

**Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen  
(Organizadora)**



**Ciências da  
Comunicação**

**Atena**  
Editora  
Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen  
(Organizadora)

## Ciências da Comunicação

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

#### Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação [recurso eletrônico] / Organizadora  
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa  
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-204-3

DOI 10.22533/at.ed.043192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.  
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu  
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

O primeiro volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 28 artigos que aproximam as reflexões teóricas da prática cotidiana profissional e trazem importantes contribuições para a área da comunicação.

Dividido em três núcleos temáticos, o livro reúne aportes teóricos sobre os movimentos sociais e ações coletivas e apresenta pesquisas referentes à democratização da comunicação, ao papel do jornalismo alternativo na sociedade e às formas de financiamento da imprensa baseadas em novos modelos de negócio. A obra também traz algumas análises de coberturas jornalísticas, uma pesquisa sobre o interagendamento e contra-agendamento midiático de acordo com os conceitos de Maxell McCombs e Luiz Martins da Silva e reforça a importância da crítica para o jornalismo.

A partir do segundo núcleo temático, o leitor encontrará pesquisas sobre o posicionamento da mulher na sociedade e a sua imagem na mídia. As pesquisas discutem a diversidade na perspectiva do gênero, a formação de estereótipos na comunicação audiovisual, os desafios enfrentados pelos imigrantes e a representação de diferentes culturas pelos meios de comunicação. Por fim, o último núcleo temático reúne pesquisas referentes à comunicação organizacional, às estratégias voltadas aos diferentes públicos e às construções discursivas realizadas pelas organizações.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
MOVIMENTOS SOCIAIS E DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES PARA O DEBATE NO CASO BRASILEIRO	
Carlos Henrique Demarchi	
DOI 10.22533/at.ed.0431925031	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
“O JORNAL BURGUEÊS CONSEGUE FAZER-SE PAGAR PELA PRÓPRIA CLASSE TRABALHADORA QUE ELE COMBATE SEMPRE”: FINANCIAMENTO E INDEPENDÊNCIA DE CLASSE NO JORNALISMO SEGUNDO LÊNIN E GRAMSCI	
Willian Casagrande Fusaro	
Manoel Dourado Bastos	
DOI 10.22533/at.ed.0431925032	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>21</b>
DA IMPRENSA SINDICAL PARA A IMPRENSA DE MASSA: INTERAGENDAMENTO E CONTRA-AGENDAMENTO	
Alexsandro Teixeira Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.0431925033	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>33</b>
MÍDIA NINJA: PROCESSO DE PRODUÇÃO DE INFORMAÇÕES AUDIOVISUAIS, POR MEIO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS, SOBRE O CASO MARIELLE FRANCO	
Valéria Noronha de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.0431925034	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>44</b>
MANIFESTAÇÕES EM MEGAEVENTOS: APONTAMENTOS SOBRE A COBERTURA DO SITE G1 E MÍDIA NINJA DA COPA DO MUNDO 2014	
Milton Julio Faccin	
Marcelo Vinícius Masseno Viana	
DOI 10.22533/at.ed.0431925035	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>55</b>
ENCHENTES DE 2017 NO RIO GRANDE DO SUL PELOS PORTAIS DE NOTÍCIAS DE TENENTE PORTELA	
Lidia Paula Trentin	
Mônica Cristine Fort	
DOI 10.22533/at.ed.0431925036	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>67</b>
O MONTE EVEREST EM “NO AR RAREFEITO” – UMA ANÁLISE NA PERSPECTIVA DIALÓGICA	
Taíssa Maria Tavares Guerreiro	
Deivid Santos Vieira	
Isabelle Caroline Rodrigues de Sá	
Kethleen Guerreiro Rebêlo	
Liam Cavalcante Macedo	
Marcos Felipe Rodrigues de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.0431925037	

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>77</b>
“DANÇANDO SOBRE ARQUITETURA” - DESAFIOS ATUAIS DA CRÍTICA DE MÚSICA	
<a href="#">Rafael Machado Saldanha</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0431925038</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>89</b>
ALBERTO DINES E O PAPEL DA CRÍTICA JORNALÍSTICA NA IMPRENSA BRASILEIRA	
<a href="#">Diana de Azeredo</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0431925039</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>103</b>
DILMA ROUSSEFF: O PAPEL DA MULHER NA POLÍTICA BRASILEIRA	
<a href="#">Tylcéia Tyza Ribeiro Xavier</a>	
<a href="#">Sílvia Ramos Bezerra</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250310</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>117</b>
JORNALISMO, CULTURA E GÊNERO: UMA ANÁLISE DAS MULHERES NAS CAPAS DA ROLLING STONE BRASIL	
<a href="#">Luiz Henrique Zart</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250311</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>131</b>
A PRESENÇA FEMININA NO JORNALISMO ESPORTIVO DA TELEVISÃO ABERTA: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA “JOGO ABERTO”, DA BANDEIRANTES	
<a href="#">Érika Alfaro de Araújo</a>	
<a href="#">Mauro de Souza Ventura</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250312</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>146</b>
DIVERSINE, UMA EXPERIÊNCIA ESTÉTICA FÍLMICA PARA PENSAR A DIVERSIDADE NA PERSPECTIVA DO GÊNERO	
<a href="#">Hugo Bueno Badaró</a>	
<a href="#">Thaumaturgo Ferreira de Souza</a>	
<a href="#">Maria Lúcia Tinoco Pacheco</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250313</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>155</b>
COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL E FORMAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS: HOMOSSEXUALIDADE NA TELEVISÃO BRASILEIRA	
<a href="#">Pablo de Oliveira Lopes</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250314</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>165</b>
O HOMEM TRANS NA PUBLICIDADE: UMA ANÁLISE DO ANÚNCIO <i>UNLIMITED COURAGE</i> , DA MARCA NIKE	
<a href="#">Nicolau Jordan Girardi</a>	
<a href="#">Adriana Stela Bassini Edral</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250315</b>	

