O Jornalismo de Rock na Interatividade da Internet: uma análise do site Whiplash[1]

Verônica Dantas Meneses[2]
Universidade federal do Tocantins

Renato José Maio da Luz[3]
Universidade federal do Tocantins

Resumo
Objetiva mostrar a relação da mídia com o Rock'n'roll, especificamente a colaboração do site *Whiplash* para um novo perfil de jornalismo que contempla a difusão de notícias e reportagens produzidas por colaboradores de todo o mundo. Para publicar no site, os colaboradores devem seguir um Manual de Redação que fora criado pelo próprio idealizador do site, João Paulo Andrade. Metodologicamente, realiza-se uma revisão de literatura a respeito dos gêneros jornalísticos, da relação Rock'n'roll e mídia e, por fim, como são construídas as matérias do site *Whiplash*, com o objetivo de verificar se as matérias seguem um padrão jornalístico, analisar a difusão dessas notícias dentro do diversificado mundo da internet e verificar a contribuição do site para o jornalismo especializado sobre o rock.

Palavras-chave: Jornalismo; Rock'n'roll; Gêneros jornalísticos; *Whiplash.*

Introdução

Após o surgimento do rock, em meados dos anos 50, aos poucos os jornalistas, e os próprios roqueiros, foram percebendo que, quando o assunto era rock, era preciso falar, escrever e pensar diferente para que a mensagem atingisse, de fato, o seu público. Mais que um estilo de música, o rock foi se tornando um estilo de vida, e por isso era cada vez mais necessário vivê-lo para conseguir expressá-lo.

O artigo busca responder qual o perfil do jornalismo que cobre notícias relacionadas ao rock e ainda, em meio à dinâmica interatividade permitida pela internet, se o jornalismo se mantém o mesmo dos tradicionais manuais ao tratar das notícias relacionadas ao tema.

Uma das características dos sites especializados em Rock é a colaboração. O site Whiplash, um dos mais conhecidos entre esse público setorizado, foi escolhido por se apresentar como um portal noticioso colaborativo, de grande acesso e que, propositadamente, não apresenta jornalistas formados em seu quadro mas segue normas de redação e verificação dos fatos. Com isso, pretendemos enfatizar a contribuição do site para

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
[2] Doutora em Comunicação pela UnB. Professora do curso de Comunicação da UFT. E-mail veronica@uft.edu.br.
[3] Músico.Graduado em Comunicação Social pela UFT. E-mail renatomaio@uft.edu.br

o desenvolvimento de uma estilo jornalístico especializado para o Rock, gênero musical que ainda encontra-se imerso em (pré)conceitos e tabus mas que também guarda realidades culturais e históricas diversas, inserção política e identidades de contestação.

O objeto deste estudo monográfico é o Manual de Redação do *Whiplash*, tal como o próprio site, e a produção e disposição do material informativo no site. Para a análise procuramos utilizar uma metodologia de estudo que atendesse a diversidade deste objeto. Para tanto consideramos técnicas de apreensão dos dados empíricos mistas, desde a análise contextual do processo, por meio da observação da estrutura do site e de entrevistas estruturadas e também por meio da Análise do Conteúdo por meio de categorizações e variáveis selecionadas a partir do referencial teórico do trabalho no que diz respeito aos critérios do fazer jornalístico, do rock e do jornalismo cultural.

O Rock'n'roll

Definir o rock é tarefa que exige um olhar para as suas múltiplas facetas, principalmente porque o Rock pressupõe integração do conjunto com o público. Ou seja, provoca, procura e estimula o público a sair do convencional e da passividade diante dos fatos (CHACON, 1985).

Há um consenso entre os autores da restrita bibliografia sobre o tema de que o Rock é livre e é, principalmente, som. Se existe um gênero musical em que a definição é algo quase impossível, seria precisamente esse "barulho" com tempo, balanço, notas musicais, velocidade, paixão, suor, tatuagens, cabeleiras compridas, religião, misticismo, verdades e mentiras que sempre o acompanham.

O mundo do "*Sex, Drugs and Rock n'Rol, baby"* (Sexo, drogas e Rock'n'Roll, querido) é tão espontâneo quanto sua essência. "Para se ter rock, é preciso se ter calor, sem regras, nem cenas determinadas, linhas do salão a cobrir, músculos tensos e esperar o próximo movimento" (CHACON, 1985, p. 85).

