

JORNALISMO CULTURAL, MÚSICA E DISTINÇÃO: A QUESTÃO DO VALOR NA COBERTURA DA REVISTA ROLLING STONE BRASIL

Daniel Mendes¹

Resumo: Este artigo foi elaborado a partir de um capítulo da minha dissertação de mestrado no qual abordo a questão do valor na cobertura do cenário musical brasileiro contemporâneo feita pela revista *Rolling Stone* Brasil (2006-2018). O ponto de partida de análise que proponho com este recorte de trabalho são os diferentes posicionamentos dos leitores em relação às escolhas de músicos brasileiros para matérias de capa da revista, o que nos leva a analisar também o próprio perfil de cobertura adotado pela publicação. Nestas análises, foi identificado que a questão do valor (que media as escolhas da revista, assim como os posicionamentos conflitantes dos leitores) é o elemento crucial para a compreensão das disputas em estudo nesta pesquisa. A partir de uma reflexão teórica sobre aspectos valorativos, distintivos, socioculturais e estéticos atrelados às diferentes experiências de consumo musical e cultural, tendo como arcabouço teórico-metodológico autores vinculados aos estudos da cultura, da arte, da música popular, da comunicação e da sociedade, proponho aqui também o alcance de uma outra compreensão crítica sobre a atuação contemporânea do jornalismo cultural.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural; Valor; Música; Distinção; Rolling Stone Brasil.

INTRODUÇÃO

Uma das importantes questões observadas na análise do conflito acerca dos diferentes posicionamentos realizados por leitores da revista *Rolling Stone* Brasil (2006/2018)², em se tratando da sua cobertura editorial, sobretudo a musical, diz respeito às distintas valorações de tais leitores em relação aos gêneros musicais que compõem atualmente o cenário de música pop nacional; principalmente aqueles que passaram a compor majoritariamente tal lugar a partir das duas últimas décadas (2000/2010). Essa verificada mudança de cenário e de atores parece ter acentuado estas discussões, refletidas em várias disputas relacionadas às experiências das mídias de comunicação e música no país, dentre elas, a *RS* Brasil, nosso recorte central de análise. Devido à complexidade dessas discussões, foi preciso elaborar na dissertação um subcapítulo específico (que serviu de base para este artigo) com o objetivo de aprofundar mais a análise das referidas disputas. É importante salientar que muito do

¹ Jornalista e Mestre em Cultura e Sociedade (UFBA). E-mail: danmendes.dss@gmail.com

² A revista *Rolling Stone* foi lançada nos Estados Unidos em 1967 no contexto da contracultura em efervescência naquele período. A publicação segue em atividade até hoje com um perfil editorial que tenta abranger os produtos da cultura *mainstream* sem perder de vista sua cobertura contracultural. No Brasil, a primeira versão da revista circulou de 1971 a 1973. Em 2006 a publicação retornou ao país permanecendo nas bancas até 2018. Atualmente a *RS* Brasil permanece apenas nas plataformas digitais.

valor atribuído por determinado leitor para certos produtos da música, e da cultura de uma forma em geral, segue um histórico de valorações difundidas por publicações específicas em campos distintos do polo do consumo, onde estão localizados tais leitores-ouvintes. Dessa forma, e em muitas ocasiões, o valor defendido por um público acaba por refletir também o mesmo valor difundido por um veículo. Logo, quando ocorre uma ruptura de tal mídia com este certo valor, acaba por gerar o atrito com este determinado público que pactuava com a mesma em relação a este valor rompido. É o que parece ocorrer quando a *RS Brasil* abre a sua cobertura e, assim, rompe com o seu histórico valorativo, o que leva o seu perfil originário de leitor a reagir contrariamente.

Entretanto, para compreender o conflito gerado a partir também da reação do outro perfil de leitor, por sua visão mais ampla quanto à cobertura da música pop nacional, é preciso tentar entender as disputas valorativas em que a revista *Rolling Stone Brasil* se inseriu quando do seu retorno ao país. A partir do momento, verificado nesta última década, em que a noção mais abrangente de música pop no Brasil ganhou mais força, novos mecanismos de distinção surgiram no campo musical-midiático brasileiro, realizados principalmente por veículos ditos especializados. Durante a década de 1980, esses mecanismos se davam de maneiras mais sutis, pois havia, naquela época, uma nítida distinção no país entre o que era do *mundo da música pop* e do que era do *mundo da música popular*. Por conta disso, revistas especializadas como a *Bizz*³, por exemplo, não precisavam se esforçar muito para excluir de suas páginas o que não consideravam do *mundo pop*, logo, o que consideravam *brega*⁴ ou, como defendem alguns jornalistas, criações que não estavam vinculadas a um certo senso estético que se buscava estabelecer para a música pop no Brasil naquele momento (ALEXANDRE, 2013).