<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>180</b>
VIOLAÇÃO DE DIREITOS LGBTI+ NA CAMPANHA DA RÁDIO JOVEM PAN PARA O DIA INTERNACIONAL DE COMBATE À LGBTIFOBIA	
Adriano Quaresma da Costa Armando Leandro Ribeiro da Silva Esthefany Carolyne Silva da Cruz Karen Isabela Leite Alcântara Matheus Henrique Cardoso Luz Lorena Cruz Esteves Suzana de Cassia Serrão Magalhães	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250316</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>192</b>
EVIDÊNCIAS E SILÊNCIAMENTOS NOS DISCURSOS DE LÁGRIMAS CONTRA A POLÍTICA DE TOLERÂNCIA ZERO ANTI-IMIGRAÇÃO DOS USA	
Magali Simone de Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250317</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>208</b>
O IMIGRANTE NO MEIO ACADÊMICO: ESTUDO DE CASO	
Benalva da Silva Vitorio	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250318</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>222</b>
UMA DISCUSSÃO SOBRE A DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL NA UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ	
Alcilaine de Macedo Alencar Carolina Fernandes da Silva Mandaji	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250319</b>	
<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>235</b>
A CULTURA DO SOL NASCENTE NAS TERRAS CAPIXABAS	
Rafaela Daima Lima Danielly Veloso Schulthais Andressa Zoi Nathanailides	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250320</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>245</b>
A REPRESENTAÇÃO DOS ASIÁTICOS NA TV BRASILEIRA: APONTAMENTOS INICIAIS	
Krystal Urbano Maria Elizabeth Pinto de Melo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250321</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>260</b>
CULTURA ORGANIZACIONAL PROPÍCIA ÀS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL: POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS PARA IDENTIFICAR OS TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL	
Maria José da Costa Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250322</b>	

<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>272</b>
COMO O <i>OMBUDSMAN</i> DE DADOS PODE REFORÇAR A MULTIDISCIPLINARIDADE NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL?	
Wallace Chermont Baldo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250323</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>284</b>
COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA EM CLUBES DE FUTEBOL DO BRASIL E DA AMÉRICA LATINA: RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS-ALVO	
Karla Caldas Ehrenberg	
Ary José Rocco Junior	
Carlos Henrique de Souza Padeiro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250324</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>297</b>
OS PÚBLICOS PROJETADOS: CONSTRUÇÕES DISCURSIVAS NA PROPOSIÇÃO DE EXPERIÊNCIAS PELAS ORGANIZAÇÕES	
Márcio Simeone Henriques	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250325</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>308</b>
ACESSIBILIDADE E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: PLANEJAMENTO E PÚBLICOS EM UMA CAMPANHA INCLUSIVA PARA PESSOAS CEGAS E COM BAIXA VISÃO	
Victor Said dos Santos Sousa	
Leonardo Santa Inês Cunha	
Lidiane Santos de Lima Pinheiro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250326</b>	
<b>CAPÍTULO 27</b> .....	<b>322</b>
COMUNICAÇÃO COTIDIANA DOS VALORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: REPRODUZINDO CULTURA NAS REDES SOCIAIS (OU NÃO)	
Maria Augusta de Castro Seixas	
Emmanuel Paiva de Andrade	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250327</b>	
<b>CAPÍTULO 28</b> .....	<b>338</b>
A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA ASSISTÊNCIA TÉCNICA RURAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ESTADO DE RONDÔNIA	
Edna Mendes dos Reis Okabayashi	
Moacir José dos Santos	
Monica Franchi Carniello	
<b>DOI 10.22533/at.ed.04319250328</b>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>352</b>



## “DANÇANDO SOBRE ARQUITETURA” - DESAFIOS ATUAIS DA CRÍTICA DE MÚSICA

**Rafael Machado Saldanha**

Universidade Estadual do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro - RJ

**KEYWORDS:** Music criticism; Musical prescription; Cultural journalism; Popular music; Curatorship.

**RESUMO:** O artigo discute o papel do crítico musical no cenário contemporâneo da indústria da música. Se anteriormente o crítico se destacava por ser um orientador para o público do que deveria ou não ser consumido, hoje essa função de prescritor musical se encontra cada vez mais questionada. Esse trabalho busca então entender quais são os fatores determinantes para se desempenhar esse papel de guia de escolhas e o porquê dos críticos musicais estarem perdendo essa função no panorama atual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Crítica de música; Prescrição musical; Jornalismo cultural; Música popular; Curadoria.

**ABSTRACT:** The article discusses the role of the music critic in the contemporary setting of the music industry. If previously the critic stood out for being a guide to the public of what should or should not be consumed, today this function of musical prescriber is increasingly questioned. This work seeks to understand which the determinant factors are in order to play this role of choices guide and why the music critics are losing this function in the current panorama.