Para se falar do Rock n'roll, seria necessário fazer uma viagem no tempo, nos anos em que o negro africano, na sua nova condição imposta nos Estados Unidos - de escravos recém-libertos, mas ainda segregados - começou influenciando toda uma sociedade com sua musicalidade, iniciada com o blues. Chacon (1985, 91) ressalta que o rock, apesar de outras fontes, "se embriagou mesmo foi de música negra".

Para Muggiati (1973, p. 7) o passo seguinte, *rhythm and blues*, nada mais era do que uma versão agressiva do blues. O autor afirma que a agressividade foi construída em cima

da necessidade, pois para que os cantores se fizessem ouvir, nas casas de shows e bares, precisavam 'gritar', uma vez que seus instrumentos elétricos emitiam sons 'altos'.

> O rock é a música que nasceu nos primeiros anos da década de 1960 nos Estados Unidos (Bob Dylan) e na Inglaterra (The Beatles), feita por jovens exclusivamente para jovens, e que a partir do (disco) Sgt. Pepper´s (abril/67) ganhou finalmente projeção universal. Muitos o chamam de rock'n'roll, pois o rock atual não existiria sem aquela revolução sonora desencadeada nos anos 1950 por Elvis Presley, Chuck Berry, Little Richard, Bill Haley, Jerry Lee Lewis e outros, que abalaram as estruturas do Establishment com o seu ritmo selvagem (MUGGIATI, 1984, p.7).

Os próprios autores apresentam controvérsias em relação ao Rock, uma vez que, para muitos, o rock nasce já com Chuck Berry e Elvis Presley. Uma entrevista de Chuck Berry[4] esclarece a dificuldade ao afirmar que quando o músico era branco, chamavam de rock, quando era preto, de *rhythm and blues.*

Foi com o surgimento da guitarra elétrica e a utilização plena de seus recursos que o Rock começou a se modelar. Todos os ingredientes estavam prontos, mas faltava ainda um ícone. Um vocalista que conseguisse levar multidões à loucura, que conseguisse transmitir toda a sensualidade e ferocidade que o Rock tinha. Alguém que conseguisse chegar aos jovens sem dificuldades. Elvis Presley levou o rock ao mundo (CHACON, 1985).

A partir daí, cada nova banda inseria novos elementos ao rock, fazendo novas pequenas revoluções, se moldando e se afastando mais da estrutura formal do Blues. Muitos consideram o Led Zeppelin a primeira banda que chegou ao que pode se considerar rock 'in roll, a partir da introdução dos *riffs*.

Porém, o que todos concordam é que o rock é um estilo de vida.

> O rock é muito mais do que um tipo de música: ele se tornou uma maneira de ser, uma ótica da realidade, uma forma de comportamento. O rock é e se define pelo seu público. Que, por não ser uniforme, por variar individual e coletivamente, exige do rock a mesma polimorfia (...) Mais polimorfo ainda porque seu mercado básico, o jovem, é dominado pelo sentimento da busca que dificulta o alcance ao porto da definição (e da estagnação...) (CHACON, 1985, p. 87).

Conforme explica o autor, o Rock é um gênero musical "majoritariamente" jovem, portanto, modifica-se, inova-se constantemente. Entre os anos 1960 – 1970, denominado por Chacon (1985, p. 88) como o período "Pós-Beatles e Pré-Punk", o Rock estabeleceu sua

[4] Chuck Berry: o mito do rock (*Chuck Berry Hail! Hail! Rock 'n' Roll*). Direção Taylor Hackford, 1987.

internacionalidade. Entretanto, para Chacon (1985, p. 93) o papel da música negra no surgimento do estilo não teve a mesma finalidade para seu desenvolvimento e evolução.

> A prova disso está na emergência do rock inglês, sem dúvida afinado com o americano (e portanto com a música negra) mas já adquirindo contornos próprios a partir dos jovens operários e da classe média baixa que procuravam um novo veículo onde pudessem exprimir o que pensavam a respeito de coisas concretas como família, escola, poder, amizade, drogas e, especialmente, amor.

Dentro deste "Pós-Beatles e Pré-Punk" do Rock, os anos que encerravam a década de 60 foram marcados por inúmeras mudanças políticas, econômicas e socioculturais. A música como uma manifestação cultural demonstrava isso, principalmente através do Rock, que expunha a contestação dos jovens, por meio da contestação visual da moda e comportamentos, mas também da crítica social e política. "Passava-se à práxis da luta armada e do pacifismo hippie que exigiam novos rumos do Rock (CHACON, 1985, p. 95).