A QUESTÃO DO VALOR

No entanto, a partir de meados dos anos 2000, ficou cada vez mais difícil para tais veículos especializados sustentarem argumentos para não reconhecerem outros

³ A revista *Bizz* foi lançada no Brasil em 1985 pela editora Abril durante o contexto do *boom* do pop-rock nacional, impulsionado pelo sucesso do festival *Rock in Rio*. Depois de significativas mudanças editoriais, a revista foi encerrada em 2001, tendo tido um efêmero retorno de 2005 a 2007.

⁴ Sendo alvo de discussões por estudiosos e profissionais do meio musical, o termo *brega* foi empregado pela classe média e alta às pessoas de baixo poder aquisitivo das regiões periféricas e aos prostíbulos nordestinos que tinham a *música romântica* como trilha sonora principal. Foi somente a partir da década de 1980, entretanto, que o termo se tornou sinônimo de uma “vertente da música popular” que, na década anterior, era simplesmente chamada pela elite artística e cultural de “cafona”. (ARAÚJO, 2002)

gêneros musicais, os *populares* (em uma percepção contemporânea) no Brasil, também como componentes da música pop no país, o que fez com que muitas dessas mídias se ancorassem em um critério determinante para seguir com as suas seleções: o valor – em relação a todos os estilos musicais que passaram a configurar o espaço no cenário musical pop brasileiro. Sobre o que será dito aqui em relação a valor, durante o percorrer da análise, é preciso desde já introduzir as concepções de Frith (1996) sobre o tema para uma melhor compreensão:

O sentido da música popular é o resultado de um processo em que a significação do texto em si, a organização específica dos sons (e por texto eu quero dizer a combinação aural de música e palavras) não é nem estática e nem determinante, mas envolve um número de questões contextuais, questões sobre entretenimento e prazer musical. [...] O que eu quero sugerir, em outras palavras, é que para entender o que está em jogo nas discussões sobre valor musical, nós devemos começar com os discursos que dão aos termos de valor seus sentidos. Disputas musicais não são sobre a música “em si” mas sobre como localizá-la, sobre o que é a música e como ela deve ser avaliada. (FRITH, 1996, p. 26)⁵

Em um diálogo com as ideias de Frith (1996), Jeder Janotti Jr. (2011) nos diz que “afirmar-se como fã de Madonna ou Chico Buarque”, por exemplo, “é associar à produção musical destes músicos seus posicionamentos ideológicos, sua presença no jornalismo cultural, suas associações com o cinema e com o campo político, que ao final, são somados à interpretação de suas performances musicais”. (JANOTTI JR., 2011, p. 135-136) Tal concepção nos remete a pensar as questões de valoração que este artigo busca analisar a partir das escolhas da *Rolling Stone* Brasil de forma mais próxima aos contextos discursivos dos conflitos atrelados à recente atuação da revista no país, assim como nos direciona a tentar apreender os sentidos da música, sobretudo em relação à circulação e aos aspectos estéticos que estão implícitos quando emitimos tais sentidos. Na concepção de Frith (1996), nossos gostos musicais se definem, então, por uma sintonia de valorações que aliam aspectos éticos, estéticos e sociais à circulação midiática da música:

Como um autor ligado aos estudos culturais, a concepção de valor de Frith, envolve, além de aspectos polêmicos e distintivos em sentido semiótico, a noção de que valor, tal como a noção de cultura, implica conflitos, posicionamentos, distinções e tensões, colocando em jogo afirmações sobre

⁵ Frith utiliza o termo valor em sentido amplo para definir diferentes elementos de valoração existentes nas experiências de consumo musical. Neste artigo adoto o termo valor também como subjetividades de formação que estão atreladas a esses consumos musicais. Assim, opto por utilizar o termo **valores** quando me refiro a tais subjetividades e **valorações** quando me refiro às formas de consumo musical/cultural.

autenticidade e independência na produção musical atual. Todo julgamento de valor é efetivado dentro de um contexto discursivo, ou seja, além dos aspectos imanentes do texto, devemos observar os processos de circulação e o entorno comunicacional dos produtos midiáticos. (JANOTTI, JR., 2011, p. 135)

Seguindo por um caminho contextual para um melhor entendimento das questões de valor que aqui se busca fundamentar, a volta da revista *Rolling Stone* Brasil em meados da primeira década do século XXI vai coincidir com o momento no qual o rock no país começa a sair de cena do cenário musical pop, depois de uma década de *boom* (anos 80) e de uma forte permanência na década seguinte (anos 90) – mesmo dividindo espaço com outros gêneros musicais recém-emergidos a tal cenário – mas que vai culminar com uma saída quase que definitiva do *mainstream* musical brasileiro nos anos 2000/2010. Ao contrário da queda do rock, e de outras formações musicais que também obtiveram visibilidade nos anos 90⁶, certos gêneros musicais, de origens populares, que tiveram acesso ao cenário musical pop no país nessa mesma década, sobretudo o sertanejo recente, se consolidaram nesse meio (ver MENDES, 2020, p. 57).

