamente aqueles mais jovens, que seriam guiados por valores e tendências estéticas. De perspectiva histórica, a crítica situava a obra de arte em seu contexto, à luz de movimentos e artistas que a antecederam (SERELLE, 2012, p. 51).

Muitos trabalhos, desta forma, são analisados superficialmente. É algo incompreensível se considerarmos que estamos falando de publicações especializadas, segmentadas, que deveriam, supostamente, se aprofundar nos produtos de análise e formar opinião

2.3 A opinião no jornalismo cultural

A opinião trabalha diretamente com os princípios ideológicos que norteiam o veículo no qual ela é veiculada. O caráter comercial da imprensa impôs tal padrão, segundo Melo (2003, p. 101-102).

Apesar de a opinião contar com maior subjetividade, ela não deve ser emitida de forma completamente aleatória, ou sem argumentos legítimos ou coerentes para se fundamentar. "[...] a opinião [...] pode ser entendida como uma espécie de saber que não implica em dar garantias de sua validade [...]. Porém isso não significa dispensar a coerência que todo discurso deve ter" (GUARNIERI, 2009, p. 10-11).

Há de se destacar alguns dilemas da emissão de opiniões nos meios de comunicação coletiva, mesmo com os preceitos teorizados no parágrafo anterior.

> Os desdobramentos da realidade atual [...] e a pluralidade de campos sobre os quais se detém os estudiosos criam um emaranhado de coisas e situações que embaralham o julgamento a respeito dos que escrevem artigos de opinião, muitos deles especialistas em suas áreas. Em que medida é possível separar o especialista do opinante no artigo que se lê? Além disso, há a indisfarçável presença de juízos de valor, na feitura dos textos, que obstruem a tentativa de tornar a linguagem escrita isenta, matematizada, ascética e límpida (GUARNIERI, 2009, p. 12).

Apesar dos dilemas, os textos opinativos exercem enorme importância no jornalismo.

> A simples informação já é importante, mas nem sempre suficiente. A análise opinativa que procura balizar os elementos obscuros acerca dos acontecimentos e clareia os dados publicados ajuda o leitor a observar melhor as nuanças e significados escondidos sob o manancial de assuntos oriundos de várias fontes (GUARNIERI, 2009, p. 23).

É evidente que, no jornalismo brasileiro, a diferenciação entre as alas informativa e opinativa são menos rígidas. "[...] a fronteira entre a informação e a opinião, metodicamente implantada pelo jornalismo inglês e levada às últimas consequências pelo jornalismo norte-americano, nunca existiu entre nós" (MELO, 2003, p. 180).

Por conta disso, a opinião guarda um charme peculiar no jornalismo. "[...] sobre a relação entre opinião e verdade, talvez a opinião se saia vencedora em muitos certames, pois ao menos guarda a humildade de reconhecer-se relativa e, com isso abrir espaço ao outro" (GUARNIERI, 2009, p. 27).

A forma mais explícita de se expressar a opinião é por meio dos gêneros opinativos. Antes, faz-se necessário compreender o que são os gêneros, para, depois, partir para as segmentações opinativas. Um gênero textual, de acordo com Marcuschi (2003):

> Trata-se de textos orais ou escritos materializados em situações comunicativas recorrentes. Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária com padrões sócio-comunicativos característicos definidos por sua composição, objetivos enunciativos e estilo concretamente realizados por forças históricas, sociais, institucionais e tecnológicas (MARCUSCHI, 2003, p. 4).

Com a devida compreensão sobre gêneros, especialmente pontuando-se sobre o fato de que são recorrentes em nosso cotidiano, vale ressaltar, também, que: "[...] há uma evolução nos gêneros, e isso é permitido pelas transformações da sociedade, porque o gênero está vinculado às características de espaço/tempo" (PEREIRA; ROCHA, 2006, p. 46). Por isso, permite-se compreender os gêneros opinativos com menor rigidez em comparação às estruturas presentes na ala do jornalismo informativo.

Existe uma série de gêneros opinativos, teorizados por José Marques de Melo (2003), mas nem todos são de expressão do jornalista, como o editorial, que geralmente é escrito em nome da empresa e não é assinado. "A opinião do jornalista, entendido como profissional regularmente assalariado e pertencente aos quadros da empresa, apresenta-se sob a forma de comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura e eventualmente artigo" (MELO, 2003, p. 102).

A categoria estudada neste artigo é, justamente, a resenha, muito comum em publicações relacionadas ao jornalismo cultural. Como ressaltado anteriormente, não há tanta rigidez nos gêneros opinativos. Por exemplo, a resenha também pode ser chamada de crítica no Brasil. "[...] o termo resenha ainda não se generalizou no Brasil, persistindo o emprego das

palavras crítica para significar as unidades jornalísticas que cumprem aquela função e crítico para designar quem as elabora" (MELO, 2003, p. 129).

Afrânio Coutinho (1975, apud MELO, 2003) considera o universo literário para diferenciar a crítica da resenha: para ele, a primeira é uma prática jornalística em sua essência por ser um breve comentário, que não se aprofunda à obra. A crítica, por sua vez, requer critérios que a tornam insustentável em um jornal – seja pela periodicidade, seja pela profundidade.