Anunciando o que ficou conhecido como a década perdida (anos de 1980) o autor, afirma que o final da década de 1970 anunciava uma nova fase do rock, que buscava criar algo novo por meio do exagero de suas formas, do experimentalismo e da sua superação.

A história do Rock é escrita até hoje com diversos subgêneros, formatos, festivais, álbuns, ídolos e ícones e acima de tudo com o público jovem (embora, hoje, se tenham alguns 'vovôs do rock', pessoas que nasceram com o movimento). O Rock'n'roll é um estilo de vida. Portanto, modifica-se, enfim se reinventa e, para além da música e modo de se vestir e se portar, o Rock'n'roll "fez com que houvesse uma aglutinação de indivíduos, formando e constituindo identidades" (ROSA, 2007, p. 35).

Jornalismo, música e Rock'n'roll

Devido à velocidade das práticas mercadológicas na comercialização dos periódicos jornalísticos, faz necessário que os pesquisadores estejam em uma constante atualização, e definir categorias para os gêneros e formatos no jornalismo é uma delas.

Nos anos de 1950 as escolas norte-americanas institucionalizaram a pirâmide invertida e a forma objetiva do escrever jornalístico. Estas técnicas impulsionaram o factualismo e o imediatismo. Nas escolas europeias características literárias, a preocupação com a estética da construção da matéria e a hierarquização das informações de forma mais fluída eram mais visíveis. Dentro deste contexto os assuntos ligados à cultura recebiam tratamento livre e apareciam com mais frequência nos jornais.

O Jornalismo Cultural passou a ser desenvolvido em veículos temáticos, ou a ganhar espaços e/ou dias específicos dentro dos jornais, nos quais as matérias passaram a ser produzidas sob uma perspectiva crítica e opinativa.

O Jornalismo Cultural pode ser compreendido, segundo Gadini (apud LOPES e FREIRE, 2007, p. 2 e 3) como um dos diversos discursos midiáticos que são orientados pela tradicional forma de se noticiar. Ou seja, pauta-se pelos critérios universalidade, interesse, atualidade, proximidade, difusão, objetividade, clareza, singularidade e dinâmica. Todavia, os assuntos abordados na matéria estão "ligados ao campo cultural, instituem, refletem/projetam (outros) modos de pensar e viver dos receptores, efetuando, assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde o mesmo é produzido, circula e é consumido".

Em Basso (2006) a compreensão acerca do que é Jornalismo Cultural é concebida como um modo de fazer jornalístico que vai além da divulgação e análise dos produtos culturais, uma vez que formata uma manifestação de pensamento. Para Piza (2004, p. 45), a "imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe".

Segundo Marques de Melo (MARQUES DE MELO, 2009, p. 4) o Jornalismo Diversional tem a característica de dar aos personagens da matéria uma perspectiva romanesca e literária. Dias (1998) apresentada ideia de que existe um tipo de informação que diverte e que este tipo de informação não está restrito apenas nas sessões do jornal destinadas a piadas e a histórias em quadrinhos, mas na abordagem criativa e bem humorada do fazer jornalístico. Sendo assim, a este gênero cabe proporcionar diversão e entretenimento ao público com um conteúdo interessante e que seja agradável de ler, ouvir ou assistir.

É nessa perspectiva que enquadramos nosso objeto de pesquisa neste trabalho, o processo de construção de notícias sobre o rock'n'roll e suas vertentes.

Dentro do gênero Jornalismo Cultural a música, assim como o teatro, cinema, literatura e as artes visuais, é peça principal. O Jornalismo Musical pode ser considerado um subgênero do Jornalismo Cultural que se pauta sobre assuntos ligados ao mundo da música (show, apresentações, lançamentos de toda forma de mídia, notícia sobre bandas, cantores, compositores, musicistas, instrumentistas e interpretes).

Para Saldanha (2005, p. 12) o subgênero, no Brasil, nasceu junto com o próprio Jornalismo Cultural, por meio de folhetins sobre ópera. Os críticos musicais da década de 50

que escreviam sobre o Rock são classificados em dois grupos por Frith (1981, *apud* OLIVEIRA, 2011), no primeiro grupo estão os que escreviam notícias em forma de releases, no segundo, os críticos que não acreditavam que sua opinião influenciaria na opinião do público.

Oliveira (2011, p.55) ainda citando Frith (1981, p. 174) acrescenta que o papel dos críticos do jornalismo de rock é importante. Pois, uma vez escrito em um dado momento pode influenciar mais que campanhas de marketing. O autor afirma ainda que os jornalistas que escrevem críticas musicais encontram-se dentro da lógica do sistema capitalista, da Indústria Cultural e do Consumo Massivo.