É dessa nova contextualização que nascem os conflitos em relação à *RS* Brasil neste tempo, pois tais disputas, de sentidos conflitantes, mas também de valores⁷ distintos, foram possibilitadas justamente pela abertura do sentido de pop no Brasil, que, em décadas anteriores, não abrangia o cenário musical brasileiro como um todo; se resumindo ainda às sonoridades exportadas pelo mundo anglo-saxônico (o que gerou as versões brasileiras) por meio da sua indústria cultural na versão fonográfica. É diante do novo contexto no cenário musical pop brasileiro que a revista *RS* Brasil retorna ao país: a *onda* do rock já havia passado por aqui e a publicação, de origem roqueira, precisava se adequar, em termos de cobertura, não apenas ao grande entretenimento (como era orientado por sua matriz estadunidense), mas ao novo sentido de música pop no Brasil. Como Pierre Bourdieu (2007) bem aponta:

A ciência do gosto e do consumo cultural começa por uma transgressão que nada tem de estético: de fato, ela deve abolir a fronteira sagrada que transforma a cultura legítima em um universo separado para descobrir as relações inteligíveis que unem “escolhas”, aparentemente, incomensuráveis, tais como as preferências em matéria de música e de cardápio, de pintura e de esporte, de literatura e de penteado. (BOURDIEU, 2007, p. 14)

⁶ Axé *music* e pagode romântico, principalmente.

⁷ Valores aqui remetem às diferentes formações de valor que estão atreladas às experiências de valoração no consumo da música e da cultura, como o valor moral, o valor social e o valor político de cada pessoa.

Aqui voltamos à questão crucial no atual contexto da cobertura especializada da música popular no Brasil, no caso especificamente deste estudo, da revista *Rolling Stone* Brasil. Trata-se, como já dito, da questão do valor. Se não dá mais para selecionar de acordo com o critério: **é pop x não é pop** (ou seja, “isso é popular, não é pop”), então, outro critério de seleção/distinção passa a ser adotado: **tem valor x não tem valor** (logo, “isso é pop, sim, mas não presta”). A lógica deste critério seletivo parece se refletir em relação à pouquíssima cobertura dada pela *RS* Brasil para a atual música pop do país. As ideias de Frith (1996) sobre valor, sobretudo quando o mesmo defende que “só podemos ouvir a música como valiosa quando nós sabemos o que ouvir e como ouvi-la” (FRITH, 1996, p. 26) evidencia como que muitas vezes emitimos juízos de valor etnocentros e errôneos, sem o devido rigor argumentativo para a qualificação sobre algo, como certo produto cultural mercadológico, por exemplo. Isso quase sempre ocorre quando não adquirimos a competência para criticar, muito devido ao grande desconhecimento que temos daquilo que estamos mais afastados, sobretudo em relação à produção de sentido (e de experiência) que rege o seu consumo. Como observa Bourdieu (2007):

Tudo parece indicar que, até mesmo entre os especialistas, os critérios de pertinência definidores das propriedades estilísticas das obras-testemunho permanecem, quase sempre, em estado implícito; além disso, as taxinomias estéticas instituídas implicitamente para distinguir, classificar e colocar em ordem as obras de arte nunca alcançam o rigor que, às vezes, as teorias estéticas tentam emprestar-lhes. (BOURDIEU, 2007, p. 52)

Tal constatação pode explicar o porquê, por exemplo, de certos leitores questionarem uma ação vista como contraditória de uma revista, dita de entretenimento, mas que exclui grande parte dos músicos desse mesmo entretenimento, muito devido a um juízo de valor negativo que foi produzido sobre tais músicos, fruto de um largo afastamento por parte dos jornalistas desta publicação em relação aos universos musicais e socioculturais de onde estes músicos se originaram; assim como pode também ajudar a compreender o posicionamento dos leitores que reagiram imediatamente a este questionamento, com suas críticas à ideia de que aqueles artistas deveriam estar na revista, o que indica uma comunhão valorativa entre a publicação e esses leitores (que representam um perfil de público), em oposição àqueles citados anteriormente. Para Janotti Jr. (2015, p. 51), “ao olharmos para a questão do valor no *mundo pop* vamos enxergar que esse está interligado a acionamentos estéticos de

circulações diversas e de conexões entre mercado e poética, gosto e valor econômico”, o que transforma esse referido *mundo pop*, na verdade, em *mundos pops*, ou seja, em uma série de valores⁸:

A dinâmica da articulação dos valores em torno da cultura pop pode operar distinções através de valores de uso (o que se faz com os objetos culturais em seus agenciamentos afetivos), valor de troca (inter-relação com seu valor econômico), valor cultural (identitário) e valor estético (conflitos e partilhas sensíveis). Assim, o reconhecimento ou desqualificação do valor de um filme, de um álbum, ou de um seriado, compõem essa dinâmica gustativa do universo pop, modos em que as associações entre corpos e objetos habitam o mundo. (JANOTTI JR., 2015, p. 51)