Entende-se a resenha, portanto, como menos aprofundada. Isso destaca a principal função do gênero, teorizada por Melo (2003) e apresentada na introdução deste trabalho: orientar o consumo dos leitores. A engrenagem roda desta forma: em um veículo especializado, a opinião do "jornalista especialista" sobre produtos ou experiências culturais dá destino ao consumo dos fruidores.

Para Afrânio Coutinho (1975, apud MELO, 2003), a crítica no Brasil é, muitas vezes, praticada por pessoas sem qualificação, pois, no país, o "mais forte" ou "o que chega primeiro" impera. Pessimista, o autor crê que a resenha brasileira não é feita seriamente. Já Melo (2003) se posiciona em uma visão mais ponderada sobre a função do resenhista (ou crítico, pois, no excerto abaixo, ele se refere ao crítico como jornalista):

> Os críticos são [...] pessoas medianas, que nem se caracterizam como ignorantes da área analisada, nem tampouco vivem numa tore de marfim, desconhecendo a sensibilidade do público [...]. São jornalistas que procuram explicar, esclarecer, orientar o público no contato com as produções de um segmento da indústria cultural (MELO, 2003, p. 137).

Apesar de serem considerados sujeitos medianos, os resenhistas podem adquirir *status* conforme o desempenho, o nome construído ou a repercussão de seus textos. Segundo Melo (2003, p. 135), se a percepção anula os modelos históricos e quaisquer outras referências passadas em relação a uma obra ou um estilo, o crítico adquire a figura de "todo-poderoso" e pode assumir uma postura autoritária. Ou seja, se não há critérios estáveis para julgar uma obra ou o resenhista simula, mas não demonstra qualquer capacidade de interpretar o produto, a postura se torna autoritária.

A postura por vezes autoritária não se justifica porque:

> [...] a nossa resenha não dispõe daquela seriedade e profundidade características do jornalismo francês ou do norte-americano; desenvolve-se como um gênero que, apesar das exceções, alimenta-se na superfície dos produtos culturais analisados e torna-se presa fácil dos mecanismos

> aliciadores que fazem a promoção da indústria da cultura e seus protagonistas (MELO, 2003, p. 180-181).

O jornalismo cultural é, atualmente, compreendido no segmento de variedades. Alguns veículos especializados tendem a separá-lo das variedades, apesar de uma das maiores revistas de jornalismo cultural do Brasil, a *Rolling Stone*, não praticar tal separação. Desta forma, a crítica deve ser sempre relativizada, pois, ao mesmo tempo em que os produtos analisados são obras-de-arte, é necessário considerar que também são de produtos da indústria cultural.

3 O TEXTO DIALOGA: ANÁLISE DO DISCURSO E ELEMENTOS CRUCIAIS

Os seres humanos se comunicam de diversas formas. Mas a emissão mais clara de qualquer tipo de mensagem acontece por meio da linguagem, capacidade humana para utilizar sistemas compostos de comunicação. "A linguagem é uma atividade exercida entre falantes: entre aquele que fala e aquele que ouve, entre aquele que escreve e aquele que lê" (BRANDÃO, 2009, p. 1).

O uso da linguagem acontece por meio dos enunciados, que são:

> [...] concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana. O enunciado reflete as condições específicas e as finalidades de cada uma dessas esferas, não só por seu conteúdo (temático) e por seu estilo verbal, ou seja, pela seleção operada nos recursos da língua – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais –, mas também, e, sobretudo, por sua construção composicional. [...] Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso (BAKHTIN, 2000, p. 279).

Uma das formas de manifestação dos enunciados é o texto, onde o autor se expressa e o leitor interpreta o que é colocado. Segundo Brandão (2004, p. 110), trata-se de uma "unidade complexa de significação cuja análise implica as condições de sua produção (contexto histórico-social, situação, interlocutores)". O texto:

> [...] é construído pelos falantes em suas relações interacionais, constituindo-se num todo significativo com começo, meio e fim. Como unidade complexa de significação, sua produção e compreensão devem levar em conta as condições de sua produção (situação de enunciação, interlocutores, contexto histórico social), exigindo de seus participantes conhecimentos não só linguísticos como conhecimentos extra-linguísticos (conhecimento de mundo, saber enciclopédico, determinações sócio-culturais, ideológicas etc.) (BRANDÃO, 2009, p. 26-27).

A ideia de considerar as condições de produção de um texto vem da Análise do Discurso, campo de investigação oriundo dos estudos iniciados na França, na década de 1960. De acordo com Maingueneau (2006), a proposta inicial da Análise do Discurso era, em suma,

descobrir ideologias que engendram textos da mídia. É um dos recursos que mais aproximam as áreas de comunicação social e estudos linguísticos, justamente porque se trata, segundo Araújo (2011, p. 30), de uma "área interdisciplinar".