Mas existe muito mais a se analisar no cenário da crítica e da informação sobre o rock. Saldanha (2005, p. 14) afirma que não existe uma forma 'correta' de se falar do Jornalismo de Rock. Segundo o autor houve, nos EUA, uma forma moldada pelas revistas especializadas e, no Brasil, por sua vez, a linguagem começou "a se delinear na década de 70, tomou forma na década de 80 (em revistas como a Bizz) e passou a ser utilizada até para falar de outras coisas além de música na década de 90 (como na revista Trip!)".

Para Marques de Melo (1998) existem quatro grupos que atuam no fazer jornalístico das páginas de opinião: a empresa, que se expressa no formato de editorial; o jornalista, colunista ou cronista – um profissional assalariado que emite sua opinião (que pode estar ou não ligado à empresa de comunicação à qual pertence o jornal); o colaborador, normalmente representante da sociedade civil organizada ou um especialista no assunto, que se utiliza deste espaço para participar da vida social; e também o leitor, que aspira se expressar através de cartas enviadas. No caso específico de sites especializados, como é o *Whiplash*, o colaborador é, em geral, um roqueiro ou 'consumidor' de Rock n'roll.

No jornalismo de música, o crítico é quem media a informação entre o artista e o público, escrevendo críticas sobre gêneros musicais, bandas, álbuns, cantores, shows, festivais, entre outras ações e participantes do cenário musical.

Diante deste contexto, observa-se que o contexto de boa parte das produções que tratam de rock é oriunda, especialmente, de amantes do rock, e em geral é mais independente, embora não esteja livre das amarras mercadológicas. O Rock'n'roll, embora seja retratado por diversos autores e críticos como um estilo musical de protesto e rebeldia, se enquadra dentro dos denominados produtos de consumo cultural, que após a década de 1950 foram mundializados e se tornou uma música comercial com valor de mercadoria (GROPP, 1996, p. 22).

A juventude, neste contexto, atua como protagonista do cenário do Rock n'roll como um produto de grande comercialização da indústria cultural, seja como produtor ou consumidor e, por vezes, como ambos.

Como qualquer outro bem da mercantilização da cultura, o rock faz parte desse universo de passagem do sistema artístico para o sistema cultural decorrentes de novas relações entre os atores sociais envolvidos e as mudanças na produção, viabilização, divulgação e consumo da cultura na contemporaneidade: artistas, públicos, financiadores e mídia, em que o número de artistas é elevado e cada pessoa é público em potencial (NUSSBAUMER, 2000, pp. 17-20). No entanto, a diferença ocorre em relação aos estereótipos que a mídia tradicional muitas vezes utiliza, transformando a crítica do rock em uma área pouco aprofundada e praticamente restrita a canais e veículos especializados e alternativos.

A crítica do rock, neste sentido, insere além do debate sobre o teor artístico, as rotulações decorrentes dos processos de hibridização da arte, a posição do artista no campo cultural e dos símbolos culturais, políticos e econômicos envolvidos, pois os produtos culturais representam uma forma de poder, "um poder simbólico que pode ser colocado a serviço da dominação ou da emancipação" (NUSSBAUMER, 2000, p. 25). Um exemplo disso é que o rock ganha destaque maior na mídia quando envolve alguns elementos de poder, como o econômico, o turismo, é o caso da cobertura do Rock In Rio.

Nesse interim, cabe salientar que a evolução da internet como meio de difusão de informações modifica ainda mais este cenário. As convergências dos veículos impressos para o online, no Brasil, dataram do final da década de 1990 (PALÁCIOS, 2000).

A constante e rápida inovação da internet para a comunicação foi dando espaço para que o jornalismo fosse cada vez mais feito para este tipo de suporte. Das transposições de conteúdos do jornal impresso para os sites, surgiu a exploração e convergência de diversos suportes, de novas linguagens e de novas rotinas produtivas da informação.

O leitor do material impresso, por sua vez, também é diferente do online, uma vez que a ambientação e a convergência fornecem muitas 'leituras' do mesmo texto. Para Martín (apud AROSO, 2003, p.1) "a internet não só está mudando os modos de acesso à informação pelos utilizadores, o modelo de comunicação tradicional, a economia mundial e as empresas de comunicação, mas também o perfil do jornalista".