Afinal, o que está sendo defendido aqui, fundamentado a partir das referências teóricas deste artigo nos estudos de valor e distinção (BOURDIEU, 2007; FRITH, 1996; JANOTTI JR, 2011; 2015), é que para se avaliar criticamente um produto da cultura (como um gênero musical) antes é preciso aprender a apreender as suas funcionalidades; os seus usos. A lógica de formação de uma crítica jornalístico-especializada, por exemplo, não pode seguir a mesma da formação do gosto daquele indivíduo específico que a realiza numa publicação editorial, ou em qualquer outra mídia. Sinteticamente, para criticar com propriedade certa música é preciso antes ter conhecimento sobre o propósito da sua criação, o contexto da sua execução, e o sentido para o seu consumo, ou seja, trata-se de um compreensivo exercício de alteridade afetiva, numa tentativa de identificar as competências culturais e comunicativas (MARTÍN-BARBERO, 1997) que unem determinadas produções musicais aos seus respectivos públicos. Por esta via, é possível compreender, por exemplo, que uma música de Ivete Sangalo feita com o propósito de animar o seu público; música esta concebida para ser executada em um trio elétrico, para pessoas que estão ali no intuito de se desprender momentaneamente das suas obrigações sociais rotineiras, não pode ser avaliada pelos mesmos critérios que se avalia uma música de João Gilberto, feita com o propósito de enternecer o seu público; música esta concebida para ser executada numa vitrola, para pessoas que estão no isolamento dos seus quartos, buscando a paz na melancolia de um entardecer de domingo. A bem valorada sutileza na música da *bossa nova* na euforia do Carnaval de Salvador pode não ter valor algum; assim como o agito que sobressai na música da *axé music* não foi concebido para comunicar com um público sentado em plateia de teatro.

⁸ O autor utiliza *valores* como plural de valor, identificado em diferentes formas em torno da cultura pop.

AS VALORAÇÕES DA ROLLING STONE BRASIL

A identificação de outros valores (JANOTTI JR., 2015) e não apenas de um único valor, desvinculados de lógicas distintivas obsoletas no polo do consumo cultural e mercadológico contemporâneo, pode contribuir para a nossa emergencial aceitação, compreensão, mas, sobretudo, respeito (respeitar algo é considerado aqui como saber reconhecer valor, e não um mero ato superior de generosidade) em relação a outros consumos culturais, como os musicais, que não aquele com o qual estamos afetivamente relacionados. Sendo assim, o melhor caminho em busca de uma compreensão sobre os embates valorativos atrelados a *Rolling Stone* Brasil é, de fato, tentar compreender as suas valorações. Em relação à abertura do *mundo* da música pop no Brasil feita pela cobertura musical desta publicação, a mesma não foi muito além do que poucas inclusões. Bem diferente da matriz estadunidense, que há muito já expandiu sua cobertura de música nos EUA (ver MENDES, 2020, p. 31-33) – abordando tanto bandas do cenário independente, como também às do *mainstream* daquele país, assim como de outros países (independentemente do gênero musical) –, a nova *RS* Brasil, que ameaçou logo no seu reinício fazer o mesmo (com uma reportagem de capa com a cantora Ivete Sangalo em sua edição de número 3 de dezembro/2006), optou por se fechar novamente no seletor *mundo* da música pop considerada pela intelligentsia cultural como “de valor”.

Isso pode explicar, por exemplo, a abertura, para além do rock, mais para o rap, gênero musical também de origem popular (periférica), mas que traz em si um forte discurso político-social (agora também com arranjos e estéticas mais artisticamente legitimados) que agrada a uma espécie de *patrulha do bom gosto*. Isto garantiu ao rap a ascensão com o status de valor cultural (não que não merecesse, é claro, mas concedido muito pelo reconhecimento desta *patrulha*, que tenta ditar o que é bom e o que é ruim⁹ no campo da música e da cultura no país), o que lhe possibilitou acesso mais tranquilo a

⁹ Na letra de “Bluesman” o rapper Baco Exu do Blues afirma: “O samba é blues, o rock é blues, o jazz é blues, o funk é blues, o soul é blues. Tudo que quando era preto era do demônio e depois virou branco e foi aceito eu vou chamar de blues. Eu sou Exu do blues”. Em entrevista concedida no dia 31 de janeiro de 2019 a Caetano Veloso, Baco explica: “Eu me boto também como uma coisa que foi *aceitado* pelos brancos [...] antes de eu falar Jesus é blues eu falo eu sou Exu do blues, eu sou Baco Exu do Blues [...] Querendo ou não, o som chegou onde chegou de uma certa forma porque foi *aceitado* por um público branco, intelectual, sim, eu tenho que entender que ele chegou no lugar desse porque teve pessoas que entenderam dessa postura ali, dessa classificação de casta social”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZHCeTIWAXQM>>. Acesso em: 03 mar. 2021.