### 1 | INTRODUÇÃO

“Escrever sobre música é como dançar sobre arquitetura”. A frase, comumente atribuída ao músico inglês Elvis Costello, ilustra bem a dificuldade que existe em se tentar avaliar racionalmente algo que foi feito para ser sentido. Nas últimas décadas, o jornalismo cultural exerceu uma importante função dentro do campo musical: além de disseminar a informação, foi responsável pela prescrição de músicas antes mesmo de haver mídia audiovisual massiva. Num momento histórico em que o acesso a discos era caro e difícil, as pessoas precisavam escolher bem quais obras eram dignas de serem compradas. Nesse cenário, a figura do crítico de música, que serviria como uma espécie de guia, era fundamental para orientar os consumidores. No entanto, as mudanças bruscas nas formas de se consumir e distribuir músicas do final do século XX fizeram com que o acesso aos produtos fonográficos se tornasse fácil e barato – muitas vezes até mesmo gratuito. Assim, passou-se a questionar o papel do crítico musical como

orientador do que é bom ou ruim.

O presente trabalho se propõe a iniciar uma discussão sobre os elementos necessários para se desempenhar essa função de prescritor musical e debater as razões pelas quais se acredita que o crítico musical vem perdendo força nessa posição.

## 2 | JORNALISMO CULTURAL

A definição acadêmica do que seria o jornalismo cultural foi, por muito tempo, motivo de controvérsia. Partindo de uma discussão antropológica, com seu conceito amplo de cultura, era comum ler que todo jornalismo é cultural, uma vez que cultura seria tudo aquilo produzido pelo pensamento ou pela ação humana (SALDANHA, 2005). No entanto, uma rápida observação pelos cadernos especializados em cultura nos periódicos jornalísticos nos indica que “cultura” é entendida por estes de uma forma mais restrita. Voltado para artes e espetáculos, alguns autores tendem a chamar essa segmentação de Jornalismo da Indústria Cultural.

Artista e jornalista participam do circuito, em pontos diferentes da linha de montagem: um músico, um pintor, um escritor, dependem não só do seu próprio fazer, mas também da imagem que conseguem articular frente ao público. O jornalismo cultural, mesmo o mais independente, é o virtual complemento do mercado artístico, é algo que está fora e dentro da cultura. (SUZUKI JR apud SALDANHA, 2005a: s/n)

Essa classificação muitas vezes carrega um viés classista, que coloca os produtos da chamada “cultura de massa” como inferiores a um ideal puro de “alta cultura”, ou simplesmente enxerga nos produtos da “Indústria Cultural” uma distração sem valor, criada para afastar o proletariado de uma emancipação por meio da arte (MORIN, 1997, PIZA, 2003).

Podemos afirmar, no entanto, que o jornalismo cultural como relato e análise de performances artísticas já existia antes mesmo da chamada “Indústria Cultural” se firmar. No século XIX, jornais brasileiros já dedicavam páginas para a avaliação de espetáculos exibidos nas principais cidades do país (GIRON, 2004). Oscar Guanabara, considerado “fundador da crítica especializada no Brasil” (GIRON, 2004:16), já atuava em periódicos na década de 1870.

Nesse trabalho, ecoamos a visão de Piza, que ao relativizar o caráter efêmero do mercado de obras criadas dentro da lógica da indústria cultural diz que

O 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. Por outro lado, como a função jornalística é selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe. (PIZA, 2003:45)

Não nos interessa, assim, discutir a qualidade dos produtos analisados por esse jornalismo cultural, e sim avaliar o papel que esse jornalismo tem desempenhado atualmente no mercado da música.

### 3 | O JORNALISMO CULTURAL E A PRESCRIÇÃO MUSICAL

A ideia de se entender os processos necessários para que a música produzida encontre seu público consumidor é algo imperativo para o mercado fonográfico. Bourdieu (2015), ao falar sobre o processo de autonomização da arte, enxergava o surgimento de instâncias de difusão e consagração, que se posicionariam entre o campo da produção e o campo do consumo no mercado de bens simbólicos. Esses “intermediários” seriam entidades “(...) investidas por uma legitimidade propriamente cultural, ainda que (...) continuem subordinadas a obrigações econômicas e sociais capazes de influir, por seu intermédio, sobre a própria vida intelectual.” (BOURDIEU, 2015:100). Amparados por Ventura (2009), podemos afirmar que, historicamente, o jornalismo cultural – em especial a crítica cultural – foi um dos fatores a ocupar esse espaço intermediário, pois “o jornalismo cultural, mas não apenas este, cumpre uma função de legitimação ao transformar estes ou aqueles fatos culturais em notícia, delimitando aquilo que merece ser transmitido, difundido, criticado e, por isso mesmo, conservado, daqueles fatos que não o merecem.” (VENTURA, 2009:3). Herschmann reforça essa ideia no campo da música ao dizer que:

(...) analisando os últimos sessenta anos da história da música poder-se-ia afirmar que, após a Segunda Guerra Mundial, os jovens entravam em contato com a música através de discos compactos (com singles), Long Plays e estações de rádio. Nos anos 1980 e 1990, ocorre uma mudança e passam a tomar gosto pelos diferentes gêneros também através de revistas especializadas, CDs, da MTV e de outros canais de televisão dedicados à música. (HERSCHMANN, 2010a: 105-106)