A ajuda da internet para o desenvolvimento e publicação de matérias jornalísticas se tem mostrado bastante interativa, pois o leitor pode ser também ao mesmo tempo produtor

do material ou participar enviando comentários que na maioria dos sites noticiosos tem este espaço reservado (que pode ser livre ou não, dependendo da liberação dos editores para postagem). Ou seja, é uma nova relação da produção de notícias que vai além das concepções atuais de jornalismo.

Os sites colaborativos estão dentro deste patamar. Mas é importante deixar claro que o sistema de colaboração, da mesma forma vários sites da internet que se qualificam como noticiosos, nem sempre prezam pela verificação e checagem ou pela diversidade de fontes em seus textos, o que implica na perda de sua credibilidade. Por isso escolhermos o site Whiplash como objeto de análise a fim de verificar se ele consegue atender alguns desses requisitos para passar credibilidade ao seu público.

O jornalismo no site whiplash

O site de notícias *Whiplash* existe desde 1996 e tem como objetivo divulgar notícias que abordem o gênero musical Rock n'roll e seus subgêneros. As notícias, notas, opiniões e reportagens do site podem ser categorizadas como um tipo de jornalismo de Rock.

Os textos publicados são produzidos por colaboradores, mas, para tanto, este precisa enquadrar sua escrita ao *Manual de Redação do Whiplash*. Apesar de receber e avaliar material enviado por qualquer pessoa, o site mantém uma relação de colaboradores mais perenes.

O site vem passando continuamente por diversas atualizações a fim de manter o que os editores consideram ser essencial, a aposta na interatividade e na facilidade do uso da plataforma (disponível em http://whiplash.net/materias/whiplash/000766.html. Acesso em 03 mar 2013).

Para se tornar um colaborador, o leitor não precisa ter formação jornalística. Basta ler o *Manual de Redação do Whiplash* e enviar o material, conforme explica o próprio manual de redação. O manual faz referências a grafia das bandas utilizada pelo site, adequação de títulos, verificação da procedência da informação, uso de aspas e siglas etc.

No sub-menu "Como enviar conteúdo ou se tornar um colaborador do Whiplash.Net?", o leitor/autor/colaborador encontra vários textos que ensinam como colaborar. No sexto subtítulo estão as regras de "Como evitar os erros mais comuns no conteúdo enviado?". Este subtítulo é dividido em "Erro comum: falhas na ortografia ou digitação", "Erro comum: falta de respeito à inteligência do usuário", "Erro comum: exagero ou falta de ponderação", "Erro comum: enviar material copiado de outros sites", "Erro

comum: falta de checagem ou citação das fontes", "Erro comum: o uso da crase", "Erro comum: o uso da vírgula" e "Erro comum: gerundismo", entre outras dicas como normas e ética 'corporativa do site'.

Nestes subtítulos, o editor comenta o direito autoral e chama atenção para a apuração jornalística da informação, a fim de evitar "falácias", enfatizando uso e tratamento das fontes e a preferência por fontes originais.

Em relação aos colaboradores, um dos diretores do site, João Paulo Andrade (entrevista em março de 2011) ressalta não existir critérios para veiculação. São em torno de 200 notas recebidas por dia e cabe aos editores selecionar segundo critérios de repetição ou ortografia, e ainda realizar uma pequena edição nas que serão publicadas.

O site é composto por dois banners principais, dois menus e 45 (quarenta e cinco) submenus (dados de fevereiro de 2013). A opção *Enviar Material* fica na sétima posição do primeiro menu, destacada em vermelho, na parte central da *homepage*. Abaixo vem a logo do site e o campo de busca acoplado ao segundo menu, que é composto por Principal, Novidade, Agenda, Bandas, Índices (com os sub-menus: notas mais lidas. Por Banda/Por artista; Por tema e Por Autor) e Seções e colunas (ver figura 1).

Figura 1. Home Page do site *Whiplash :* Banner principal e Menus principais.
Fonte: http://whiplash.net/materias/whiplash/000766.html

Nas laterais da *Home Page* do site separadas em pequenos *boxes* ficam as matérias mais lidas, a lateral direita é composta pela foto principal da matéria e um brevíssimo título (ver figura 2). Já na lateral esquerda, com indicação em vermelho, se têm as *Notas mais lidas*. Nesta lateral, aparece um *ranking*, de 01 a 12, com o número e o título da nota. Acima da opção Notas mais lidas, aparecem os ícones das redes sociais Facebook, Twitter, Google + e o link para RSS e para instalar APPS (Iphone e Ipod).