A década de 1960, aliás, tem um contexto histórico interessante para o nascimento da Análise do Discurso. Na França, por exemplo, o movimento estudantil trabalhava a todo vapor, em busca de reformas no sistema de ensino. Maingueneau (2006, p. 14) ressalta que a corrente estadunidense da Análise do Discurso é voltada para a antropologia, enquanto a francesa tem uma orientação mais linguística, voltada para o marxismo e psicanálise. Até mesmo o Brasil, em plena época de ditadura, contava com um forte movimento político e cultural durante esses anos.

O discurso, prática social observada nos textos da Análise do Discurso, define-se como:

> [...] toda atividade comunicativa, produtora de [...] efeitos de sentidos, entre interlocutores (sujeitos situados social e historicamente). É uma atividade de construção de sentidos entre falantes na qual o que se diz significa em relação ao que não é dito (implícitos), ao efeito que se pretende atingir; significa em relação ao lugar social de onde se diz, a quem se diz; significa em relação a outros discursos que circulam (ou circularam) na sociedade (BRANDÃO, 2009, p. 24).

Dentro da Análise do Discurso, como apontado anteriormente, o conceito de "texto" se amplifica. O motivo é evidente: Orlandi (2009, p. 34) afirma que "toda palavra é sempre parte de um discurso". Se toda palavra integra um discurso, um texto é uma grande colcha de retalhos discursivos, que sempre carregam evidências das condições de produção e formação ideológica.

O dialogismo é constitutivo do discurso. Deve-se compreender que, sob a perspectiva de Bakhtin (apud BRANDÃO, 2009, p. 25), todos os discursos têm uma dimensão dialógica, ou seja, quando nos comunicamos, imaginamos qual a pessoa que vai receber a nossa mensagem e também apresentamos falas de outras pessoas, seja de forma implícita ou explícita. Isso define o que é dialogismo.

De acordo com Bakhtin (1979, apud ARAÚJO, 2011, p. 68), todos os enunciados são dialógicos, portanto, profundamente interativos. O dialogismo é constitutivo do enunciado, pois qualquer enunciado se constitui por outro, formando uma eterna resposta. Ou seja, é possível notar que há duas pessoas sempre no mesmo enunciado. Nunca estamos sozinhos no

texto. Temos pontos de encontro bem específicos com interlocutores imediatos ou tendências do mundo ao longo de nossos textos.

Tudo, enfim, chega à produção principal do discurso: o sentido. Trata-se do resultado da atividade comunicativa, de acordo com a concepção da Análise do Discurso. "[...] todo discurso produz sentidos que expressam as posições sociais, culturais, ideológicas dos sujeitos da linguagem. Às vezes, esses sentidos são produzidos de forma explícita, mas na maioria das vezes não" (BRANDÃO, 2009, p. 2).

A Análise do Discurso compreende, segundo Brandão (2004, p. 109-110), que não há um sentido *a priori*, mas sim construído em todo o processo de interlocução. Por isso as condições de produção são consideradas. "[...] o sujeito não é a origem, a fonte absoluta do sentido, porque na sua fala outras falas se dizem" (BRANDÃO, 2004, p. 110). É importante destacar, ainda, que o mesmo enunciado pode carregar sentidos distintos de acordo com a formação ideológica de quem o enuncia.

A compreensão mais ampla da Análise do Discurso nos permite concluir que não há texto homogêneo. A interpretação humana sempre confere uma série de possíveis significados a textos, frases e palavras, quando se considera todos os conceitos até então apresentados. "[...] as palavras nunca são completamente homogêneas: mesmo as mais simples [...] têm certo número de facetas diferentes que dependem do contexto e da situação em que são usadas, e [...] da personalidade da pessoa que ao falar as usa" (ULLMAN apud ARAÚJO, 2011, p. 87).

Bakthin (1979, apud ARAÚJO, 2001, p. 68) entende, portanto, que todo enunciado tem a heterogeneidade como característica, porque evidencia, concomitantemente, a posição do autor e a de oposição. De acordo com Araújo (2011, p. 85), a "[...] heterogeneidade atravessa também as comunicações especializadas, em especial a área de Comunicação, que não está isenta das marcas sócio-históricas que afetam a construção do conhecimento".

Em um texto opinativo, como as resenhas da revista *Roadie Crew*, esse ponto de vista é marcante e merece ser considerado. Os textos são dialógicos em essência porque apresentam discursos construídos em outras audições de discos passados de diferentes bandas, de outros veículos de comunicação que utilizam termos semelhantes, de outras experiências, de outros articulistas que utilizam outros olhares, etc. Além disso, o autor imagina quem é seu leitor – e é para ele que o autor escreve, para entrelaçar a identidade na publicação especializada.

O leitor, considerado um co-enunciador na Análise do Discurso, não apenas recebe a informação. O co-enunciador também exerce papel na comunicação. "[...] ele se esforça para

pôr-se em seu lugar para interpretar os enunciados e influencia-o constantemente através de suas reações" (MAINGUENEAU, 2006, p. 22). O próprio autor, ou enunciador, também é considerado um co-enunciador, pois controla e até mesmo corrige o que afirma.