Gallego chama esse processo de “prescrição musical”. Embora o dicionário ofereça uma acepção mais ampla, o verbo “prescrever”, em sua forma transitiva, remete no Brasil ao ato médico de receitar um tratamento. Gallego (2011) reconhece esse entendimento ao dizer que, embora vinculado à relação médico-paciente, o vocábulo foi adaptado ao mundo empresarial. Ele se baseia em um artigo de jornal para tentar definir o que seria a prescrição musical. Segundo esse artigo, o prescritor seria “Um sujeito – pessoa, empresa, associação setorial, chat, portal ou comunidade virtual – que, tanto na rede ou fora dela, emite uma opinião ou uma recomendação (feedback) com influência na decisão de compra ou contratação de outros usuários.” (FERREIRA, 2003: 57). Na sequência, ele nomeia quem seriam esses prescritores:

A partir dessas definições, deduzimos que a indústria musical teve como principais formadores de opinião o locutor de rádio, o crítico musical e o programador de televisão. A estes se somam sem dúvida, a propaganda boca a boca (ou seja, as recomendações das pessoas de confiança do consumidor). Amigos, conhecidos ou comerciantes das lojas de discos foram, historicamente, pessoas chave na hora de selecionar e recomendar produtos culturais – filmes, músicas, livros.

Não se pode negar a importância desses atores no desenvolvimento do gosto, mas na hora de gerar uma massa globalizada em torno do consumo da cultura, a presença da grande mídia foi fundamental ao longo da história. (GALLEGO, 2011:48. Grifo nosso).

Para entender esse ponto, podemos voltar ao artigo de jornal “Los prescriptores ganan terreno en Internet”, de onde Gallego tomou emprestado o conceito de prescrição. Investigando sobre as características desejáveis aos prescritores digitais, a autora entrevista dois especialistas:

José Maria Insúa, diretor de tecnologia e segurança da PwC

A condição sine qua non para atuar como prescritor, tanto online como em ambientes convencionais, é desfrutar de prestígio entre os consumidores a quem se quer influenciar.

(...)

Lluís Renart, professor do IESE

Toda prescrição é baseada na confiança. Esta, por sua vez, depende de uma constatação, além de qualquer dúvida razoável, que o prescritor tem capacidade técnica e conhecimento suficientes e retitude em sua intenção. Ou seja, emitir sua prescrição desejando ser verdadeiramente útil e o bem do destinatário. (FERREIRA, 2003:77. Tradução nossa.)

Baseando-se conceitos de Anthony Giddens, Miguel (1999) estabelece o jornalismo como um sistema perito, conceito que aproximaria este de uma instância prescritora. O autor estipula duas características como essenciais para os sistemas peritos: um alto grau de autonomia do sistema em relação aos consumidores, que não influenciam neste senão por mecanismos de mercado, e a crença dos consumidores na competência do sistema. Coincidentemente, o exemplo de sistema perito usado por Miguel em seu artigo é a medicina, que mais uma vez nos remete à ideia de prescrição.

Um dos atrativos do jornalismo cultural é justamente o fato de ele estar sempre “nos indicando, em geral, coisas boas para fazer” (Piza, 2003:64). Para o autor,

(...) uma função básica da crítica é, sim, julgar, no sentido de fazer uma opção pessoal, de qualificar uma obra em escala (de péssima a excelente), e o leitor que concorde ou discorde. Cabe ao crítico, primeiro, tentar compreender a obra, colocar-se no lugar do outro, suspender seus preconceitos, para então sedimentar as ideias e, mesmo que exprimindo dúvidas, chegar a uma avaliação. O leitor, além do próprio artista, quer essa reação”. (PIZA, 2003: 78-79)

Ao discutir a obra de grandes escritores que atuaram como críticos musicais, Bollos (2005) deixa clara a função de orientador de consumo do crítico ao falar do desempenho do poeta mineiro Murilo Mendes, que “colaborava regularmente em jornais escrevendo sobre música erudita com a proposta de auxiliar seus leitores a compor uma discoteca de música.” (BOLLOS, 2005:270-271. Grifo nosso). A autora, no entanto, censura a prática atual por enxergar uma “insuficiência da crítica cultural

atual na análise de música, sendo esta relegada, ou melhor, esquecida do seu papel primordial, que é a compreensão da obra.” (BOLLOS,2006:121)

## 4 | A CRISE DA CRÍTICA COMO PRESCRITOR MUSICAL

Recentemente, uma série de artigos em veículos de comunicação norte-americanos começou a discutir a falência do jornalismo musical, mais precisamente a crítica de discos. Em fevereiro de 2016, o site de entretenimento Noisey perguntava: “Is the album review dead?”. Em 14 de agosto de 2017, o respeitado The Wall Street Journal tinha como manchete em seu caderno Life & Arts: “What happened to the negative review?” (“O que aconteceu com as resenhas negativas”, tradução nossa.), pergunta que foi repetida uma semana depois pelo site especializado em música Bearded Gentleman Music. O que motivaria esses questionamentos? Seriam eles indicativos do ocaso do jornalismo musical como espaço de prescrição musical?