Na lateral direita do site, abaixo do ranking das 12 matérias Mais Lidas, tem o ranking dos colaboradores mais lidos na opção Autores mais lidos, na qual os 15 (quinze) primeiros

lugares aparecem em um *box*, com a foto do autor e o título da matéria. A partir da 16ª (décima sexta) matéria, o internauta lê apenas o título da matéria.

Em seguida (imediatamente abaixo), o site disponibiliza as opções: Mais lidos na história; Mais lidos em 90 dias; Mais lidos em 30 dias; Mais lidos em 7 dias; Mais matérias na história; Mais matérias em 90 dias; Mais matérias em 30 dias; Mais matérias em 7 dias; Lista completa de autores e Quer ser famoso como eles? Colabore com o Whiplash.Net!

A lateral esquerda é formada por 19 (dezenove) *boxes*, em flash, nos quais ficam *banners* de divulgação de shows e eventos de rock (espaços pagos). A *Home Page* ainda apresenta três pequenos espaços em *flash*, que trazem matérias mais antigas, destaques do dia (atualizados periodicamente, durante todo o dia) e o *Tour* (no qual, o internauta, ao clicar, é direcionado a uma Agenda de shows e eventos - rock e metal, separados por Estado).

Figura 2. Região central da *Home Page* do site *Whiplash*
Fonte: http://whiplash.net/materias/whiplash/000766.html

Na mesma 'linha' da opção *Tour*, se encontra as opções *Enviar nota*, *Índices*, *Hoje no rock e Mais lidas.* Abaixo, a opção *Principais matérias do dia/mês* e, em seguida, as respectivas notas, em *boxes*, com horário e título.

Apesar de densa, percebe-se que a plataforma possibilita várias formas de leitura e interpretação do conteúdo e ainda destaca seus colaboradores, o que é um fator de motivação.

Percebe-se que a arquitetura do site se apresenta como um veículo informativo, ainda que não seja uma empresa jornalística assim denominada e que contrate profissionais graduados. A frequência de atualização do site, com uma nota publicada em média a cada 15 minutos, durante o dia, sugere uma intensa relação com a atualidade, um dos principais critérios do jornalismo contemporâneo.

Uma vez que se supõe que o público alvo do site são roqueiros e interessados pelo rock a rápida atualização não necessariamente constitui um problema de foco da linha seguida pelos seus editores. Nesse aspecto, percebe-se que os editores selecionam notícias que consideram mais importantes de acordo com certos critérios, entre os quais se percebeu na observação de várias edições: a notoriedade dos envolvidos, a consequência e quantidade de elementos ou pessoas envolvidos, a proximidade uma vez que notícias nacionais tem seu destaque, e ainda um dos elementos essenciais do jornalismo, a exclusividade.

Destaca-se no manual alguns critérios relativos ao jornalismo, seus critérios e regras, principalmente relativos à veracidade das informações enviadas, quando os editores chamam a atenção para o cuidado com as fontes e com informações sem procedência confiável. Além disso, há uma indicação sobre que tipo de notícias são publicadas no site delimitando sua atuação e sua vinculação temática.

A fim de averiguar quais são os critérios do jornalismo, a estrutura da notícia e seu valor, selecionou-se, aleatoriamente, algumas matérias do dia 30 de março de 2013 (a escolha do dia também foi aleatória) a fim de analisar os itens já mencionados. No dia 30 de março, sexta-feira, foram publicadas 62 (sessenta e duas) matérias no site *Whiplash*.

Numa primeira observação e aproximação com os critérios do jornalismo tradicional, percebemos uma grande quantidade de informação e rápida atualização da página, passando a ideia de que as matérias, ou notas conforme o manual do site, não seguem valores de hierarquização, de acordo com o que preza a teoria do newsmaking. No entanto, a explicação pode ser a própria especialização, o valor-notícia rock é em si o critério de seleção principal, mas as matérias publicadas já foram selecionadas do corpo de contribuições enviadas. Depois disso, as seções e colunas também trabalham em função de uma distribuição estruturada das notas publicadas, muito próximo da editorialização no jornalismo.

Diante dos títulos, se pode verificar que os critérios de edição do *Manual de Redação do Whiplash* foram obedecidos.

Um título que chama atenção é "Há 3 anos: Liam Gallagher diz que bandas novas são uma merda", pois, tradicionalmente, na imprensa não especializada, a palavra de baixo calão (merda) seria barrada, ainda que fosse na fala do entrevistado. Assim, a maior liberdade no uso de expressões e na definição sobretudo do lead são características desse tipo de texto e de veículo.