RS Brasil, com destaques de capa, inclusive. Esta abordagem nos remete também a Bourdieu (2007):

Assim, a título de bem cultural mais ou menos universalmente acessível (como a fotografia) e realmente *comum* (é raro que, em determinado momento, alguém não tenha ficado exposto ao “sucesso” da hora), a canção faz apelo, entre aqueles que entendem marcar sua diferença, uma vigilância bem particular. [...] as classes médias é que encontram na canção (assim como na fotografia) uma oportunidade de manifestar sua pretensão artística recusando os cantores favoritos das classes populares [...] e afirmando sua preferência pelos cantores que tentam enobrecer este gênero “menor”. (BOURDIEU, 2007, p. 60)



Fotos: Mano Brown (RSB39/DEZ-09); Racionais MC's (RSB86/NOV-13); Emicida (RSB109/SET-15); Karol Conka (RSB127/MAR-17); Criolo (RSB128/ABR-17); Mano Brown e Criolo (RSB142/JUN-18)

Aqui vale uma observação crucial em um direcionamento para se tentar compreender definitivamente o valor como critério para a entrada ou não de artistas da música pop/popular brasileira na revista *Rolling Stone* Brasil em sua recente atuação no país (2006-2018). A reportagem de capa com a cantora *drag* Pabllo Vittar (RSB137/JAN-18), por exemplo, foi uma das que mais gerou repercussão entre o leitor desta publicação, que se manifestou bastante sobre esta escolha, sobretudo nas redes sociais. Houve quem repugnou (alegando que tal artista não tinha valor para estar ali) e houve quem apoiou (defendendo que se tratava de uma figura importante do atual cenário musical pop brasileiro, e que isso já valia a capa), disputa que novamente dá luz aos dois principais perfis de leitores da *RS* Brasil verificados por esta pesquisa.



Foto: Pablu Vittar (RSB137/JAN-18)

Divergências à parte, o fato é que esta capa é um pertinente exemplo para analisarmos as valorações da *Rolling Stone* Brasil. É certo que Vittar não está entre as preferências musicais dos jornalistas da revista (isso pode ser comprovado na seção *O que estamos ouvindo*), mas, em tempos de aumento do conservadorismo no Brasil, e devido à ligação histórica da revista (a matriz estadunidense, sobretudo) com a contracultura do século XX, ou seja, com um pensamento progressista de esquerda, há ali valores implícitos ao publicar uma capa com a *popstar drag* brasileira. Com efeito, tal escolha parece não ter sido mediada por um mero valor musical, mas, sim, por outros valores, no caso, políticos e sociais; valores também legitimados por esta análise. Contudo, o reconhecimento desses valores na experiência valorativa de Vittar não desvaloriza outros valores atrelados à experiência valorativa de outros músicos/gêneros musicais no país, como parece ter feito a revista ao excluir a maior parte dos integrantes do entretenimento musical brasileiro do seu tempo. O entretenimento também é um valor importante para as pessoas, sobretudo em sua conexão com as condições de existência dos contingentes populacionais mais costumeiramente chamados de *populares*, mas há intelectuais no país que não conseguem (ou não querem) reconhecer o valor disso. Destarte, retomar Bourdieu (2007) é, para este artigo, fundamental:

A incessante repetição, pela teoria estética, de que a única maneira de reconhecer a obra de arte pelo que ela é - autônoma, *selbständig* - implicava o desprendimento, o desinteresse e a indiferença, fez com que acabássemos por esquecer que tais palavras significam verdadeiramente desinvestimento, desprendimento e indiferença, ou seja, recusa de investir-se e de levar algo a sério. (BOURDIEU, 2007, p. 37)

Entretanto, se estampar uma matéria de capa com a cantora *drag* Pablu Vittar, no atual contexto conservador em voga no Brasil, resgata e coloca novamente a revista

RS Brasil alinhada à sua postura original como uma publicação próxima a um posicionamento político de esquerda, por outro lado, excluir das suas páginas e capas a maior parte dos músicos brasileiros que estão em evidência no atual contexto da música pop nacional, logo, aqueles que estão sendo mais ouvidos por grande parte das pessoas pertencentes às classes *populares* país afora (esta mesma classe defendida pela esquerda), coloca esta mesma publicação em um constrangedor contraste com esta mesma linhagem política, pois à aproxima muito mais de uma postura tradicionalista e conservadora, similar à postura de uma elite brasileira, de direita, que rechaça e discrimina quase tudo o que faz parte do universo popular (que também já engloba o pop), discriminação esta que os adeptos a uma ideologia de esquerda tendem a criticar.

Nesse sentido, apesar da sua ainda forte ligação com o mercado capitalista, o pop não pode ser mais visto apenas como uma música, ou uma produção cultural mercadológica, feita exclusivamente para as classes médias com poder de consumo (logo, que visaria apenas o lucro), o que poderia sustentar uma crítica de esquerda da revista ao excluir artistas em atual evidência nesse mercado de música pop nacional. Com o borramento das fronteiras entre o popular e o pop, criando uma espécie de *música local-global híbrida* que se divide em diversos gêneros – consumidos por gente de praticamente todas as classes socioeconômicas (em seus diferentes contextos); consumo este que no Brasil se tornou mais diversificado devido ao relativo aumento do poder aquisitivo das classes *populares* no país – um posicionamento político-crítico como o citado acima se supõe não encontrar mais sensatez na contemporaneidade. O popular é analisado aqui como sujeito de ação, que negocia com o pop uma nova criação, e não como algo passivo, indefeso, que é sempre “apropriado” ou “esvaziado” pelo *imperialismo* da indústria cultural, no caso aqui, a indústria fonográfica brasileira.