O artigo da Noisey, escrito por Dan Ozzi, dá vários indícios da perda desse espaço. Ao final do quinto parágrafo, ele explicita a função de orientador de consumo ao dizer: “Em 1970 — uma época em que ainda não existia internet, MTV, e rádio satélite — as resenhas eram uma fonte valiosa de informações para os fãs de música. As resenhas tinham o poder de formar opiniões. As resenhas tinham o poder de vender discos.”(OZZI, 2016). No entanto, ao empregar o verbo no passado (“tinham”) e colocar as resenhas em oposição a outros meios de prescrição musical surgidos mais recentemente, ele dá a entender que o jornalismo musical foi superado nessa atribuição.

Como vimos, a capacidade do jornalismo cultural como prescritor musical está diretamente ligado à confiança da isenção dos interesses de seus atores e na crença na sua capacidade. Tentaremos identificar a seguir os problemas da atuação dos críticos musicais relacionados a esses aspectos.

### 4.1 Críticos pouco confiáveis?

O primeiro fator que leva à desconfiança da isenção dos críticos em suas resenhas é a interferência econômica por parte do campo de produção. Essa ingerência não é exclusiva dos meios jornalísticos, afetando quase todas as entidades identificadas como prescritoras musicais. Proibida nos Estados Unidos – onde é chamada de payola – no Brasil o chamado “jabá”, embora malvisto, é liberado.

(...) uma prática muito comum para se ter acesso às rádios e emissoras de televisão a cobrança de um valor financeiro chamado vulgarmente de “jabá”. Sem este pagamento, o artista que não desperte maior interesse dos patrocinadores destas mídias de comunicação fica excluído da grade de programação e a ausência de visibilidade junto ao público pode prejudicar a sua carreira. Nesse sistema, o público é visto como mero consumidor, ao invés de participar deste processo de criação de produção cultural. (MATOS et al: 2014:2)

Embora seja mais comum em veículos que se propõem a executar a música propriamente dita, deixando a avaliação para o próprio ouvinte, críticos e resenhistas não estão imunes à sedução financeira direta ou indireta por parte dos produtores:

A forma mais desavergonhada é o jabá, remuneração recebida de forma direta ou indireta, em retribuição à qual o jornalista privilegia, em sua cobertura, o produto/ evento cultural que o pagou, transformando o que seria um espaço de apuração jornalística em espaço comercial, sem informar explicitamente ao leitor. Um desdobramento do jabá, pois também enfoca uma relação promíscua do jornalista com os departamentos de marketing da IC, é o chamado junket, ou “viagem paga”. (CUNHA et al, 2002:13)

No entanto, a pressão financeira não é a única a atuar sobre os jornalistas que cobrem e opinam na área da música. Um intrincado sistema de compadrio atua no meio, fazendo com que alguns artistas tenham resenhas mais favoráveis independente da qualidade da obra analisada, por possuírem prestígio junto aos agentes do meio jornalístico.

Outra questão, destacada por Antônio Siúves, editor do Magazine, caderno cultural do jornal O Tempo, é o que ele chama de “síndrome de quermesse”: o provincianismo nas relações da imprensa com artistas e personalidades. “aqueles que se sentem lesados ligam diretamente para os diretores de redação, querendo saber porque foram discriminados em determinadas pautas”. (SJC, 1998)

No extremo, isto acaba gerando, segundo Luís Antônio Giron (SJC, 1998), uma espécie de “lista branca”, composta por artistas ou personalidades inatacáveis, por serem amigas da direção, ou por serem consideradas unanimidades artísticas ou intelectuais. (CUNHA et al, 2002: 14)

O artigo de Ozzi levanta ainda uma outra possibilidade de constrangimento no exercício da crítica que levaria os analistas a usarem “tintas suaves” ao resenhar uma determinada obra: alguns artistas teriam bases de fãs que os defenderiam incondicionalmente. Assim, uma resenha negativa poderia gerar um problema tanto para quem publica esses textos como para quem os escreve. Para o veículo, pode resultar em um boicote dos fãs do artista criticado. Para o autor, as consequências podem ser ainda mais graves:

Não é preciso blogar um texto de 1.600 palavras para realizar uma refutação eficiente, contudo. Com o simples uso de uma “@” em um tuíte, um artista pode foder toda uma semana da vida do crítico, transformando seus milhares de fãs em armas que atacam o agressor. Às vezes é algo inócuo e inofensivo, e pode até mesmo estimular um diálogo público. Quando isso é direcionado a resenhistas mulheres, a coisa pode ficar especialmente feia. Depois que a escritora Lynn Hirschberg escreveu sobre M.I.A. na The New York Times Magazine em 2010, a artista inglesa reagiu tuitando o número de telefone de Hirschberg, estimulando os fãs a ligar para ela e deixar mensagens, um ato que Hirschberg mais tarde classificou como “exasperante, mas não surpreendente”. (OZZI, 2016).

Em abril de 2016, a Vice – revista eletrônica do mesmo grupo da Nosed – publicou um outro artigo, chamado “I was threatened with death after writing a bad music review” (“Eu fui ameaçado de morte após uma resenha musical ruim”. Tradução nossa. ), onde o crítico John Doran descreve as inúmeras ameaças de morte que havia sofrido em

mais de uma década de jornalismo musical. De uma forma ou de outra, a pressão dos leitores sobre os autores rompe com a autonomia necessária entre as partes descrita por Miguel (1999) para caracterizar o sistema-perito.