Na matéria "Rob Zombie: pedindo ajuda dos fãs para atriz de seu filme", do colaborador Samuel Coutinho, responsável pelo blog *metaldailha.blogspot.com* (São Paulo), o assunto abordado é uma campanha encabeçada pelo vocalista da banda White Zombie e produtor de filmes de terror, Rob Zombie, a fim de angariar renda para a atriz Karen Black que luta contra um câncer.

Em geral, as matérias são iniciadas respondendo de forma direta às perguntas do *lead*: "Rob Zombie mobilizou em pedido de ajuda, para um de seus membros do elenco de "House of 1000 Corpses", que está precisando muito. O diretor está reunindo seus fãs para apoiar a atriz Karen Black em seu tratamento contra um câncer". Este *lead*, assim como toda a matéria, apresenta uma notícia factual, de serviço, dentro do Jornalismo Cultural, de Música e de Rock.

Já na matéria "Anthrax: pra onde foi Charlie Benante de novo?", o escritor e colaborador Nacho Belgrande (professor de inglês e francês, técnico de Engenharia de Estúdio pelo Recording Workshop de Los Angeles, EUA) pergunta à banda sobre a ausência do baterista Charlie Benante, por meio de um texto mais lúdico e que revela a opinião do autor.

A matéria é finalizada como se pede uma matéria de Jornalismo de Rock publicada em um site, com o vídeo do baterista Jon Dette tocando com a banda Anthrax e nesse sentido vemos o uso dos vários recursos multimidiáticos que complementam o teor informativo, que também cumpre a função de divertir.

Outra matéria trata de uma republicação de tradução de Francisco Silva Júnior (Engenheiro de Computação e professor do Serviço Público Federal) da matéria "Liam Gallagher: "Bombay Bicycle Club Can F**k Off", publicada no site *XFMLondon* (todavia, a publicação original foi no site *Live4ever.co.uk*).

Na página de busca, recebeu o título "Há 3 anos: Liam Gallagher diz que bandas novas são uma merda", mas, ao clicar, aparece com o título "Oasis: "as bandas novas são uma

merda pra mim", diz Liam". Trata-se de uma nota, com a resposta do vocalista do Oasis, Liam Gallagher. Mas, para introduzir o parágrafo (resposta), o colaborador Francisco Silva Júnior coloca suas impressões ao escrever, mais uma vez, "abriu sua boca para detonar bandas novas". Este tópico é interessante pois contribui para a própria memória do site e do conteúdo sobre o mundo do rock não necessariamente obedecendo a um "gancho".

Considerações finais

Pretendemos acima de tudo mostrar neste trabalho as contribuições do site para o texto e os modos de fazer jornalismo sobre rock bem como mostrar que as exigências e critérios estipulados pelos seus editores constroem uma relação de credibilidade e de colaboração na internet pouco evidenciada em outros sites noticiosos colaborativos.

O gênero musical, vindo da década de 50, mudou a forma de se pensar e produzir música e contribuiu para modificações que ocorriam, socioculturalmente, em todo o mundo. Diante disso, o jornalismo e os jornalistas adequaram sua escrita e seu estilo para atingir o público 'consumidor' de Rock, com ritmo mais 'leve' e ousado, crítico e até literário. Mas existem questões que permeiam este universo, como a crítica, a dinâmica mercadológica e os 'vícios' midiáticos, como o 'Agendamento', o Jornalismo de Serviço, as 'fofocas' a respeito das celebridades e as relações de poder.

Somado a estas questões, desde os anos 2000, o jornalismo e seus gêneros contam com um novo suporte, que o tem modificado: a internet. O Jornalismo Online surge como uma forma de escrever e noticiar rapidamente, quando não instantânea e, por vezes, factual e superficialmente. Mas, esse suporte oferece diversas outras possibilidades, embora ainda não totalmente aproveitadas.

O site analisado, *Whiplash*, surgiu em 1996 com intuito de divulgar 'tudo' do mundo Rock n'roll e se utiliza de uma linguagem que pode ser enquadrada nos gêneros e subgêneros de Jornalismo Cultural. Todavia, as matérias, notas e reportagens são produzidas por colaboradores de todo o mundo, não necessariamente jornalistas profissionais. Ainda, o site disponibiliza espaço para foto, vídeo e áudio, além de possuir um manual próprio de redação.