Esta contradição, evidenciada em relação às escolhas editoriais (musicais e culturais) da revista *Rolling Stone* Brasil, pode ser bem visualizada na pertinente observação que o crítico cultural Terry Eagleton (2003) faz sobre a também considerada contraditória “ideia de cultura” de parte da crítica pós-moderna:

Seja como for, a acepção de cultura dos pós-modernistas não está assim tão longe da noção universalista¹⁰ que tão rotundamente denunciam. [...] as culturas neste sentido pós-moderno são frequentemente universalismos

¹⁰ Noção universalista diz respeito à racionalidade universal do Iluminismo, que tinha uma visão mais singular de cultura devido a seu “monolitismo e a sua lógica coercitiva”. (EAGLETON, 2003, p. 62)

concretos, versões localizadas do próprio universalismo que contestam. [...] E como as comunidades marginais¹¹ tendem a considerar que o resto da cultura é sufocantemente opressivo, muitas vezes com excelentes razões, podem vir a partilhar a aversão pelos hábitos da maioria que é uma característica dominante da cultura «elevada» ou estética. (EAGLETON, 2003, p. 61-62)

Atendendo a esta lógica valorativa exclusivista/distintiva, a abertura da revista para além do chamado pop/rock (verificada poucas vezes, como nos citados casos em relação aos artistas do rap – que, pelo que foi mostrado, talvez não represente mais uma abertura – além da referida capa com Vittar) seguiu bem longe da cobertura de artistas ligados a outros gêneros musicais, também de origens ou vínculos *populares*, que se destacaram no cenário musical pop brasileiro nos anos 2000/2010. Mesmo com toda esta referida *popularidade pop*, a extensa maioria dos artistas pertencentes a estas formações musicais não obtiveram a *honra* de se verem numa capa da autointitulada “maior revista de entretenimento do mundo” (slogam da revista). Por conta disso, ficaram de fora nomes de destaque do recente entretenimento musical brasileiro, dentre os quais: Aviões do Forró, Ferrugem, Gusttavo Lima, Jorge e Mateus, Luan Santana, Ludmilla, MC Guimê, Michel Teló, Nego do Borel, Pablo, Simone e Simaria, Thiaguinho, Valesca Popozuda e, talvez os três principais expoentes da música pop brasileira da última década: Anitta, Marília Mendonça e Wesley Safadão.

O JORNALISMO CULTURAL NA CONTEMPORANEIDADE

Por conta de tudo o que aqui já foi abordado, os estudos de Jesús Martín-Barbero (1997) sobre competência cultural e comunicativa, especialmente as competências de recepção dos gêneros, são para esta análise, de fato, cruciais:

Enquanto estratégias de interação, isto é, “modos em que se fazem reconhecíveis e organizam a competência comunicativa, os emissores e os destinatários”, os gêneros não podem ser estudados sem uma redefinição da própria concepção que se teve de comunicação. Pois seu funcionamento nos coloca diante do fato de que *a competência textual, narrativa, não se acha apenas presente, não é unicamente condição da emissão, mas também da recepção*. [...] Momentos de uma *negociação*, os gêneros não são abordáveis em termos de semântica ou sintaxe: exigem a construção de uma *pragmática*,

¹¹ *Comunidades marginais* não diz respeito apenas às formações culturais à margem dos grandes centros urbanos, como as comunidades indígenas e quilombolas, por exemplo; o autor se refere, sobretudo, às novas formas de pensamento crítico que eclodiram na pós-modernidade, como os movimentos negro, feminista, LGBT+, etc., quase todos de esquerda e voltados para as lutas das chamadas “minorias” políticas; assim como as cenas culturais e artísticas que se formam de maneira alternativa à cena principal (aqui chamada de *mainstream*, ou também pop), que, por meio dos seus múltiplos recursos, acaba mesmo por alcançar um maior número de pessoas, o que gera, em muitos casos, o preconceito e a crítica errônea dos habitantes destas cenas alternativas em relação à artistas mais consumidos pelo grande público.

que pode dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 302)