Resultado dessas pressões ou não, o fato é que cada vez menos resenhas negativas de discos vêm sendo publicadas. Usando dados do site Metacritic, um agregador de críticas que reúne as análises publicadas pelos principais meios de comunicação dos Estados Unidos, o jornalista Neil Shah (2017) constatou que entre 2012 e 2016, somente oito discos entre os 7287 avaliados tiveram resenhas desfavoráveis. O número não se repete quando o objeto de crítica é cinema, videogames ou programas de televisão. Em seu artigo, Aaron Cooper (2017) argumenta que essa “falta de negatividade” acaba não despertando discussões sobre as obras, e que artistas que recebem somente resenhas positivas têm pouco estímulo para melhorar.

## 4.2 Críticos pouco competentes?

Se a isenção dos críticos é questionada, o mesmo pode ser dito da capacidade técnica destes nos tempos de hoje. A musicóloga Liliana Bollos vê no afastamento dos eruditos e acadêmicos das redações de jornais um sinal dessa degeneração:

Diferentemente da crítica de música erudita, que produziu um jornalismo cultural de características literárias desde a primeira metade do século XX com expoentes importantes da nossa cultura como os escritores Mário de Andrade, Murilo Mendes e Otto Maria Carpeaux, a crítica de música popular no Brasil teve início efetivamente com o advento da bossa nova, na segunda metade do século XX, alvo da primeira grande manifestação de crítica nos jornais brasileiros. Influenciado pela indústria cultural e pelo poder dos meios de comunicação (e mais tarde pela obrigatoriedade do diploma de jornalismo), esse formato de jornalismo impôs novos padrões à crítica musical, sendo o escritor substituído pelo “cronista”, pelo jornalista não-especialista, e irá explorar do texto um caráter mais ideológico e histórico e menos estético, deixando os aspectos musicais para segundo plano.

Consideramos esse fato um aspecto negativo da crítica musical, criando mesmo um obstáculo para o entendimento do repertório musical brasileiro, pois, o objetivo da crítica jornalística é o de ser capaz de identificar o projeto do artista analisando a obra, possibilitando que esta seja divulgada e assimilada por outras pessoas. (BOLLOS, 2005:272)

Cespede (2013) vê nessa postura de sobrevalorizar somente o saber douto um processo que relega o homem comum a um papel de mero consumidor dessa cultura musical, sem direito a fala. A mudança no perfil crítico cultural, que Bollos vê como problema, é vista de maneira mais otimista por Cunha et al (2002). O que faltava em saber técnico era compensado com uma vivência que garantia um olhar menos desconfiado em relação ao objeto de análise:

(...) motivo apontado para a mudança de postura dos cadernos de cultura é o fato de que os próprios jornalistas que entraram nas redações na década de 1980 já tinham vivenciado (e não como jornalistas) a contracultura dos anos 1960 e 1970, e não aceitavam rotular a cultura de massas, como um todo, como adversária, perigosa, colonialista. É o que explica DAPIEVE (2001:167/169), citando o exemplo da explosão roqueira no Brasil (e na mídia brasileira), nos anos 1980:

Antes da minha geração, a idéia de que rock pudesse ser cultura brasileira era absolutamente herética. As pessoas achavam que era impossível se fazer rock no Brasil porque rock só podia ser cantado em inglês, era uma forma necessariamente imperialista, americana ou inglesa, de tratar das coisas (...) (Já os roqueiros da minha geração encontraram eco) em jornalistas que tinham a idade deles ou até um pouco mais, e que tinham crescido com as cabeças feitas pelos ideais da década de 1960 que passaram pelo rock, fossem Beatles, Bob Dylan ou Grateful Dead, mas que tinham uma coisa em comum: o rock era um dado contracultural, não necessariamente uma manobra das gravadoras americanas para impingir um tipo de música à juventude do resto do mundo e lobotimizá-la. (CUNHA et al, 2002: 7-8)

Porém mesmo essa “vivência” passa a ser questionada recentemente. Ballerini (2015) aponta para um cenário onde o jornalista não faz adequadamente nem a crítica estética nem a avaliação histórica:

Contribui para um cenário difícil a própria formação do jornalista cultural musical. Lobão chegou a viver situações constrangedoras por causa disso. “Já aconteceram coisas absurdas, como comentarem o meu show afirmando que eu estava fazendo um cover do Cazuza com ‘Vida louca vida’. Isso numa das revistas especializadas de maior prestígio. (...)”, diz o músico. (BALLERINI, 2015, p.158)

Piza(2003) ainda ressalta que é um equívoco acreditar que o pop – a música produzida dentro da indústria cultural – não demanda conhecimentos prévios. Ele vê nessa prática uma certa dose de “esnobismo”.

Pode-se pensar ainda que o problema não é a falta de competência dos agentes, mas sim a precariedade do processo. Dapieve (Apud CUNHA, 2002) sugere que com redações reduzidas e fluxo grande de fatos, privilegia-se a informação sobre a opinião. “O problema se intensifica na medida em que o tempo de produção de um caderno é acelerado, caso típico do jornalismo diário. Aqui há uma dificuldade maior em superar os obstáculos e limites impostos pelo ritmo industrial do veículo (CUNHA et al, 2002:10)”.