Além disso, os textos são heterogêneos porque, com o uso de alguns termos técnicos e ressignificação de outros para o contexto especializado da revista, as palavras ficam totalmente à mercê da situação em que são utilizadas. Vale ressaltar, também, que a heterogeneidade nos textos da revista também se destaca porque o autor precisa pensar na oposição à sua opinião, porque não é apenas o discurso opinativo que entra em jogo: o comercial também, porque a resenha tem o intuito de orientar os consumidores sobre os principais trabalhos artísticos no mercado.

Para as análises que sucedem este trabalho, faz-se necessário tomar a seguinte concepção como uma "lei": "[...] a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia" (BRANDÃO, 2004, p. 11).

4 REFERENCIAL METODOLÓGICO E ANÁLISES

Para a análise, será utilizada a primeira resenha em destaque da edição 189 (outubro de 2014). A seção "Releases", que contém as resenhas, tem de 35 a 45 textos, em média. Três desses aparecem em um espaço mais destacado e com mais caracteres. Geralmente, o espaço é ocupado por uma banda mais famosa, antiga e/ou consagrada no cenário do *classic rock* ou *heavy metal*.

Optou-se por analisar a partir, especialmente, do dialogismo e dos sentidos. A opção pelo dialogismo se deu por ser constitutivo do discurso. Já os sentidos são interpretados como a "consequência" na análise.

Para chegarmos a esses elementos discursivos, partimos, inicialmente, de um gesto de leitura jornalística, para evidenciar o posicionamento e a opinião do resenhista. Aqui, são retomadas especialmente as ideias sobre jornalismo cultural, especializado e opinativo.

Em um segundo momento, foi feita uma análise quantitativa da nota da resenha. A nota varia entre 0 a 10 e representa uma opinião, de acordo com a própria revista: de 0 a 2, o trabalho é classificado como "péssimo"; de 2,5 a 4,0, é compreendido como "ruim"; de 4,5 a 6,5, é entendido como "regular"; de 7,0 a 8,5, é avaliado como "bom"; de 9,0 a 9,5, é recebido como "excelente"; e a nota máxima, 10, o canoniza como "clássico". Há, ao final da última página da seção, um quadro intitulado "Roadie Parade", em que os cinco discos mais

vendidos (de acordo com os dados de algumas lojas especializadas no ramo) são analisados por alguns redatores. No entanto, esta parte não será contemplada na análise, porque a mesma não é acompanhada de textos, mas sim de notas, e, por isso, não pareceu interessante para o trabalho.

O terceiro momento proporciona a análise discursiva, com base no dialogismo. Com isso, buscou-se transpor o campo de uma análise textual para uma análise discursiva, resgatando elementos próprios do discurso. Apesar do objeto de análise ser a resenha, que é, naturalmente, mais simples e direta, há uma subjetividade constituída pelo dialogismo e pela relação com outros discursos heterogêneos, que constituem o discurso do resenhista e trazem efeitos de sentido distintos. Por isso, faz-se necessário explicitar as marcas de dialogismo neste passo do trabalho.

O quarto – e último – momento é de análise dos sentidos. Trata-se da parte da análise geral, em que serão pontuados os sentidos que atravessam os discursos. O intuito é proporcionar um fechamento, em linhas gerais, do que foi apresentado na análise anterior.

4.1 Análise

Figura 1 – Resenha de EXODUS: “Blood In, Blood Out” (edição 189)

RELEASES

EXODUS
Blood In, Blood Out
Nuclear Blast Brasil - Nac.

Confesso que assustei quando o novo álbum do Exodus começou a rolar com a introdução de *Black 13*, mas a parte eletrônica foi criada por Dan The Automator (Daniel M. Nakamura) especialmente para esta finalidade. Portanto, depois disso o que se ouve nesse retorno de Steve "Zetro" Souza aos vocais é o mais puro Thrash Metal. E que porradaria, meu amigo! Riffs com palhetadas abafadas são a especialidade de Gary Holt, mas esse trabalho ao lado de Lee Altus (Heathen, Angel Witch) parece até que teve uma injeção de adrenalina. Some esse peso cavalar ao baixo estilingado e muito bem timbrado de Jack Gibson e ao trabalho do baterista Tom Hunting, que vem evoluindo muito e nem sempre é lembrado. Claro, alguns momentos remetem ao passado – *Pleasures Of The Flesh* e *Fabulous Disaster* – por causa de Zetro e pelo uso de coros, como em *Body Harvest*, *Collateral Damage* e *Honor Killings*. Mas a coisa está muito bem adaptada e foi produzida com maestria por Andy Sneap. Prepare-se para bater cabeça em "paradinhas mortais", mas tenha em mente que a velocidade está em primeiro plano em diversas faixas, assim como pequenas doses de melodia. Entre elas, destaque para uma das mais rápidas que o veterano grupo já compôs, *Food For The Worms*. Demais destaques vão para a faixa título, *Salt The Wound* (com participação de Kirk Hammett), *My Last Nerve* e *Btk* (com a presença de Chuck Billy). Obrigatório. **8,5**

Ricardo Batalha

Fonte: BATALHA, 2014c.