A partir das concepções de Martín-Barbero (1997), é possível refletir sobre o papel efetivo do jornalismo cultural¹², sobretudo em relação ao potencial desta segmentação jornalística como mediadora no campo da cobertura da cultura (GOLIN, 2009), porém buscando outras vias que escapem das obsoletas hierarquizações de valor cultural, ressignificando sua atuação na contemporaneidade por meio de uma maior competência para o reconhecimento de outras valorações que emergiram neste tempo. Daniel Piza (2008) afirma que “há muitas obras de arte feitas para o grande público que têm qualidades sólidas, que são tão densas ou agudas quanto muitas de outras épocas da civilização”. (PIZA, 2008. p. 44) Em seus estudos sobre o jornalismo cultural, o autor se coloca contrário à ideia monolítica de indústria cultural (originária da Escola de Frankfurt), não enxergando como “a cabresto do poder econômico”, ou seja, reconhecendo na mesma a possibilidade de “negociação” criativa, além de observar, com peculiar lucidez, tanto a sua segmentação, como também a sua variação. Nesse sentido, o próprio jornalismo “que faz parte dessa história de ampliação do acesso a produtos culturais, desprovidos de utilidade prática imediata, precisa saber observar esse mercado sem preconceitos ideológicos, sem parcialidade política”. (PIZA, 2008, p. 45) Um caminho possível para a superação de um preconceito com as culturas *populares* que atualmente ocupam lugar de destaque nas culturas *pops*, em especial para este artigo o caso da música, é tentar conceber o que Omar Rincón (2016) denominou provocantemente por culturas *bastardas*:

[...] as culturas populares são *bastardas*, umas “degeneradas” herdeiras das boas culturas cultas (Ilustração), as tradições densas (Identidade), o folclórico (povo), o midiático (entretenimento e espetáculo), o conectivo (internet e celular). [...] As culturas bastardas dão conta do sujo, do impuro, do promíscuo porque não tem pai reconhecido; por isso são herança de muitos pais e imitam de todas as partes para tentar ter uma identidade ou, ao menos, um estilo próprio. As culturas bastardas têm sentido porque se sabem filhas de uma só mãe, a que adoram, odeiam e celebram simultaneamente: a cultura local. (RINCÓN, 2016, p. 31-32)

¹² O jornalismo cultural situa-se numa zona heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos ou de mera divulgação os campos das artes, das letras, das ciências humanas e sociais, envolvendo a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos. [...] É possível considerar, nesse conjunto, desde uma revista literária de pequena circulação, o suplemento semanal de um jornal de grande tiragem, revistas especializadas em temáticas específicas (artes, música, cinema), cadernos diários reservados ao tempo livre e ao entretenimento, assim como as revistas eletrônicas. (GOLIN, 2009, p. 24)

O que o autor nos diz é que as criações da cultura na contemporaneidade não seguem as lógicas puristas de outros tempos. Neste tempo, o popular se encontrou com o pop, e com múltiplas outras influências, o que gera o caráter *bastardo* apontado por Rincón (2016), pois se trata de culturas que conhecem muito bem as suas “mães” (como metáfora para cultura local), mas que podem ter vários, alguns até desconhecidos, “pais” (metáfora para demais outras influências que se agregam ao local). O reconhecimento das valorações atreladas às experiências destas culturas *bastardas* partem fundamentalmente da competência adquirida para a compreensão dos sentidos destas culturas híbridas (CANCLINI, 2008), que nascem a partir das suas localizações em um entre-lugar (SANTIAGO, 2000) – entre as filiações afetivas da sua cultura matriz-local e as atrações pelo envolvimento com diversas outras culturas internacionais-populares (ORTIZ, 2001) gerando uma interculturalidade própria deste tempo. Dito de outro modo, se as culturas contemporâneas são *bastardas*, o pensamento sobre estas, logo, também deve ser:

Pensamento bastardo porque mistura sem purezas e por todo lado... e o que faz pensar desde e nas atualidades industriais... e porque se interessa pelas culturas bastardas que dão conta do impuro e incestuoso e, sobretudo, desse pecado moderno chamado a indústria cultural (o gosto bastardo). *Culturas bastardas* porque renuncia às referências autênticas e densas para ganhar as instabilidades do fluxo: essas *made in USA*. Essas que se nomeiam em inglês, mas que acenam para o *abya-yala*¹³ do ancestral bom viver; essas que assumem que somos praticantes de muitos modos do popular. (RINCÓN, 2016, p. 33-34)

É importante observar, por fim, que não está sendo refutado aqui um senso crítico jornalístico-cultural. O que está sendo defendido, ressalto, é que tal senso não deve atender às polarizações grosseiras a que ele foi e continua sendo submetido (como: **pop x popular**; ou as definições já prontas sobre: **o que tem valor x o que não tem valor**). Dicotomias fáceis como estas comprometeram significativamente a efetividade da cobertura jornalística da cultura neste tempo, portanto, “recuperar um pouco ao menos de sua capacidade seletiva, de seu poder de influência, implica antes de mais nada escapar a oposições”. (PIZA, 2008, p. 45) Em sintonia com Piza (2008) sobre o jornalismo cultural, Cida Golin (2009) bem observa:

¹³ *Abya Yala* é o nome dado ao continente americano pelo povo Kuna do Panamá e da Colômbia antes da chegada de Cristóvão Colombo e dos europeus. Significa, literalmente, “terra em plena maturidade” ou “terra de sangue vital”. (RINCÓN, 2016, p. 34)