Um fator pouco trabalhado pela academia que determinava o papel do crítico como prescritor musical era seu acesso facilitado aos bens culturais – no caso LPs e Singles que custavam caro para a maioria das pessoas, mas eram fornecidos gratuitamente para os veículos de comunicação. Assim, a opinião do crítico era relevante até mesmo pela escassez de outras opiniões. Isso chama a atenção de Ozzi (2016), que constata:

Há tantos serviços competindo para nos oferecer streaming de música — Spotify, Pandora, YouTube, Apple Music, Tidal, Google Play, Amazon Prime, Rhapsody, 8tracks, Soundcloud e Bandcamp, para mencionar apenas alguns (e isso deixando de fora o mercado de downloads ilegais) — que para ouvir tudo seriam precisos centenas de milhares de anos. Então, com cada novo disco disponível ao clique de um mouse de maneira totalmente gratuita no mesmo instante em que ele é lançado, para que você mesmo forme uma opinião sobre o disco, é preciso fazer a pergunta: nós ainda precisamos das críticas? (OZZI, 2016).

O acesso à informação deixou de ser um fator relevante, já que a internet possibilita que qualquer pessoa conectada a ela chegue a qualquer arquivo que nela estiver disponível. A escassez, que antes determinava as escolhas dos indivíduos, foi substituída por um excesso, que poderia dificultar o usuário a travar conhecimento



do que está disponível. Cespede (2013) vê nesse fenômeno uma lógica que passa a ser “bottom-up” – de baixo pra cima – onde cada usuário anônimo tem o potencial de influenciar, e até mesmo “reverter as dinâmicas de mediação de conteúdo e conhecimento presentes desde o surgimento dos meios de comunicação de massa no início do século XX” (CESPEDE, 2013, p.90). Um veículo popular de prescrição musical é a plataforma de vídeos YouTube, principalmente através dos chamados “vídeos de reação”. Kim (2016) demonstra esse fato ao observar que os vídeos de reação à músicas de grupos de K-Pop se tornam tão populares que por vezes passam a substituir o consumo dos vídeos originais por parte da audiência, tendo assim caráter formativo na economia da atenção.

Economia da atenção é, segundo Goldhaber (1997), uma nova forma de economia surgida na era digital, onde atenção é enxergada como propriedade. Diferentemente da informação, que é abundante, atenção é um recurso escasso e é negociado numa relação competitiva e exclusiva. (...) Vídeos de reação, o tema da pesquisa atual, são notáveis por terem um efeito formativo na economia da atenção, por levarem a troca da atenção das estrelas do K-Pop nos videoclipes para as pessoas comuns em vídeos de reação.” (KIM, 2016, p.334. Tradução nossa.)

Essa ideia das pessoas comuns agindo como prescritoras é, de alguma forma, corroborada por Ozzi:

Gradualmente, com o crescimento da popularidade dos blogs, as pessoas normais aproveitaram a oportunidade de tomar para si o poder da crítica, outrora exercido exclusivamente por publicações tradicionais. Webzines como Pitchfork e Buddyhead, ambas criadas por indivíduos em suas próprias casas no final dos anos 90, ganharam prestígio por conta de suas análises críticas subjetivas, inexperientes e sem filtros das músicas, arrebanhando públicos que rivalizavam com os de veículos financiados por corporações, como Rolling Stone e SPIN. Eles eram os novos substitutos do velho mundo do jornalismo de música, que requeria editores, copidesques e escritórios de tijolo e argamassa. Ao contrário dos zines impressos de circulação limitada, esses sites tinham o potencial de alcançar o mundo inteiro. Agora tudo estava em condições de igualdade, e a crítica musical, de repente, podia ser feita por qualquer blogueiro enfurnado em qualquer quarto que tivesse uma conexão com a internet.

Alguns desses blogs se oficializaram no decorrer da década seguinte — o caso mais notável sendo o da Pitchfork, que foi adquirida no ano passado pela gigante Condé Nast. Mas até mesmo a Pitchfork, que por uma década deteve o padrão de ouro das críticas de discos, agora está perdendo terreno para opiniões em tempo real emitidas pelas massas por meio de serviços de mídia social como o Twitter. (OZZI, 2016)

O jornalista demonstra ainda preocupação com os rumos que o jornalismo musical (e a própria música) podem tomar diante disso. O influxo de potencialmente qualquer pessoa no campo da prescrição poderia diluir sua relevância ao ponto da quase insignificância. Nesse cenário, onde o acesso aos conteúdos musicais é facilitado, não bastasse o jornalismo cultural ganhar a concorrência do homem comum no processo de prescrever músicas, surgem também sistemas de recomendação musical baseados em algoritmos e operados por computadores.

## 5 | CONCLUSÃO

Mesmo com todas essas críticas, não é possível decretar o fim do jornalismo cultural como elemento de prescrição musical. Segundo Ozzi (2016), ainda hoje lojistas percebem uma venda melhor de discos que receberam boas resenhas, seja de críticos especialistas em veículos tradicionais, seja nos veículos surgidos com a emergência da opinião do homem comum. O que não se pode negar é que o campo passou por uma grande transformação, e que o papel da crítica musical e seus agentes precisa ser ressignificado.