A resenha mostra, sem delongas, o posicionamento em primeira pessoa, com o verbo "confessar" conjugado na primeira pessoa do singular. O autor expressa que se assustou com a introdução da primeira música do disco "Blood In, Blood Out", do Exodus, intitulada "Black 13", o que indica uma clara preferência de estilo musical, independente se a música eletrônica pode ou não apresentar qualidade individual. O critério de gosto é subjetivo, mas os resenhistas da *Roadie Crew* aparentam, muitas vezes, gostar apenas de *classic rock* e *heavy metal* em seus discursos jornalísticos.

Ao longo de todo o texto, o resenhista utiliza uma série de termos e discursos técnicos, como nas frases "Riffs com palhetadas abafadas são a especialidade de Gary Holt [...]" e "Some esse peso cavalar ao baixo estilingado e muito bem timbrado de Jack Gibson [...]", o que segmenta bastante o público consumidor da revista: não é apenas necessário ser um

amante de *classic rock* e *heavy metal*, como também é quase obrigatório que exista uma compreensão de termos muito recorrentes no âmbito musical.

A forma como o texto jornalístico é construído também merece menção. Frases como "E que porradaria, meu amigo!" e "Prepare-se para bater cabeça em 'paradinhas mortais', mas tenha em mente que a velocidade está em primeiro plano em diversas faixas" representam alguns elementos que conquistam fãs de *heavy metal*, em especial do *thrash metal*, gênero que o Exodus recebe classificação: peso, "violência" sonora, agilidade nas batidas, entre outros. Há um discurso mercadológico intrínseco, que incentiva o consumo da obra, mesmo que a forma de exaltação do produto resenhado não seja tão convencional.

A análise da nota indica, inicialmente, que a avaliação do texto de destaque, 8,5, foi igual à de outros sete textos da edição em questão. Outros seis discos receberam melhor nota do que "Blood In, Blood Out", do Exodus. Não necessariamente o disco de maior qualidade de acordo com os redatores é o que recebe destaque: além de ter relação com a matéria de capa da edição em questão, a diagramação enfatiza o álbum por ser de uma banda já conhecida no cenário, na ativa desde a década de 1980 e com uma discografia mais extensa.

O texto inteiro exalta qualidades de "Blood In, Blood Out", com um discurso mercadológico que permeia todo o texto (já que há um estímulo ao consumo nas entrelinhas) e é finalizado com o adjetivo "obrigatório". No entanto, a nota 8,5 atribuída coloca o álbum no patamar "bom". Não há nenhum argumento que justifique o fato de não ser classificado como "excelente" ou até mesmo como "clássico".

A análise discursiva com base no dialogismo permite-nos concluir que é quase impossível compreender o texto em sua totalidade sem uma devida imersão anterior aos elementos dialógicos que constituem o discurso do resenhista. Ao evidenciar que "Blood In, Blood Out" representa o retorno do vocalista Steve "Zetro" Souza à banda Exodus, o autor tenta criar uma expectativa no leitor.

Mais adiante, ao citar que a presença do cantor faz com que as músicas do novo trabalho sejam semelhantes às de "Pleasures Of The Flesh" e "Fabulous Disaster", o resenhista tenta traçar um paralelo com outros álbuns, mas sequer menciona que os nomes em questão são outros discos do Exodus, com Souza nos vocais. Ou seja, os discursos outros precisariam ser evocados para a compreensão dos sentidos pretendidos e que não exista nenhuma lacuna no processo comunicativo.

Quando o guitarrista Lee Altus é citado como também integrante de bandas como Heathen e Angel Witch, novamente há dialogismo, pois o autor faz uma relação, ao colocar o

nome dos grupos do músico, do trabalho atual com os anteriores feitos por ele. Ao fim do texto, não seria relevante citar os nomes de Kirk Hammett e Chuck Billy como participantes de duas faixas se eles não fossem, respectivamente, guitarrista do Metallica e vocalista do Testament, outras duas bandas consolidadas no estilo *thrash metal*. O autor se utiliza desse recurso discursivo para atrair a atenção sobre "Blood In, Blood Out" e expressar que as colaborações foram importantes, mesmo sem dizer isso com todas as letras, o que representa um discurso de autoridade.

Em uma análise de sentidos, é possível ponderar que, para entender essa resenha, é indispensável ter ouvido o disco em questão. Há uma inversão conceitual nesse texto: a resenha não orienta mais o consumo, porque o entendimento do texto é prejudicado caso você não tenha ouvido o CD. Dá para considerar, ainda, que essa tática é, até certo ponto, parte da segmentação: menos leigos estarão em contato com a revista justamente porque uma de suas principais seções fixas é muito dialógica e trabalha com tantos outros discursos que, entre eles, incluem-se as próprias faixas do álbum. O *expertise* na área é fundamental, também, para a devida compreensão textual.

5 COMPASSOS DISCURSIVOS: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não houve problema para que o autor se posicionasse em seu texto. Há marcas opinativas fortes, como adjetivações e construções em primeira pessoa. Tenta-se, ao mesmo tempo, construir um espaço aparentemente imparcial, pois o gosto pessoal do resenhista nunca é mencionado: objetiva-se uma descrição mais geral do trabalho, de forma que as preferências particulares do autor não fiquem tão explícitas.