Considera-se, desse modo, que, embora o site *Whiplash* publique conteúdos não produzidos, necessariamente, por jornalistas, ele segue um padrão jornalístico, que é bem delineado e exposto no referido manual e no modo de seleção das notícias, além de usar um recurso interessante da informação na internet: a colaboração.

Não se trata de uma apologia à prática jornalística sem diploma. Pelo contrário. Este trabalho mostra a importância de um instrumento formal orientador para uma escrita ética, uniforme e de qualidade. Ensina ao público leigo não como ser jornalista, mas como lidar com os fatos noticiosos e, assim, melhor colaborar para a visibilidade e a difusão de informações do universo do Rock.

O site Whiplash tenta dar essa nova cara ao mundo do rock e a forma de se noticiá-lo pela diversidade e liberdade da produção, pela exigência de critérios para os textos, e isso contribui para a formação do jornalista cultural que pode ter acesso a informações de diversas pessoas e culturas e diversos pontos de vista.

Referências Bibliográficas

AROSO, Inês Mendes Moreira. *A Internet e o novo papel do jornalista*. Disponível em <www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>>, 2003. Acesso em 20 mar 2013.

BASSO, E.F. C.. *Revista Senhor: Jornalismo cultural na imprensa brasileira***.** 2006.Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Basso.pdf. Acesso em 5 Fev 2013.

BELGRANDE, N. *Anthrax: pra onde foi Charlie Benante de novo?*. *In:* Whiplash Disponível em:< http://whiplash.net/materias/news_829/176556-anthrax.html >. Acesso em 07 abr 2011.

COUTINHO. S. *Rob Zombie: pedindo ajuda dos fãs para atriz de seu filme*. *In* Whiplash Disponível em: http://whiplash.net/materias/news_829/176573-robzombie.html. Acesso em 07 abr 2013.

CHACON, P. **O que é Rock**. *In* Coleção Primeiros Passos, volume 18.. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.

DIAS,P. R.*et al. Genêros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal "Folha de São Paulo" e da revista "Veja*". In XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, 1998. Anais.

GROPPO, L.A. **Rock e a formação do mercado de consumo cultural juvenil : a participação da musica pop-rock na transformação da juventude em mercado consumidor de produtos culturais, destacando o caso do Brasil e os anos 80**. Dissertação de mestrado (Departamento de Sociologia e Ciências Humanas). Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 1996. Disponível em: < http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000107858&fd=y >. Acesso em 18 mar 2013.

LOPES, D.;FREIRE, M.. *O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz***.** 2007. Disponível em:< http://bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freiremarcelo-jornalismo-cultural.pdf**.**> Acesso em 10 fev 2013.

MARQUES DE MELO, J. **A opinião no jornalismo brasileiro.** Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. *Gêneros jornalísticos no Brasil: o estado da questão***.** *In* XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009. Disponível em: < http://www.Intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0763-1.pdf >. Acesso em 2 mar 2013.

MUGGIATI, R. *Rock 30 anos de pauleira e 15 de pedreira*. In. Revista Ele e Ela. Rio de Janeiro: Bloch Editores, número 186, 1984.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori**. O mercado da cultura em tempos (pós)modernos**. Santa Maria: Editora da UFSM, 2000.

OLIVEIRA . C. F. S. 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 de doutorado (PROGRAMA de Pós-Graduação em Comunicação). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: < http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3203 >. Acesso em 3 mar 2013.

PALACIOS, Marcos**.** *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate***.** Disponível em <*www.facom.ufba.br/jol/producao2002.htm-> Acesso em 25 maio 2009*

PIZA, D. **Jornalismo Cultural.** São Paulo: Contexto. 2ª Ed. 2004.

ROSA, P. O. **Rock Underground: uma etnografia do rock alternativo**. São Paulo: Radical Livros, 2007.

SALDANHA. R. M. **Rock em revista: o jornalismo de rock no Brasil. M**onografia de Graduação (Faculdade de Comunicação, UFJF). Juiz de Fora, 2005. Disponível em <http://www.facom.ufjf.br/documentos/downloads/projetos/ 1sem_2005/pdf/RSaldanha.pdf > Acesso em 3 mar 2013.

SILVA JUNIOR, F. *Oasis: "as bandas novas são uma merda pra mim", diz Liam*. *In* Whiplash. Disponível em: < http://whiplash.net/materias/news_865/105275-oasis.html >. Acesso em 07 abr 2013.

SITE WHIPLASH. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/whiplash/000766.html> . Acesso em 03 mar 2013.