Dar-se conta do poder de mediação e da necessidade de usufruí-lo com base na escuta, no diálogo e numa formação especializada capaz de colocar os fatos culturais em perspectiva histórica parece condição óbvia para o profissional do setor. E nem sempre tal qualidade se concretiza. Da reportagem à crítica, há um longo caminho de aprendizado a ser percorrido. (GOLIN, 2009, p. 26)

Dessa forma, tal regimento de valor, mediado por jornalistas, deve não se manter preso à subjetividade do seu próprio gosto enquanto também consumidor/público, o que comumente gera as exclusões contraditórias e as abordagens injustas. Com efeito, é preciso escapar de uma dicotomia que opera como uma armadilha para nos aproximar tanto de um elitismo¹⁴, como também de um populismo¹⁵. Assim: é preciso saber reconhecer valor nas culturas das elites sem ser *elitista* – num tom pejorativo dado a palavra em um sentido de *esnobe* (PIZA, 2008, p. 46) – assim como saber reconhecer valor nas culturas das classes populares sem ser *populista* (também em um tom pejorativo). Neste último caso, superar o preconceito com o popular (sobretudo o massivo, híbrido, global, *bastardo*) não significa valorar positivamente a tudo atrelado a ele. Significa, por sua vez, ter a competência para reconhecer as diferentes valorações existentes neste campo e, a partir disso, no caso do jornalismo cultural, por exemplo, realizar uma cobertura com as devidas análises críticas amparadas nestes reconhecimentos, que vão muito além de uma simplória questão de gosto, no caso aqui, o do jornalista avaliador. Enfim, esta é a crítica fundamental sobre a atuação do jornalista de cultura que Piza (2008) nos deixa:

O critério de seleção termina se baseando em motivos quase extra-artísticos. Um desses motivos é o gênero: há indivíduos que só leem romance policial, os que só ouvem jazz, os que só querem saber de cinema “de arte”, os que só gostam de livro de autoajuda etc. Não resta dúvida de que esse critério é nocivo, pois limita e vicia a sensibilidade. [...] Todas essas opções têm mais a ver com juízos prévios, fundamentados não na experiência passada, mas no estilo de vida. [...] E nem é preciso falar nos mais diversos preconceitos – diferenças bairristas, políticas, sexuais etc. – que fecham a mente para outras visões de mundo. (PIZA, 2008, p. 49)

Não à toa, foi proposto aqui neste artigo estender a discussão sobre as valorações da revista *Rolling Stone* Brasil (2006-2018) também para questões emergenciais sobre o jornalismo cultural, em nosso caso mais especial, o brasileiro. Dessa forma, a análise

¹⁴ “Pois qual é o mal do elitismo? Se entendermos essa palavra como a crença de que apenas ‘os eleitos’ ou ‘privilegiados’ têm capacidade de adquirir conhecimento e sofisticação, é fácil entender que se trata de uma oposição à democratização da cultura, ou ao menos de um desdém por ela”. (PIZA, 2008, p. 26)

¹⁵ “Trata-se de uma distorção de algumas realidades culturais também. Um dos seus motes diz que *se uma coisa faz sucesso, é porque é boa*”. (PIZA, 2008, p. 48)

realizada busca contribuir criticamente para que alcancemos uma efetiva ressignificação desta importante segmentação jornalística em sua atuação contemporânea no país.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Ricardo. **Cheguei bem a tempo de ver o palco desabar**: 50 causos e memórias do rock brasileiro (1993-2008). Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.

ARAÚJO, Paulo César de. **Eu não sou cachorro não**: música popular cafona e ditadura militar. Rio de Janeiro: Record, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2008.

EAGLETON, Terry. A cultura em crise. In: **A ideia de cultura**. Lisboa: Temas e Debates, 2003. p. 49-71.

FRITH, Simon. **Performing Rites**: on the value of popular music. Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

GOLIN, Cida. Jornalismo cultural: reflexão e prática. In: AZZOLINO, Adriana et al. (Org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural**: reflexões e experiências. São Paulo: Miró Editorial, 2009, p. 23-38.

JANOTTI JR., Jeder. Simon Frith: sobre o valor da música popular midiática. In: GOMES, Itania; JANOTTI JR., Jeder (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011, p. 133-145.

_____. (2015). Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura pop**. Salvador: Edufba, p. 45-56.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MENDES, Daniel. **As cartas da Rolling Stone Brasil**: uma análise sobre os comentários dos leitores acerca da cobertura musical e cultural da revista. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia/UFBA. 2020.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

RINCÓN, Omar. **O popular na comunicação**: culturas bastardas + cidadanias celebrities. In: Revista Eco-Pós, v. 19, n. 3, p. 26-49, 2016. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5420>. Acesso em: 01 mar. 2021.

SANTIAGO, Silvano. O entre-lugar do discurso latino-americano. In: **Uma literatura nos trópicos**: ensaios sobre a dependência cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 2000, p. 9-26.