A análise não se sustenta por si. Há a sensação de que o autor espera que o leitor já confira o texto com o disco previamente ouvido. Isso se contrapõe ao conceito de resenha de Marques de Melo (2003), pois este afirma que o gênero textual em questão tem a função de orientar o consumo. Mas como o consumo pode ser orientado se, na verdade, espera-se implicitamente que o leitor já tenha escutado o trabalho musical?

A nota não faz justiça ao texto. Nota-se certo receio de atribuir uma nota maior a um disco, mesmo que nenhum aspecto negativo sobre ele tenha sido mencionado. É necessário adequar um dos aspectos: ou a nota deve ser modificada para estar em consonância com o texto, ou o próprio texto precisa mencionar aspectos que justifiquem a perda de pontos na avaliação.

Os termos técnicos reforçam a especialização necessária para estar em contato com a publicação. Muitas vezes, não basta ser apenas um fã do estilo: é necessário entender sobre teoria musical para compreender determinadas passagens. Tais termos técnicos também podem carregar discursos técnicos ou musicais. Há a incidência de outros discursos nos textos, mas esses variam entre as resenhas.

O dialogismo é constitutivo do discurso, mas ele é ainda mais imprescindível em textos como as resenhas analisadas, dado o espaço curto em contraponto à necessidade que os autores encontram de ter que descrever músicas específicas. Sem o dialogismo, seria impossível que os textos apresentassem opiniões mais contundentes e até ligadas ao aspecto técnico da música e dos estilos musicais. Recorre-se, com frequência, ao trabalho de outros músicos e outros grupos, por exemplo, para a construção dos sentidos que atravessam os textos e para que não exista nenhuma lacuna no processo de comunicação.

A hipótese de que a opinião é expressa de forma muito especializada porque busca contato com diversos outros especialistas é reforçada. Foi possível concluir que os termos técnicos e os discursos técnico e musical trabalham com duas perspectivas: ou o leigo busca bagagem anterior para compreender a mensagem, ou o leigo deixa de acompanhar a publicação para que apenas o especialista em *classic rock* e *heavy metal* – que, geralmente, também tem conhecimentos técnicos sobre teoria musical – usufrua do conteúdo. A proposta afasta públicos que têm potencial de fidelização ao veículo, mas não são tão especializados; no entanto, aproxima leitores que já são especializados no assunto.

É provável que, com a popularização de meios como a Internet, que possibilitam um acesso mais ágil ao material musical, os resenhistas escrevam o texto imaginando que os leitores já tiveram a experiência auditiva anterior em relação ao álbum lançado. Isso não impede o viés mercadológico que as resenhas da *Roadie Crew* podem ter, mas há uma alteração conceitual na resenha, onde não apenas o consumo é objetivado, mas a consolidação de um disco no imaginário do fã – neste caso, de *classic rock* e *heavy metal*.

Conclui-se ainda que, muitas vezes, o resenhista escolhido parece estar muito próximo de seu produto analisado ou de seu contexto, como gênero, músicos envolvidos, entre outros aspectos – o que interfere na avaliação final. O *classic rock* e o *heavy metal* compreendem uma série de subgêneros, com características muito distintas entre si, o que permite o fato da revista contar com especialistas para cada gênero. Isso pondera o fato de que não é possível para o jornalista se distanciar completamente do objeto retratado – que remetem a campos semânticos, memória e discursos anteriores.

Por outro lado, no entanto, requer-se o mínimo de distanciamento para que a construção discursiva por parte do resenhista não seja rasa e fundamentada somente em critérios excessivamente pessoais. Se ainda há uma orientação ao consumo por parte das resenhas, não é possível trabalhar nesta com um texto pouco criterioso, constituído em maior parte por juízos de valor e com elementos questionáveis que compõem a sua avaliação (nota). Os critérios precisam ser modificados, que estejam de acordo com uma revista especializada e que conta com jornalistas de nome na área, como a *Roadie Crew*.

REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. 2000. 27 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social/jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, 2000. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/abiahy-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2014.

ADORNO, Theodor W. **Introdução à sociologia da música**: doze preleções teóricas. São Paulo: Unesp, 2011. 420 p. (Coleção Adorno). Tradução de: Fernando R. de Moraes Barros. Disponível em: <http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Adorno-Introducao_Sociologia_Musica.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2014.

ALZAMORA, Geane. Do texto diferenciado ao hipertexto multimidiático: perspectivas para o jornalismo cultural. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte (Org.). **7 propostas para o jornalismo cultural**. São Paulo: Miró, 2009. p. 39-52. (Rumos Itaú Cultural).

ARAÚJO, Marcelo Marques. **Comunicação, língua e discurso**: uma análise terminológica discursiva de um dicionário de especialidade. 2011. 236 f. Tese (Doutorado) – Curso de Letras e Linguística, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979. 196 p. Tradução de M. Lahud e Y. F. Vieira.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000. 421 p. Tradução de: Maria Ermantina Galvão.

BATALHA, Ricardo. EXODUS: Blood In, Blood Out. **Roadie Crew**, São Paulo, n. 189, ano 17, p. 36, outubro 2014 (2014c). Mensal.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 141 p. Tradução de: Plínio Dentzien.