Lester Bangs aponta para um cenário onde o próprio ouvinte forma sua opinião sobre a música que toma contato, ao dizer que “se você pode ouvir uma música nas rádios, isso vai influenciar você a comprar o disco muito mais do que qualquer coisa que tenha lido.” (OZZI, 2016). Ao escrever sobre novas formas de prescrição musical, Gallego (2011) descreve o panorama da indústria da música onde o rádio, a TV, os videogames e os programas de streaming competem com o crítico musical na hora de dizer o que será consumido pelos ouvintes. Na atual conjuntura, onde todos têm acesso rápido e fácil a quase qualquer música produzida, a prescrição está mais em direcionar essas músicas para que efetivamente cheguem aos ouvintes do que em tentar influenciar na reação destes à música.

Porém, se a crítica musical foi – ao menos em parte – destituída de sua função de prescrever, ainda resta o papel de registrar a maneira como determinadas obras foram recebidas em seu tempo (GIRON, 2004) e de servir como uma resposta mais elaborada para os próprios artistas pensarem em suas obras.

## REFERÊNCIAS

BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo cultural no século 21: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática.** São Paulo: Summus, 2015.

BOLLOS, Liliana H.. **Crítica musical no jornal: uma reflexão sobre a cultura brasileira.** Em: Opus (Porto Alegre), Campinas, v. 11, n.11, 2005.

\_\_\_\_\_. **Mário de Andrade e a formação da crítica musical brasileira na imprensa.** Em: MÚSICA HODIE, v. 6, 2006.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2015.

CESPEDES, Fernando Garbini. **Todos somos DJs: como as redes sociais digitais amplificam a voz do homem comum e alteram os processos de construção do gosto musical.** Dissertação (Mestrado em Ciências da comunicação) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013).

COOPER, Aaron. **Where are the negative music reviews? - How the lack of negativity is killing journalism.** Em: Bearded Gentlemen Music, 22 de agosto de 2017. (disponível em <https://beardedgentlemenmusic.com/2017/08/22/negative-music-reviews/>).

CUNHA, Leonardo Antunes ; FERREIRA, Nísio Antônio Teixeira ; MAGALHÃES, Luiz Henrique Vieira de . **Dilemas do Jornalismo Cultural Brasileiro**. Em: Revista Temas, Belo Horizonte, 2002.

DORAN, John. **I was threatened with death after writing a bad music review** Em: Vice, em 15 de abril de 2016. (Disponível em [https://www.vice.com/en\\_us/article/kwzynx/jolly-lad-blackmetal-john-doran](https://www.vice.com/en_us/article/kwzynx/jolly-lad-blackmetal-john-doran)).

FERREIRA, Rita. **Los prescriptores ganan terreno en Internet**. Em: Diario Expansión, Madri, 24 de outubro de 2003. p.57.

GALLEGO, Juan Ignacio. **Novas formas de prescrição musical**. Em: HERSCHMANN, Micael. Nas bordas e/ou fora do mainstream. Novas tendências da Indústria da Música Independente no início do século XXI. São Paulo: Ed. Estação das Letras e das Cores, 2011.

GIRON, Luís Antônio. **Minoridade crítica – a ópera e o teatro nos folhetins da corte**. 1826 – 1861. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo – Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HERSCHMANN, Micael. **A indústria da música em transição**. São Paulo: Ed. Estação das letras e cores, 2010a.

\_\_\_\_\_. **Uma nova indústria da música “mostra sua cara”**: relevância socioeconômica dos videogames musicais. Em: TRANS – Revista transcultural de música. 2010b.

KIM, Y. **Globalization of the privatized self-image: The reaction video and its attention economy on YouTube**. Em: Routledge handbook of new media in Asia. Nova Iorque: Routledge, 2016.

MATOS, Gabriel Ferreira de; BICALHO, Mariana Ferreira; SOUZA, Luciana Cristina de. **Música livre: uma análise do futuro da circulação de obras musicais**. Apresentado em VIII Simpósio Nacional da ABCiber. São Paulo: 2014.

MIGUEL, Luiz Felipe. **O jornalismo como sistema perito**. Em: Tempo Social, vol.11 no.1 São Paulo, 1999.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX – Volume 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense universitária, 1997

OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. **O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001)**. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. – Porto Alegre, 2011.

OZZI, Dan. **A resenha de discos morreu?** Em: Noisey, em 14 de março de 2016 (Disponível em: [https://noisey.vice.com/pt\\_br/article/rmvzpq/a-critica-de-discos-morreu](https://noisey.vice.com/pt_br/article/rmvzpq/a-critica-de-discos-morreu))

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

SÁ, Simone Pereira. **Se vc gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não? Gêneros, gostos e disputa simbólica nos Sistemas de Recomendação Musical**. Em: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação I E-compós, Brasília, v.12, n.2, maio/ago. 2009.

SALDANHA, Rafael Machado. **Rock em revista: o jornalismo de rock no Brasil**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2005).

\_\_\_\_\_. **O jabá por escrito, indústria fonográfica e a nova Bizz: reflexões sobre o jornalismo de rock em 2005**. Em: III Encontro Regional de Comunicação, 2005, Juiz de Fora, 2005.

SHAH, Neil. **What Happened to the Negative Music Review?** Em: The Wall Street Journal, Nova Iorque, 14 de agosto de 2017. pp.A11 e A13.

VENTURA, M. S.. **Posicionamento e lugar dos agentes na crítica cultural: um estudo sobre a relação entre valores-notícia e hierarquia de legitimidades.** Em: RUMORES (USP), v. 6, p. SetDez, 2009.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-204-3