BERAS, Cesar. **Elementos iniciais para uma sociologia do rock**: em busca de um conceito. In: Congresso Internacional de Estudos do Rock, 1., 2013. Cascavel: Anais, 2013. p. 1 - 17. Disponível em: <http://www.congressodorock.com.br/evento/anais/2013/artigos/6/artigo_simposio_7_217_cesarberas@unipampa.edu.br.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2013.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. Campinas: Unicamp, 2004. 122 p.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. **Analisando o discurso**. 2009. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dlcv/lport/pdf/brand001.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2014.

CAMPOY, Leonardo Carbonieri. **Trevas sobre a luz**: o underground do Heavy Metal extremo no Brasil. São Paulo: Alameda, 2010. v. 1. 320 p.

COELHO, Teixeira. Outros olhares. In: LINDOSO, Felipe (Org.). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus, 2007. p. 24-29. (Rumos Itaú Cultural).

COUTINHO, Afrânio. **Da crítica e da nova crítica**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

DENORA, Tia. **Music in everyday life**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, 181 p. Tradução de: Margarete Arroyo.

DENORA, Tia. **Music sociology**: getting the music into the action. British Journal of Music Education, v. 20, n. 2, p. 165-177, 2003. Tradução de: Margarete Arroyo.

FARO, José Salvador. **Nem tudo que reluz é outro**: contribuição para uma reflexão teórica sobre jornalismo cultural. 2007. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_j_s_faro.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2014.

GOLIN, Cida. Jornalismo cultural: reflexão e prática. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte (Org.). **7 propostas para o jornalismo cultural**. São Paulo: Miró, 2009. p. 23-38. (Rumos Itaú Cultural).

GUARNIERI, Ivanor Luiz. Verdade e opinião: o acordo é possível. In: PINTO, Aroldo José; SOUZA, Shirlene Rohr de. (Org.). **Opinião na mídia contemporânea**. 1. ed. São Paulo: Arte e Ciência Editora, 2009, p. 9-28.

HOBSBAWN, Eric. **Era dos Extremos – o breve século XX – 1914 -1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 117 p. Disponível em: < http://copyfight.me/Acervo/livros/Roque%20de%20Barros%20Laraia%20-%20Cultura%20um%20conceito%20antropolA%CC%83%C2%B3gico%20%5Bpdf%5D.pdf >. Acesso em: 28 out. 2014.

LEÃO, Tom. **Heavy metal**: guitarras em fúria. São Paulo: Editora 34, 1997. 230 p.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O cru e o cozido**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004. 129 p.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ufmg, 2006, 2ª Reimpressão. 155 p. (Humanitas Pocket). Tradução de: Márcio Venício Barbosa e Maria Emília Amarante Torres Lima.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para escrita**: atividades de retextualização. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2003. 136 p.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo**. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003, 239 p.

MIRANDA, Nadja. Divulgação e jornalismo cultural. In: RUBIM, Linda. **Organização e produção da cultura**. Salvador: Edufba, 2005. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/146/1/Organizacao%20e%20producao%20d

a%20cultura.PDF>. Acesso em: 15 jun. 2012.

MUELLER, Renate. Perspectives from the sociology of music. In: COLWELL, Richard; RICHARDSON, Carol. **The new handbook of research on music teaching and learning**. Nova York: Oxford University Press, 2002. p. 584-603.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios & procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. 100 p.

PEREIRA, Rose Mary Ferreira; ROCHA, Thaís Ferreira da. **Discurso midiático**: análise retórico-jornalística do gênero editorial. 2006. 93 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social/jornalismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-rose-mary-rocha-thais-discurso-midiatico.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2014.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. 144 p.

SERELLE, Márcio. *A crítica do entretenimento no jornalismo cultural*. In: **Comunicação Midiática.** São Paulo, v. 7, p. 48-62, ago. 2012. Disponível em: <http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewFile/206/129>. Acesso em: 03 nov. 2014.

STYCER, Mauríco. Seis problemas. In: LINDOSO, Felipe (Org.). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus, 2007. p. 72-75. (Rumos Itaú Cultural).

SZANTÓ, András. Um quadro ambíguo. In: LINDOSO, Felipe (Org.). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus, 2007. p. 36-48. (Rumos Itaú Cultural).

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. *O jornalismo especializado e a especialização periódica*. In: **Estudos em Comunicação**. Covilhã, v. 1, n. 5, p.115-133, maio 2009. Semestral. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>. Acesso em: 26 out. 2014.

VILLA, María J. *Una aproximacíon teórica al periodismo cultural*. In: **Revista latina de comunicación social**. La Laguna, n. 35, novembro 2000. Anual. Disponível em: <www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>. Acesso em: 26 out. 2014.

ANEXO A – Dados gerais sobre a revista

REVISTA
ROADIE CREW

PERFIL:

Publicação especializada em música, com distribuição em bancas desde maio de 1998 em todo o território nacional e Portugal. Revista de periodicidade mensal dedicada à cobertura e divulgação de assuntos relacionados com o cenário artístico do gênero "Rock 'n Roll", com enfoque principal nos segmentos "Classic Rock" e "Heavy Metal". O conteúdo editorial é composto por matérias, fotos e ilustrações com **direitos de publicação exclusivos** da revista Roadie Crew, e é apresentado em reportagens, entrevistas, críticas de produções musicais e eventos, biografias, pôsteres, curiosidades, colunas e artigos especiais.

Editores: Airton Diniz – airton@roadiecrew.com
Claudio Vicentin – claudio.vicentin@roadiecrew.com

Administração: Vera Diniz – vera@roadiecrew.com
Cintia Diniz - cintia@roadiecrew.com
Maria José Diniz (zeza@roadiecrew.com)

Redação:
Jornalista Responsável: Airton Diniz (MtB 38.875)
Editor Chefe (Redação): Ricardo Batalha (batalha@roadiecrew.com)
Redator: Antonio Carlos Monteiro (tony@roadiecrew.com)

Diagramação e Arte: Leandro de Oliveira (leandro@roadiecrew.com)

Representação no Exterior:
Europa: Gerard Werner (gerard@roadiecrew.com)
América do Norte: Mitch Lafon (mitch@roadiecrew.com)

Fotografia: Denis Cino, Guilherme Nozawa, Renan Faccioli, Ricardo Ferreira

Ilustração: Marcio Baraldi, Quintro Ravelli

Colaboradores/Brasil: André Gaiua, Andréia Aniani, Anselmo Teles, Christiano K.O.D.A., Daniel Dutra, Eric S. Diniz, Frans Conrado, Guilherme Spiazzi, Heverton Souza, Ivanei Salgado, Jorge Kenning, Jorge Junior, Leandro N.Coppi, Leonardo M. Brauna, Luciano Krieger, Luiz Carlos Vieira, Marcon Leite, Pedro Hunsmanguis, Silvio Cesar, Brandeiro, Thiago Pimentel, Thiago R. Mauro, Thiago Sahia, Vinicius Mariano, Vinicius Neves, Vitão Boresso.

Colaboradores/Exterior:
Alemanha: Tanja Weinekoetter
Austrália: Justin Donnelly
Canadá: Martin Popoff, Mitch Lafon
EUA: Chris Alo, Keith McDonald, Steven Rosen
Finlândia: Mikael Sepparen
Portugal: João Moura
Suécia: Daniel Eriksson

Departamento Comercial/Marketing:
Airton e Claudio (anuncios@roadiecrew.com)
Tel.: 0xx11-5058.0447 / Fax: 0xx11-5058.6047
Cel.: +55-11-98752-1935 (Airton) +55-11-98752-1934 (Claudio)

REVISTA
ROADIE CREW

CARACTERÍSTICAS DA PUBLICAÇÃO

DADOS TÉCNICOS:

Periodicidade:	Mensal
Tiragem:	variação entre 22.000 a 30.000 exemplares
Circulação:	Brasil e Portugal
Assinantes/Avulsos:	7.500
Publicidade:	Data limite para fechamento de espaço comercial - dia 18 de cada mês; Data limite para entrega da arte de anúncio - dia 20 de cada mês; Característica do arquivo de arte do anúncio - formato jpg, com 300 dpi.
Número de páginas:	104 (incluindo pôster destacável)
Preço de Capa:	R$ 11,90
Impressão:	
Capa:	Papel Couchê 150g (Verniz UV)
Pôster:	Papel Couchê 150g (Verniz UV)
Miolo:	Papel Couchê 74g
Formato:	20,5cm x 27,5cm
Impressão:	
Pré-processo:	Sistema CTP de pré-impressão digital
Industrialização:	PROL Editora Gráfica Ltda.
Distribuição :	DINAP – Distribuidora Nacional de Publicações Ltda.

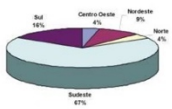
DADOS DA EMPRESA:

Editora:	**ROADIE CREW EDITORA LTDA.**
Nome fantasia:	**LOUDER MUSIC**
Início de Atividades:	09/10/1997
CNPJ:	01.906.327/0001-90
Inscrição Estadual:	114.985.751.114
CCM Insc Municipal:	2.594.060-0
Sede:	Rua Gal. Enrico Caviglia, 181 04168-040-São Paulo - SP Tel.: (11) 5058.0447 Fax: (11) 5058.6047 Cel.: (11) 98752-1934 (Claudio) e (11) 98752-1935 (Airton)
e-mail:	airton@roadiecrew.com
web-site:	www.roadiecrew.com
facebook:	www.facebook.com/roadiecrewmag

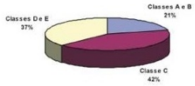
ANEXO B – Dados sobre o público da revista

ESTATÍSTICAS (dados revisados Dez/2012):

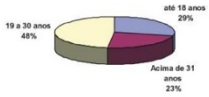
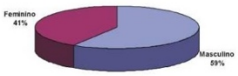
PÚBLICO POR REGIÃO



CLASSES SOCIAIS



PÚBLICO POR FAIXA ETÁRA



SEXO